



UNIVERSIDAD TÈCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÒMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

CARRERA DE INGENIERIA EN ECONOMIA MENCION FINANZAS

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA: LOS INTERMEDIARIOS EN EL MERCADO ARTESANAL DE BORDADOS Y SU INCIDENCIA ECONOMICA DE LAS PRODUCTORAS, EN LA PARROQUIA LA ESPERANZA – PROVINCIA DE IMBABURA.

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERIA EN ECONOMIA MENCION FINANZAS.

AUTORA: MEJIA, A. Rosa, A.

DIRECTOR: Eco. Miguel Salgado

IBARRA, Septiembre de 2010

DECLARACIÓN

Yo ROSA ANGELA MEJÍA ÁLVAREZ, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el mismo.

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Asesor de Trabajo de Grado presentado por la egresada, ROSA ÁNGELA MEJÍA ÁLVAREZ, para optar por el título de INGENIERA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS, cuyo tema es: **LOS INTERMEDIARIOS EN EL MERCADO ARTESANAL DE BORDADOS Y SU INCIDENCIA ECONÓMICA DE LAS PRODUCTORAS, EN LA PARROQUIA LA ESPERANZA – PROVINCIA DE IMBABURA**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 21 días del mes de mayo de 2010.

Firma:

Eco. Miguel Salgado

C.I.....

AGRADECIMIENTO

Todo mi agradecimiento:

A Dios por guiar y llenar de fortaleza mi vida.

A mis padres, por el amor, la comprensión y el ejemplo que me manifiestan. Los amo y están conmigo.

A mis hermanos, por la compañía y el apoyo incondicional que me brindan. Sé que siempre tendré su apoyo.

A mis sobrinos, por sus palabras emotivas y llenas de inocencia. Tendrán siempre mi apoyo incondicional.

A mis amigos(as) que estuvieron impulsándome para realizar este sueño. Son mis amigos queridos.

A mi director de tesis por su calidez, sugerencias y confianza.

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado es parte de mi vida, en donde está el comienzo de nuevas etapas y metas, por esto y más dedico a DIOS, a mis padres, hermanos, sobrinos, amigos(as), que gracias a su apoyo hicieron posible la realización del presente proyecto.

Mi gratitud por la confianza en mí, y por ser parte de este sueño.

INDICE GENERAL

Pág.

Portada	
Declaración	i
Informe del Director del Trabajo de Grado	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Índice General	v
Índice de Cuadros	ix
Resumen Ejecutivo	x
Executive Summary	xi
Presentación	xii

CAPITULO I

1	Problema	1
1,1	Antecedentes del Problema	
1,2	Situación Actual del Problema	3
1,3	Prospectiva del Problema	
1,4	Planteamiento del Problema	4
1,5	Objetivos de la Investigación	
1,5,1	Objetivo General	
1,5,2	Objetivos Específicos	
1,5,3	Justificación	5

CAPITULO II

2	Diagnóstico	8
2,1	Tabulación y Análisis de las Encuestas y Entrevistas	
2,1,1	Encuesta Dirigida a las Productoras de Bordados de la Parroquia La Esperanza	
2,1,2	Entrevistas a las Productoras de Bordados de la Parroquia La Esperanza	17
2,1,3	Análisis de las Entrevistas Dirigidas a las Productoras de Bordados de la Parroquia la Esperanza	23
2,1,4	Entrevistas a los Intermediarios de Bordados	26
2,1,5	Análisis de las Entrevistas Dirigidas a Intermediarios	29
2,2	Construcción de la Matriz FODA	31

2,2,1	Visualización de Estrategias o Cruces Estratégicos FA - FO - DO - DA	35
2,3	Identificación del Problema	39
2,3,1	Árbol de Problemas	

CAPITULO III

3	Marco Teórico	41
3,1	Historia y Riqueza Artesanal del Ecuador	
3,1,1	Artesanal	42
3,1,1,1	Ley de Fomento Artesanal	43
3,1,1,2	Características de la Producción Artesanal	44
3,1,1,3	Clasificación de la Mano de Obra Artesanal	45
3,1,2	Artesano	46
3,1,2,1	Requisitos para la Calificación del Artesano	49
3,1,2,2	Características para el Funcionamiento como Artesano	50
3,1,2,3	Beneficios del Artesano	51
3,1,3	Artesanías	52
3,1,3,1	Los Principales Roles de las Artesanías	53
3,1,3,2	Problemas de los Productores de Artesanías	54
3,1,3,3	Producción de Artesanías	55
3,1,4	Bordados	
3,1,4,1	Beneficios de la Ley de Fomento para la Producción de Bordados	56
3,1,4,1,1	Diferencia entre Artesanías y Artesanal	57
3,1,4,1,2	Situaciones que Originan a la Creación de las Artesanías y lo Artesanal	58
3,1,5	La Microempresa	59
3,2	Aspectos Financieros	61
3,2,1	Costos	
3,2,2	Gastos	
3,2,2,1	Costos de Producción	
3,2,2,1,1	Costos Directos	62
3,2,2,1,1,1	Materia Prima Directa	
3,2,2,1,1,2	Mano de Obra Directa	
3,2,2,1,2	Costos Indirectos	63
3,2,2,2	Crédito	64
3,2,2,3	Inversión	65
3,2,2,4	Ingresos	

3,2,2,5	Utilidad Neta	66
3,3	Mercado y Marketing	67
3,3,1	Definición de Mercado	
3,3,1,1	Oferta de Bordados	68
3,3,1,2	Demanda de Bordados	69
3,3,2	Marketing	70
3,3,2,1	Producto	72
3,3,2,2	Segmentación del Mercado	
3,3,2,3	Precio	73
3,3,2,4	Comunicación	75
3,3,2,4,1	Instrumentos de la Comunicación	
3,3,2,4,1,1	Publicidad	
3,3,2,4,2	Venta Personal	76
3,3,3	Distribución Comercial	77
3,3,3,1	Canales de Distribución	78
3,3,4	Sector Informal	81
3,3,5	Competitividad	82
3,3,5,1	Como Estimular la Competitividad en los Bordados	83

CAPITULO IV

4	Análisis de Costos y Gastos Unitarios de los Artículos Bordados	86
4,1	Calculo de Costos de Producción y Precio de un Mantel de Seis Puestos	87
4,2	Calculo de Costos de Producción y Precio de un Camino de Mesa	89
4,3	Calculo de Costos de Producción y Precio de una Panera	91
4,4	Calculo de Costos de Producción y Precio de un Individual	93
4,5	Calculo de Costos de Producción y Precio de una Blusa	95
4,6	Análisis de las Diferencias de Precios de Productoras e Intermediarios	96
4,7	Inversión Mensual en los Bordados	97
4,8	Ingresos Mensuales de las Productoras de Bordados	98
4,9	Comprobación de la Hipótesis	99
	Conclusiones	

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

INDICE DE CUADROS

CUADRO	REFERENCIA	Pág.
1	Encuesta Dirigida a las Productoras de Bordados de la Parroquia la Esperanza	8
9	Matriz FODA	32
10	Visualización de Estrategias o Cruces Estratégicos FA - FO-DO-DA	35
11	Análisis de Costos y Gastos Unitarios de los Artículos Bordados	86
17	Inversión Mensual en los Bordados	97
18	Ingresos Mensuales de las Productoras de Bordados	98

PRESENTACIÓN

El presente trabajo muestra el contenido y desarrollo de la investigación relacionada al tema: “LOS INTERMEDIARIOS EN EL MERCADO ARTESANAL DE BORDADOS Y SU INCIDENCIA ECONOMICA DE LAS PRODUCTORAS, EN LA PARROQUIA LA ESPERANZA – PROVINCIA DE IMBABURA”, el mismo que contiene los siguientes aspectos:

CAPITULO I: PROBLEMA.- Se indica los acontecimientos pasados, presentes y futuros referentes al tema, al cual se le inmersa objetivos generales y específicos, para lograr cumplir con el desarrollo de la investigación.

CAPITULO II: DIAGNÓSTICO.- Para la realización de este capítulo se utilizo encuestas y entrevistas aplicadas a las productoras de bordados de la parroquia La Esperanza y a los intermediarios de las ciudades de Otavalo, Ibarra y Quito, factores que sirvieron de base para construir la matriz FODA y el árbol de problemas.

CAPITULO III: MARCO TEÓRICO.- Se cita los fundamentos científicos y teóricos relacionados al tema de investigación como: artesanías, artesanal, costos, inversión, ingresos, mercado y marketing, temáticas en las cuales se considero como herramientas de estudio textos, web, folletos, etc. También se realiza una discusión en lo que se refiere a la aceptación de la hipótesis.

CAPITULO IV: ANÁLISIS DE COSTOS Y GASTOS UNITARIOS DE LOS ARTICULOS BORDADOS.- En este capítulo se realiza un análisis de costos de producción, en donde se emite análisis de precios de venta de productoras de bordados a intermediarios; la inversión y los ingresos para estos dos actores.

Al final de la presente investigación se expone conclusiones y recomendaciones que nacen en el desarrollo del estudio a fin de que la investigación sea considerada como una herramienta de análisis para implementar cambios en la producción y comercialización de los bordados en la parroquia La Esperanza.

CAPITULO I

1. PROBLEMA

“LOS INTERMEDIARIOS EN EL MERCADO ARTESANAL DE BORDADOS Y SU INCIDENCIA ECONÓMICA DE LAS PRODUCTORAS, EN LA PARROQUIA LA ESPERANZA – PROVINCIA DE IMBABURA”.

1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Un encuentro con la historia, costumbres y tradiciones de un pueblo ancestral es la Parroquia La Esperanza ubicada a 8 Km. desde Ibarra pueblo antiguo de influencia española que existió desde antes del terremoto de 1868, refugio de los sobrevivientes de esta catástrofe. Antiguamente estuvo rodeada de haciendas como la de San Clemente de los padres Mercedarios y San Juan del ilustre Teodoro Gómez de la Torre. Los propietarios cedían a los trabajadores las tierras que ya no les servían para que las habitaran, así se asienta una comunidad indígena que se dedica a la agricultura y ganadería así como al trabajo artesanal de artículos de cuero en el caso de los hombres y los bordados a mano las mujeres.

Desde hace 50 años nació el arte del bordado en el sector de Zuleta, cuando el ex presidente Galo Plaza Lasso trajo a un grupo de religiosas para que enseñaran a las empleadas la técnica, que no es más que el punto relleno y cruzado. Desde ahí, la tradición se iba transmitiendo a otros pueblos como lo es la comunidad La Esperanza en donde las prodigiosas manos de mujeres indígenas elaboraban sus propias prendas de vestir, siendo la materia prima en aquellos tiempos la lana de oveja, que les permitían tener un ingreso para subsistir.

Por tanto en la comunidad La Esperanza los bordados han venido siendo elaborados por mujeres indígenas y mestizas quienes convirtieron este arte en una atracción turística, por sus prendas de vestir con llamativos colores y la variedad de accesorios que fabrican como son: manteles, servilletas, paneras, toallas, prendas de vestir entre otras.

Este dinamismo se ha convertido en cada hogar en taller manufacturero familiar en donde no se utiliza tecnologías avanzadas ni tampoco grandes inversiones, sino las destrezas y habilidades de cada productora, por tanto en la parroquia este arte se ha convertido en una de las primeras actividades económicas emprendidas por las mujeres, siendo esta reconocida por la Provincia de Imbabura y el país.

De acuerdo a la Junta Parroquial en la comunidad La Esperanza existen 8000 habitantes en donde 5196 son mujeres las cuales el 85 % se dedican a la actividad del bordado, la cual se ejecuta en las comunidades como son: Chaupilan, Rumipamba chico y grande, Puncuhuaico, El Abra, Paniquinrra, Chirihuasi, San Clemente, San José de Cacho, Barrios Santa Marianita, San Pedro, San Francisco, mismas que son de la parroquia.

El problema que se ha generado desde mucho tiempo atrás, es la comercialización, ya que las bordadoras del sector por falta de recursos y oportunidades, se han visto en la obligación de vender sus productos a los intermediarios de las ciudades de Otavalo y Quito; quienes explotan a las productoras al momento que establecen precios que en su mayoría son bajos, generando en las familias involucradas en esta actividad, problemas económicos, que afectan al desarrollo de la parroquia y por ende a la provincia.

1.2. SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA

En la provincia de Imbabura – parroquia La Esperanza existe una tradición en la elaboración de bordados mediante empresas de tipo familiar en la que se encuentran vinculadas las productora, quienes venden y desarrollan bordados, con escasa tecnología, pero con buena calidad, determinada en gran parte por la materia prima existente en el sector de influencia.

La falta de factibilidad de crédito, la ayuda comunitaria o social, la capacitación técnica y tecnológica, no ha permitido el desarrollo en el sector, por tanto las bordadoras se limitan a vender sus productos a intermediarios quienes de una u otra manera compran sus productos a precios bajos, pese a que los bordados de la Parroquia son ciento por ciento empíricos en su oficio, con gran creatividad e iniciativa, pero aun no tienen la visión que ofrece el mundo globalizado y con una carencia de conciencia en la necesidad de actuar en forma asociativa y así mejorar sus fortalezas y poder incursionar en los mercados nacionales e internacionales de forma estructurada.

1.3. PROSPECTIVA DEL PROBLEMA

Los bordados que se realiza en la Parroquia La Esperanza son de excelente calidad y muy llamativos, pero las estrategias y oportunidades para lograr salir con estos productos a otros mercados son muy precarios; ya que en su mayoría la distribución comercial se realiza a través de intermediarios, quienes obtienen ganancias fructíferas al momento que venden los productos a otros mercados o consumidores a precios competitivos, mientras que a las productoras de estas artesanías se les paga precios incompetentes generando bajos ingresos, lo cual crea inconvenientes en el desarrollo económico de sus

hogares, por ende existe las limitaciones de obtener un mejor nivel de vida.

Por tanto una pronta solución que ayudara enmendar este problema es la capacitación con temas de comercialización y la creación de una microempresa que permita mejorar la visión de las productoras de estos bienes y por ende se podrá contribuir con el desarrollo de la parroquia y el país.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuál es la incidencia de los intermediarios en la economía y producción de bordados, en la parroquia La Esperanza – Provincia de Imbabura?

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo General

Analizar la incidencia de los intermediarios en la economía de las productoras de bordados de la Parroquia La Esperanza, Provincia de Imbabura, a través de métodos, técnicas apropiadas a fin de proponer acciones correctivas para lograr mejorar el nivel de vida de los involucrados en la investigación

1.5.2. Objetivos Específicos

- a) Analizar y comparar precios de los bordados que se vende al consumidor final y a los intermediarios en la parroquia La Esperanza provincia de Imbabura.

- b) Estudiar los niveles de ingresos que perciben las productoras de bordados en la parroquia la Esperanza provincia de Imbabura, en cuya actividad productiva intervienen los intermediarios.
- c) Conocer el mercado de bordados en la parroquia La Esperanza, provincia de Imbabura y la incidencia de los intermediarios.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Finalizando el siglo XX, se asiste a un nuevo estadio de desarrollo del capitalismo en su fase imperialista, considerada como una transformación del Capitalismo Monopolista de Estado, caracterizada por un nivel superior de la internacionalización del capital, que no se limita sólo a la producción, sino que abarca al comercio, las comunicaciones, el transporte, la cultura, las finanzas, los servicios, lo social, lo político e ideológico.

A este proceso actual, se le nombra globalización, que no es más que una etapa superior de la internacionalización de las relaciones de producción capitalistas, donde se pone de manifiesto una fuerte interconexión e interdependencia entre las economías nacionales del Sistema Económico Capitalista Mundial.

Pues hoy en la actualidad el mundo atraviesa por una crisis profunda la cual nos hace entrar en terreno desconocido, en donde se genera efectos graves que empujan a la gente a sentirse profundamente insegura; en donde la miseria y las dificultades irán aumentando en todas partes, impactando especialmente en los más empobrecidos.

Entre tantos países del mundo está Ecuador, un país rodeado de costumbres, tradiciones, cultura, en el que la crisis nacional y mundial afecta de una u otra manera a los sectores productivos; agrícola, industrial, manufacturero, de servicios etc., generando la desconfianza en ser entes más productivos y desarrollistas en el país. Esta coyuntura permite pensar que la recesión empieza a notarse y las economías empiezan a hundirse en la depresión, ya que problemas como desempleo, inflación, entre otros empiezan a tener consecuencias negativas.

