



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

INGENIERIA EN MERCADOTÉCNIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TITULO DE INGENIEROS EN MERCADOTÉCNIA**

**TEMA: “Incidencia de la Economía Popular y Solidaria en la
Producción Artesanal de la Parroquia de Sangolquí y su aporte a la
Economía del Cantón Rumiñahui”**

**AUTORES: GUERRERO CRUZ, MISHHELL ESTEFANIA
VÉLEZ TAMAYO, JHON ALFREDO**

DIRECTOR: MBA. VEGA, MARCELO

SANGOLQUI

2016



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

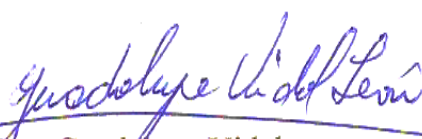
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **“INCIDENCIA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN LA PRODUCCIÓN ARTESANAL DE LA PARROQUIA DE SANGOLQUÍ Y SU APORTE A LA ECONOMÍA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI”**, realizado por los señores **JHON ALFREDO VÉLEZ TAMAYO** y **MISHELL ESTEFANIA GUERRERO CRUZ** ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a los señores **JHON ALFREDO VÉLEZ TAMAYO** y **MISHELL ESTEFANIA GUERRERO CRUZ** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 04 de Abril del 2016

Atentamente,


Eco. Guadalupe Vidal.

OPONENTE



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo **JHON ALFREDO VÉLEZ TAMAYO** y **MISHELL ESTEFANIA GUERRERO CRUZ**, con cédula de identidad 0603569666 y 1718589169, declaro que este trabajo de titulación “**INCIDENCIA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN LA PRODUCCIÓN ARTESANAL DE LA PARROQUIA DE SANGOLQUÍ Y SU APORTE A LA ECONOMÍA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI**”, ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 04 de Abril del 2016

AUTORES

Vélez Tamayo Jhon Alfredo
C.C. 0603569666

Guerrero Cruz Mishell Estefania
C.C 1718589169



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERIA EN MERCADOTÉCNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, **JHON ALFREDO VÉLEZ TAMAYO** y **MISHELL ESTEFANIA GUERRERO CRUZ**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“INCIDENCIA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN LA PRODUCCIÓN ARTESANAL DE LA PARROQUIA DE SANGOLQUÍ Y SU APOORTE A LA ECONOMÍA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI”** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 04 de Abril del 2016

Vélez Tamayo Jhon Alfredo
C.C. 0603569666

Guerrero Cruz Mishell Estefania
C.C 1718589169

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con mucho cariño a mis Padres Hugo Vélez y Rosita Tamayo quienes han estado conmigo en todos los momentos buenos y malos por los que he pasado...

A mi hijo Mathias Alejandro por ser mi motor y motivo, te prometo que estaremos juntos por Siempre...

A mis hermanos Joffre, Jessica y Geovanni, porque a más de ser mis hermanos son mis mejores amigos...

Jhon Alfredo Vélez Tamayo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con mucho cariño a mi Madre Janeth quien me enseñó desde pequeña a luchar para alcanzar mis metas, y gracias por la actitud que tiene frente a los inconvenientes de la vida, eres una mujer que me llena de orgullo, por eso este trabajo es para ti.

De igual manera a mi esposo Matthias por su apoyo incondicional, su amor, y su paciente espera, para que pueda terminar mi carrera. Gracias!! Cariño.

A mis hermanos Allmary y Moises gracias por estar siempre a mi lado, han luchado con migo, ustedes son el motivo de mi esfuerzo, este triunfo es para ustedes. ¡les amo con mi vida!!

Finalmente dedico este trabajo a Viviana y Alexandra, cada una me supo enseñar a su manera como es la vida, gracias por su aliento, apoyo y su amor infinito, les quiero como hermanas mayor que son. Sin ustedes mi vida sería otra.

Mishell G. Cruz

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios por darme la familia que tengo, la fuerza y el aliento para poder cumplir mis objetivos...

A mis padres por su apoyo incondicional, por sus sabios consejos, por enseñarme que el trabajo duro tiene sus recompensas...

A mis hermanos, por su apoyo sus consejos, su compañía por todos esos momentos juntos...

A mis compañeros y profesores de la Espe especialmente a mi Tutor MBA Marcelo Vega por la paciencia y la guía, al Dr. Marco Soasti por ser un buen Director y amigo de la Carrera.

Jhon Alfredo Vélez Tamayo

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fuerza y Fe para poder cumplir mis objetivos y brindarle una satisfacción más a mi familia.

A la mejor madre, mis hermanos, esposo, mi tía Nancy, primas e hijos son la mejor familia gracias por su apoyo incondicional en diferentes etapas de mi vida.

A los profesores especialmente a Ing. Karla Benavides, MBA y Eco. Guadalupe Vidal por sus conocimientos y experiencias para ser mejores personas cada día.

Mishell G. Cruz

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xviii
RESUMEN	xxii
ABSTRACT	xxiii
CAPITULO I	1
1.1 Generalidades.....	1
1.1.1 Orígenes de la economía social	1
1.1.2 Economía social en América latina	3
1.1.3 Economía solidaria	3
1.1.4 Economía popular	5
1.1.5 Economía Popular y Solidaria en el Ecuador.....	7
1.1.6 Producción Artesanal.....	8
1.1.7 Artesanía Ecuatoriana	9
1.2 Planteamiento del problema	11
1.2.1 Identificación del problema.....	11
1.2.2 Delimitación del Problema.....	12
1.2.3 Justificación del problema.....	13
1.3 Objetivos.....	13
1.3.1 Objetivo general.	13
1.3.2 Objetivos Específicos.....	14
CAPÍTULO II	15
2.1 Definiciones y Conceptos Teóricos	15

2.1.1	Economía Popular y Solidaria	15
2.1.2	Fundamentos de la Economía Popular y Solidaria	16
2.1.3	Importancia de la EPS en Ecuador	17
2.1.4	Las Unidades Económicas Populares (UEP)	18
2.1.5	Las personas responsables de la Economía del Cuidado	18
2.1.6	Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos	19
2.1.7	Cluster	19
2.1.8	Encadenamiento Productivo	21
2.1.9	Cadena de valor	21
2.1.10	Proceso Productivo	22
2.1.11	Técnica artesanal	23
2.1.12	Definición de servicio	23
2.1.13	Ventaja competitiva	23
2.1.14	Competitividad	25
2.1.15	Productividad	26
2.2	Datos Relevantes para la Investigación	26
2.2.1	Índice de la Actividad Económica (IAE)	27
2.2.2	Índice de Volumen Industrial – (IVI)	29
2.2.3	Incidencia de la pobreza y pobreza extrema	31
2.2.4	Incidencia de la pobreza y pobreza extrema - ciudades principales	33
2.2.5	Coefficiente de Gini	34
2.2.6	Ocupaciones a nivel nacional por subsistencia económica	35
2.2.7	Resultados del IEPS	36
2.2.8	Otros resultados obtenidos	37
2.2.9	Unidades Económicas Populares	40
2.2.10	Sistema Asociativo	41
2.2.11	Sistema cooperativo	42
2.2.12	Emprendimientos EPS	44
2.2.13	Recuperación de la Inversión en las EPS	45
2.3	Marco Legal	48
2.3.1	Instituto de Economía Popular y Solidaria	48
2.3.2	Plan nacional del buen vivir 2013 – 2017	48

2.3.3	Ley Orgánica De Economía Popular y Solidaria Y del Sector Financiero	
Popular y Solidario	50
2.3.4	Del Sector Artesanal	51
2.3.5	Reglamento de Clasificación y Ramas de Trabajo	51
	CAPITULO III	53
3.1	Diagnóstico de la situación actual.....	53
3.1.1	Diagnóstico de la Artesanía en el Ecuador	53
3.1.2	Diagnóstico de la Artesanía en Rumiñahui	53
3.2	Análisis Situacional.....	54
3.2.1	Límites	55
3.2.2	División Política	55
3.2.3	Población.....	55
3.2.4	Pea en Rumiñahui	57
3.2.5	Participación Artesanal	58
3.2.6	Tipos de asociaciones y agremiaciones Artesanales de Pichincha.....	59
3.2.7	Actividades del Cantón Rumiñahui	60
3.2.8	Artesanos en Rumiñahui	62
3.3	Matriz de planteamiento del cuestionario.....	65
3.3.1	Matriz del Planteamiento del Cuestionario	67
3.3.2	Encuesta	69
	CAPITULO IV	73
4.1	Análisis de Resultados.....	73
4.1.1	Análisis Poblacional	73
4.1.2	Análisis Univariado	74
4.1.3	Análisis Bivariado	115
4.1.3.1	Empoderamiento del conocimiento según ramas artesanales.....	115
4.1.3.2	Años de profesión según las ramas artesanales	117
4.1.3.3	Artesanos Calificados según Rama artesanal	119
4.1.3.4	Pertenencia a un gremio según las ramas artesanales	120
4.1.3.5	Tiempo de apertura del local según las ramas artesanales.	121
4.1.3.6	Inversión por rama artesanal.....	122
4.1.3.7	Trabajadores según ramas artesanales.....	123

4.1.3.8	Entendimiento de la Economía popular y solidaria	125
4.1.3.9	Conocimiento del Instituto de Economía Popular y Solidaria.....	127
4.1.3.10	Conocimiento de la Junta Nacional de Defensa del Artesano	129
4.1.3.11	La institución de la cual más requieren apoyo.....	130
4.1.3.12	Lugares de compra por los artesanos	132
4.1.3.13	Gastos en materia Prima.....	134
4.1.3.14	Ingresos, Ventas Mensuales por Rama artesanal	135
4.1.3.15	Acceso a Créditos.....	136
4.1.3.16	Cuenta de ahorros o crédito manejada por los artesanos.....	138
4.1.3.17	Banca Comunal en los artesanos productores de Sangolquí	139
4.1.3.18	Aceptabilidad de asociación en los artesanos productores de Sangolquí	141
4.1.4	Análisis de correlaciones Bivariadas	142
4.1.4.1	Correlaciones Bivariadas de variables cuantitativas	142
4.1.4.2	Correlaciones Bivariadas de variable cualitativa y cuantitativa.	148
4.1.4.3	Correlaciones de variables Cualitativas	151
4.2	Informe del Análisis de Datos	153
4.2.1	Informe del Análisis Univariado	153
4.2.2	Informe del Análisis Bivariado	155
4.2.3	Informe del análisis correlacional.....	159
4.3	Contraste con los objetivos del IEPS	160
4.4	Cumplimiento de los objetivos.	162
CAPITULO V		165
5.1	Propuesta	165
5.1.1	Objetivo:.....	165
5.1.2	Introducción:	165
5.1.3	Diseño del Modelo para el Desarrollo Inteligente de la Economía Popular	168
5.1.4	Objetivos del Modelo.....	169
5.1.4.1	Objetivo General.....	169
5.1.4.2	Objetivos Específicos.....	169
5.2	Dimensiones del Modelo.....	169

5.2.1	Condiciones Políticas Económicas y Legales.	170
5.2.1.1	Marco Legal.	170
5.2.1.2	Comité Central.	171
5.2.2	Condiciones de la Demanda	172
5.2.2.1	Establecer la demanda	172
5.2.2.2	Comercialización y Venta	173
5.2.3	Instituciones Relacionadas y de Apoyo	175
5.2.3.1	Universidad de las Fuerzas Armadas del Ecuador	176
5.2.3.2	Ministerio de Industrias y Productividad	177
5.2.3.3	Proveedores.....	178
5.2.3.4	Cooperativas y Banco Públicos	179
5.2.3.5	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.	180
5.2.3.6	Instituto de Economía Popular y Solidaria.	180
5.2.4	Condiciones de los Factores.....	180
5.2.4.1	Infraestructura.....	180
5.2.4.2	Capacitación.....	181
5.2.4.3	Selección de Proveedores	181
5.2.4.4	Cadena Productiva.....	183
5.2.4.5	Producción	184
5.2.4.6	Financiamiento.....	184
5.3	Estructura del Comité de Gestión	185
5.3.1	ESPE	186
5.3.2	MIPRO	186
5.3.3	IEPS	186
5.3.4	SEPS	187
5.3.5	Artisanos.....	187
5.3.6	GADMUR	187
5.4	Alcance y beneficios de la Propuesta.....	187
5.4.1	Cumplimiento de objetivos del Gobierno	187
5.4.2	Beneficiarios.....	189
5.4.2.1	Beneficio para los Artesanos	190
5.4.2.2	Beneficio para los Proveedores.....	191

5.4.2.3	Beneficios para los Clientes.....	192
5.4.2.4	Beneficio para la Espe.....	192
5.4.2.5	Beneficio para el Gadmur.....	192
5.5	Inversión de la propuesta.....	193
CAPITULO VI	194
6.1	Conclusiones.....	194
6.2	Recomendaciones.....	194

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Pobreza Marzo 2014 -2015.....	33
TABLA 2: Coeficiente de Gini Marzo 201 -2015	35
TABLA 3: Inversión y Recuperación de las EPS	47
TABLA 4: Inversión por Quintiles en las EPS.....	47
TABLA 5: Límites del Cantón Rumiñahui	55
TABLA 6: División política del Cantón Rumiñahui	55
TABLA 7: Participación Artesanal.....	59
TABLA 8: Tipos de asociaciones y agremiaciones Artesanales de Pichincha	59
TABLA 9: Tipo de empresas.....	61
TABLA 10: Ramas artesanales.....	63
TABLA 11: Ramas artesanales.....	65
TABLA 12: Artesanos productores de Sangolquí	73
TABLA 13: Genero de los artesanos productores de Sangolquí.....	74
TABLA 14: Qué productos elabora.....	75
TABLA 15: Tiene algún documento que lo identifique como artesano	76
TABLA 16: Pertenece a una agrupación, asociación o gremio Artesanal	77
TABLA 17: Artesanos Calificados	78
TABLA 18: Razón.....	78
TABLA 19: ACuál agrupación o gremio artesanal pertenece	79
TABLA 20: Cuánto dinero necesito para ponerse su taller artesanal	80
TABLA 21: Cuantas personas trabajan con usted	81
TABLA 22: De ellos cuantos son familia para usted.....	82
TABLA 23: Conoce las instituciones que amparan al artesano	83
TABLA 24: Cuáles son las instituciones que amparan al artesano	84
TABLA 25: Ha obtenido algún beneficio de las instituciones que amparan al.....artesano	85
TABLA 26: De quién ha obtenido el beneficio	86
TABLA 27: Cuál ha sido el beneficio.....	87
TABLA 28: Ha recibido apoyo de alguna institución pública o privada.....	88
TABLA 29: Qué clase de apoyo ha recibido.....	90

TABLA 30: Ha escuchado sobre la Economía popular y Solidaria	91
TABLA 31: Que ha escuchado sobre la Economía Popular y Solidaria.....	92
TABLA 32: Ha obtenido algún beneficio de la Economía popular y solidaria.....	93
TABLA 33: Cuál ha sido el beneficio.....	94
TABLA 34: Que sabe del Instituto de economía Popular y Solidaria	95
TABLA 35: De que institución le gustaría recibir más apoyo	96
TABLA 36: Que apoyo le gustaría recibir por parte de las instituciones públicas....	97
TABLA 37: Ha recibido capacitación en temas de Administración, ventas,	
.....contabilidad	98
TABLA 38: De qué tema recibió la capacitación y por parte de que Institución	99
TABLA 39: Lugar de Capacitación	100
TABLA 40: Lugares de Compra.....	101
TABLA 41: Más o menos cuánto gasta en los materiales e insumos que.....	
.....compra para	102
TABLA 42: Tiene un registro de ventas, más o menos cuanto vende.....	
.....mensualmente	103
TABLA 43: Ha hecho ventas al estado	104
TABLA 44: Más o menos cuanto ha vendido al estado.....	105
TABLA 45: Ha participado en ferias artesanales	106
TABLA 46: Cuántas de estas ferias artesanales han sido organizadas por el	
.....gobierno	107
TABLA 47: Pertenece a algún tipo de banca comunal	108
TABLA 48: Le gustaría acceder a créditos para ampliar, remodelar su negocio	
.....o incrementar sus ventas	109
TABLA 49: En que institución Financiera.....	110
TABLA 50: Si otros artesanos le propusieran unirse hacer una asociación para	
.....ampliar el negocio	111
TABLA 51: Razón.....	112
TABLA 52: Le gustaría asociarse para poder exportar sus productos.....	113
TABLA 53: Porque	114
TABLA 54: Empoderamiento del conocimiento según ramas artesanales	116
TABLA 55: Años de profesión según las ramas artesanales.....	117

TABLA 56: Artesanos Calificados según Rama artesanal.....	119
TABLA 57: Pertenencia a un gremio según las ramas artesanales.....	120
TABLA 58: Trabajadores según ramas artesanales	123
TABLA 59: Conocimiento del Instituto de Economía Popular y Solidaria	127
TABLA 60: Conocimiento de la Junta Nacional de Defensa del Artesano	129
TABLA 61: Crédito	136
TABLA 62: Banca Comunal en los artesanos productores de Sangolquí.....	140
TABLA 63: Aceptabilidad de asociación en los artesanos productores de.....	
.....Sangolquí	141
TABLA 64: Correlaciones de Pearson.....	144
TABLA 65: Coeficiente de Correlaciones	147
TABLA 66: Correlaciones Bivariadas tabla de contingencia.....	149
TABLA 67: Correlaciones Bivariadas de P1 y P40.....	150
TABLA 68: Correlaciones Bivariadas de P1 y P49.....	151
TABLA 69: Correlaciones de variables Cualitativas.....	152
TABLA 70: Correlación de P1 con P67.....	153
TABLA 71: Artesanos Productores de Sangolquí.....	162
TABLA 72: Producción Económica de Rumiñahui.....	164
TABLA 73: Propuesta.....	176
TABLA 74: MIPRO.....	177
TABLA 75: Propuesta para Proveedores	178
TABLA 76: Cooperativas y Bancos Públicos	179
TABLA 77: Numero de Proveedores.....	182
TABLA 78: Cumplimiento de Objetivos IEPS	188
TABLA 79: Cumplimiento Objetivos MIPRO.....	189
TABLA 80: Proyección de Ventas	190
TABLA 81: Proyección Proveedores.....	191
TABLA 82: Inversión de la Propuesta.....	193

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Dinámica de la economía solidaria en la economía mixta.....	17
FIGURA 2: Diagrama de una cadena productiva.....	21
FIGURA 3: Índice de Nivel de Actividad Registrada	27
FIGURA 4: Principales sectores de la actividad económica.....	28
FIGURA 5: Sector Manufacturero	28
FIGURA 6: Índice de Volumen Industrial.....	29
FIGURA 7: Actividades manufactureras de variación positiva	30
FIGURA 8: Actividades manufactureras de variación negativa	30
FIGURA 9: Comparación IAE frente IVI.....	31
FIGURA 10: Evolución Nominal de líneas de pobreza y pobreza extrema	32
FIGURA 11: Evolución de la pobreza – ciudades principales.....	34
FIGURA 12: Evolución del Coeficiente de Gini	35
FIGURA 13: Porcentaje de ocupaciones a nivel nacional por subsistencia	
.....económico (2009).....	36
FIGURA 14: Porcentaje de personas capacitadas	37
FIGURA 15: Emprendimientos generados por actividad	38
FIGURA 16: Compras Realizadas por las EPS.....	39
FIGURA 17: UEP.....	40
FIGURA 18: Parámetros de Caracterización UEP.....	41
FIGURA 19: Sistema Asociativo	42
FIGURA 20: Sistema Cooperativo	42
FIGURA 21: Distribución del Sistema Cooperativo	43
FIGURA 22: Emprendimientos EPS	44
FIGURA 23: Recuperación de la Inversión de EPS	46
FIGURA 24: Población.....	56
FIGURA 25: Población de hombre y mujeres	56
FIGURA 26: Rango de edades en edad de trabajar	57
FIGURA 27: Población Económica	58
FIGURA 28: Población económicamente activa	58
FIGURA 29: Actividades.....	60

FIGURA 30: Tipo de empresas	61
FIGURA 31: Principales Actividades del Cantón.....	62
FIGURA 32: Ramas artesanales.....	64
FIGURA 33: Genero de los artesanales	74
FIGURA 34: Qué productos elabora	75
FIGURA 35: Tiene algún documento que lo identifique como artesano	76
FIGURA 36: Pertenece a una agrupación, asociación o gremio Artesanal	77
FIGURA 37: Artesanos Calificados	78
FIGURA 38: Razón	79
FIGURA 39: A Cuál agrupación o gremio artesanal pertenece	80
FIGURA 40: Cuánto dinero necesito para ponerse su taller artesanal	81
FIGURA 41: Cuantas personas trabajan con usted	82
FIGURA 42: De ellos cuantos son familia para usted.....	83
FIGURA 43: Conoce las instituciones que amparan al artesano	84
FIGURA 44: Cuáles son las instituciones que amparan al artesano	85
FIGURA 45: Ha obtenido algún beneficio de las instituciones que amparan al.....artesano	86
FIGURA 46: De quién ha obtenido el beneficio	87
FIGURA 47: Cuál ha sido el beneficio	88
FIGURA 48: Ha recibido apoyo de alguna institución pública o privada	89
FIGURA 49: De qué institución ha recibido apoyo	89
FIGURA 50: Qué clase de apoyo ha recibido	90
FIGURA 51: Ha escuchado sobre la Economía popular y Solidaria.....	91
FIGURA 52: Que ha escuchado sobre la Economía Popular y Solidaria.....	92
FIGURA 53: Ha obtenido algún beneficio de la Economía popular y solidaria.....	93
FIGURA 54: cuál ha sido el beneficio.....	94
FIGURA 55: Que sabe del Instituto de economía Popular y Solidaria	95
FIGURA 56: De que institución le gustaría recibir más apoyo	96
FIGURA 57: Que apoyo le gustaría recibir por parte de las instituciones públicas..	97
FIGURA 58: Ha recibido capacitación en temas de Administración, ventas,	98
.....contabilidad	98
FIGURA 59: De qué tema recibió la capacitación y por parte de que Institución	99

FIGURA 60: Lugar de Capacitación	100
FIGURA 61: Lugares de Compra.....	101
FIGURA 62: Más o menos cuánto gasta en los materiales e insumos	103
FIGURA 63: Registro de ventas.....	104
FIGURA 64: Ha hecho ventas al estado	105
FIGURA 65: Más o menos cuanto ha vendido al estado.....	106
FIGURA 66: Ha participado en ferias artesanales	107
FIGURA 67: Cuantas de estas ferias artesanales han sido organizadas por el	
.....gobierno	108
FIGURA 68: Pertenece a algún tipo de banca comunal	109
FIGURA 69: Le gustaría acceder a créditos para ampliar, remodelar su negocio	
.....o incrementar sus ventas	110
FIGURA 70: En que institución Financiera	111
FIGURA 71: Si otros artesanos le propusieran unirse hacer una asociación para	
.....ampliar el negocio.....	112
FIGURA 72: Razón	113
FIGURA 73: Le gustaría asociarse para poder exportar sus productos.....	114
FIGURA 74: Porque	115
FIGURA 75: Empoderamiento del conocimiento según ramas artesanales	116
FIGURA 76: Años de profesión según las ramas artesanales.....	118
FIGURA 77: Artesanos Calificados según Rama artesanal.....	120
FIGURA 78: Pertenencia a un gremio según las ramas artesanales.....	121
FIGURA 79: Tiempo de apertura del local según las ramas artesanales.....	122
FIGURA 80: Inversión por rama artesanal	122
FIGURA 81: Inversión por rama Trabajadores.....	124
FIGURA 82: trabajo por artesano	124
FIGURA 83: Trabajo familiar	125
FIGURA 84: Entendimiento de la Economía popular y solidaria.....	126
FIGURA 85: Ramas artesanales e instituciones.....	126
FIGURA 86: Conocimiento del Instituto de Economía Popular y Solidaria	128
FIGURA 87: Conocimiento de la Junta Nacional de Defensa del Artesano	129
FIGURA 88: La institución de la cual más requieren apoyo	130