Por tanto es indispensable apoyar las virtudes, habilidades que muestran el trabajo incansable de un diario vivir en los pueblos de costumbres, artes y tradiciones, como lo es en la Provincia de Imbabura en donde se esconde en medio de la naturaleza y la fauna un pueblo ancestral como lo es la parroquia La Esperanza donde se desarrolla la actividad tradicional del bordado, en la zona en donde ha tendido una significativa baja en su comercialización, por cambios del mercado, en el que han incursionado productos asiáticos que descalifican en calidad y precios a la producción local.

Adicionalmente está el problema que se va a investigar, en donde los intermediarios imponen diseños y tejidos que no varían, porque ellos tienen para esos productos mercados cautivos a los que no acceden las productoras.

Para aprovechar la habilidad y experiencia de las artesanías; estos son uno de los diversos componentes de la preocupante situación que vive esta población involucrada en la actividad artesanal del bordado.

Realmente en nuestro país se está haciendo algo por acomodar la fuerza laboral de la industria, el comercio y los servicios, por tanto se

creo que una alternativa es orientar a las bordadoras en la mejor forma para que logren posicionarse en el mercado del bordado con las garantías que una bien estructurada microempresa tiene para mejorar su estatus, aumentar el empleo y lograr entrar en los espacios que la globalización ofrece al mundo.

CAPITULO II

2. DIAGNOSTICO

2.1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

Una vez obtenida la información se procede a tabular, analizar los datos con sus respectivos cuadros.

2.1.1. ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PRODUCTORAS DE BORDADOS DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA.

1. PRECIO

1.1. ¿Cuál es el precio de venta y qué cantidad de prendas de bordados entrega a sus clientes?

CUADRO Nro. 1
PRECIOS DE VENTA

PRODUCTOS BORDADOS	Consumidor final	Intermediarios	Cantidad	Ingresos	Ingresos
	P.V.P.	P.V.P.		Consumidor	Intermediario
Manteles	30	28	6	180	168
Blusas	4	3,5	24	96	84
Individuales	4	3,5	24	96	84
Paneras	3	2,5	24	72	60
Caminos de mesa	10	7	12	120	84
Otros	2	1,25	12	24	15
TOTAL				588	495

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora.

a) ANÁLISIS

En referencia a la pregunta se obtuvo una diversidad de datos, para lo cual se sacó un resumen, el mismo que permite el análisis, en donde se determina que los precios de venta al consumidor final deja ingresos rentables, mientras que los precios de venta al intermediario deja un ingreso no sustentable. Por tanto el mayor beneficio es para los intermediarios quienes venden luego a precios mayores obteniendo utilidades sin pasar por el proceso de producción.

Los productos que más se venden son: manteles, caminos de mesa, individuales, paneras, blusas, estas prendas de vestido y cocina tienen mayor salida por lo que mantienen precios bajos, y son mayormente utilizados por el consumidor.

1.2. ¿En qué se basa para determinar los precios a sus bordados?

CUADRO Nro. 2
FACTORES DETERMINANTES DEL PRECIO

FACTORES	Nro. de Encuestados	%
Competencia	11	22
Costos de Producción	6	12
Competencia y Costos de Producción	15	30
Precios establecidos por los intermediarios	18	36
Ninguno	0	0
TOTAL	50	100

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora

b) ANÁLISIS

El 36% de las mujeres que se dedican a la producción de bordados elaborados a mano, colocan los precios de sus artesanías en base a los precios establecidos por los intermediarios, el 30% corresponde a la competencia y costos de producción, 22% a la competencia, 12% a los costos de producción y finalmente el 0% a ninguno.

Al respecto de los datos estadísticos se puede interpretar que las mujeres productoras de bordados colocan los precios en base al precio que establecen los intermediarios, lo cual es irracional ya que los precios salen de acuerdo a los costos directo e indirectos de producción, y luego se realiza un sondeo en el mercado, para de esta manera poder competir y así lograr tener una mejor salida en ventas.

2. INGRESOS

2.1. ¿Cuáles son sus ingresos promedio mensual?

CUADRO Nro. 3

INGRESOS PROMEDIO MENSUAL

RANGOS	Nro. de Encuestados	%
Menos de \$100	0	0
100 – 200	0	0
200 - 300	3	6
300 - 400	2	4
400 - 500	32	64
Más de 500	13	26
TOTAL	50	100

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora

c) ANÁLISIS

En lo que respecta a los ingresos, el 64% de la población percibe un valor entre 400 – 500 dólares, el 26% reciben un ingreso más de 500 dólares, el 6% está entre 200 – 300 dólares, el 4% representa a las productoras de bordados que tienen un ingreso de 300 – 400 dólares y el 0% están los ingresos que oscilan menos de 100 y de 200 – 300 dólares.

Se puede determinar según los datos estadísticos los ingresos percibidos mensualmente no cubren las necesidades como productoras, ya que la inversión absorbe todo lo que ingresa en la microempresa, y el factor que incide directamente en el bajo nivel de ingresos es el precio de venta, generando así inestabilidad económica en las microempresas y por ende en sus hogares.

2.2. Con los ingresos que percibe de la venta de bordados le permite cubrir las necesidades de su :

CUADRO Nro. 4

INGRESOS OBTENIDOS POR LAS VENTAS

ÍNDICADORES	Nro. de Encuestados	%
Microempresa	35	70
Hogar	8	16
Microempresa y Hogar	5	10
Ninguna	2	4
TOTAL	50	100

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora

d) ANÁLISIS

La gran mayoría de las mujeres encuestadas que corresponde al 70% emplean los ingresos que perciben en la reinversión de su microempresa, el 16% de sus ingresos utilizan para las necesidades de su hogar, el 10% corresponde a microempresa y hogar, finalmente el 4% de la población no cubre ninguna necesidad.

En referencia a los datos recopilados de la encuesta, se puede analizar que con los ingresos que se obtienen mensualmente, no se logra hacer alcanzar para las necesidades de su microempresa y hogar, por lo tanto no es factible la producción, ya que no se logra obtener utilidades, lo cual en un negocio es lo que impulsa a tener mayor motivación para expandir y ampliar la microempresa.

2.3. ¿Cuáles cree Ud. que son las formas para mejorar los niveles de ingresos en la actividad de bordados?

e) ANÁLISIS

En su mayoría de las mujeres encuestadas coinciden que la forma para mejorar los niveles de ingresos en la actividad de bordados es la publicidad de las prodigiosas artesanías que elaboran en el sector la Esperanza, todo esto respaldado por instituciones públicas y privadas del país; así como también se hace hincapié en el turismo, ya que los bordados son artesanías llamativas para propios y extraños.

El crecimiento y mejorías de de las artesanías bordadas se basan en buscar alternativas propias como son las estrategias para ingresar y competir en un mercado, luego el consumidor es quien se encarga de realizar la mejor publicidad, por tanto es de mucha importancia la investigación en temáticas como la que se trata, para ser un excelente productor y expendedor de bordados.

3. INTERMEDIARIOS

3.1. ¿A quién vende los bordados que Ud. produce?

CUADRO Nro. 5

DEMANDA

INDICADORES	Nro. de Encuestados	%
Consumidor final	35	70
A través de intermediarios	15	30
TOTAL	50	100

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora

f) ANÁLISIS.

En lo que respecta a los bordados el 70% establecen que entregan los bordados a los intermediarios y finalmente el 30% venden al consumidor final.

En cuanto a los datos estadísticos se puede analizar que los intermediarios si influyen en la economía de las productoras de bordados, ya que su mercado es muy cerrado, no se logra buscar alternativas de salida, como la venta a otros consumidores que dejen beneficios lucrativos en la microempresa.

3.2. ¿Está Ud. conforme con el dinero que le pagan los intermediarios?

CUADRO Nro. 6
NIVEL DE SATISFACCIÓN

VALORES	Nro. de Encuestados	%
Altamente Conforme	0	0
Medianamente Conforme	7	14
Casi Nada Conforme	43	86
No sabe que decir	0	0
TOTAL	50	100

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora

g) ANÁLISIS

El 86% de la población encuestada no está conforme con los que les pagan los intermediarios, el 14% esta medianamente conforme, y el 0% representa altamente conforme y no sabe que decir.

La intervención de los intermediarios en la producción de bordados, no es fructífera, ya que en su mayoría las productoras de bordados no están conformes con los precios que les pagan, por lo que las ganancias se las llevan los intermediarios, creando insatisfacción en las productoras de las artesanías.

3.3. ¿De qué lugares son los intermediarios a los cuales vende sus artesanías? Y cuántos son:

h) ANÁLISIS

La mayor parte de los intermediarios son de la ciudad de Otavalo en donde existen una cantidad de 33 personas y 12 personas de las cuales conocen representan a la ciudad de Quito

Los intermediarios que acuden a la parroquia La Esperanza son de localidades cercanas, los mismos que tiene establecidos sus mercados, como lo es la plaza de ponchos en Otavalo y diferentes plazas en Quito como la de la calle Amazonas. Sería importante intervenir en el mercado internacional o también dentro del país, pero con ventas directas, para que de esta manera existan utilidades rentables.

4. MERCADO

4.1. ¿A qué mercados van dirigidos sus bordados?

CUADRO Nro. 7

MERCADO DE BORDADOS

TIPOS DE MERCADOS	Nro. de Encuestados	%
Local (ferias de la Esperanza)	18	36
Provincial	26	52
Nacional	6	12
Internacional	0	0
TOTAL	50	100

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora

i) ANÁLISIS

El 52% de las mujeres destinan sus bordados al mercado provincial, el 36% está dirigido al mercado local, el 12% representa al mercado nacional y el 0% al mercado internacional.

Respecto a los datos obtenidos en la presente pregunta, se puede determinar que los bordados están dirigidos al mercado provincial y local, espacios donde acuden muchos intermediarios y pocos consumidores finales, por tanto es importante abrir campos para poder competir y comercializar, de esta manera se estaría mejorando los niveles de ingresos.

4.2. ¿Qué estrategias utiliza para la promoción de los productos?

CUADRO Nro. 8
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

ESTRATEGIAS	Nro. de Encuestados	%
Medios de comunicación	0	0
Revistas, catálogos, folletos	0	0
Ferias, exposiciones	34	68
Internet	0	0
Agentes de venta	0	0
Ninguno	16	32
TOTAL	50	100

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora

j) ANÁLISIS

Según las ventas que realizan las mujeres productoras de bordados el 68% de expende en las ferias locales, el 32% no utiliza ninguna estrategia, y finalmente el 0% corresponde a medios de comunicación, revistas, catálogos, folletos, internet, agentes de venta.

El marketing que se utiliza en la zona es muy precario, ya que no hacen partícipes a otras estrategias para poder vender los bordados, la actividad artesanal en la parroquia La Esperanza, es muy rica por sus llamativos colores, gama, pero el producto es como mantenerlo escondido, ya que no se visualiza a otros campos de promoción.

2.1.2. ENTREVISTAS A LAS PRODUCTORAS DE BORDADOS

2.1.2.1. ENTREVISTAS DIRIGIDAS A SRA. TERESA ICHAO PRODUCTORA DE BORDADOS DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA

1. ¿A quiénes vende su producción de bordados? ¿Por qué?

A los intermediarios, porque no se cuenta con un mercado definido en la parroquia La Esperanza para vender nuestros productos.

2. ¿Los ingresos que percibe por la venta de los bordados satisfacen sus necesidades?

¿Por qué?

Los ingresos que se obtiene no cubren los gastos del hogar y en un pequeño porcentaje se invierte en la materia prima.

3. ¿Cree Ud. que los intermediarios inciden en los bajos niveles de ingresos que percibe?

Los intermediarios si inciden en los bajos niveles de ingresos que tenemos, porque nos pagan a precios establecidos por ellos mismos, no hacen cuenta de lo que se invirtió en el producto.

4. ¿Cuáles cree Ud. que son las formas para mejorar los niveles de ingresos y el bienestar económico de su familia?

La ayuda de instituciones del estado al sector artesanal de la parroquia La Esperanza, sería una forma para mejorar la actividad artesanal.

5. ¿Cuentan las productoras de bordados con el respaldo de autoridades locales y nacionales para mejorar su situación socioeconómica?

En lo que respecta a la parroquia, no se tiene el apoyo de las autoridades, por lo que existe un abandono total en nuestra actividad.

6. ¿Qué efectos genera la intervención de los intermediarios en la economía de las productoras de bordados?

La intervención de los intermediarios en la actividad económica genera inestabilidad económica, por lo que los ingresos que se logra obtener son bajos, que solo permiten cubrir la materia prima para elaborar los bordados.

**2.1.2.2. ENTREVISTAS DIRIGIDAS A SRA.
CARMELINA AGUIRRE PRODUCTORA DE
BORDADOS DE LA PARROQUIA LA
ESPERANZA**

1. ¿A quiénes vende su producción de bordados? ¿Por qué?

Los bordados que produzco, se venden a los intermediarios, ya que se trabaja por pedidos y la producción no se queda.

2. ¿Los ingresos que percibe por la venta de los bordados satisfacen sus necesidades?

¿Por qué?

El dinero que ingresa por la producción de bordados es bajo, no cubren todas las necesidades del hogar, solo las del taller.

3. ¿Cree Ud. que los intermediarios inciden en los bajos niveles de ingresos que percibe?

La incidencia de los intermediarios es notoria, ya que la mayoría de las productoras se entregan ellos y lo que pagan por el producto es muy bajo, no permite tener desarrollo en el negocio ni en el hogar.

4. ¿Cuáles cree Ud. que son las formas para mejorar los niveles de ingresos y el bienestar económico de su familia?

La forma para mejorar los niveles de ingresos es la unión y organización de todas las productoras del sector, para capacitarnos en los aspectos de producción, contable, y de ventas.

5. ¿Cuentan las productoras de bordados con el respaldo de autoridades locales y nacionales para mejorar su situación socioeconómica?

Las autoridades no se preocupan por ayudar a las bordadoras de la parroquia La Esperanza, solo se limitan a ayudar al sector industrial y empresarial.

6. ¿Qué efectos genera la intervención de los intermediarios en la economía de las productoras de bordados?

Que la gente no reconozca el trabajo de las bordadoras de La Esperanza, porque piensan que los intermediarios son los que producen, y los precios que pagan son bajos.

2.1.2.3. ENTREVISTAS DIRIGIDAS A SRA. OFELIA CHAMORRO PRODUCTORA DE BORDADOS DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA

1. ¿A quiénes vende su producción de bordados? ¿Por qué?

Los bordados la mayoría se vende a los intermediarios por lo que, se trabaja con ellos desde hace mucho tiempo.

2. ¿Los ingresos que percibe por la venta de los bordados satisfacen sus necesidades?

¿Por qué?

Los ingresos por la venta de los bordados son bajos, no alcanza para los gastos que se tiene en la familia.

3. ¿Cree Ud. que los intermediarios inciden en los bajos niveles de ingresos que percibe?

Los bajos ingresos se deben directamente a la intervención de los intermediarios, por lo que pagan precios bajos por los productos.

4. ¿Cuáles cree Ud. que son las formas para mejorar los niveles de ingresos y el bienestar económico de su familia?

Una de las formas para salir adelante y mejorar los ingresos es buscar nuevos clientes.

5. ¿Cuentan las productoras de bordados con el respaldo de autoridades locales y nacionales para mejorar su situación socioeconómica?

La ayuda de las autoridades a las productoras de bordados es muy limitado, ya que los proyectos que se han presentado son incompletos y de poco tiempo.

6. ¿Qué efectos genera la intervención de los intermediarios en la economía de las productoras de bordados?

El efecto que se consigue por vender a intermediarios es inestabilidad económica en el hogar de las personas que nos dedicamos a la actividad del bordado.

2.1.3. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS DIRIGIDAS A LAS PRODUCTORAS DE BORDADOS DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA.

**1. ¿A quiénes vende su producción de bordados?
¿Por qué?**

a) ANÁLISIS

En lo que respecta al canal de comercialización solo se hace uso de los intermediarios, sin tomar en cuenta al

consumidor final, de quien pueden obtener mayores beneficios financieros.

2. ¿Los ingresos que percibe por la venta de los bordados satisfacen sus necesidades? ¿Por qué?

b) ANÁLISIS

De acuerdo a la entrevista los ingresos en la actividad del bordado, no logran satisfacer el aspecto socioeconómico de las familias dedicadas a este arte.

3. ¿Cree Ud. que los intermediarios inciden en los bajos niveles de ingresos que percibe?

c) ANÁLISIS

En lo que respecta a los ingresos que se percibe por la venta de los artículos bordados, no genera estabilidad económica, debido a que el intermediario incide en la colocación de los precios, y tiene un apoderamiento del sector.