FIGURA 89: instituciones y apoyo	131
FIGURA 90: Destinos de compra por los artesanos.....	132
FIGURA 91: Lugares de compra por los artesanos.....	133
FIGURA 92: Gastos en materia Prima	134
FIGURA 93: Ingresos, Ventas Mensuales por Rama artesanal	135
FIGURA 94: Crédito	137
FIGURA 95: Instituciones Financieras.....	137
FIGURA 96: Cuenta de ahorros o crédito manejada por los artesanos.	138
FIGURA 97: Cuenta de ahorros o crédito.....	139
FIGURA 98: Aceptabilidad de asociación en los artesanos productores de.....Sangolquí.....	141
FIGURA 99: Diamante de Porter	167
FIGURA 100: Modelo de Desarrollo inteligente de la Economía Popular	168
FIGURA 101: Primera Dimensión	170
FIGURA 102: Segunda Dimensión.....	172
FIGURA 103: Tercera Dimensión.....	175
FIGURA 104: Cuarta Dimensión	180
FIGURA 105: Cadena Productiva	183
FIGURA 106: Ente Regulador para la propuesta.....	185

RESUMEN

El presente trabajo es una investigación sobre la economía popular y solidaria en los productores artesanos de Sangolquí, en el primer capítulo se habla sobre el apareamiento de la economía social y solidaria, en el segundo capítulo se exponen algunas teorías sobre la economía popular y solidaria sus fundamentos y conceptos básicos, en el tercer capítulo se expone la situación actual de la Economía en los artesanos de Sangolquí, se plantea la matriz de cuestionario y la encuesta para las entrevistas que fueron realizadas a los 167 artesanos productores dentro de la parroquia de Sangolquí los cuales se dedican a 16 ramas artesanales de las cuales las más representativas son Confección de Ropa, Carpintera, Orfebrería, panadería y Pastelería, en el capítulo cuarto se hace el análisis de los resultados y manifestaron no tener un vasto conocimiento sobre la economía popular y solidaria, también manifestaron que no reciben ayuda por parte de alguna institución la cual de capacitación asesoramiento y financiamiento, así que se concluyó que falta una participación activa de los actores como lo son el IEPS, el MIPRO, el GADMUR, la JNDA, la SEPS, por esa razón en el capítulo quinto se elaboró una propuesta, mediante el diamante de las ventajas competitivas de Porter, la idea es incluirle al artesano en un mini clúster participativo y asociativo para que se puedan desarrollar socioeconómicamente con el apoyo de los actores incluidos la ESPE la quien tendrá un papel fundamental en la propuesta que se denomina El Desarrollo inteligente de la Economía Popular.

PALABRAS CLAVE

- **ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**
- **INCIDENCIA DE LA ECONOMÍA POPULAR**
- **ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**
- **PRODUCCIÓN ARTESANAL EN SANGOLQUÍ**
- **DESARROLLO INTELIGENTE DE LA ECONOMÍA POPULAR**

ABSTRACT

This work is an investigation of the popular and solidarity economy in Sangolquí's artisan production. The first section discusses the social economy's beginnings. The second describes various theories about popular and solidarity economies, their foundations, and basic concepts. The current situation of the artisans' economies is explored in the third chapter. This section includes a questionnaire and survey with 167 artisan producers within the parish of Sangolquí about how they engage in 16 craft branches of which the most representative are garment manufacturing, carpentry, gold, bakery, and pastry. The fourth section analyzes the results of the survey, with the general conclusion being that the artisans do not have a vast knowledge of popular and solidarity economies. They reported that they had not received help such as training, advice, or financing from any institution. The conclusion was that the artisans from IEPS, MIPRO, GADMUR, JNDA, and SEPS lack an active participation as stakeholders. For that reason in the fifth chapter a proposal was developed using the Porter competitive advantages diamond to involve artisans in a mini participatory and associative cluster so that they can develop socioeconomically with the support of actors including the ESPE University, playing a key role in Intelligent Development of the Popular Economy.

KEYWORDS

- **SOCIAL ECONOMY AND SOLIDARITY**
- **IMPACT OF POPULAR ECONOMY**
- **POPULAR AND SOLIDARITY ECONOMY**
- **ARTISAN PRODUCTION IN SANGOLQUÍ**
- **INTELLIGENT DEVELOPMENT OF THE POPULAR ECONOMY**

CAPITULO I

1.1 Generalidades

1.1.1 Orígenes de la economía social

Al respecto **Fuente especificada no válida.** citado por Bastidas-Delgado, O. & Richer, M., afirman que “Toda economía es social, no puede existir una economía sin el apoyo o compromiso de las personas, sin el apoyo de las instituciones y de las comunidades y del estado”. No obstante, en la práctica esto no sucede pues en la economía de capital lo social se manifiesta secundario.

La economía social surgió como definición en la mitad del siglo XIX por autores franceses como Charles Dunoyer, Frédéric Le Play, Charles Gide, Leon Walras, quienes promulgaron el término que no solo se refiere a un tipo de organizaciones, las cooperativas y las mutualistas, creadas por los obreros, sino que se volvió una ciencia que busca responder a la economía de los economistas.

En los setentas, las cooperativas, mutuales y algunas asociaciones sin fines de lucro crean un comité nacional de coordinación de las actividades, organización con el nombre CNLAMCA y en la misma Francia, en 1980 elaboran la carta de la economía social, luego el estado francés crea una delegación de economía social para registrar las normas y leyes de estas asociaciones, empezando por la ley del 20 de Julio de 1983, primer documento legal que hace referencia a los términos Economía Social.

Con ello se vislumbra un camino jurídico prometedor para la sociedad de este tipo de administración, así mismo en España en los años 80 de acuerdo a lo que dicen **Fuente especificada no válida. & Fuente especificada no válida.**, el término economía social, está ya definido para sectores específicos:

(...) era exclusivamente del sector cooperativo, pero la creación de nuevas modalidades asociativas como las sociedades anónimas laborales y las mutualidades de previsión social han dado paso a crear núcleos investigadores sobre la economía social en varias universidades y por esta razón en España se creó el Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social (INFES) dependiente del Ministerio de trabajo, (...) (Pág. 127)

Se tiene el registro de que en 1990 se presentó un palacio de la Economía Social definido por el economista francés Charles Gide como una catedral con tres partes: Los poderes Públicos, las asociaciones y las obras sociales de los patronos. Además se ven instituciones que aportan a mejorar las condiciones de trabajo y entorno de los obreros, cerciorarse contra los conflictos sociales y admita la independencia económica de los obreros. Aquí encontramos entonces la constitución de las organizaciones que se encargan del progreso social, basados en el modus vivendi de los obreros.

Las organizaciones que cuentan con objetivos estratégicos económicos, pueden llegar a brindar una estabilidad a las familias involucradas, mientras las que no tienen ese planteamiento económico, a pesar de la objetividad social, no cuentan con un verdadero espacio de apoyo directo.

En cambio, las organizaciones de economía social, basadas en la solidaridad y la sociedad comunitaria, tienen otro tipo de objetivos estratégicos distintos a organizaciones institucionalizadas, así tenemos el caso de las cooperativas y mutuales o mutualistas, en la actualidad se tienen la iniciativa de las sociedades que se crean para satisfacer las necesidades no satisfechas por el mercado ni por el Estado y también para satisfacer sus necesidades, inciden también en el desarrollo de estas iniciativas las recientes políticas públicas de transferencia de los servicios sociales a las organizaciones del tercer sector y se produce un acercamiento entre asociaciones diferentes con objetivos comunes, estas “nuevas organizaciones” como las llaman varios autores, así, **Fuente especificada no válida.** & **Fuente especificada no válida.** consideran que la “Nueva economía social o economía

solidaria desarrollan un proceso de reconocimiento mutuo con las organizaciones más tradicionales de la economía social, las cooperativas y las mutuales” (Pág. 132)

1.1.2 Economía social en América latina

Para el trabajo estatal con las asociaciones de la economía social, hay instituciones en América latina, así en Argentina donde el Instituto Nacional de Acción Cooperativa y Mutualistas ahora es el Instituto Nacional de Asociacionismo y Economía Social INAES. Por ello, de ahí que el concepto de economía social enfocado para las regiones de América latina, lo definen más específicamente en la revista *Economía social y sector no lucrativo* de **Fuente especificada no válida.** & **Fuente especificada no válida.** quienes consideran que:

La Economía Social es el resultado de una construcción social y es tributario de las características del tercer sector, de su relación con el estado y también de las orientaciones de la comunidad científica. El tercer sector a diferencia del primero y del segundo sector, privado lucrativo y sector público respectivamente, es que no tiene una definición unívoca y universalmente aceptada.

Debido a que en América latina los sectores económicos son muy marcados, la economía social depende de la interculturalidad de estos grupos, las definiciones y conceptualización de los términos que se manejan dependen directamente del tipo de economía comunitaria, claro está, adecuándola a la realidad de la sociedad local.

1.1.3 Economía solidaria

En Francia se desarrolló un concepto de economía solidaria, que surgió como respuesta a la crisis del modelo de desarrollo basado en la unión mercado-estado lo que no se proveyó por el estado para satisfacer las necesidades sectoriales, ahora se llamaba la “nueva economía social” **Fuente especificada no válida.**, en esta economía las organizaciones reciben nuevos nombres de acuerdo a su servicio, aquí

algunos: servicios de proximidad, cooperativas sociales, empresas sociales y de inserción, corporaciones de desarrollo económico y comunitario entre otros. Estas organizaciones asocian un conjunto de interventores como: promotores, asalariados, usuarios, voluntarios, a diferencia de las sociedades tradicionales de la economía social (cooperativas y mutuales) pues agrupan miembros de categorías semejantes.

La dirección de **Fuente especificada no válida.** se fundamenta en la economía sustantiva de **Fuente especificada no válida.**, que distingue cuatro principios económicos:

1. El principio de administración doméstica, en esta el individuo produce para satisfacer sus propias necesidades y las de su familia.
2. El principio de reciprocidad que responde a las donaciones entre individuos y grupos
3. El principio de mercado, es el que permite la sinergia entre una oferta y una demanda de bienes y servicios intercambiados mediante la fijación de precios
4. El principio de la redistribución, en este se parte de la producción, luego se entrega a un mando central que administra la distribución de dicha producción.

Según **Fuente especificada no válida.** existe dos características fundamentales de las organizaciones de la economía solidaria y son:

La hibridación de los recursos y la construcción conjunta de la oferta y la demanda. La hibridación de los recursos consiste en la combinación de recursos provenientes de diferentes fuentes: donaciones y voluntariado (principio de reciprocidad), financiamiento público (principio de redistribución) y venta de bienes y servicios (principio de mercado) esta combinación o hibridación garantiza la sustentabilidad o perennidad de los servicios de proximidad. Laville (1994)

Estos conceptos nos muestran que si pueden existir relaciones de común estrategia entre las necesidades estatales y las de la sociedad, basadas en la obvia motivación económica de subsistencia organizacional y la noción de un beneficio común.

“Las iniciativas de la economía solidaria se inscriben en la tradición cooperativa al ser empresas basadas en la democracia y la solidaridad organizada de los ciudadanos”. **Fuente especificada no válida.**

La economía solidaria es una construcción para manifestar la oferta y demanda. Aquellos miembros son participes en la definición de los servicios en función de las necesidades de los clientes.

1.1.4 Economía popular

La economía social o economía solidaria viene asociado a conceptos de economía popular, su relación viene interpretada como tal igual a economía del trabajo, economía cooperativa, empresas asociativas, artesanía, microempresas de beneficio común. Según **Fuente especificada no válida.**, citado en su panfleto, por **Fuente especificada no válida.** & **Fuente especificada no válida.**, señalan que:

Lo común en estas denominaciones es que están basadas en el trabajo y no en el capital. Es el ser humano por encima del capital. Este sector está constituido por trabajadores independientes, no subordinados. No existe separación entre el capital y el trabajo. (Pág. 187)

En los 80's se consideró como el sector productivo del mercado laboral de menor fuerza con respecto al trabajo contemporáneo. La presión de este modelo lo recibió directamente la economía informal, lo que contribuyó al incremento de la pobreza y del desempleo, con actividades informales consideradas como medios de sobrevivencia y subsistencia para los más pobres, esto fue evolucionando hasta ser considerado como parte del desarrollo económico social de cada nación. En esta década se inicia el desarrollo de microempresas, economía popular con la intervención de organismos internacionales como el Banco Mundial y el BID banco

interamericano de desarrollo y los estados nacionales, convertidos luego en asesores políticos.

Los economistas, (Larraechea, 1994) proclaman sobre las particularidades de las unidades económicas populares como:

Los comportamientos quedan fuertemente marcados por los principios de funcionamiento de la economía de subsistencia y obedecen a otra racionalidad, distinta que domina la empresa capitalista, estructurada en función de la rentabilidad del capital. En la economía popular la actividad más bien se orienta fundamentalmente en la satisfacción de las necesidades. La evaluación de la actividad económica es íntimamente ligada a la apreciación subjetiva de los actores, a la satisfacción de un conjunto multidimensional de las aspiraciones de orden económico social, relacional cultural.

Al convertirse en una economía sostenible, la economía popular se estableció como un origen e inicio del desarrollo social, por lo cual influía en el empleo y actividad sociocultural, teniendo los fundamentos de las lógicas del mercado.

La economía popular urbana según **Fuente especificada no válida**. “un embrión de una sociedad nueva que construye nuevas solidaridades y nuevos mercados”.

Además **Fuente especificada no válida**.. Manifestaron lo siguiente:

La economía popular es constituida por un conjunto de comportamientos heterogéneos, algunos están más cercanos a una lógica mercantil, mientras otros son portadores de valores comunitarios y solidarios y de capacidades organizativas y de gestión tal, que constituyen un potencial indiscutible, hasta hoy desaprovechado por un modelo de desarrollo que solo tomaba en cuenta la empresa capitalista.

En algunos países latinoamericanos, por ejemplo en Chile y Perú, la economía popular, si bien comprende una mayoría de iniciativas individuales y familiares, también ha desarrollado un sector asociativo, las “organizaciones económicas populares”, en varios campos de actividad: grupos de compras,

talleres de producción, grupos de auto construcción de viviendas etc. En el Perú, villa del salvador y los comedores populares autogestionarios son importantes ilustraciones del potencial de la economía popular. Pág. 34

Lo que nos muestra que el potencial de las economías populares, debe ser una prioridad del estado, debido a su incidencia en las comunidades y sus formas de supervivencia, producción, fabricación y prestación de servicios tienen sus orígenes en este tipo de economías.

1.1.5 Economía Popular y Solidaria en el Ecuador

Se viene viviendo una transformación desde el 2006 cuando el actual presidente Economista Rafael Correa Delgado fue elegido, pues desde ahí se constituyó la carta del Plan Nacional del Buen Vivir.

La Constitución de la República del Ecuador Art. 138 **Fuente especificada no válida.**, establece que se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía:

(...) empresas públicas o privadas, mixtas, familiares, domesticas, autónomas, comunitarias, asociativas y cooperativas; Las seis últimas formas de organización conforman la economía popular, y las tres últimas la economía popular y solidaria.

Se ha creado el Instituto de economía Popular y Solidaria (IEPS) que es dependiente del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y luego de tres años de debates se promulga la Ley Organiza de Economía Popular y Solidaria (2011). El Plan Nacional del Buen Vivir realizado por SENPLADES (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo) reconoce las formas de la economía popular y solidaria y esta anuncia la creación de mecanismos de participación para la definición de las políticas públicas.

En el artículo 283 de la constitución de la Republica establece que “el sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización

económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y agrega la economía popular y solidaria se regulara de acuerdo con la ley.

La ley caracteriza las organizaciones de la economía popular y solidaria como orientadas a “satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital”.

Así, junto a las UEP y a las comunidades, a las cooperativas y asociaciones, se ve el caso de que al sector de cooperativas financieras querían en lo posible sumarse al sector bancario.

La constitución ecuatoriana propone cambios en las relaciones de la economía en el sentido de sus fundamentos: se establecen no solamente un uso racional de los recursos naturales, más se aseguran de que recursos como el agua no sea privatizada, esta ley también, incorpora derechos de la naturaleza antes no legislados.

1.1.6 Producción Artesanal

Tal como expresa la **Fuente especificada no válida**. “los productos artesanales son los elaborados ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado”

Con esto el arte es influencia productiva para los productos en líneas artesanales.

Se considera artesanía, a todo producto elaborado a través de la práctica de actividades realizadas en talleres con baja división social del trabajo, en estas actividades la fuerza humana física y mental es el principal medio de la elaboración

de dicho producto para lo cual se cuenta con herramientas y maquinas no industrializadas.

Según los registros, los orígenes de lo artesanal es tienen sus bases en periodos neolíticos. El hombre tuvo que aprender a trabajar con sus manos para confeccionar objetos artesanales y satisfacer sus necesidades. En Grecia lo místico y religioso es base de obras artísticas que comunican sentimientos, ideologías y necesidades. Las esculturas de Altamira son consideradas son ejemplo de artesanías comunicacionales, que representan la cotidianidad de las comunidades locales.

En Latinoamérica y el caribe, la producción artesanal se fundamentan en la tradición y el folklor y se las considera riqueza local, esta fue y sigue siendo desarrollada por un meritorio potencial humano expresado en diferentes raíces étnicas que conformaron culturas , nacionalidades y sociedades, por ello, son vías de desarrollo económico, social y cultural.

1.1.7 Artesanía Ecuatoriana

Fuente especificada no válida., al respecto considera en su tesis que “en nuestro país la artesanía se manifiesta por la conjugación de conocimientos ancestrales unidos a la materia prima, que han dado origen a cientos de objetos que reflejan, de manera extraordinaria, la diversidad cultural en cada una de sus provincias”. La actividad artesanal está en regiones, localidades, etnias y culturas que son símbolos del Ecuador.

Esta actividad se ejecuta al interior de una economía doméstica de autoconsumo por lo que es necesario una reproducción y trasmisión en las generaciones de los artesanos y de los pueblos, pues expresa una identidad como comunidad. La materia prima usada es originaria de la región, contiene esencias culturales transmitida de siglos, un ejemplo de ello en nuestro país es la paja toquilla usada para la elaboración de los sombreros cuyos cultivos se dan principalmente en la provincia de Manabí, o la tagua de la que se elabora preciosas bisuterías, adornos y joyas, en Manabí y Esmeraldas, otro hermoso material es la concha spondylus de color rojo o coral en la

misma región, en Azuay se produce artesanalmente joyas de plata y otros metales preciosos combinados con piedras y materiales originarios de nuestro país.

En el Ecuador existen instituciones que acogen al artesano para legislar sus derechos, así están: la Junta Nacional de Defensa del Artesano JNDA (2013), que se encarga de “liderar el fortalecimiento, profesionalización y desarrollo de todo el sector artesanal que produce bienes y servicios, mediante el impulso de una política pública, la formación, la investigación y la prestación de servicios a los artesanos y artesanas”. Esta institución cuenta con un sistema general de formación y desarrollo profesional con enfoque en la innovación, ciencia y tecnología para la formación y capacitación de los artesanos, y una función muy importante de este organismo es la calificación de sus talleres artesanales. La JNDA ofrece servicios específicos como: capacitar a los artesanos en áreas técnicas y humanísticas, a través de cursos que abarcan 184 ramas artesanales.

Otro organismo para regular la productividad artesanal es el Ministerio de Industrias y Productividad que cubre al artesano a través de la subsecretaría de Desarrollo de MYPES y artesanías cuyos objetivos son:

- a) Impulsar la economía local en los sectores y productos estratégicos mediante la eliminación de ineficiencias de mercado.
- b) Contribuir al ahorro público al identificar mejores precios y oferentes en el mercado.
- c) Canalizar la demanda del Estado hacia empresas del sector MIPYMES.
- d) Fortalecer al sector productivo desde el Gobierno mediante el mejoramiento de mecanismos de acceso a los productores.
- e) Crear bases de datos de proveedores.
- f) Fomentar las ferias inversas de manera permanente a nivel nacional dentro del sector público y privado a través de una normativa de regulación. **Fuente especificada no válida.**

Todas estas organizaciones están creadas con finalidades de apoyo, legislación y administración de los grupos de artesanos para su desarrollo como parte fundamental

de la economía ecuatoriana, por ello su asistencia por parte del gobierno es de importancia crucial para la inserción de una productividad a grande escala que sin duda y por ejemplo de otros países, contribuirá a un sostenimiento económico no solo de miles de familias ecuatorianas, sino del comercio en general en el país.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Identificación del problema

La Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES, es la Institución pública encargada de realizar la planificación nacional en forma participativa incluyente y coordinada para alcanzar el Buen Vivir que anhelamos todas y todos los ecuatorianos. Y en función a su marco legal elaboro el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, este plan se lo realiza cada periodo Presidencial, y también existe La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, como podemos observar existe una amplia planificación, lo que está muy bien pero el problema que tiene el Ecuador es que existen tres niveles:

1. El de planificación
2. El mando medio de Operación
3. El de desarrollo

Ya se vio y se digo que la planificación está muy bien en el Ecuador, existe personas altamente capacitadas y estudiadas en materias de planificación estratégica.

En el mando medio hay personas que son jóvenes que conocen la teoría pero les cuesta llevar a la práctica, no tienen una vasta experiencia y por ultimo tenemos a los sectores de la Economía Popular y Solidaria, los cuales no conocen la teoría de la planificación estratégica ya que ellos son organizaciones comunitarias y no han tenido las oportunidades de estudiar porque hace 10 años en los sectores rurales del Ecuador no existía una Educación de actualidad, ahora se está modificando eso y tal

vez en un futuro cercano la gente del campo tendrá las mismas oportunidades de la gente de las ciudades grandes.

El estado quiere crear mecanismos de participación para la definición de las políticas públicas, pero en esto no habido un avance sustancial, lo que muestra la resistencia de las instituciones como la burocracia estatal, la cultura política de las organizaciones sociales y de la ciudadanía en general.

En la superintendencia de Economía Popular y Solidaria existen datos muy básicos sobre cuantas organizaciones comunitarias, asociativas y cooperativas están en el Ecuador pero de ellas no se tiene una información amplia, sobre el entorno en el que se desenvuelven.