4. ¿Cuáles cree Ud. que son las formas para mejorar los niveles de ingresos y el bienestar económico de su familia?

d) ANÁLISIS

De la presente pregunta se puede analizar que hay que fortalecer los conocimientos con capacitaciones, involucrar al sector público y privado, y buscar a otros medios de comercialización.

5. ¿Cuentan las productoras de bordados con el respaldo de autoridades locales y nacionales para mejorar su situación socioeconómica?

e) ANÁLISIS

La productoras de bordados no cuenta con el respaldo y apoyo de las autoridades, lo cual si genera limitaciones para mejorar en la actividad.

6. ¿Qué efectos genera la intervención de los intermediarios en la economía de las productoras de bordados?

f) ANÁLISIS

Al respecto de la pregunta se puede analizar que exista el abandono de la actividad, se pierda la tradición y cultura, la inestabilidad económica de las familias que todo esto a la larga genera pobreza.

2.1.4. ENTREVISTAS A LOS INTERMEDIARIOS DE BORDADOS

2.1.4.1. ENTREVISTADA Sra. Chalacán María

1. ¿En qué lugares compra los bordados que expende al consumidor final?

Los bordados que se compra para la reventa se lo realiza en La Esperanza, en las feria y en las casas de las productoras.

2. ¿A quién (es) vende los bordados que compra?

Se vende almacenes, consumidores directos, y se exporta pequeñas cantidades.

3. ¿Los precios a los cuales Ud. vende al consumidor final, le generan utilidades?

Sí generan utilidades, las mismas que permiten cubrir las necesidades como comerciantes.

4. ¿Qué opina de los bordados que se producen en la parroquia La Esperanza?

Que los bordados son muy atractivos por sus colores y porque son confeccionados manualmente.

5. ¿Cree Ud. que el negocio de los bordados es rentable?

Si es rentable el negocio de los bordados, ya que si existen compradores que les gusta estas artesanías.

2.1.4.2. ENTREVISTADA Sra. De La Torre Carmen

1. ¿En qué lugares compra los bordados que expende al consumidor final?

Los bordados se compran en la parroquia La Esperanza y Zuleta, a varias productoras.

2. ¿A quién (es) vende los bordados que compra?

Los bordados que se compran en las parroquias La Esperanza y Zuleta, se venden en la ferias de Otavalo, así como también en la las ferias artesanales de la ciudad de Quito.

3. ¿Los precios a los cuales Ud. vende al consumidor final, le generan utilidades?

Los precios a los que se vende si permiten obtener utilidades, por lo que el gasto es bajo, existe una mínima inversión y las

artesanías son muy acogidas en los mercados a los cuales se expenden.

4. ¿Qué opina de los bordados que se producen en la parroquia La Esperanza?

Los bordados de la parroquia son muy atractivos, por sus llamativos diseños y colores.

5. ¿Cree Ud. que el negocio de los bordados es rentable?

Sí es rentable el negocio de los bordados, ya que existe un mercado establecido de artesanías, y se mantiene un contacto con consumidores nacionales y extranjeros.

2.1.4.3. ENTREVISTADA Sra. Rosa Córdova

1. ¿En qué lugares compra los bordados que expende al consumidor final?

En la parroquia La Esperanza.

2. ¿A quién (es) vende los bordados que compra?

Se vende a consumidores nacionales y extranjeros en los puestos de la feria de ponchos de Otavalo.

3. ¿Los precios a los cuales Ud. vende al consumidor final, le generan utilidades?

Los precios de venta a pesar de ser bajos si generan utilidades por lo que la inversión no es mínima.

4. ¿Qué opina de los bordados que se producen en la parroquia La Esperanza?

Los bordados de La Esperanza son llamativos por su tradición, y porque son elaborados a mano.

5. ¿Cree Ud. que el negocio de los bordados es rentable?

Si es rentable el negocio de los bordados ya que no requiere de mayor gasto, por tanto las utilidades generan satisfacción en el negocio.

2.1.5. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS DIRIGIDAS A INTERMEDIARIOS.

Las entrevistas que se realizaron, se aplicó a 8 intermediarios de las ciudades de Otavalo 6 personas y de la ciudad de Ibarra 2, de los cuales se obtuvo información importante para poder comparar con las encuestas de lo cual se emitirá los siguientes criterios correspondientes a la preguntas realizadas.

1. ¿En qué lugares compra los bordados que expende al consumidor final?

a) ANÁLISIS

Para las productoras de bordados el transporte de sus productos genera un gasto, lo que está disminuyendo el ingreso, por tanto para los intermediarios resulta más fácil que les entreguen en sus puestos de venta, porque optimizan tiempo y dinero.

2. ¿A quién (es) vende los bordados que compra?

b) ANÁLISIS

El mercado de los intermediarios es amplio, lo que permite tener mayor demanda, y de esta manera posicionarse en el mismo, obteniendo resultados favorables.

3. ¿Los precios a los cuales Ud. vende al consumidor final, le generan utilidades?

c) ANÁLISIS

Los ingresos que perciben se deben a los precios que expenden a los diferentes consumidores, esto les permite tener utilidades, ya que la inversión es mínima debido a que los intermediarios no producen, optimizan todo el proceso productivo, lo único que se les da a los bordados es un complemento como la presentación.

4. ¿Qué opina de los bordados que se producen en la parroquia La Esperanza?

d) ANÁLISIS

El atractivo de los bordados es la confección manual que utilizan las productoras de bordados, lo cual genera satisfacción en el consumidor.

5. ¿Cree Ud. que el negocio de los bordados es rentable?

e) ANÁLISIS

La producción y comercialización de bordados sí es rentable ya que son artesanías ricas en cultura y tradición, que dan un toque de elegancia en el espacio que se utilice, y mientras existan estas cualidades se puede aprovechar para incursionar en el mercado no solo nacional sino mundial.

2.2. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ FODA

Desde el enfoque y de la investigación, a través de las encuestas, y entrevistas aplicadas a las productoras de bordados y autoridades en la parroquia La Esperanza, se procedió a establecer las Fortalezas – Oportunidades y las Debilidades – Amenazas, lo cual nos deja un análisis claro de lo que ocurre con las productoras de bordados y los intermediarios.

CUADRO Nro. 9

MATRIZ FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Tradición en los bordados.2. Atractivo turístico.3. Ferias de la zona.4. Reconocimiento nacional y extranjero.5. Variedad de gama.6. Iniciativa de buscar nuevos clientes.7. Disponibilidad de capital de trabajo.8. Conocimientos básicos de costos producción.9. Accesibilidad al servicio crediticio.10. Espacio físico para producción.	<ol style="list-style-type: none">1. Falta de capacitación.2. Limitadas estrategias de comercialización.3. Ventas a intermediarios.4. Bajos precios de venta a los intermediarios.5. Falta de implementación de tecnologías.6. Precario dinamismo en la imagen del producto.7. Publicidad de los lugares de producción.8. Restringidos conocimientos de costos producción.9. Baja capacidad de endeudamiento.10. Mal distribución de los espacios de producción.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar y replicar a nuevas generaciones futuras. 2. Mayor conocimiento de los bordados en el mercado. 3. Promoción a través de las ventas directas. 4. Colocación de distribuidores, estratégicos para posesionarse en el mercado local, provincial, internacional. 5. A través de la variedad incrementar la demanda. 6. Mejorar los niveles de ingresos. 7. Incrementar la inversión de recursos. 8. Potencializar estos conocimientos para colocar precios competitivos. 9. Mejorar los niveles de rendimientos económico y financiero. 10. Colocar tecnologías para aumentar la producción. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pérdida de clientela por que no existe publicidad. 2. Bajo volumen de ventas por no existen alternativas para emprender estrategias de producción y venta. 3. Baja rentabilidad por que no existe un sistema compacto de comercialización. 4. Imagen y marca de competidores locales por lo que tienen mayor acogida en el mercado, y estos factores hacen que la demanda tenga mayor conocimiento de sus productos. 5. Desconocimiento del lugar donde se elaboran los bordados por que se aplican estrategias de marketing en los talleres de bordados. 6. Limitada productividad, porque no existe el suficiente capital para pagar mano de obra y no se utiliza tecnología, 7. Insatisfacción económica y social de las productoras, por que los ingresos que se perciben por las

	<p>ventas no les permite cubrir las necesidades de su hogar y microempresa.</p> <p>8. Abandono de los conocimientos de costos, por la desmotivación de que al iniciar nuevas estrategias los resultados sean bajos.</p> <p>9. Que no exista rendimientos en las artesanías, por la falta de políticas, metas, objetivos, sustentables en la actividad.</p> <p>10. No contar con personal capacitado en el área tecnológico, por la falta de capacitaciones practicas.</p>
--	---

2.2.1. VISUALIZACIÓN DE ESTRATEGIAS O CRUCES

ESTRATEGICOS FA – FO – DO – DA

CUADRO Nro. 10

CRUCES ESTRATEGICOS FA – FO – DO – DA

ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS FO
<p>F1A1. Hacer convenios con el SECAP u otras organizaciones de capacitación para dotar de nuevos diseños, competencias que mejoren los niveles de producción y de ingresos.</p> <p>F2A5. Establecer estrategias de publicidad para fomentar los bordados que son un atractivo turístico, lo que permitirá que la gente conozca el lugar donde se elaboran estas artesanías.</p> <p>F3A3. Impulsar la comercialización directa a través de las ferias, para mejorar los niveles de rentabilidad.</p> <p>F4A 8. Elaborar las prendas bordadas a mano, manteniendo las raíces culturales y étnicas</p>	<p>F1A1. Aprovechar el talento humano de las bordadoras de la zona, para que se involucren con mayor fuerza en el mercado.</p> <p>F2A2. Hacer convenios con instituciones que apoyan a la cultura y tradición de los pueblos, para de esta manera implementar estrategias de publicidad.</p> <p>F4A4. Aplicar sistemas de mejoramiento continuo para ingresar a nuevos mercados sean estos locales, nacionales o internacionales</p> <p>F6O6. Estructurar políticas de crecimiento productivo para ingresar en los mercados grandes, y a si mejorar los niveles de ingresos.</p> <p>F8O8. Capacitar a las productoras de bordados con la finalidad estructurar un sistema de costos que permitan que los</p>

<p>locales para mejorar la posición de los productos en el mercado.</p> <p>F8A7. Efectuar un control de los recursos existentes, para minimizar la inestabilidad financiera de la microempresa.</p> <p>F10A6. Crear políticas de inversión a largo plazo para mejorar la productividad.</p>	<p>precios de venta sean competitivos.</p> <p>F9O9. Aplicar estrategias que sustenten la capacidad de endeudamiento para acceder a la inversión necesaria.</p>
---	--

ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS DO
<p>D2A2. Establecer un amplio sistema de comercialización, para tener mayor demanda y así aumentar el volumen de ventas.</p> <p>D3A3. Crear un canal de comercialización directo e indirecto, con políticas eficaces en precios y calidad, para mejorar los niveles de rentabilidad.</p> <p>D4A7. Implementar en el sistema de ventas la política de precios donde se aplique un programa de costos que permitan que el precio de ventas a los intermediarios genere utilidades y así satisfacer a las productoras en el campo socioeconómico.</p> <p>D5A6. Invertir en tecnología, para aumentar la producción, para obtener mayor acogida en el mercado.</p>	<p>D1O2. Aplicar políticas de capacitación que involucren en forma total a las productoras de bordados en el mejoramiento continuo de sus habilidades.</p> <p>D7O3. Organizar una asociación de productoras de bordados, para emprender ferias permanentes en la zona y en la provincia, con la finalidad de vender directamente al consumidor.</p> <p>D3O7. Diseñar acciones de marketing mix para posicionarse en el mercado internacional y nacional.</p> <p>D8O9. Propiciar cursos de capacitación en el aspecto de costos para potencializar sus conocimientos.</p> <p>D5 O10. Adecuar los espacios para implementar tecnología y capacitar al personal en este campo.</p>

<p>D6A4. Acceder a eventos de capacitación que inviten las instituciones públicas y privadas, con la finalidad de mejorar el talento humano y ofertar los bordados con variedad y calidad.</p>	
--	--

2.3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

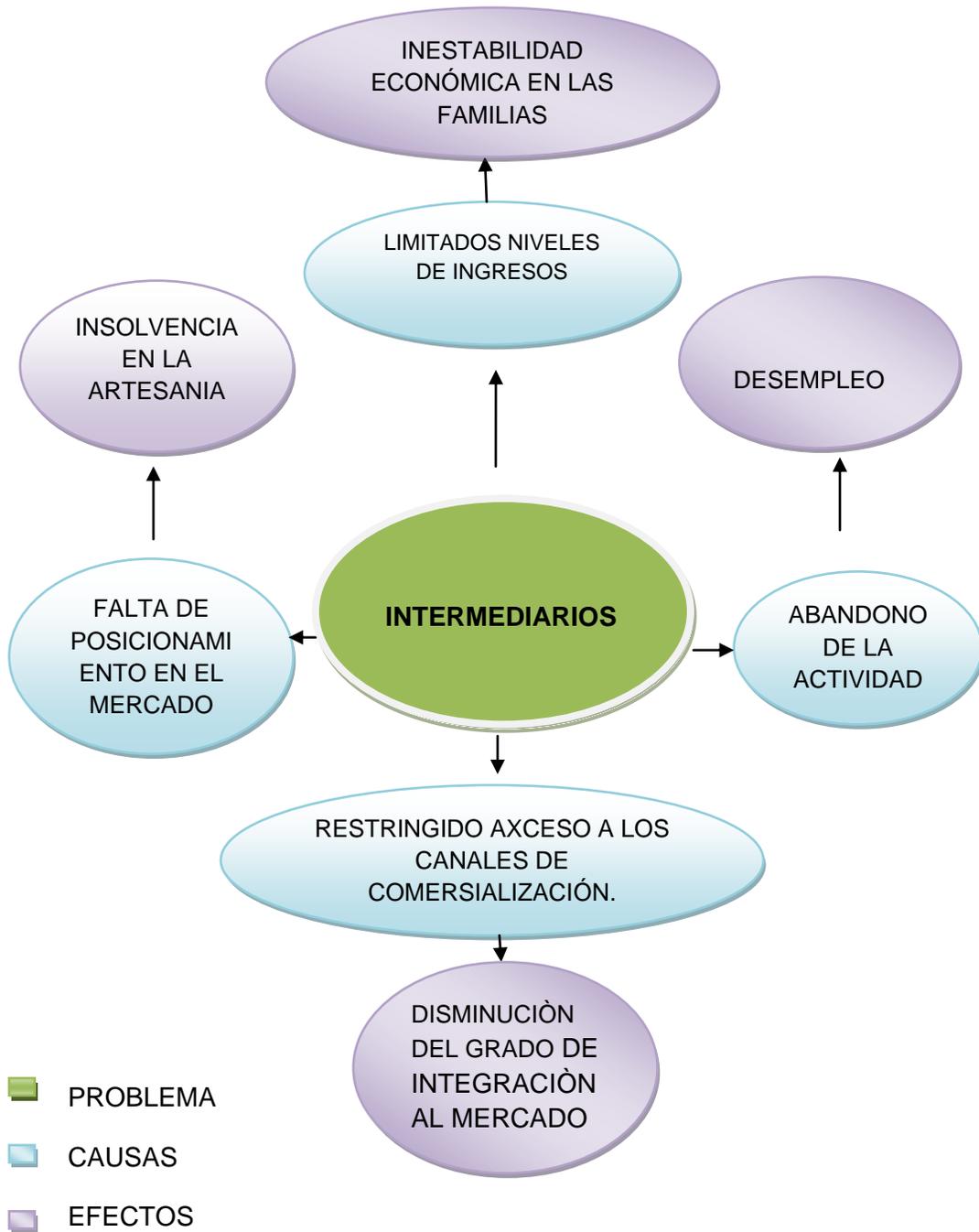
2.3.1. ÁRBOL DE PROBLEMAS

Un diagrama de interrelación de diagnóstico situacional es el árbol de problemas, que es una herramienta que permite tener ideas fundamentales de los posibles problemas, causas que se suscitan en la investigación, donde los involucrados son las productoras de bordados y los intermediarios. El árbol de problemas permite presentar en forma grafica los vínculos lógicos de las causas y efectos en forma sistemática.

Para sistematizar y tener las entradas para el árbol de problemas se utilizó los resultados de las encuestas y entrevistas aplicadas a las productoras de bordados de la Parroquia La Esperanza y a los intermediarios de las ciudades de Otavalo e Ibarra.

FIGURA Nro. 1

ÀRBOL DE PROBLEMAS



CAPITULO III

3. MARCO TEÓRICO

3.1 HISTORIA Y RIQUEZA ARTESANAL DEL ECUADOR

Ecuador es un país que tiene muchos pueblos aborígenes precolombinos que produjeron la actividad artesanal y de artesanías, milenios posteriores al desarrollo de la agricultura, aportando con técnicas, motivos y materiales que luego serían adoptados por las áreas culturalmente más desarrolladas de los Andes y otras regiones. La cerámica, los tejidos (bordados), el trabajo en el metal, piedra y madera satisficieron las necesidades diarias de los hombres y las mujeres precolombinas y en algunos casos fueron intercambios a larga distancia.

Al producirse la conquista española se dio un doble fenómeno; algunas técnicas antiguas se adoptaron a las nuevas necesidades de la sociedad colonia, los nuevos cambios aparecieron sin que existan antecedentes locales; así la cerámica y la tejedura, junto a la cantería y cestería, se transformó parcialmente mientras que en la forja y la herrería, las talabartería, y en gran medida en la carpintería, y la platería se utilizarían técnicas de origen europeo.

En el siglo XIX la oferta artesanal fue notable, pero por las nuevas técnicas que estaban utilizando como nuevos diseños, otros tipos de herramientas. En el siglo XX la transformación demográfica del Ecuador de un país rural a un país urbano ha tenido una fuerte influencia sobre la actividad artesanal, tradicional y los circuitos de los

Al respecto de los bordados son considerados artesanías dentro, del mercado ecuatoriano, las mismas que presentan una variedad de diseños, colores, los mismos que son considerados atractivos turísticos como es el caso de La Parroquia La Esperanza, lugar donde se realiza esta actividad.

3.1.1 ARTESANAL

LEGISLACION CODIFICADA ARTESANAL, COORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, (2007), (Capitulo I) Respecto a lo artesanal se refiere a una cultura, tradición que se la ha ido empleando de generación en generación, la cual es reconocida como una actividad productiva la cual se la define:

Art. 2.- Actividad Artesanal.- Es la practicada manualmente para transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios con auxilio de maquinas, de equipos o herramientas, es decir que predomina la actividad manual sobre la mecanizada.

Al respecto de la cita, la actividad artesanal es un objeto producido en forma predominantemente manual con ayuda de herramientas y máquinas, generalmente con utilización de materias primas locales y procesos de transformación y elaboración transmitidos en las familias, con las variaciones propias que le imprime la creación individual del artesano. Es una expresión representativa de su cultura y factor de identidad de la comunidad.

Ejemplo: Los tallados que se elaboran en San Antonio de Ibarra es una actividad artesanal, ya que se utiliza herramientas para lograr conseguir las figuras en madera, en cambio los bordados de La

Esperanza son artesanías, ya que se lo elabora manualmente solo con la ayuda de una aguja.

La diferencia es muy notable por tanto son dos actividades que se asemejan pero tienen sus diferencias, las cuales se ha mencionado.

3.1.1.1 LEY DE FOMENTO ARTESANAL

Basándonos en las definiciones del Reglamento para la aplicación de la Ley de Fomento Artesanal en el Art. 140, podemos deducir que existen los siguientes tipos de artesanías:

a) Artesanías utilitarias

Son aquellas que ejercidas en forma individual o por asociaciones, cooperativas, gremios o uniones de artesanos, transforma la materia prima, en producto terminado donde predomina la actividad manual sobre la mecanizada.

b) Artesanías de servicios

Son de forma individual que no producen bienes, mas se dedican ofertar servicios como el mantenimiento o reparación de maquinas, equipos y bienes en general.

c) Artesanías artísticas.-

En este tipo de artesanías prima el trabajo estético realizados manualmente.

Por las características de las artesanías de la Esperanza y ámbito de estudio que nos compete se desprende que éstas son de tipo utilitario y de tipo artístico. Por lo primero en vista de que los artículos textiles en su mayoría son para uso personal como las camisas, vestidos, etc. Y de tipo artístico porque hay por ejemplo algunos artículos que son verdaderas obras de arte por su diseño y contribuye al mejoramiento estético de donde se quiera ubicar.

3.1.1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL

Según la pagina web www.mitecnologico.com, (2005); determina las características como:

- a) Fabricación manual, con la implementación de herramientas.
- b) En el mismo lugar se agrupan el usuario, el artesano, el mercader y el transporte.
- c) El productor elabora los bienes con sus manos en su totalidad, seleccionado personalmente la materia prima, dándole su propio estilo, su personalidad.
- d) Requiere de una fuerza laboral altamente especializada en el diseño de las operaciones de manufactura, especialmente para el armado final del producto.
- e) Tienen una organización descentralizada en una misma ciudad. Cada productor se especializa en un componente del producto.

En esta forma de producción, los productos son transformados por efecto de la mano de obra y por el uso de máquinas. Su desarrollo es totalmente empírico, son de baja productividad y tiene una creación limitada de trabajo porque son unidades pequeñas.

UBIDIA, Juan, (2001), ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANIAS TEXTILES DE LAS COMUNIDADES INDIGENAS DE OTAVALO dice: Esta actividad se caracteriza por ser producida en talleres familiares en las que intervienen la mayoría de sus miembros desde los más pequeños hasta los más ancianos, cumplen distintas fases del proceso productivo. (Pág.102).

Al respecto de la cita, en la actividad artesanal no solo intervienen las familias, sino que forman parte del equipo otras personas, quienes contribuyen con la mano de obra para elaborar un bien o servicio, podemos determinar que se genera empleo con remuneraciones mínimas por lo que los ingresos que se obtienen de las ventas son bajos y el número de personas que trabajan es muy reducido por lo que no existe un proceso amplio.

3.1.1.3 CLASIFICACION DE LA MANO DE OBRA ARTESANAL

La mano de obra en general puede ser mano de obra calificada y mano de obra no calificada.

La mano de obra calificada es aquella fuerza de trabajo de los artesanos que por su grado de aprendizaje y conocimiento logra

obtener mejores resultados en la producción de determinado bien o servicio.

La mano de obra no calificada es aquella fuerza de trabajo que por su falta de aprendizaje y conocimiento obtiene menos resultados de los estándares de producción artesanal en bienes o servicios.

Si hablamos a nivel de un taller artesanal en donde se encuentran los maestros de taller, los operarios y los aprendices, la mano de obra calificada serian los maestros porque ellos a través del establecimiento o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas han obtenido su titulo como tales otorgado por la Junta Nacional de defensa del Artesano, Institución, que a la vez, tiene la obligación de concederle el título profesional y el carné o la certificación de ser Artesano Calificado, lo que le permitirá hacer valer sus derechos establecidos en la Ley de defensa del Artesano.

3.1.2 ARTESANO

En la página web es.wikipedia.org, (2010); indica que un artesano: Es una persona con habilidad, técnica, tradición que trabaja de manera individual o familiar y con recursos propios; que maneja poca y nula intervención de maquinaria, habitualmente son herramientas las que se utiliza en el proceso productivo.

Las artesanas de la zona La Esperanza implementan su sello personal de cultura y tradición para convertir telas blancas en paisajes bordados, con recursos propios de la zona y de sus hogares.

Aut. Cit. LEGISLACION CODIFICADA ARTESANAL, (2007), (Capitulo I), hace mención sobre el artesano:

Art. 3 Artesano.- Es el trabajador manual maestro de taller o artesano autónomo que debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, desarrolla su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas una cantidad no superior al 25% del capital fijado para la pequeña industria.

Al respecto de la cita, el artesano debe tener invertido más de (SESENTA Y DOS MIL QUINIENTOS DOLARES 62.500.00 USD), excluidos vehículos y edificaciones. Pero en la actualidad existen personas que son calificadas como artesanos que sobrepasan el 25%, y son beneficiarios de esta ley, esto le permite evadir de impuestos al estado. Por lo tanto debe existir un porcentaje de inversión para cada actividad dentro de la ley artesanal, para lograr construir equidad para los sectores.

Dentro de la Ley de defensa del Artesano, esta la definición del artesano autónomo, en lo que el Art. 7 lo define como:

Aut. Cit. LEGISLACION CODIFICADA ARTESANAL, (2007), (Capitulo I), hace referencia sobre el artesano autónomo:

Art. 7.- Artesano Autónomo.- Se considera artesano autónomo al que ejerce su oficio o arte manual por cuenta propia, aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operativos.

En la zona de La Esperanza se encuentran las bordadoras, quienes están fuera de la calificación como artesanas en la Junta Nacional del Artesano, se las considera que son artesanas autónomas, por que el trabajo que ellas realizan en su mayoría lo hacen por cuenta propia, su producción no requiere de inversiones en tecnologías y infraestructuras, lo cual indica que su inversión está muy por debajo del 25% de lo que determina la ley.

Los productos provenientes de la artesanía, que a su vez reflejan la cultura y el arte popular, tiene características propias, siendo las principales las siguientes:

El elemento e instrumento básico en su elaboración, lo constituye la fuerza de trabajo, el ingenio y habilidad de su fabricante.

Para su elaboración no requiere de mayores inversiones en activos fijos, y generalmente los instrumentos o materiales que utilizan pueden servir para la elaboración de artículos diferentes.

Por su forma de elaboración, esto es manual, son artículos únicos; es difícil que puedan existir dos iguales.

En el caso de las artesanías artísticas son artículos de lujo y, generalmente están arietados a satisfacer necesidades de estrato de mercado con ingresos bajos y medianos.

Existe una gran diversidad de artesanos que pueden elaborar artículos similares o en un corto tiempo encontrarse aptos para ello. Consecuentemente, existe la más diversa variedad de artículos artesanales similares que compiten el mundo, algunos de ellos, como

el caso de prendas de vestir y muebles de madera, compiten además, con los elaborados por la industria en general.

3.1.2.1 REQUISITOS PARA LA CALIFICACIÓN DEL ARTESANO

Para obtener la calificación o recalificación, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda.

Para la página web www.artesanosecuador.com, (2009); menciona los siguientes documentos:

- a) Copia del título o acta de grado de Maestro de Taller
- b) Copia del carné actualizado de afiliación al gremio o asociación de artesanos que corresponda, si el solicitante tiene menos de 65 años de edad.
- c) El formulario y recibo de pago del certificado de calificación o recalificación.
- d) Copia de la cedula de ciudadanía y de la papeleta de votación.
- e) Declaración juramentada de ejercer la artesanía, para artesanos autónomos, y
- f) En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior.

El ser calificado como artesano le permite abrir nuevas visiones para ingresar a participar en un mercado competitivo, ya que las productoras de bordados de La Esperanza pueden exigir apoyo del gobierno como

una actividad generadora de ingresos y trabajo, para que se logre fortalecer en el área productiva, marketing y comercialización.

3.1.2.2 CARACTERISTICAS PARA EL FUNCIONAMIENTO COMO ARTESANO

En la página www.micip.gov.ec, (2007); los artesanos calificados por la Junta de Defensa del Artesano, deben cumplir con lo que estipula la ley, en donde resumidamente se determina que se debe de:

- a. Mantener actualizada su calificación para la Junta de defensa del artesano.
- b. Mantener actualizada su inscripción en el registro Único de Contribuyentes.
- c. No exceder del monto de activos totales permitido por la Ley de defensa del Artesano.
- d. Prestar exclusivamente los servicios a los que se refiere su calificación por parte de la Junta de defensa del Artesano.
- e. Vender exclusivamente bienes de su propia elaboración y a los que se refiere su calificación por parte de la Junta de defensa del Artesano.
- f. Emitir los comprobantes de venta debidamente autorizados y que cumplan los requisitos presitos en el Régimen de Comprobantes de Venta y de Retención.
- g. A sus proveedores las correspondientes facturas y archivos en la forma y condiciones que determine el Servicio de Rentas Internas.
- h. Llevar su registro de ingresos y gastos de acuerdo con lo dispuesto por la Ley de Régimen Tributario Interno.
- i. Presentar semestralmente su declaración del Impuesto al Valor Agregado y, anualmente, su declaración de Impuestos a la Renta.

El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones previstas en los numerales anteriores, determinara que el artesano deba emitir en lo posterior sus comprobantes con el IVA tarifa 12% sin perjuicios de las demás sanciones a las que hubiera lugar.

Lo que pide la ley son cosas básicas que no necesitan tener mayores conocimientos financieros, mas depende de la responsabilidad y el compromiso de cumplir con lo establecido.

3.1.2.3 BENEFICIOS DEL ARTESANO

Según la página www.micip.gov.ec,(2007); los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del artesano, gozaran de los siguientes beneficios:

- a) Acogerse a los planes, programas y proyectos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.
- b) Recibir asistencia técnica para la organización, capacitación, formación, titulación, clasificación y profesionalización.
- c) Ser beneficiario de proyectos de capacitación para la competitividad, producción y comercialización, incluyendo alternativas de exportación.
- d) Demanda preferencial de productos y servicios artesanales por parte del sector a público.
- e) Exoneración de impuestos al capital en giro-activo total.
- f) Exoneración de alcabalas relacionadas con la transferencia de dominio de inmuebles destinados a talleres artesanales.
- g) Exoneración de patentes y adicionales.
- h) Exoneración de impuestos a las exportaciones de artesanías.
- i) Declaración del IVA con tarifa 0.

- j) Préstamos de fomento productivo con tasas preferenciales a largo plazo.
- k) Seguro social para el maestro de taller, operarios, aprendices y familias.
- l) Las organizaciones artesanales y los maestros de talleres están exonerados del pago de décimos, fondos de reserva, utilidades y bonificación complementaria a favor de operarios y aprendices.
- m) Tratamiento preferente para importación de maquinaria o materia prima que no se produce en el país.
- n) Todo artesano está en el deber de conocer sus derechos, comprenderlos y defenderlos.

En los últimos cinco meses del año 2009, el sector artesanal en el país ha experimentado un incremento de aproximadamente un 40% en la demanda de sus productos en el país. Este crecimiento se debe a las restricciones a las importaciones aprobadas por el Gobierno a principios de este año, lo que ha hecho que los consumidores prefieran lo artesanal y las artesanías nacionales especialmente para regalos y decoración, todo esto motiva a más artesanos a agremiarse a la Junta Nacional del Artesano y así poder obtener los beneficios que implica trabajar grupalmente, lo que significaría un mayor crecimiento económico de las comunidades de nuestro país.

3.1.3 ARTESANÍAS

En la página web es.wikipedia.org, (2010). Las artesanías comprenden, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común.

Al respecto de la cita el trabajo elaborado manualmente sin la utilización de herramientas o tecnologías se le denomina artesanías, las mismas que son un atractivo en la sociedad por sus diseños y sus acabados.

Para muchas personas, las artesanías son un término medio entre el diseño y el arte. Para las productoras de bordados de la parroquia La Esperanza, es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante.

Los bordados como artesanías, según El Reglamento De Calificaciones y Ramas De Trabajo Artesanal, el Artículo 1, en el grupo 3212, se lo califica al bordado dentro las ramas artesanales. Al respecto de la Ley artesanal, no se logra diferenciar las artesanías y lo artesanal, en ella se habla de la actividad artesanal generalizando para todas las destrezas. La artesanía es una actividad productiva solo implementan sus manos para elaborar los bordados en el caso de la comunidad La Esperanza.

3.1.3.1 LOS PRINCIPALES ROLES DE LAS ARTESANÍAS

Tal vez al hablar de la actividad de las artesanías a groso modo parezca que es una actividad a la que se dedican o pueden dedicarse personas que no han tenido o no tienen muchas oportunidades de trabajo o de educarse en ramas que tal vez resultarían más provechosas y de “status”, económicamente hablando , y que además esta actividad no contribuye al desarrollo económico global del país, pues, no es así, ésta actividad ha sido la principal fuente de subsistencia desde tiempos preincaicos para la mayoría de la

población; aunque en la actualidad se considere que solo una octava parte de la población está dedicada dicha actividad, siendo un medio de subsistencia, además el hecho de dedicarse a ella es algo innato de gente talentosa y creativa que traslada sus sentimientos, su forma de ver las cosas, los problemas y como solucionarlos a través de un producto o servicio que resulta digno de admiración por su esfuerzo y porque no todos los seres humanos tenemos estas cualidades.