1.2.2 Delimitación del Problema

La Economía Popular y Solidaria la conforman organizaciones comunitarias, asociativas y cooperativas dentro de las cuales se dedican a la producción, comercialización y distribución de bienes, valores y servicios.

Esta investigación estará enfocada a la producción artesanal de la parroquia de Sangolquí del Cantón Rumiñahui, la producción artesanal está dividida en ramas de trabajo que son:

- Productos alimenticios
- Producción de textiles
- Producción de prendas de vestir
- Productos de Curtiduría
- Elaboración de madera
- Producción de papel
- Productos de artículos de minerales no metálicos
- Productos de metales no ferrosos
- Producción de artículos metálicos

- Producción de joyas y artículos conexos
- Producción de instrumentos musicales
- Artesanías de servicio
- Pesca artesanal
- Minería artesanal

Se tomara en cuenta las principales actividades artesanales de Rumiñahui y que se encuentran en la parroquia urbana de Sangolquí

Como muy bien lo señala la ley de EPS que el fin es el ser humano por encima del capital y se pueden dar casos de artesanos que pueden ser calificados pero que el fin de ellos es el de generar riqueza por eso se tendrá en consideración las ramas artesanales y los artesanos que trabajan para satisfacer sus propias necesidades y las de su familia, es decir los pequeños artesanos.

1.2.3 Justificación del problema

El cantón de Rumiñahui no tiene datos o un registro donde se muestren las ramas artesanales que se desarrollan en el cantón y cuantos artesanos la conforman, sabemos que la producción artesanal de joyas llamada orfebrería es muy popular en el sector pero que se tiene de las otras ramas artesanales, poco o casi nada.

Esta investigación arrojará el número de artesanos por rama artesanal, cuando de ellos son calificados, si la inserción a un grupo gremial ha tenido los beneficios y resultados esperados, con lo cual podríamos medir el impacto en la Economía del cantón que tiene la producción artesanal de la parroquia de Sangolquí.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general.

Analizar la incidencia de la Economía Popular y Solidaria en el sector Artesanal de la parroquia de Sangolquí mediante la Investigación Cualitativa y Cuantitativa para conocer el grado de aporte que ha tenido el sector artesanal **a la producción económica del cantón Rumiñahui.**

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar el número de artesanos productores que existen en la Parroquia de Sangolquí con un perfil demográfico, establecer las ramas artesanales en las cuales se desempeñan.
- Establecer el número de artesanos productores calificados de Sangolquí, cuantos pertenecen a un grupo o asociación gremial de artesanos y cuántos de ellos pertenecen a la Economía Popular y Solidaria.
- Establecer la incidencia que tiene la Economía Popular y Solidaria en el sector artesanal, el grado de conocimiento y la ayuda obtenida para su desarrollo.
- Conocer cuál es el aporte del sector artesanal de Economía Popular y Solidaria de la parroquia de Sangolquí a la producción económica del cantón Rumiñahui.

CAPÍTULO II

2.1 Definiciones y Conceptos Teóricos

2.1.1 Economía Popular y Solidaria

De acuerdo con (Razeto, 1993), la "Economía de Solidaridad" se sustenta en:

La necesidad de introducir la solidaridad en la economía, de incorporar la solidaridad en la teoría y en la práctica de la economía, que la solidaridad se introduzca en la economía misma, y que opere y actúe en las diversas fases del ciclo económico, o sea, en la producción, circulación, consumo y acumulación. Ello implica producir con solidaridad, distribuir con solidaridad, consumir con solidaridad, acumular y desarrollar con solidaridad. Y que se introduzca y comparezca también en la teoría económica, superando una ausencia muy notoria en una disciplina en la cual el concepto de solidaridad pareciera no encajar apropiadamente. (pág. 82)

De igual forma otros autores definen a la Economía Popular de la siguiente manera:

“La economía popular es el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales” (Sarria, 2004), pág. 79

Las dos definiciones tienen mucha similitud en su contenido pues parten de una base, pero no por ello son iguales ya que, (Sarria, 2004) expone a (Razeto, 1993), cuando menciona la potencialidad de la Economía Popular, diciendo que se construirá paso a paso, y se define como una estrategia defensiva de subsistencia que puede llegar a ser una opción social, económica y política. Y observa que no toda

“Economía de Solidaridad” es Economía Popular, ya que se puede encontrar elementos de solidaridad en otros sectores sociales.

Art. 1 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, aprobada en 2011, la define como “una forma de organización económica en la que sus integrantes se unen para producir, intercambiar, comercializar, financiar, y consumir bienes y servicios que les permitan satisfacer sus necesidades y generar ingresos. Ley de Economía Popular y Solidaria. (2011), p. 26

El Art. 283 de la Constitución establece que” el sistema económico es popular y solidario (...). Propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado (...) y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”. Ministerio Coordinador de desarrollo Social, Republica del Ecuador. (2015), p. 104

2.1.2 Fundamentos de la Economía Popular y Solidaria

Es necesario entender que la economía y las finanzas conforman un eje primordial e importante, por esta causa requieren explicarse partiendo de nuevos conceptos, objetivos y estrategias que estén interrelacionados con los sectores involucrados con la economía popular y solidaria.

Lo esencial de las economías alternativas como lo mencionan (Max & Neef, 1990) es que:

Se fundamentan en principios morales y éticos que se enfocan en la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, en la generación de niveles crecientes de auto dependencia y en la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y tecnología, de los procesos globales con los comportamientos locales, de lo personal con lo social de la planificación, de la planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado.

Necesidades humanas autodependientes y articulaciones orgánicas son los pilares fundamentales que sustentan el desarrollo a escala Humana.

La Economía Popular y Solidaria surge entre el debate de la economía neoclásica y la economía política, fruto de esta investigación por parte de Norteamérica y Europa han desarrollado una nueva disciplina a la que se le conoce como “socio-económico” (p. 25)

En el Ecuador se integra este tipo de economía por su trascendental importancia, la economía de solidaridad que fomenta una economía basada en diferentes factores, relaciones económicas y valores alternativos y solidarios, esta es la razón por la que se realiza una re conceptualización de la economía y de sus valores alternativos y solidarios.

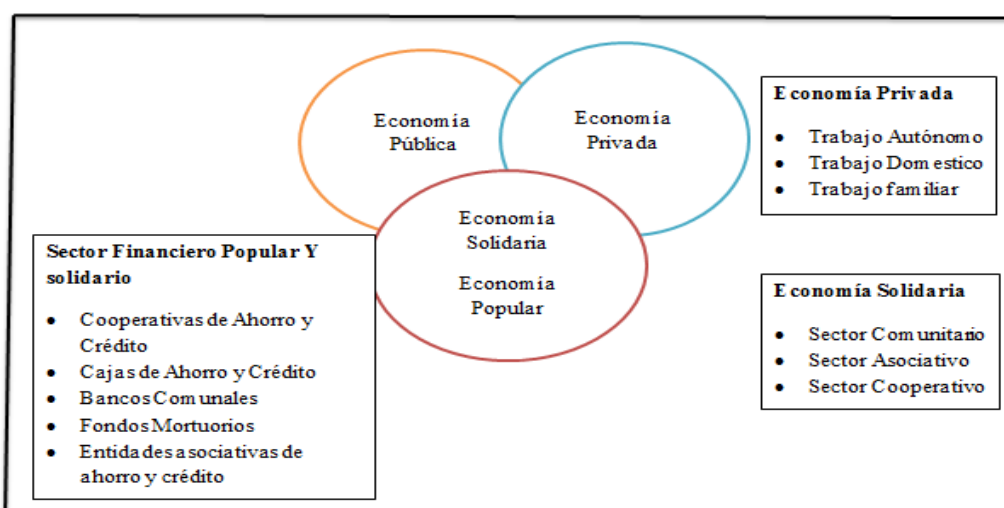


Figura 1: Dinámica de la economía solidaria en la economía mixta

Fuente: (Coraggio, La Economía social en la Economía Mixta, 2010)

2.1.3 Importancia de la EPS en Ecuador

Su importancia se hace evidente, ya que se estima que el 50% del empleo nacional es generado por microempresas, de las cuales el 46% pertenecen a mujeres que

generan aproximadamente el 25,7% del PIB (...) además existen cerca de mil cooperativas de ahorro y crédito y, actualmente en el sector financiero popular y solidario llega aproximadamente a US\$1500 millones de activos y más de dos millones de socias y socios. De igual manera (Naranjo, 2011) considera que:

Se encuentra que más de 316.000 UPAS entre una y cinco hectáreas, producen el 65% de alimentos de consumo básico, sin embargo el sector no puede crecer por su limitado acceso a equipo y maquinaria de trabajo modernas; por bajo nivel de escolaridad de sus miembros; por sus bajos niveles de asociatividad; su limitado acceso a servicios financieros y la inexperiencia en comercialización, técnicas y estrategias de mercado” (p. 55)

2.1.4 Las Unidades Económicas Populares (UEP)

Los artículos 73, 74, 75, 76 y 77 de la ley establecen la creación de las Unidades Económicas Populares (UEP) que son “emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y artesanos”. Ley de Economía Popular y Solidaria, (2011)

La influencia en este sistema promueve un trabajo en equipo para definir las UEP, la Secretaria Técnica de Economía Popular y Solidaria STEPS tiene el objetivo de fomentar al desarrollo técnico de los indicadores que utilizara el Banco Central del Ecuador BCE que es su aporte a la economía local.

2.1.5 Las personas responsables de la Economía del Cuidado

Para efectos de esta Ley se refiere a las personas naturales que realizan exclusivamente actividades para la reproducción y sostenimiento de la vida de las personas, con relación a la preparación de alimentos, de cuidado humano y otros. Ley orgánica de economía popular y solidaria y su reglamento, (2012) Art 74- pág. 42

Es decir, que son consideradas responsables todos aquellos participantes en la producción de un producto y o servicio.

2.1.6 Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos

Son personas o grupos de personas que desempeñan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala realizadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el propósito de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para lo cual generan trabajo y empleo entre sus integrantes. Ley orgánica de economía popular y solidaria y su reglamento, (2012) Art 75- pág. No. 42

Por lo cual el núcleo familiar es lo más importante como origen y base de las empresas y microempresas que sostienen la economía popular.

2.1.7 Cluster

Según varios autores, el clúster industrial es una herramienta utilizada para el análisis de los factores que permiten incorporar a la industria los factores de la cadena de producción.

Según (Dalmau & Hervás, 2005) En la década de los 90's fue definida como:

Son concentraciones de empresas o instituciones interconectadas en un área particular para la competencia.

Existe una gran variedad de conceptos respecto a la organización territorial que reciben el nombre genérico de clúster, aunque existen importantes matices que conducen a fenómenos de concentración con sobresalientes rasgos diferenciales. Pág. 16

Podemos agrupar a los clúster en tres grandes grupos:

- Clúster Industriales
- Clúster Regionales
- Distritos Industriales

(Porter M. , Clusters and Competition: New Agendas for Companies, 1999)
Afirma que los clústeres tienen la capacidad de afectar a la competencia de cinco maneras:

- Por el aumento de la productividad de las empresas del grupo,
- Por impulsar la innovación en el campo
- Por estimular nuevas empresas en el campo
- Por reducir comportamientos oportunistas
- Por aumentar la presión de coordinación entre empresas

El efecto clúster suele manifestarse en cualquier aglomeración urbana, debido a que los establecimientos comerciales del mismo ramo suelen agruparse en un área similar por ejemplo si alguien pone una cafetería en una zona, tal vez, al otro día alguien más pondrá cerca otra cafetería y de esa misma forma sucede con casi en todos los tipos de establecimientos comerciales ya que no están aislados de su competencia, una de las razones son los factores de mercado como los ingresos, fortaleza de demanda, impuestos, competencia y política.