Aparentemente las artesanías tal vez tiene solo un rol económico pero no es así, identifiquemos los roles que tiene:

a) Ser fuente de trabajo e ingreso, proveedora de bienes de consumo para un importante segmento de la población nacional y en su mayor parte de la producción para lo internacional.

b) Contribuye a la vez activamente de la reproducción cultural y social de la parroquia La Esperanza y el país, con los productos que elaboran divulgan diariamente los valores, diseños y símbolos que son propios de la cultura autóctona, aunque en la actualidad se tiende a no identificar qué mismo es lo autóctono porque se está principalizando el sentido mercantilista, se trata de que colaboremos para que este rol adicional de la artesanía perdure y sea una de las ventajas comparativas que se persista.

3.1.3.2 PROBLEMAS DE LOS PRODUCTORES DE ARTESANÍAS

Uno de los principales problemas de las artesanías es la competencia con los productos procedentes de

procesos industriales de bajo coste, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad.

Otra dificultad para las artesanías es la forma de comercializarlas, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza a manualmente, en los hogares en donde las madres en algunos casos con la ayuda de sus hijas, tienen escasas estrategias para incursionar en otros mercados.

3.1.3.3 PRODUCCIÓN DE ARTESANÍAS

Los bordados que elaboran las mujeres de la parroquia La Esperanza lo realizan manualmente; pues ellas una vez que adquieren la materia prima (tela e hilos), cortan los motivos, luego dibujan las figuras en la tela, para proceder a bordar con una variación colores en los hilos, terminado de bordar las figuras, se realiza detalles como el terminado de los filos dándole un toque de elegancia, luego se procede a lavar, lo exponen a la sombra, una vez seca la tela lo alisan con la plancha, de esta manera queda terminado el artículo o prenda bordada.

3.1.4 BORDADOS

Las tradiciones, culturas que nacieron en los pueblos de Imbabura son herencias que a lo largo del tiempo se han ido perdiendo por la aparición de nuevas tecnologías, que remplazan a los materiales manuales que en un escaso porcentaje se utiliza; y una de las tradiciones es el bordado a mano que no es más que:

VILLAVICENCIO, Marcelo (2007), LA CULTURA POPULAR EN EL ECUADOR, dice: Artesanía que en su mayoría se la realiza a mano, lo cual le da el toque de elegancia. Por tanto en un estudio las bordadoras nos manifestaron que antiguamente esta labor era muy difundida y que, inclusive, algunas familias alcanzaban su sustento, a través de sus producciones. (Pág. 355).

Los bordados según el autor es una labor que ha sido considerada una actividad manufacturera en economía, la cual es un dinamismo productivo, ya que se transforma la materia prima (hilos, tela, encajes), en bienes terminados como (vestidos, accesorios de cocina y decorativos), los mismos que son ofertados en el mercado de bordados.

Al respecto en la página web www.eclac.org, (2008), Lo bordado no es más que tela decorada a mano bordada o arpillera, ropa de mesa que incluye manteles, servilletas, tapetes e individuales tejidos a mano o hechos con aguja de crochet generalmente bordado, insignias, condecoraciones o emblemas bordados a mano.

En Ecuador las artesanías son muy codiciadas por los extranjeros, ya que son productos llamativos y confeccionados artísticamente, en donde dicha destreza requiere de poco capital, y de mucha disciplina.

3.1.4.1 BENEFICIOS DE LA LEY DE FOMENTO PARA LA PRODUCCIÓN DE BORDADOS.

La ley artesanal favorece directamente a las grandes masas de producción artesanal, hablemos de la pequeña industria que está respaldada por esta ley. Si se realiza una

investigación minuciosa de cuanto realmente son las utilidades de la pequeña industria, a simple vista se puede identificar que sobrepasan los límites establecidos por la misma ley. Existen tipos de actividades en lo artesanal que se han convertido en empresas e industrias y no existe un debido control de las autoridades representantes de este sector, lucrándose de los beneficios que oferta la ley como el de no pagar el impuesto al IVA, prestamos con tasa de interés preferenciales, importación de maquinas libres de aranceles.

Las productoras de bordados al sumergirse y participar activamente en la ley, serian beneficiarias y promotoras de grandes cambios, como: crecimiento artístico, fortalecimiento productivo, satisfacción socioeconómica, que sin duda contribuye directamente al desarrollo de nuestro país.

3.1.4.1.1 DIFERENCIA ENTRE ARTESANÍAS Y ARTESANAL

Una diferencia muy importante que permite distinguir a estas dos actividades es que en las artesanías se implementa solo las manos para producir y terminar un bien, en cambio en la artesanal se efectúa lo manual con las maquinas efectuando así la elaboración de un producto.

Toda actividad productiva en cualquier ámbito, es importante ya que son parte de una economía, la cual es primordial para el desarrollo de los pueblos. En una economía como la de nuestro país, se desarrollan estas actividades, que han dado realce y fortalecimiento al turismo, que es considerado una actividad cultural y ancestral de los pueblos.

3.1.4.1.2 SITUACIONES QUE ORIGINAN A LA CREACIÓN DE LAS ARTESANÍAS Y LO ARTESANAL

a) La identificación de una oportunidad en el mercado (por lo regular, un nicho de mercado) en el que el emprendedor determina o supone que puede obtener ganancias al ofrecer productos y/o servicios que las grandes empresas no ofrecen.

b) La tenencia de un producto o servicio que apasiona al emprendedor, al punto de querer producirlo y comercializarlo por cuenta propia.

c) La realidad económica en la que las oportunidades laborales son escasas o los salarios muy bajos; por tanto, emprender estas actividades es vista por muchos emprendedores como una solución.

d) El impulso de las sugerencias de familiares o amistades para que el emprendedor establezca una nueva actividad por cuenta propia.

e) El hecho de poder trabajar en familia o de brindar trabajo a otros miembros de la familia.

f) La pérdida de un empleo.

g) La necesidad de tener un ingreso adicional para la familia que por lo general, induce a uno de los

cónyuges a emprender estas actividades. Un ejemplo muy claro es el de las bordadoras de la parroquia La Esperanza que iniciaron la actividad de las artesanías, para colaborar con los gastos del hogar.

3.1.5 LA MICROEMPRESA

De una manera general, entendemos que la microempresa es aquella que no ocupando una posición de dominio o monopolio en el mercado, está dirigida por sus propios dueños, que asumen el riesgo del negocio y no están vinculados con otras grandes empresas o grupos financieros.

HERRERO, Juan (2002), ADMINISTRACION GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA PEQUEÑA EMPRESA, dice que: El tamaño de una empresa poco tiene que ver con la rentabilidad y con la posibilidad de adaptación a los cambios continuos que experimente el mercado, pues de hecho en la mayoría de los países las pequeñas y medianas empresas conforman el motor de una economía, generando más de la mitad del producto nacional bruto, de los puestos de trabajo y de los ingresos del país. (Pág.2)

De acuerdo a la cita del autor en referencia a las microempresas, se puede acotar con un criterio en el que se está de acuerdo, ya que una empresa pequeña con una eficiente administración puede llegar a cumplir metas muy amplias, en el Ecuador la actividad micro empresarial es notoria, la misma que genera empleo, y con resultados positivos se logra tener una estabilidad económica.

En la mayoría de microempresas se encuentra a las familias integradas, para conseguir objetivos socioeconómicos, una de sus características

que se pudo identificar en la investigación, fue que lo que da sostenibilidad a los negocios es la reinversión de sus utilidades, las razones de este fenómeno es que no cuentan con apoyo técnico – financiero significativo de instituciones privadas y del gobierno, pues sus actividades se financian con sus propios recursos, ya que existe un gran desconocimiento con respecto a la existencia y funcionamiento de organismos de apoyo financiero y técnico. Esta actividad se concentra en el dueño de la microempresa, que es el que ejerce el control y la dirección de la misma.

La presente es una constante en la actividad productiva del país. La parte mayorista de la población económicamente activa, siempre ha estado desarrollando actividades artesanales, comercio minoristas y producción agrícola.

3.2 ASPECTOS FINANCIEROS

3.2.1 COSTO

CHILQUINGA, Manuel, (2007), COSTOS manifiesta que: El costo es el conjunto de valores incurridos en un periodo perfectamente identificado con el producto que se fabrica. El coste es recuperable. (Pág. 9).

3.2.2 GASTO

En la página web www.ingenieria.unam.mx, (2009), Comprende todos los costos expirados que pueden deducirse de los ingresos. En un sentido más limitado, la palabra gasto se refiere a gastos de operación, de ventas o administrativos, a intereses y a impuestos.

Al respecto de la cita el gasto comprende las salidas de dinero en un taller artesanal, en una pequeña industria y microempresas, el cual se cubre con los ingresos que se perciben en un determinado tiempo.

3.2.2.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Por lo general el precio de venta debe exceder los costos de producción, para que así las productoras de bordados obtengan utilidades.

3.2.2.1.1 COSTOS DIRECTOS

3.2.2.1.1.1 MATERIA PRIMA DIRECTA (M.P.D)

CHILQUINGA, Manuel, (2001),
COSTOS POR ORDENES DE
PRODUCCIÓN: Es el elemento
básico sometido a un proceso de
transformación de forma o de
fondo con el propósito de
obtener un producto terminado o
semielaborado. Se caracteriza
por ser fácilmente identificable y
cuantificable en el producto
fabricado. (Pág. 11)

Son los materiales directos que se convierten en un componente identificable en el producto acabado (en el caso de los productos elaborados por las mujeres artesanas en bordados a mano: la tela y el hilo lavable).

3.2.2.1.1.2 MANO DE OBRA DIRECTA (M.O.D)

HARGADON, Bernard, (1995),
CONTABILIDAD DE COSTOS:
La fuerza de trabajo que
participa directamente en la
transformación de los materiales
en productos acabados ya sea
intervenga manualmente o
accionado maquinas. (Pág.30).

Es la cantidad de salarios ganados por los trabajadores que intervienen realmente en la transformación del material, de su estado de materia prima al del producto acabado.

3.2.2.1.2 COSTOS INDIRECTOS

a) Materia prima indirecta (M.P.I).-
están los materiales que no forman parte del producto terminado, en los bordados no se hace uso de este costo por lo que en el proceso y terminación del bordado se utiliza la materia directa, por lo que las artesanías no necesitan mayor inversión en materias primas, ya que estas están definidas.

b) Mano de obra Fabricación (M.O.I)
es el trabajo que participa indirectamente en la fabricación del producto, no está en contacto con el proceso productivo. En la parroquia La Esperanza no se hace uso de la mano de obra indirecta por lo que se lo realiza en los hogares y no cuentan con tecnologías.

c) Costos de Fabricación (C.I.F)
estos engloban aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar a los productos, por ejemplo tenemos: Servicios Públicos (luz, agua, teléfono), incentivos. Otros costos indirectos (cloro, detergente, etc.)

Al respecto en la página web www.monografias.com, (2008), dice: Todos los costos relacionados con el proceso de producción que no hayan sido considerados en los elementos anteriores, como la mano de obra indirecta (aquella

que no trabaja sobre producto en sí, pero está ligada al proceso).

De acuerdo a la cita los costos indirectos en una actividad pequeña no inciden en su totalidad ya que el costo que se utiliza mayormente es de fabricación, que permite dar continuidad al proceso productivo.

En el aspecto financiero, se puede argumentar que la actividad de los bordados no genera utilidades fructíferas, por lo que las cantidades producidas son bajas, no existe un canal amplio para ofertar, y el manejo de estados financieros es precario. Por tanto la hipótesis se acepta, ya que el bajo nivel de ingresos de las productoras de bordados de la parroquia La Esperanza, es producto de la intervención de intermediarios, en donde consecutivamente el bienestar económico de las familias involucradas en esta actividad es precario.

3.2.2.2 CRÉDITO

Según la pagina web www.monografias.com, (2005): Los créditos pueden definirse como derechos contra terceros que nos permitan la posibilidad de obtener una suma de dinero, bienes ó servicios, salvo los que puedan incluirse en otro rubro del activo. Algunos ejemplos de créditos son los deudores por venta, documentos a cobrar, anticipo a proveedores, costos pagados por adelantado, accionistas. etc.

Al respecto de la cita los créditos permiten tener liquidez en la actividad artesanal, siempre y cuando el recurso se lo canalice de la mejor manera, para de esta manera lograr alcanzar excelentes resultados.

Con el crédito se logra comprar materia prima y otros materiales de producción, pagar deudas. En la parroquia La Esperanza en lo que

respecta a la actividad de los bordados, no se concurre a los créditos, por lo que sus ingresos son bajos, no les permite cubrir las cuotas y el interés, por eso no existe el mayor interés en ampliar su área productiva.

3.2.2.3 INVERSIÓN

ROSENBERGER, J, (1994), DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS: La inversión es un medio de crecimiento y desarrollo en las microempresas, empresas, talleres, por lo que permite que estas tengan recursos como materia prima, tecnología, a corto o largo plazo. Por lo tanto es Adquisición de medios de producción. (Pág. 231)

En la actividad de los bordados las inversiones están destinadas a la materia prima, mano de obra, gastos y sencillas herramienta como la aguja, aun no se puede hablar de tecnologías avanzadas por lo que el recurso dinero no cubre las necesidades en las artesanías.

3.2.2.4 INGRESOS

En la página web www.gerencie.com, (2008): El ingreso es el valor bruto que una empresa obtiene en un periodo de tiempo determinado, que puede ser un mes o un año. Puede ser el monto de todas las ventas de bienes y servicios realizadas en un año.

De acuerdo a la cita del artículo; los ingresos en la actividad de artesanías de bordados se obtienen de las ventas que se realizan en un determinado periodo, como en un ejemplo práctico las bordadoras venden sus artesanías a los intermediarios, a un precio bajo, por lo tanto

esto conlleva a tener bajos niveles de ingresos, dejando insatisfecha a la parte productiva.

Para obtener esos ingresos, es preciso incurrir en ciertas erogaciones, incurrir en gastos y costos, puesto que los ingresos deben surgir como consecuencia de un gasto o una inversión, ya que un ingreso no surge de la nada.

Las oportunidades de las personas para tener un nivel de vida digno están determinadas por una diversidad de factores. De ellos, destacan la posesión de activos, el acceso a los satisfactores esenciales relacionados con el gasto social como la educación, salud y la vivienda, así como las posibilidades de lograr una participación competitiva en el mercado laboral.

Hoy en día estamos atravesando crisis en las economías donde el mercado juega un papel cada vez mas importante en la asignación de los recursos de que disponen las personas, su ingreso real determina la mayor parte de sus capacidades para alimentarse, vestirse, vivir en una vivienda digna, alimentar y educar a sus hijos, acceder a una cultura, en fin, su capacidad de realizar su proyecto de vida.

Por tanto los ingresos son fundamentales tanto en un hogar como en un negocio, ya que de ellos depende el bienestar socioeconómico.

3.2.2.5 UTILIDAD NETA

En la página web www.ingenieria.unam.mx, (2009): Se entiende por utilidad neta, la utilidad resultante después de restar y sumar de la utilidad operacional, los gastos e ingresos no operacionales respectivamente, los impuestos y las reserva legal. El la utilidad que efectivamente se distribuye a los socios.

En toda actividad económica lo que se espera con ansiedad son las utilidades, las cuales generan satisfacción en los dueños de la empresa, taller, industria.

Los ingresos de una empresa se deben depurar para poder determinar la utilidad neta con que puede contar los socios o dueños de la empresa.

El proceso de depuración inicia con la disminución del Costo de Ventas, para luego determinar la utilidad bruta. A la utilidad bruta se le restan los gastos operacionales lo cual resulta en la utilidad operacional. A esta última se le suman los ingresos no operacionales y se le restan los gastos no operacionales para llegar a la utilidad antes de impuesto y reservas.

Una vez determinada la utilidad antes de impuestos y reservas, se procede a calcular el Impuesto de renta y la Reserva Legal. Los dos conceptos se calculan sobre la utilidad antes del impuesto y reservas.

3.3 MERCADO Y MARKETING

3.3.1 DEFINICIÓN DE MERCADO

El mercado es un espacio donde intervienen compradores y vendedores, los cuales están continuamente realizando transacciones económicas, motivados por los precios de los bienes y servicios que se ofertan.

En la parroquia la Esperanza existe un mercado de bordados, el mismo que cuenta con un espacio físico, que les permite ofertar sus productos artesanales.