Los gobiernos y empresas usan el efecto clúster para fomentar un lugar, hacerlo atractivo para un tipo de negocios específicos, por ejemplo en México en la ciudad de Puebla se aplicó el efecto clúster para convencer a algunas empresas armadoras de vehículos a instalar fábricas en esa ciudad, otro ejemplo lo vemos en la Vegas Nevada que se ha beneficiado por el efecto clúster en la industria del Juego y Entretenimiento.

2.1.8 Encadenamiento Productivo

Es una relación de largo plazo que determinan unidades empresariales con la finalidad de obtener beneficios conjuntos, por eso el interés de promoverlos, debe basarse en los beneficios económico-sociales que emanan y no en el encadenamiento en sí. La existencia de relaciones insumo -producto es un factor necesario pero no suficiente para generar un encadenamiento productivo, porque el encadenamiento requiere cierto grado de compromiso entre las empresas mayor al de una compra – venta normal.



Figura 2: Diagrama de una cadena productiva

Fuente: (Red Nacional de Grupos Gestores, 2013)

El encadenamiento productivo tiene como meta: crear vincules en cada etapa de la producción y lograr una integración entre sus capacidades para ganar competitividad en los mercados, busca promover, mejorar y estabilizar los enlaces comerciales entre empresas fabricantes, proveedores y consumidores, para obtener flexibilidad, adaptabilidad y garantía en la calidad de los productos y servicios adaptadas al nivel de los procesos de producción con estándares internacionales o normas ISO, que logran a corto, mediano y largo plazo posicionar a la organización como un ente competitivo en volúmenes de ventas.

2.1.9 Cadena de valor

Para (Porter, Michael, 1990), “la cadena de valor empresarial es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una empresa generando valor al cliente final”.

Varios autores coinciden en que la cadena de valor constituye una herramienta de análisis para la planificación estratégica de las organizaciones, el objetivo es crear valor para el consumidor, al minimizar los costes, en esta etapa se debe considerar la optimización de recursos es decir que la calidad del producto no se comprometa, cadena de valor ayuda a determinar cuáles son las actividades propias de este proceso para tener una rentabilidad relativa superior a los de su competencia y que sobretodo pueda mantenerse vigente en el mercado.

Las actividades primarias que intervienen en la cadena de valor son: son las de producción, distribución y comercialización de los productos y servicios que crean valor para el cliente, en estas se incluyen la logística de entrada y salida, operaciones, ventas, marketing y servicio.

De la misma manera existen actividades de apoyo y son: la infraestructura o administración y gerencia, talento humano, tecnología y adquisiciones. El uso del modelo de la cadena de valor permite la comparación de los procesos de cada empresa con respecto a las de sus competidores afines, de esta manera se analizan los estándares.

2.1.10 Proceso Productivo

La producción artesanal es la que se realiza en forma manual y con poca o ninguna intervención de energía mecánica. Normalmente, la producción artesanal usa los recursos y materias primas locales y las actividades se llevan a cabo en talleres familiares o comunitarios. Artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial. (Rodríguez, 2015)

Disponible en: AlanaInformatica (2015)

<https://alanastqmjb.wordpress.com/materiales-artesanales-y-tecnicos>

2.1.11 Técnica artesanal

Según varias definiciones encontradas en la literatura del tema, la técnica artesanal es el proceso productivo en su etapa manual, sin embargo se requiere de algún tipo de maquinaria auxiliar sobre todo para la transformación efectiva de materias primas, además de la fase de elaboración. Por ejemplo, el tejido a telar es un proceso artesanal pues utiliza el telar como maquinaria auxiliar, pero el proceso productivo es manual y artístico, logrando una artesanía de elaboración mixta.

2.1.12 Definición de servicio

Se define al servicio como aquella actividad económica en la que su objetivo principal es prestar un servicio o atención al cliente o a los productores del sector primario o secundario, sin constituir esto un bien, los servicios son un sector muy diverso, en el que se desarrollan actividades públicas o privadas que crean valor a partir de elementos intangibles. Ejemplos muy usados en el mercado nacional e internacional son las actividades de educación, aseo, turismo, mensajería, transporte, el comercio considerado como una actividad basada en el servicio al cliente. Hay innumerables definiciones, más la mencionada es un análisis de todas ellas.

2.1.13 Ventaja competitiva

Para definir este término el más influyente autor en (Porter, Michael, 1990) habló de la ventaja competitiva en varias de sus conferencias para la Escuela de Negocios de Harvard, y citó:

La ventaja competitiva es la capacidad de una empresa de sobreponerse a otra u otras de la misma industria o sector mediante técnicas no necesariamente definidas, cada empresa puede innovar a su manera. Sin embargo, estas ventajas competitivas no siempre se pueden mantener por mucho tiempo debido a que los mercados cambian constantemente y las empresas tienen que

estar alerta a estos cambios para no "pasar de moda" con las ventajas competitivas que desarrollen.

Para ser realmente efectiva, una **ventaja competitiva** debe ser:

1. Única-Legal
2. Posible de mantener.
3. Netamente superior a l

Con las siguientes características:

- Orientación al cliente.
- Calidad superior del producto.
- Contratos de distribución de largo período.
- Valor de marca acumulado y buena reputación de la compañía.
- Ser el productor de bienes y servicios de menor costo, ofrecer un producto diferenciado o aplicar cualquiera de las dos estrategias anteriores en un segmento de mercado específico.
- Posesión de patentes y copyright.
- monopolio protegido por el gobierno.
- Equipo profesional altamente calificado.

Lo que quiere decir que a través de las ventajas competitivas, una empresa puede adquirir una posición favorable o desfavorable en relación a la de su competencia.

(Porter, Michael, 1990) Menciona lo que se conoce como las 5 fuerzas de Porter de las cuales es posible medir el grado que implican.

- Entrada de nuevos competidores
- Poder de negociación de los compradores
- Poder de negociación de los proveedores
- Rivalidad entre los competidores existentes

De estas fuerzas la empresa debe evaluarse donde se encuentra y que estrategia puede tomar estableciendo elementos que generen una diferencia que sobresalga de la competencia, y existen tres estrategias genéricas para lograrlo:

- Liderazgo en costos: quiere decir lograr tener el producto con el precio más bajo es decir producirlo con costos más bajos de la competencia.
- Diferenciación: El producto ofrece un valor agregado un atributo que lo diferencia de los de más
- Enfoque: Crea una intimidad con el cliente se enfoca en satisfacerle solo a él.

2.1.14 Competitividad

Las empresas hacen referencia a la competitividad cuando se habla de la capacidad que se tiene para producir bienes y servicios de forma eficaz y eficiente con el objetivo de mantener costes decrecientes y calidad creciente, para que el producto o bien, pueda competir y lograr cuotas de mercado mayores, en su venta final en el mercado local e internacional.

La supervivencia de la empresa o el grupo de empresas depende la competitividad de sus productos colocados en el mercado , así podemos ver varios factores que dependen de la competitividad, estos son: la relación calidad- costo del producto, el nivel de precios de los insumos y el nivel de salarios, estos están relacionados con la productividad la innovación, la calidad del servicio y la imagen corporativa también tienen que ver con la competitividad de una empresa.

Ninguna nación es competitiva en general es decir nunca es competitiva en todo, según (Porter M. E., 1991) encuentra que hay variedad de significados que se asignan al concepto de Competitividad Económica. Se las cataloga a las naciones como competitivas dependiendo de algunos factores macroeconómicos:

- El grado de sobrevaloración o subvaloración del tipo de cambio,
- La cuantía de sus tasas de interés,

- Existencia abundante de recursos naturales,
- Mano de obra barata,
- Política gubernamental en general y/o en ciertas actividades específicas,
- Cercanía con los mercados,
- Leyes proteccionistas,
- Que los socios comerciales estén en crecimiento

Las naciones registran condiciones competitivas solo en algunos sectores, en los cuales tienen éxito exportador y muestran condiciones dinámicas de productividad y eficiencia. (Porter M. , *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*, 2011) *Las Cinco Fuerzas de Porter*, Foro Económico Mundial, 15 de diciembre.

2.1.15 Productividad

Se le considera como la razón entre la cantidad de producto producido de buena calidad por hora trabajada, o lo que es lo mismo en una hora cuantos productos se elaboran de manera eficiente verificando los estándares de calidad, la productividad depende de varios factores para lograr su cometido, así, la tecnología utilizada, el capital, la capacitación y formación de los trabajadores es el capital humano, todas estos factores incrementan o disminuyen a la productividad.

A mayor capacidad de producción con igual costes, existe mayor productividad, lo opuesto es evidente. Los costos sean estos menores o iguales, son directamente proporcionales a la eficacia en la productividad, así se fijan los niveles de la cantidad y calidad de productos terminados en el ejercicio de la producción , se ven ejemplos de menores costos cuando se trata de organizaciones sin fines de lucro.

2.2 Datos Relevantes para la Investigación

2.2.1 Índice de la Actividad Económica (IAE)

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC (Censos, 2014). El Índice de Nivel de Actividad Registrada INA-R mide:

El desempeño económico-fiscal de los sectores productivos de la economía nacional, a través del tiempo, conforme a la nomenclatura CIIU-3; caracterizando a cada mes calendario en términos de su crecimiento histórico promedio y del comportamiento medio de los últimos doce meses anteriores al de referencia. El período base es el año 2002 donde los índices se igualan a 100. Pág. 13

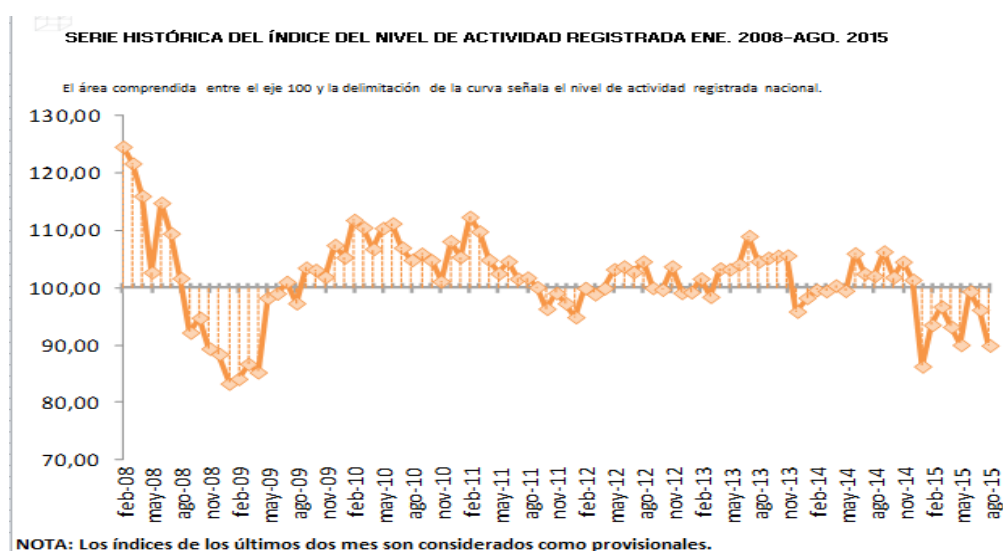


Figura 3: Índice de Nivel de Actividad Registrada

Fuente: (INEC, 2015)

Podemos observar que en los 3 últimos trimestres del presente año 2015 las actividades registradas no han tenido un crecimiento significativo, estas actividades son las de los sectores productivos de la economía nacional.