Aut. Cit, (2002), ADMINISTRACION, GESTION Y COMERCIALIZACION EN LA PEQUEÑA EMPRESA: El mercado tiene como función principal la de proporcionar a la sociedad todos los productos y servicios que precise satisfacer sus necesidades, cubriéndolas de la mejor forma posible para cuyo cometido y atender sus preferencias e utilidades. A tal fin, el mercado hace posible el intercambio y transacción de un producto o servicio por dinero. (PAG 151).

Al respecto de la cita se puede determinar que la gestión comercial es la que lleva a cabo la relación de intercambio de la empresa con el mercado. Al hacer un análisis con la producción, la función o gestión comercial constituirá la última etapa de dicho proceso, pues a través de la misma se suministran al mercado los productos de la microempresa y a cambio aporta recursos económicos a la misma.

3.3.1.1 OFERTA DE BORDADOS

En la oferta están los productores y vendedores de bienes y servicios, quienes están dispuestos a ofrecer a un precio dado por los cálculos de costos de producción, que determinan a qué precio se va a vender.

Por ejemplo en la producción de los bordados cuando las materias primas aumentan de precio, por ende las prendas bordadas tendrán la tendencia a aumentar de precio, pero el problema que aqueja a esta situación es la cantidad producida y demandada, ya que en su mayoría los individuos buscan precios bajos por la situación económica mundial.

Esto genera malestares económicos en las artesanías, ya que sus niveles de ingresos son bajos, por ende las utilidades son limitadas.

Según la CORPEI, en el país existen alrededor de 1233 personas dedicadas a la actividad de confección de ropa con bordados a mano localizados en las provincias señaladas en el cuadro anterior.

En el cantón Ibarra sector de La Esperanza existen aproximadamente 50 familias dedicadas a esta actividad económica en forma directa e indirecta. Las personas artesanas no están consideradas con la calificación artesanal por parte de Junta Nacional de Defensa del Artesano lo que significa que no son reconocidas por este organismo que atribuye las ramas de la actividad artesanal.

Si bien el sector de La Esperanza esta considera como uno de los mejores referentes en la confección de estas prendas textiles, sin embargo no han despuntado en forma económica estos artesanos debido principalmente a las barreras de comercialización que tiene el sistema. En su mayoría los productos se venden a los intermediarios de las ciudades de Otavalo y Quito.

3.3.1.2 DEMANDA DE BORDADOS

Para la página web es.wikipedia.org, (2010), se dice: La demanda en economía se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.

Según la Ley de la demanda, cuando los precios tienden a aumentar, la cantidad consumida se reduce, (excite excepciones a esta ley, dependiendo del bien del que se esté hablando), esto genera insatisfacción en los compradores, los mismos que en muchos de los

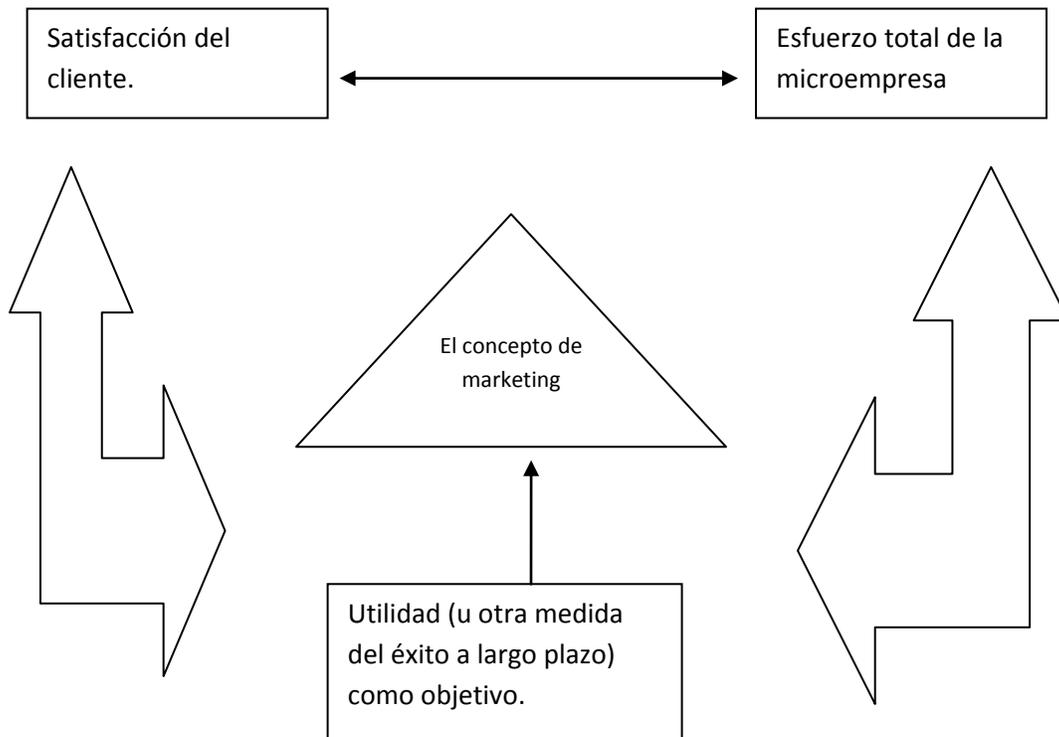
casos optan por buscar productos sustitutos. Pero cuando el precio es bajo existe una gran acogida de los productos, siempre y cuando logre cumplir sus expectativas como consumidores.

En la demanda de bordados intervienen los intermediarios quienes están catalogados como los compradores mayoritarios y el consumidor final tiene una participación ocasional, debido a su desconocimiento del lugar donde se vende las artesanías. Por tanto es importante implementar un canal de distribución sostenible y rentable, el cual genere satisfacción tanto a las productoras como a los compradores.

3.3.2 MARKETING

En la actualidad el marketing es una herramienta que todo empresario debe conocer. Sin duda, todas las compañías de una u otra forma utilizan técnicas de marketing, incluso, sin saberlo. Marketing no es otra cosa que la realización de intercambios entre un mínimo de dos partes de forma que se produzca un beneficio mutuo.

CONCEPTO DE MARKETING



Fuente: MARKETING

Autor: McCarthy Jerome & Perreault Willian, (2001), (Pág 4).

Figura Nro: 2

El marketing no es en realidad una idea nueva, lleva largo tiempo en el medio, pero algunos empresarios, actúan como si hubieran quedado estancados al inicio de la era de la producción, cuando casi todos los productos escaseaban. Muestran poco interés por el público. Todavía están orientados a la producción como: fabricar cualquiera producto fácil de elaborar y después tratar de venderlo. Piensan que los clientes viven para comprar la producción de la empresa y no que la existencia de esta se justifica porque atiende a los clientes y, en general, a las necesidades de la sociedad.

3.3.2.1 PRODUCTO

CASTRO, Aníbal (2000), POLITICAS DE MARKETING dice: El producto es el elemento más importante de la estrategia de marketing de una empresa, siendo el resto de las variables aspectos diferentes que permiten alcanzar un determinado posicionamiento del propio producto en el mercado. Los productos tienen una serie de características físicas que les pueden diferenciar de otros, pero esta diferenciación, aun siendo real, puede no ser percibida por el consumidor, por lo que en este caso los productos se le presentan iguales. Serán los aspectos psicosociológicos los que pueden hacer que la percepción del producto por parte del consumidor sea diferente. (Pág. 24).

Por tanto un producto es un artículo o mercadería que se ofrece para el consumo por ejemplo: zapatos, comida, hortalizas, bordados, etc. Un producto cumple con un conjunto de características y atributos tangibles como:(forma, tamaño, color, sabor...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el consumidor considera que tiene un determinante bien o servicio para satisfacer sus deseos o necesidades.

Un producto artesanal, necesitas de características y atributos, para poderse incorporar en el mercado, en donde se pueda ofertar los bordados a consumidores que paguen precios rentables, los mismos que permitan obtener no solo ingresos sino utilidades.

3.3.2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Aut. Cit, (2002), ADMINISTRACION, GESTION Y COMERCIALIZACION EN LA PEQUEÑA EMPRESA hace referencia sobre: Segmentación del mercado

consiste en la división del mercado en grupos homogéneos de compradores (clientes) para establecer para cada uno de ellos una oferta comercial diferente. (PAG 153).

Según un análisis respecto al argumento del autor, en el mercado de bordados la segmentación no es implementada, ya que en su mayoría los productos se venden a intermediarios, y muy pocos al consumidor final por tanto no existen los grupos homogéneos de compradores.

En la segmentación del mercado se puede realizar basándose en diferentes criterios, como son:

- a) Demográficos: edad, sexo, etc.
- b) Geográficos: barrio, municipio, provincia, región, etc.
- c) Personales: capacidad económica, profesión, nivel cultural, etc.
- d) Psicológicos y de conducta: como la regulación en compra, motivación para la compra, actitud frente al producto, fidelidad ante el producto o marca, etc.

Los cuales ayudan a tener acogida en el mercado.

3.3.2.3 PRECIO

Es otro elemento muy importante en la mezcla de mercadotecnia, es una de las estrategias que la empresa usa para lograr sus objetivos.

Como un concepto se puede definir que el precio es una cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio determinado. De manera más general es la suma de los valores que el consumidor intercambia por los beneficios de tener o usar un producto o servicio. El precio es el único elemento de la mezcla de mercadotecnia que produce ingresos; todos los otros elementos representan costos.

Para fijar el precio se deben contestar las siguientes preguntas:

MONTAÑOS, Francisco, (2005), INVESTIGACION Y ANALISIS PARA EL ÉXITO, determina e indica las siguientes preguntas:

- a) ¿En cuánto debo vender mi producto? La respuesta parece obvia: debo vender en más de lo que me costó para obtener utilidad, pero
 - b) ¿Se venderá a ese precio en el mercado?
 - c) ¿El precio de mis competidores es más alto o más bajo?
 - d) ¿Cuánto más o cuanto menos es conveniente mi precio para competir en el mercado?
 - e) En su caso, ¿Cómo reaccionarán mis competidores?
 - f) ¿Cómo influye el precio en mis costos y cómo influyen éstos en el precio?
 - g) ¿Cómo influye el precio en mi mezcla de mercadotecnia?
 - h) ¿Cómo influye la cultura de la empresa en el precio?
- (Pág. 90)

Las decisiones de fijación de precios afectan y son afectadas por decisiones sobre diseño del producto, distribución y promoción; por lo tanto, se debe tener coordinación con todos los elementos de la mezcla de mercadotecnia. A pesar de que otros factores han adquirido importancia en la mercadotecnia moderna, el PRECIO sigue siendo un elemento importante en la mezcla de mercadotecnia. Son muchos los

factores internos (políticas, normativas) y externos (provocado por la naturaleza), que influyen en las decisiones de fijación de precios de las empresas.

3.3.2.4 COMUNICACIÓN

Es la transmisión de información que realiza el vendedor al comprador y cuyo contenido se refiere fundamentalmente al producto o servicio y a la empresa que lo produce, elabora o vende, en donde su fin último es estimular al comprador o consumidor a que adquiera el producto. En la comunicación no solo se trata de dar a conocer la existencia del producto, sino también hacer llegar los beneficios que este reporta, sus ventajas y las necesidades que satisfacen.

3.3.2.4.1 INSTRUMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

3.3.2.4.1.1 PUBLICIDAD

Según la pagina web www.pronegocios.net, (2010): Una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción que es utilizada por empresas y organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales para dar a conocer un determinado mensaje

relacionado con sus productos, servicios, ideas u otras, a su grupoobjetivo.

Por ello, resulta muy conveniente tener conocimiento de la publicidad, ya que de ella depende sus ventas, las mismas que se transmiten a través de información impersonal, pagada, y efectuada por medios de comunicación de masas (radio, televisión, prensa, etc.), mediante anuncios, cuñas o inserciones pagadas por el vendedor (anunciante) que controla el contenido y forma de emitir el mensaje, con el objetivo de dar a conocer el producto y motivar su aceptación y compra.

En la producción de bordados existe una escasa capacidad de publicidad, ya que por ser un mercado pequeño, se da a entender que no se puede invertir en esta estrategia de ventas, pero es todo lo inverso, ya que de esta manera se da a conocer las artesanías elaboradas en la comunidad La Esperanza, con ello genera impactos positivos en el consumidor, una de las ventajas es que se puede de esta manera llegar al consumidor final directamente y así poder mejorar los niveles de ingresos

3.3.2.4.2 VENTA PERSONAL

Aut. Cit (1994), DICCIONARIO DE ADMINISTRACION Y FINANZAS, indica que: Método de promoción en el que se utilizan técnicas de comunicación interpersonal; por ejemplo el uso de las palabras. (Pág. 438).

De acuerdo a la cita las ventas personales vendrían a ser la venta que realiza el productor mediante trato directo con el comprador, informándole sobre; su descripción del producto, sus ventajas, sus prestaciones, utilidades, etc.) Para de esta manera formar una opinión favorable del producto y así realice su compra o adquisición, en donde el intermediario no estaría interviniendo, con ello se lograría mayor acogida del producto y los precios se mejorarían para las bordadoras, y los niveles de ingresos aumentarían y se llegaría a cumplir objetivos lucrativos.

3.3.3 DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

CANEP, Pablo, (2005), Artículo NEGOCIOS CANALES DE DISTRIBUCION en donde se indica: La distribución comercial implica todas las actividades destinadas a acercar el producto desde la empresa que lo produce hasta el consumidor final, abarcando desde el departamento comercial de una organización hasta el comprador. (Pág. 1).

En marketing la distribución comercial se la entiende como el instrumento, que ofrece utilidades de tiempo, lugar y posesión, de tiempo, porque acerca, y pone el producto a disposición del comprador en el momento que este lo precisa; también de lugar; porque una buena red de distribución procura que existan suficientes puntos de ventas próximos al sitio donde el comprador o consumidor lo necesita, y, por último, la de posesión que con la entrega queda cubierta y satisfecha. Todo esto debe hacerse a un coste razonable, de manera que el precio final del producto no varíe considerablemente, o al menos teniendo en cuenta siempre que el comprador o consumidor esté dispuesto a pagar.

En la mayoría de las empresas y microempresas se trabaja con la distribución comercial en donde los principales participantes en la compra de bienes y servicios son los intermediarios, quienes introducen los productos al mercado, donde estos se encuentran disponibles para el consumidor final.

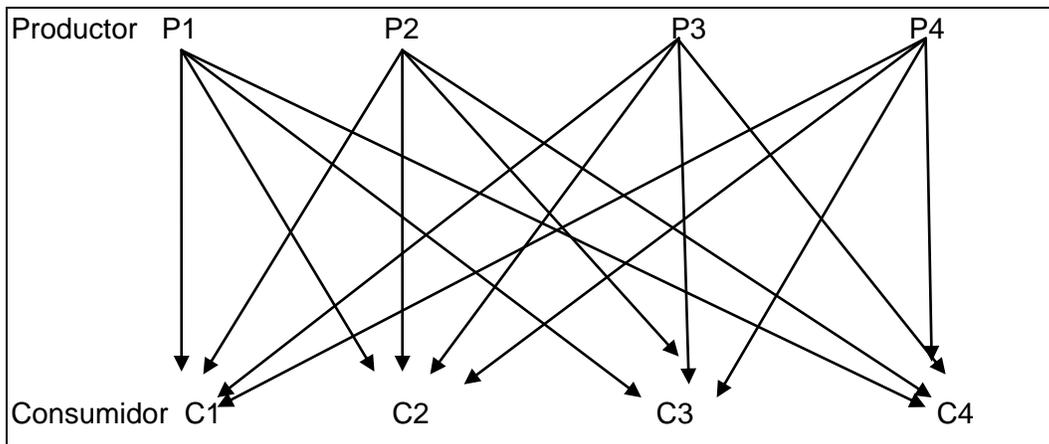
Los distribuidores o intermediarios a través de su experiencia, contactos y especialización le ofrecen a la empresa más de lo que ésta podría conseguir por sí sola en un mercado determinado. Esto porque en la mayoría de los casos estos intermediarios compran grandes cantidades de productos diferentes, que posteriormente son desglosados en cantidades menores para ser ofrecidos a un surtido más amplio de consumidores.

3.3.3.1 CANALES DE DITRIBUCIÓN

MUÑEZ, Rafael, (2006), MARKETING EN EL SIGLO XXI dice: Canal de distribución, lo podríamos definir como «áreas económicas» totalmente activas, a través de las cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor final. Aquí el elemento clave radica en la transferencia del derecho o propiedad sobre los productos y nunca sobre su traslado físico. Por tanto, no existe canal mientras la titularidad del bien no haya cambiado de manos, hecho muy importante y que puede pasar desapercibido. (Pág. 27),

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: productor, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal. La estructuración de los diferentes canales será la siguiente.