Los principales sectores Económicos del país son: agricultura, ganadería; manufacturera y comercio

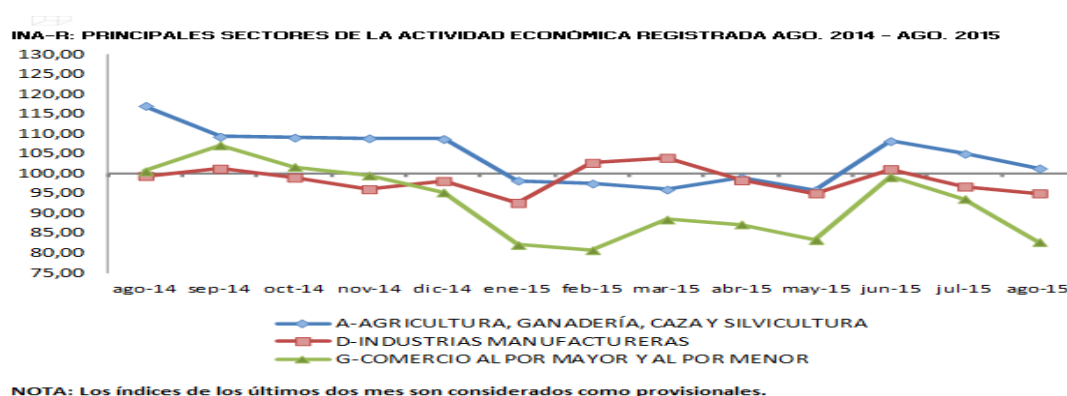


Figura 4: Principales sectores de la actividad económica

Fuente: (INEC, 2015)

Se observa en el gráfico que el único sector que tiene crecimiento representativo, es el de agricultura y ganadería, mientras que el sector manufacturero tiene la tendencia a mantenerse aun con el hecho de que en agosto del 2015 se reduce 5% con respecto a agosto del 2014.

Estas cifras son de las actividades registradas en el periodo, es decir, de las que declaran sus impuestos y son legalmente constituidas, ante la creciente actividad de recaudación en el Ecuador, se puede deducir que estos mismos datos son aproximados para el periodo en estudio, la base de datos es del 2002 quiere decir que el sector manufacturero está generando los mismos resultados que en ese año.

La producción artesanal se encuentra dentro del sector manufacturero, observemos el siguiente histograma:

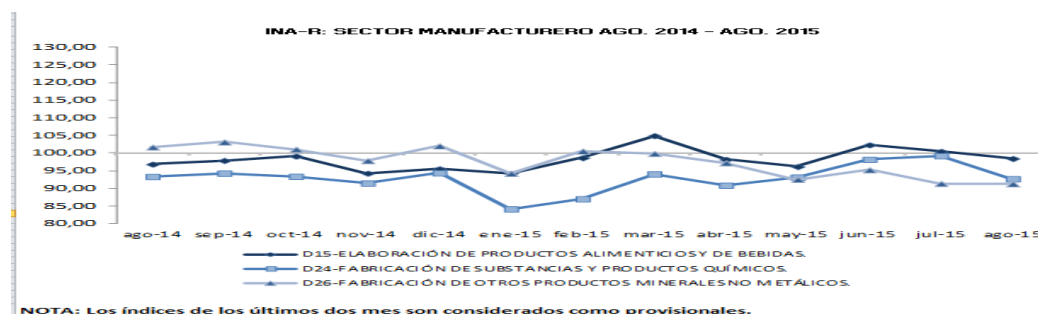


Figura 5: Sector Manufacturero

Fuente: (INEC, 2015)

En el sector manufacturero, la elaboración de productos alimenticios y bebidas ha tenido un crecimiento mayor a los demás, siendo el de menor crecimiento la fabricación de sustancias y productos químicos.

2.2.2 Índice de Volumen Industrial – (IVI)

El Índice de Volumen Industrial-IVI, entre diciembre 2014 y enero 2015 cambia la dirección ascendente del mes anterior y registra una baja de 126,36 puntos, igual a una variación de -13,94%, como se ve en el siguiente gráfico:

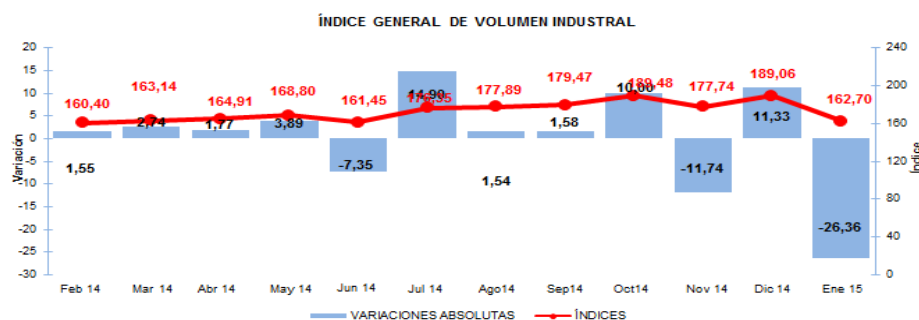


Figura 6: Índice de Volumen Industrial

Fuente: (INEC, Índices de la Actividad Económica (IAE), 2015)

La mayoría de líneas de actividad económica presentan variaciones negativas en las siguientes actividades: Elaboración de productos alimenticios; Elaboración de productos de tabaco; Fabricación de prendas de vestir; Fabricación de papel y productos de papel; Actividades de edición e impresión; Fabricación de sustancias y productos químicos; Fabricación de otros productos minerales no metálicos; Fabricación de metales comunes; Fabricación de maquinaria y equipo ; Fabricación de muebles e industrias manufactureras . Algunas actividades han evolucionado positivamente, entre otras: Fabricación de productos textiles; Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano, artículos de talabartería, guarnicionería y calzado; Fabricación de coque, productos de la refinación de petróleo; Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques.

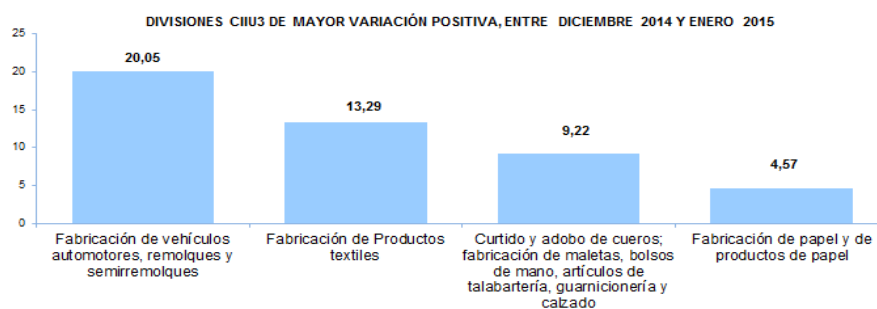


Figura 7: Actividades manufactureras de variación positiva

Fuente: (INEC, 2015)

Como podemos observar hay cuatro actividades productivas que han tenido un crecimiento la que interesa a la presente investigación son las tres últimas ya que podemos encontrar artesanías de productos textiles, de maletas, talabartería, marroquinería y productos de papel, es decir que la actividad artesanal mantiene un crecimiento.

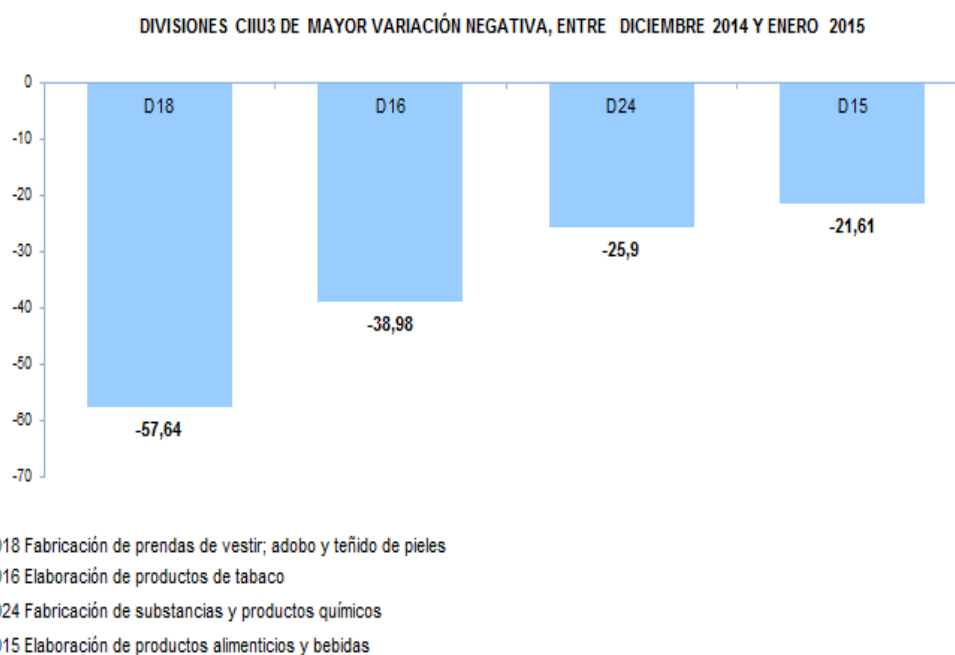


Figura 8: Actividades manufactureras de variación negativa

Fuente: (INEC, 2015)

Las cuatro actividades que no han tenido un crecimiento satisfactorio en comparación de Diciembre 2014 a Enero del 2015 son la fabricación de prendas de

vestir que se ha reducido en 58% comparada a Diciembre, la producción de tabacos ha caído en 38.98 la fabricación de sustancias y productos químicos 25.9 y la elaboración de productos alimenticios y bebidas se redujo en 21.61 comparada de Diciembre 2014 a Enero 2015.

Dentro de estas actividades podemos decir que la artesanía tiene mayor presencia en dos de ellas en la Elaboración de prendas de Vestir y en la de Productos alimenticios y bebidas

Ahora comprando los dos índices el Índice de la Actividad Económica (IAE) con el Índice del Volumen Industrial (IVI)

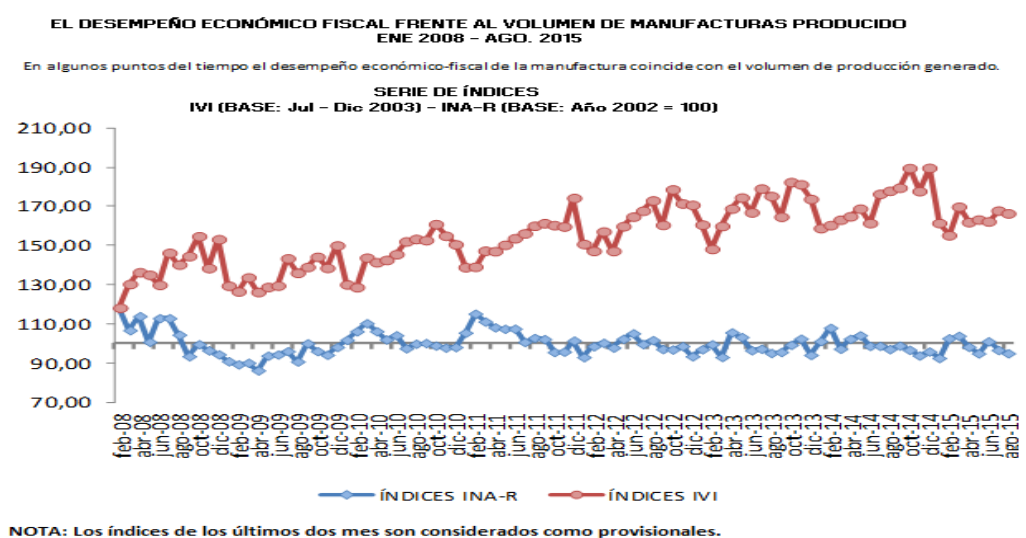


Figura 9: Comparación IAE frente IVI

Fuente: (INEC, 2015)

Podemos observar que el sector manufacturero produce mucho más en agosto del 2015 es 50% más que el índice de nivel de actividad registrada, esto supone que algunas manufacturas no están siendo registradas, podemos poner como ejemplo es sector informal, al que podrían estar incluidas las de Economía Popular y Solidaria.