DISTRIBUCION DE UN PRODUCTO DIRECTA Y SIN INTERMEDIARIO



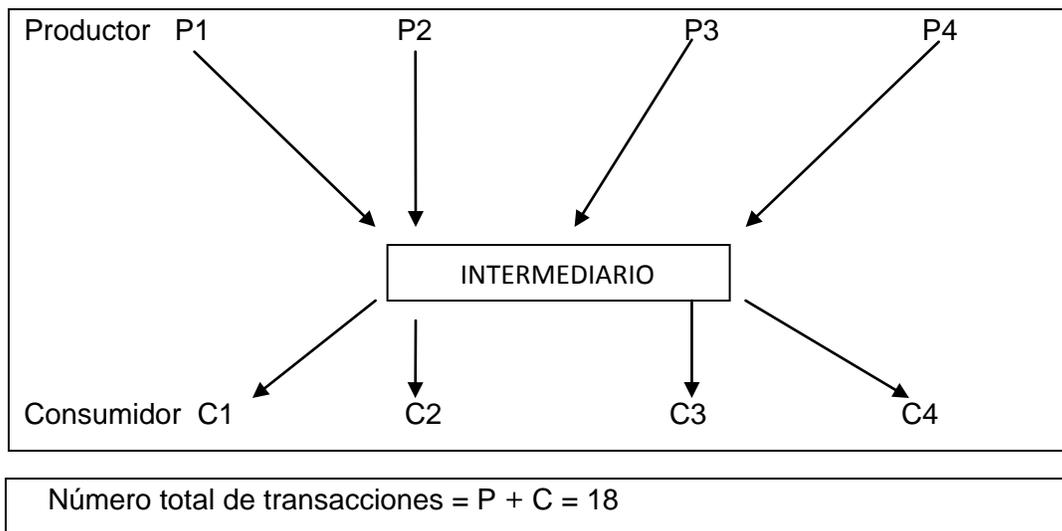
Número total de transacciones = $P \times C = 16$

Fuente: Aut. Cit, ADMINISTRACION, GESTION Y COMERCIALIZACION EN LA PEQUEÑA EMPRESA, (2002), (Pág.159).

Figura Nro: 3

Al respecto de la figura se puede analizar que los cuatro productores, llegan a los cuatro consumidores finales directamente, lo cual mejora el nivel de ingresos en sentido de que lo que se obtenga por cierto precio van hacer directamente del productor, permitiendo así cubrir sus costos y obtener una ganancia, esto sobretodo se puede aplicar a las microempresas, quienes producen menores cantidades. Por tanto en las microempresas de bordados del sector La Esperanza es conveniente este sistema de comercialización, hasta que alcance a maximizar su inversión.

DISTRIBUCION A TRAVÉS DE INTERMEDIARIO



Fuente: Aut. Cit, ADMINISTRACION, GESTION Y COMERCIALIZACION EN LA PEQUEÑA EMPRESA, (2002), (Pág.159).

Figura Nro: 4

En referencia a la figura Nro. 4 se puede determinar que los caminos para distribuir a través de intermediarios son muy cortos, ya que ellos se encargan de recoger y distribuirá a los diferentes consumidores. Pero el intermediarios compra al productos al por mayor los artículos a un precio bajos, sin realizar el proceso productivo, y luego estos artículos son vendidos a los consumidores finales a precios más altos, obteniendo utilidades, y para los productoras de bordados en su mayoría el precio que los intermediarios les pagan, tan solo les permite cubrir la inversión y uno que otro gasto para la microempresa y su hogar, no satisfaciendo totalmente en nivel económico de las familias.

3.3.4 SECTOR INFORMAL

BECCARIA, CARPIO & ORSATTI, (2009), ARTICULO INFORMALIDAD Y EXCLUSION SOCIAL define y argumenta: (El sector informal) no es un nuevo segmento del mercado, ni un residuo de los modos de producción precapitalistas. El sector informal es internamente heterogéneo, formado por segmentos reorganizados de combinaciones de producción preexistente, unificada por su relación funcional con la economía capitalista. (...) El hecho de que la unidad informal dependa económicamente de la empresa moderna, no modifica (el hecho de) que su titular sea un pequeño microempresario que asume riesgos y cuenta con un capital. (Pág. 1)

Hoy en día el sector informal se lo puede identificar en general con las unidades económicas que tienen escasa acumulación y baja productividad. En realidad, el hecho de que la lógica de su funcionamiento sea la de subsistencia y no la de acumulación, es central a esta visión.

Podemos decir que las artesanías, forman parte del sector informal, por lo que no cuentan con permisos, no efectúan declaraciones al SRI, no tiene una personería jurídica para funcionar como un taller artesanal.

Adversariamente, mal medidas muchas veces, pero incorporadas en forma creciente al sector informal con tamaños variables, he aquí que se genera la explotación de las grandes masas que compran los productos para luego venderlos a los consumidores finales, obteniendo la mejor parte los intermediarios y dejado insatisfecho a los productores artesanos.

3.3.5 COMPETITIVIDAD

En la página web www.monografias.com, (2008), dice: Entendemos por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

El término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general. A ello se debe la ampliación del marco de referencia de nuestros agentes económicos que han pasado de una actitud auto protectora a un planteamiento más abierto, expansivo y proactivo.

La competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario.

La ventaja comparativa de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos.

El uso de estos conceptos supone una continua orientación hacia el entorno y una actitud estratégica por parte de las empresas grandes como en las pequeñas, en las de reciente creación o en las maduras y en general en cualquier clase de organización. Por otra parte, el concepto de competitividad nos hace pensar en la idea excelencia, o sea, con características de eficiencia y eficacia de la organización.

La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los dueños,

empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general.

Una organización, cualquiera que sea la actividad que realice, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, se debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de "planificación estratégica". La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global.

La competitividad en las zona La Esperanza es limitada, por los que no existe avances en los procesos productivos y comercialización, desde hace 50 años que existe la actividad del bordado, pero nadie ha hecho meritos por mejorar esta actividad, se han quedado sumisos a lo que existe en el medio, mas no se ha buscado estrategias para estar en el medio competitivo, el cual exige eficiencia, eficacia y avances científicos.

Podríamos decir que las estrategias de organización y los deseos de ser mejores entes competitivos, permitirían ingresar al mundo de la competencia y como algunos puntos que se podría citar para fortalecer esta actividad esta:

3.3.5.1 CÓMO ESTIMULAR LA COMPETITIVIDAD EN LOS BORDADOS

Para que un país, negocio, empresa, etc., sea más competitiva, son resultados de una política fomentada por el estado que produzcan las condiciones para promover la estabilidad

necesaria para crecer y se requiere de la construcción de un Estado civil fuerte, capaz de generar cooperación y responsabilidad.

Algunas condiciones requeridas para que un país sea competitivo y por ende la zona La Esperanza, es que las autoridades de gobierno nacional y local deben fomentar políticas con condiciones necesarias para garantizar la actividad comercial que permita el normal desenvolvimiento de la actividad comercial de las artesanías de bordados. Las acciones de refuerzo competitivo deben ser llevadas a cabo para la mejora de ciertos puntos como:

- a) La estructura de la zona turística.
- b) La competencia entre talleres de bordados.
- c) Las condiciones y los factores de la demanda.
- d) Establecer reglas tributarias adecuadas.
- e) Una política macroeconómica que sea capaz de fomentar la inversión de capitales, dentro de un marco económico donde no exista la regulación y control de precios (Precios acordes a la oferta y la demanda).
- f) Planes de reestructuración de la educación de tal forma que el sector educativo este acorde con las necesidades reales del sector productivo. Favoreciendo muy especialmente al sector de la Educación Pública de bajos recursos. Las nuevas empresas requerirán de personal calificado que esté a la altura de las nuevas tecnologías.

g) El establecimiento de una sólida y comprometida asociación Gobierno-Sector Privado, para fomentar el crecimiento de la tecnología, productividad, etc. , a fin de ofrecer competitividad a nivel internacional dentro de un marco de ventajas igualitario para todos.

En lo que respecta a la investigación los canales de distribución que se desarrolla en el mercado de bordados de la parroquia La Esperanza es de productor a intermediario y este a consumidor final. Por tanto la mayor parte de ingresos beneficia a los intermediarios y la rentabilidad de las productoras es limitada.

En la investigación los datos obtenidos y analizados permitieron comprobar que la hipótesis se acepta, ya que el bajo nivel de ingresos de las productoras de bordados de la Parroquia La Esperanza, es producto de la intervención de intermediarios, en donde consecutivamente el bienestar económico de las familias involucradas en esta actividad es precario, fue comprobada a través de las encuestas, entrevistas, y la investigación de científica.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS DE COSTOS Y GASTOS UNITARIOS DE LOS ARTÍCULOS BORDADOS

PRECIOS DE MATERIAS PRIMAS

DETALLE	PRECIO USA
Metro de tela panameña	5,00
Hilo	0,45
Madeja de hilo	1,30

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro: 11

En el presente cuadro están las principales materias primas con sus respectivos precios, que se utiliza en el bordado a mano en la parroquia La Esperanza, las cuales permiten realizar el cálculo del costo de producción y la utilidad de los artículos elaborados.

4.1 CALCULO DEL COSTO DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE UN MANTEL DE SEIS PUESTOS.

<u>MATERIA PRIMA DIRECTA</u>	USA
2m de tela	10,00
3 Uvillos de hilo	1,35
Media madeja de hilo	0,65
TOTAL MPD	12,00
<u>MANO DE OBRA DIRECTA</u>	
Bordado	5,00
Amarrado	5,00
Dibujado	0,20
Cortado	0,05
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	10,25
TOTAL COSTO PRIMO	22,25
<u>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</u>	USA
Servicios Básicos	0,85
<u>MATERIA PRIMA INDIRECTA</u>	
Fundas	0,01
<u>MANO DE OBRA INDIRECTA</u>	
Planchada y Lavada	0,50
TOTAL CIF	1,36
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	23,61
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>	
Gasto de Distribución	1,50
Gastos de Administración	0,00
Gastos de financiamiento	0,00
TOTAL GASTO DE OPERACIÓN	1,50
Imprevistos 5%	1,26
COSTO TOTAL	26,37
Utilidad neta 10%	2,64
PRECIO DE VENTA UNITARIO	29.01

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora.

Cuadro Nro: 12

Del análisis de costos y gastos unitarios establecidos en el cuadro Nro. 12, se determina, que un mantel de seis puestos tiene un costo de USA 26.37, valor al cual se añade una utilidad del 10%, generando un precio de venta de USA 29.01. Sin embargo las productoras de bordados lo están vendiendo a un precio de USA 28.00 al intermediario, creando una utilidad equivalente a USA 1.63, considerado bajo con respecto al tiempo e inversión requerida, para su confección. Por lo expuesto se recomienda a las productoras de bordados fijar un precio de USA 29.01, para así logren tener una utilidad razonable equivalente al 10% de costos y gastos. Los intermediarios venden al consumidor final en un valor de USA 30.00, de donde si obtienen una ganancia de USA 1.00, siendo la inversión de USA 1.00, en este tipo de artículo no es muy fructífera la ganancia, pero aun así los intermediarios son los más beneficiados.

4.2 CALCULO DEL COSTO DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE UN CAMINO DE MESA

<u>MATERIA PRIMA DIRECTA</u>	USA
1/2m de tela	2,50
1 Uvillo de hilo	0,45
75 Hebras de madeja de hilo	0,57
TOTAL MPD	3,52
<u>MANO DE OBRA DIRECTA</u>	
Bordado	2,50
Amarrado	1,00
Dibujado	0,10
Cortado	0,03
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	3,63
TOTAL COSTO PRIMO	7,15
<u>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</u>	
Servicios Básicos	0,25
<u>MATERIA PRIMA INDIRECTA</u>	
Fundas	0,01
<u>MAANO DE OBRA INDIRECTA</u>	
Planchada y Lavada	0,10
TOTAL CIF	0,36
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	7,51
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>	
Gasto de Distribución	1,50
Gastos de Administración	0,00
Gastos de financiamiento	0,00
TOTAL GASTO DE OPERACIÓN	1,50
Imprevistos 5%	0,45
COSTO TOTAL	9,46
Utilidad neta 10%	0,95
PRECIO DE VENTA UNITARIO	10,41

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora.

Cuadro Nro: 13

Al respecto del cálculo de un camino de mesa, se logro determinar que el costo total de este artículo es de USA 9.46, sin embargo el precio que las productoras de bordados venden al intermediario es de USA 7.00, valor que está generando perdidas ya que esta bajo los costo total, existiendo una diferencia de menos USA 2.46 considerada como una perdida, siendo este el valor que falta para cubrir los costos totales. Por tanto para que exista una utilidad neta para las productoras de bordados es recomendable establecer más el 10% del costo total, lo que en este producto vendría a dar un precio de USA 10.41, ganando USA 0.95 por prenda. En cuanto al intermediario vende un camino de mesa al consumidor final en USA 12.00, para el si existe una utilidad razonable de USA 4.00 libre del USA 1.00 que invierte en la prenda. Es muy notable esta gran diferencia de precios de venta, que genera desigualdad, siendo las más perjudicadas las productoras de bordados.

4.3 CALCULO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE UNA PANERA

<u>MATERIA PRIMA DIRECTA</u>	USA
45 cm de tela	1,25
28 Hebras de madeja de hilo	0,09
Madeja de tejer	0,10
<i>TOTAL MPD</i>	1,44
<u>MANO DE OBRA DIRECTA</u>	
Bordado	0,70
Tejido	0,25
Dibujado	0,10
Cortado	0,03
Cocida	0,10
<i>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</i>	1,18
<i>TOTAL COSTO PRIMO</i>	2,62
<u>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</u>	
Servicios Básicos	0,15
<u>MATERIA PRIMA INDIRECTA</u>	
Fundas	0,01
<u>MANO DE OBRA INDIRECTA</u>	
Planchada y Lavada	0,10
<i>TOTAL CIF</i>	0,26
<i>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</i>	2,88
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>	
Gasto de Distribución	1,50
Gastos de Administración	0,00
Gastos de financiamiento	0,00
<i>TOTAL GASTO DE OPERACIÓN</i>	1,50
Imprevistos 5%	0,22
<i>COSTO TOTAL</i>	4,60
Utilidad neta 10%	0,46
PRECIO DE VENTA UNITARIO	5,06

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora.

Cuadro Nro: 14

Analizando unitariamente las paneras bordadas a mano, el cálculo de los costos más gastos, nos da como resultado un costo total, el cual está representado por un valor de USA 4.60. Las productoras de bordados venden esta prenda al intermediario en USA 2.50, dando lugar a una pérdida por prenda de USA -2.10, mientras que el intermediario con un precio de venta en USA 4.00 y con USA 0.85 de inversión en prenda, obtiene una utilidad de USA 0.15. Por tanto es importante que las productoras de bordados establezcan costos de producción y a ello es recomendable agregar un 10% de utilidad, para que obtengan una ganancia de USA 0.46 por prenda. Es indispensable colocar nuevos precios de venta por parte de las bordadoras, para que sus utilidades permitan cubrir muchas necesidades de su actividad y por ende de sus familias.

4.4 CALCULO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE UN INDIVIDUAL

<u>MATERIA PRIMA DIRECTA</u>	USA
8cm de tela	0,63
30 Hebras de madeja de hilo	0,11
Madeja de tejer	0,1
TOTAL MPD	0,84
<u>MANO DE OBRA DIRECTA</u>	
Bordado	0,70
Tejido	0,30
Dibujado	0,10
Cocida	0,10
Cortado	0,03
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	1,23
TOTAL COSTO PRIMO	2,07
<u>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</u>	
Servicios Básicos	0,25
<u>MATERIA PRIMA INDIRECTA</u>	
Fundas	0,01
<u>MANO DE OBRA INDIRECTA</u>	
Planchada y Lavada	0,10
TOTAL CIF	0,36
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	2,43
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>	
Gasto de Distribución	1,50
Gastos de Administración	0,00
Gastos de financiamiento	0,00
TOTAL GASTO DE OPERACIÓN	1,50
Imprevistos 5%	0,20
COSTO TOTAL	4,13
Utilidad neta 10%	0,41
PRECIO DE VENTA UNITARIO	4,54

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora.

Cuadro Nro: 15

En lo que respecta a los individuales las productoras de bordados venden al intermediario este artículo en USA 3.50, mientras que los costos totales de un individual es de USA 4.13, se puede analizar que existe una pérdida de USA -0.63, por unidad. En cuanto el intermediario vende al consumidor final en USA 5.00 con una inversión de USA 0.85 en prenda tiene una ganancia de USA 0.65 por unidad. Para las productoras es indispensable manejar costos de producción, para que no obtengan pérdidas, en el caso del cálculo de costo total se le suma el 10% de utilidad para que del precio que es de USA 4.54, se cubran costos - gastos, y la diferencia que es de USA 0,41 represente una utilidad por prenda, la cual satisfaga las básicas necesidades de sus hogares.

4.5 CALCULO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE UNA BLUSA

<u>MATERIA PRIMA DIRECTA</u>	USA
1m de tela	1,75
28 Hebras de madeja de hilo	0,11
2 Botones	0,1
1 Cordón	0,1
TOTAL MPD	2,06
<u>MANO DE OBRA DIRECTA</u>	
Bordado	0,70
Dibujado	0,05
Confección	0,35
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	1,10
TOTAL COSTO PRIMO	3,16
<u>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</u>	
Servicios Básicos	0,25
<u>MATERIA PRIMA INDIRECTA</u>	
Fundas	0,01
<u>MANO DE OBRA INDIRECTA</u>	
Planchada y Lavada	0,10
TOTAL CIF	0,36
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	3,52
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>	
Gasto de Distribución	1,50
Gastos de Administración	0,00
Gastos de financiamiento	0,00
TOTAL GASTO DE OPERACIÓN	1,50
Imprevistos 5%	0,25
COSTO TOTAL	5,27
Utilidad neta 10%	0,53
PRECIO DE VENTA UNITARIO	5,80

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora.

Cuadro Nro: 16

Al respecto del análisis individual de costos y gastos de blusas bordadas por las mujeres de la parroquia La Esperanza, nos permite obtener un valor de USA 5.27, mientras que las productoras venden a los intermediarios a un precio de USA 3.50, valor que está bajo del costo total, lo cual indica una pérdida de USA -1.77. Sin embargo las bordadoras les venden a los intermediarios por que más que una alternativa de venta es una costumbre que se ha generado, la cual está creando insatisfacción. Pero una alternativa es manejar precios en base a costos y a ello sumarle un 10% de utilidad, para que los USA 0.53 cubran necesidades de su actividad.

Los intermediarios en la mayoría de los bordados que venden al consumidor final son favorecidos, por lo que su inversión es mínima, en este caso invierten USA 1 en prenda, vendiendo al consumidor final en un precio de USA 5.77, obteniendo una utilidad muy razonable de USA 1.27, que para ellos les permite satisfacer sus necesidades económicas.

4.6 ANÁLISIS DE LAS DIFERENCIAS DE PRECIOS DE PRODUCTORAS E INTERMEDIARIOS

Luego de obtener los costos de producción y el precio unitario de los artículos bordados, se puede determinar que las productoras de bordados obtienen ingresos bajos, y al mismo tiempo perdidas, esto se genera por lo que no establecen precios basado en los costos de producción. Es por eso que los precios de venta son bajos y para el intermediario es muy conveniente, ya que el vende a precios establecidos netamente por él, obteniendo buenas utilidades, sin un proceso productivo.

En gran manera la intervención de los intermediarios y los desconocimientos de cómo obtener un precio de venta genera inestabilidad directamente en las mujeres que producen bordados en la parroquia La Esperanza, por lo que sus ingresos son bajos, creando necesidades económicas en sus hogares.

4.7 INVERSIÓN MENSUAL EN LOS BORDADOS

PRODUCTOS BORDADOS	Productoras de Bordados USA	Intermediarios Bordados USA
Manteles	158.22	6.00
Camino de Mesa	113.52	12.00
Panera	110.40	20.40
Individual	99.12	20.40
Blusa	126.48	24.00
TOTAL INVERSIÓN	607.74	82.80

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza e Intermediarios Provincia Imbabura.

Elaborado por: La Autora.

Cuadro Nro: 17

Al respecto del cuadro Nro. 16 se puede analizar que la mayor inversión que se realiza en los bordados está dada por las productoras de bordados que es de USA 607.74, mientras que los intermediarios realizan una minimizada inversión como es de USA 82.80, lo que respecta; fundas para empaquetar los artículos bordados y la movilización.

4.8 INGRESOS MENSUALES DE LAS PRODUCTORAS DE BORDADOS

INGRESOS DE LAS PRODUCTORAS DE BORDADOS		
PRODUCTOS BORDADOS	VENTA CONSUMIDOR FINAL USA	VENTA INTERMEDIARIOS USA
Manteles	180.00	168.00
Camino de Mesa	120.00	84.00
Panera	72.00	60.00
Individual	96.00	84.00
Blusa	96.00	84.00
TOTAL INGRESOS	564.00	480.00

Fuente: Productoras de Bordados de la parroquia La Esperanza.

Elaborado por: La Autora.

Cuadro Nro: 18

Los datos del cuadro Nro. 18 fueron tomados de el diagnostico realizado en la parroquia La Esperanza, que se encuentran en el cuadro Nro. 1. Los ingresos que obtienen las productoras de bordados por las ventas de sus artículos, no justifican el trabajo artístico empleado en dicha actividad, ni tan poco la inversión que se radicaliza. Es por eso que la hipótesis que se planteo en la investigación es aceptada, determinando que los intermediarios si inciden en el bajo nivel de ingresos de las productoras de bordados en la parroquia La Esperanza.

4.9 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para realizar la respectiva comprobación de la hipótesis se partió de la investigación de campo, en la cual se realizó un diagnóstico a las productoras de bordados de la parroquia La Esperanza y a los intermediarios de la ciudad de Otavalo e Ibarra. De acuerdo al diagnóstico y al análisis de los costos de producción e inversión realizados, permiten definir que la hipótesis: “El bajo nivel de ingresos de las productoras de bordados de la parroquia La Esperanza, es producto de la intervención de intermediarios, en donde consecutivamente el bienestar económico de las familias involucradas en esta actividad es precario”; se acepta, ya que los intermediarios incide directamente en el bajo nivel de ingresos, el cual está representado por el cuadro Nro. 18, donde notoriamente se analiza que los ingresos que perciben las bordadoras por la venta al consumidor final generan ingresos razonables, mientras que la venta a intermediarios genera inestabilidad económica en la actividad de bordados, por lo que los ingresos que se percibe son bajos, conducidos a crear insatisfacción socioeconómica en sus familias.

Lo que ha conllevado a este problema es la falta de inclusión a procesos de crecimiento personal, productivo y de comercialización. Todos estos acontecimientos se los puede ir eliminando con las recomendaciones que se exponen al final de la investigación.

CONCLUSIONES:

1. En la investigación realizada se logro identificar que los intermediarios inciden de una manera negativa en la producción de bordados, ya que los valores que pagan por las prendas de vestir y artículos son bajos, los mismos que generan inestabilidad en el hogar y en la sociedad que conforman parte de esta actividad productiva.
2. La accesibilidad a los créditos, también afecta a la producción del bordado, por lo que existen muchas trabas para el acceso a este servicio, siendo importante para mejorar el arte de la actividad.
3. Los procesos productivos son 100% manuales, los mismos que le dan el toque de elegancia en las prendas y artículos bordados.
4. En la parroquia La Esperanza no se utiliza tecnología, sino que se hace uso de herramientas existentes en los hogares que hace más demoroso el proceso productivo, no logrando cubrir los pedidos de los intermediarios.
5. Con los resultados del diagnostico situacional se establece que el sector de La Esperanza es reconocido a nivel local, nacional e internacional por las prendas bordadas a mano. La habilidad de bordar a mano viene desde hace cinco décadas y se ha ido generalizando sobre todo en las mujeres que hacen parte de esta actividad con fines económicos.
6. Para determinar precios en las prendas bordadas, las productoras de bordados no toman en cuenta los costos de producción, por lo que los precios de venta están bajo el costo total, creando así pérdidas económicas en la actividad.

RECOMENDACIONES:

1. Es indispensable identificar otros medios de comercialización, a través de los canales de distribución, fuera y dentro del país, para mejorar los ingresos, y poder lograr estabilidad en las familias productoras de las artesanías en la parroquia La Esperanza.
2. Se impulse la creación de una organización o asociación de las productoras de bordados para tener mayor acentuación en la sociedad pública y privada, y de esta manera acceder al servicio financiero con las garantías que este exige.
3. Fortalecer los procesos productivos, mediante la investigación y capacitación, que les permitirán tener variedad de diseños y modelos de bordados.
4. Para lograr competir en el mercado las artesanas de la parroquia deberán invertir en tecnología, lo que permite optimizar tiempo y recursos, enfocándose así a aumentar el volumen de ventas.
5. Aplicar las estrategias FO, FA, DO, DA que se establecen en la investigación con la finalidad de minimizar las debilidades, amenazas y aprovechar las oportunidades, fortalezas que tienen como productoras de bordados. Se deberá hacer un enfoque sistemático al árbol de problemas con la finalidad de fomentar alternativas que minimicen estas barreras que tiene la actividad del bordado en lo referente a producción, distribución y mercado.

6. Seria de suma importancia realizar convenios con instituciones facilitadoras de talleres y cursos respecto a temáticas de costos, inversiones, para que se mejore la determinación de precios de venta a intermediarios como al consumidor final. Con el fin de mejorar sus ingresos y por ende sus utilidades.

BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA, Germán, (1998), PROYECTOS PARA EVALUACION Y CONTROL, 2da Edición, Cali – Colombia. Pág. 35 – 55, 125 - 150

BECCARIA, CARPIO, ORSATTI, (2009), ARTICULO INFORMALIDAD Y EXCLUSION SOCIAL, 1ra Edición, Argentina. Pág. 1

CASTRO, Aníbal (2000), POLITICAS DE MARKETING, Edición Kapeluz, Madrid. Pág. 24

CHILQUINGA, Manuel, (2007), COSTOS POR ORDENES DE PRODUCCIÓN, Edición Offset El Cardón, Ibarra – Ecuador. Pág. 9

HARGANDON, Bernard, (1995), CONTABILIDAD DE COSTOS, 2da Edición, Colombia. Pág. 30

HERRERO, Juan, (2002), ADMINISTRACION, GESTION Y COMERCIALIZACION EN LA PEQUEÑA EMPRESA, (PAG 150, 2), 3ra Edición, Madrid – España. Pág. 2, 151 – 153, 159

McCARTHY & PERRREAULT, (2001), MARKETING UN ENFOQUE GLOBAL, 13va Edición, México D.F. Pág. 4

MONTAÑOS, Francisco, (2005), INVESTIGACION Y ANALISIS PARA EL EXITO, 1ra edición, México. Pág. 90

MUÑEZ, Rafael, (2006), MARKETING EN EL SIGLO XXI, 2da Edición, México. Pág. 27

ROSENBERG, J.M, (1994), DICCIONARIO DE ADMINISTRACION Y FINANZAS, Edición ISBN, Barcelona – España. Pág. 231, 438

UBIDIA, Juan, (2001), ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANIAS TEXTILES DE LAS COMUNIDADES INDIGENAS DE OTAVALO, Ecuador. Pág. 102

VILLAVICENCIO, Marcelo (2007), LA CULTURA POPULAR EN EL ECUADOR, 2da Edición. Pág. 355

CFN, Resultados de la Investigación de Mercado del Programa Prodexport, (2001).

LEGISLACIÓN CODIFICADA ARTESANAL, CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES (2007), CAPITULO 1.

LINCOGRAFÍA

www.gerencie.com,

www.pronegocios.net

www.ifoartesantias.com

www.micip.gov.ec

www.artesanosecuador.com

www.mitecnologico.com

www.ingenieria.unam.mx

es.wikipedia.org

www.monografias.com

www.ecac.org

ANEXOS

ANEXO Nro. 1
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA
CARRERA ING. EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS
ENCUESTA

Encuesta dirigida a las productoras de bordados en la Parroquia La Esperanza.

Objetivo.- Determinar la situación actual de de la producción y comercialización de bordados por las mujeres de la parroquia La Esperanza.

Instrucción.- Le rogamos contestar el siguiente cuestionario con la mayor sinceridad, marcando una X en el paréntesis y recuadros correspondiente a cada pregunta, según su criterio.

La información que proporcione será confidencial y se usara exclusivamente para el desarrollo de esta investigación.

5. PRECIO

5.1. ¿Cuál es el precio de venta y la cantidad de prendas de bordados que entrega a sus clientes?

Nro	Ítem	Consumido final	Intermediarios	Cantidad	Ingresos Consumidor final	Ingresos Intermediario
		P.V.P.	P.V.P.			
1	Manteles					
2	Blusas					
3	Individuales					
4	Paneras					
5	Caminos de mesa					
6	Otros					

5.2. ¿En qué se basa para colocar los precios a sus bordados?

Nro.	Ítem	Si	No
1	Competencia		
2	Costos de producción		
3	Competencia y costos de producción		
4	Precios establecidos por los intermediarios		
5	Ninguno		

6. INGRESOS

6.1. ¿Cuáles son sus ingresos promedio mensual?

Nro.	Ítem	Si	No
1	Menos de \$100		
2	100 – 200		
3	200 - 300		
4	300 - 400		
5	400 - 500		
6	Más de 500		

6.2. ¿Con los ingresos que percibe por la venta de sus bordados, le permite cubrir las necesidades básicas de?

Nro.	Ítem	Si	No
1	Microempresa		
2	Hogar		
3	Microempresa y hogar		
4	Ninguna		

6.3. ¿Cuáles cree Ud. que son las formas para mejorar los niveles de ingresos en la actividad de bordados?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. INTERMEDIARIOS

7.1. ¿A quién vende los bordados que Ud. produce?

Nro.	Ítem	Si	No
1	Consumidor final		
2	Intermediarios		

7.2. ¿Está Ud. conforme con los precios que pagan los intermediarios?

Nro.	Ítem	Si	No
1	Altamente conforme		
2	Medianamente conforme		
3	Casi nada conforme		
4	No sabe que decir		

7.3. ¿De qué lugares son los intermediarios a los cuales vende sus artesanías?

Lugar	Numero

Lugar	Numero

8. MERCADO

8.1. ¿A qué mercados van dirigidos sus bordados?

Nro.	Ítem	Si	No
1	Local (ferias de la Esperanza)		
2	Provincial		
3	Nacional		
4	Internacional		

8.2. ¿Qué estrategias utiliza para la promoción y venta de sus bordados?

Nro.	Ítem	Si	No
1	Medios de comunicación		
2	Revistas, catálogos, folletos		
3	Ferias, exposiciones		
4	Internet		
5	Agentes de venta		
6	Ninguno		

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Atentamente: **ROSA MEJÍA**

ANEXO Nro. 3

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA ING. ECONOMIA MENCIÓN FINANZAS

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS PRODUCTORAS DE
BORDADOS DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA**

ACTIVIDAD:

LUGAR Y FECHA:

PRODUCTORAS DE BORDADOS

1. ¿A quiénes vende su producción de bordados? ¿Por qué?

2. ¿Los ingresos que percibe por la venta de los bordados satisfacen sus necesidades? ¿Por qué?

3. ¿Cree Ud. que los intermediarios inciden en los bajos niveles de ingresos que percibe?

4. ¿Cuáles cree Ud. que son las formas para mejorar los niveles de ingresos y el bienestar económico de su familia?

5. ¿Cuentan las productoras de bordados con el respaldo de autoridades locales y nacionales para mejorar su situación socioeconómica?

6. ¿Qué efectos genera la intervención de los intermediarios en la economía de las productoras de bordados?

Gracias.

ANEXO Nro. 4

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA ING. ECONOMIA MENCIÓN FINANZAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A INTERMEDIARIOS

ACTIVIDAD:

LUGAR Y FECHA:

INTERMEDIARIOS DE BORDADOS

1 ¿En qué lugares compra los bordados que expende al consumidor final?

2 ¿A quién (es) vende los bordados que compra?

3 ¿Los precios a los cuales Ud. vende al consumidor final, le generan utilidades?

4 ¿Qué opina de los bordados que se producen en la parroquia La Esperanza?

5 ¿Cree Ud. que el negocio de los bordados es rentable?

Gracias.

ANEXO Nro. 5

BORDADOS EN LA PASRROAUIA LA ESPERANZA



PANERAS



INTERMEDIACIÓN DE BORDADOS PLAZA PONCHOS OTAVALO



CAMINO DE MESA