2.2.3 Incidencia de la pobreza y pobreza extrema

En marzo de 2015 la línea de pobreza se ubicó en US\$ 82,11 mensuales por persona, mientras que la línea de pobreza extrema en US\$ 46,27 mensuales por persona. Con este umbral, a nivel nacional la incidencia de la pobreza es del 24,12% y la extrema pobreza del 8,97%.

A nivel urbano la incidencia de la pobreza es del 15,07% y la extrema pobreza del 3,90%, mientras que en el área rural la pobreza es del 43,35% y la extrema pobreza del 19,74%.

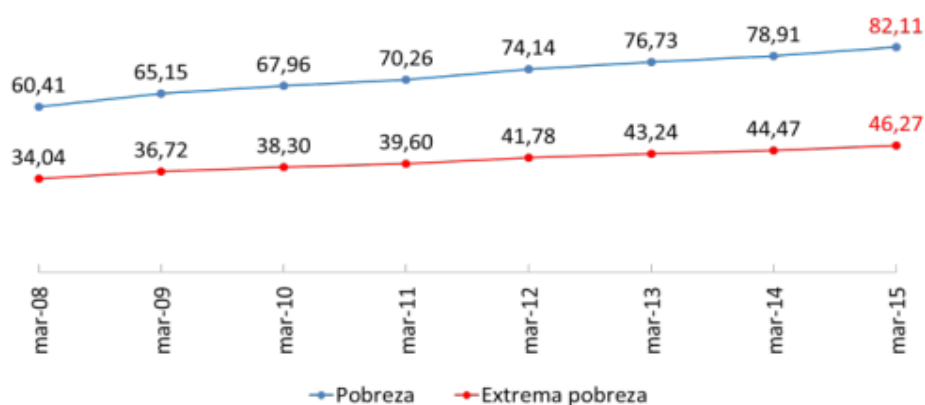


Figura 10: Evolución Nominal de líneas de pobreza y pobreza extrema

Fuente: (INEC, 2015)

Tomando en cuenta los periodos marzo de 2014 y marzo de 2015, la pobreza por ingresos a nivel nacional disminuye 0,43 puntos porcentuales, de 24,55% a 24,12%; esta variación en términos estadísticos no es significativa al 95% de confianza. A nivel urbano la pobreza por ingresos disminuye 1,68 puntos porcentuales, de 16,75% a 15,07%; sin embargo esta variación no es estadísticamente significativa al 95% de confianza. Mientras que en el área rural la pobreza por ingresos varía en 2,43 puntos porcentuales, de 40,91% en marzo 2014 a 43,35% en marzo 2015; esta variación tampoco es estadísticamente significativa al 95% de confianza

La siguiente Tabla presenta las tasas de incidencia de pobreza y pobreza extrema correspondiente a marzo 2014-2015 a nivel nacional, urbano y rural.

Tabla 1:
Pobreza Marzo 2014 -2015

Indicador	Área	mar-14	mar-15	Dif	p-valor
Pobreza	Nacional	24,55%	24,12%	-0,43	0,735
	Urbano	16,75%	15,07%	-1,68	0,120
	Rural	40,91%	43,35%	2,43	0,420
Pobreza Extrema	Nacional	8,18%	8,97%	0,79	0,395
	Urbano	3,87%	3,90%	0,03	0,944
	Rural	17,22%	19,74%	2,53	0,328

Fuente: (ENEMDU, 2014)

Respecto a la pobreza extrema a nivel nacional, se observa una variación de 0,79 puntos porcentuales pasando de 8,18% en marzo 2014 a 8,97% en marzo 2015, esta disminución no es significativa al 95% de confianza. En el área urbana la incidencia de pobreza extrema varió de 3,87% en marzo 2014 a 3,90% en marzo 2015, esta variación tampoco es significativa a un 95% de confianza. En el área rural la pobreza extrema varió en 2,53 puntos de 17,22% en marzo 2014 a 19,74% en marzo 2015, variación no significativa estadísticamente a un 95% de confianza.

2.2.4 Incidencia de la pobreza y pobreza extrema - ciudades principales

En tres de las cinco ciudades auto-representadas (Quito, Guayaquil y Ambato) existe una reducción de la pobreza en el periodo de referencia, sin embargo, solo en Guayaquil la variación es estadísticamente significativa. La ciudad que registra la mayor incidencia de pobreza en marzo de 2015 es Machala (15,09%) y el menor nivel de pobreza es Cuenca (5,32%).

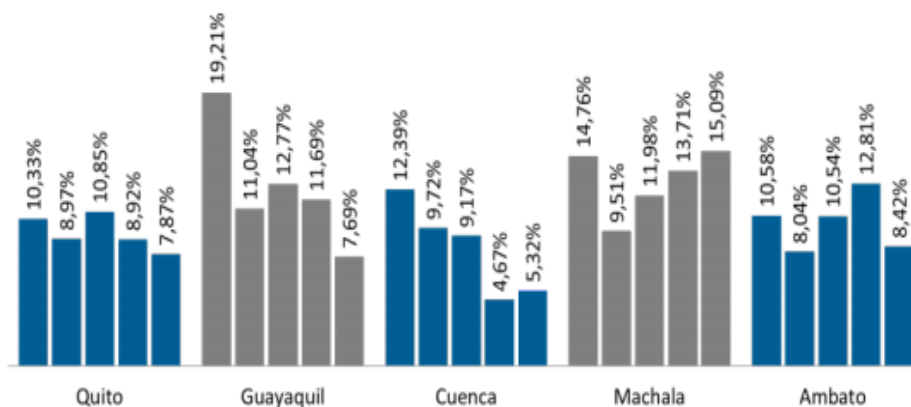


Figura 11: Evolución de la pobreza – ciudades principales

Fuente: (ENEMDU, 2014)

Como se puede observar en la figura respecto a la pobreza extrema por ciudades auto representadas, existe un aumento en la ciudad de Machala, y reducciones en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato. En todos los casos las variaciones no son estadísticamente significativas.

2.2.5 Coeficiente de Gini

Es una medida que resume la manera en la que se distribuye el ingreso per cápita entre los habitantes de la población, mide el grado de desigualdad en la distribución del ingreso.

Gini es un valor que se encuentra entre cero (igualdad perfecta) y uno (ausencia de igualdad). Es importante mencionar que, si bien el Coeficiente de Gini mide el grado de desigualdad de los ingresos, no es una medida directa para medir el bienestar o las condiciones de vida de una sociedad.

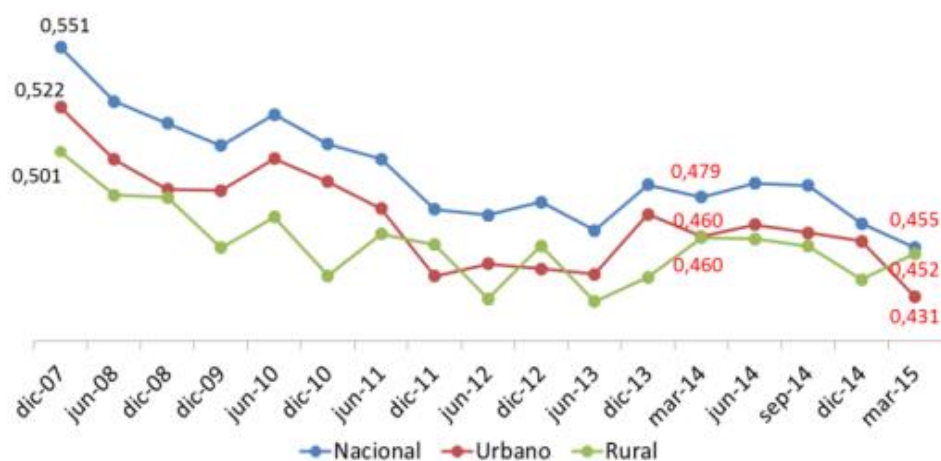


Figura 12: Evolución del Coeficiente de Gini

Fuente: (ENEMDU, 2014)

A marzo de 2015, el coeficiente de Gini a nivel nacional fue de 0,455, en el área urbana fue de 0,431 y 0,452 en el área rural. Con respecto a marzo de 2014 tanto a nivel nacional, urbano y rural existen disminuciones en el coeficiente de Gini, pero solo a nivel nacional y urbano las variaciones son estadísticamente significativas.

Tabla 2:

Coeficiente de Gini Marzo 201 -2015

Indicador	Área	mar-14	mar-15	Dif	p-valor
Gini	Nacional	0.479	0.455	-2.43	0.020
	Urbano	0.460	0.431	-2.88	0.008
	Rural	0.460	0.452	-0.75	0.828

Fuente: (ENEMDU, 2014)

2.2.6 Ocupaciones a nivel nacional por subsistencia económica

Más de un tercio (33.5%) de los hogares de áreas urbanas con ingresos medios y bajos, tienen uno o más miembros trabajando en pequeños emprendimientos.

En el año 2009 se generaron 6.499.262 empleos a nivel nacional. La economía popular genero el 64% de total nacional, la economía empresarial privada el 29% y la economía publica el 7%.

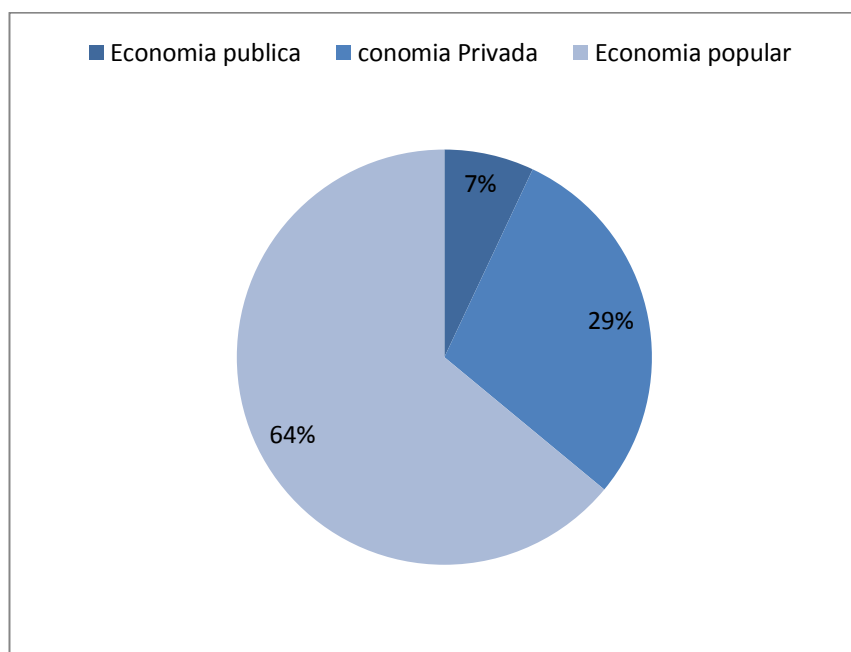


Figura 13: Porcentaje de ocupaciones a nivel nacional por subsistencia económica (2009)

Fuente: (MIES, 2015)

Como podemos observar en la figura la Economía popular alcanza un 64% y las entidades que promueven este tipo de economía, son las que se encuentran en comunidades rurales, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) son los encargados de fomentar la producción, la transformación tecnológica y comercialización.

2.2.7 Resultados del IEPS

En el año 2014, 19.216 personas fueron capacitadas para integrarse a empleos directos, de las cuales 12.466 corresponden a competencias asociativas y 6.750 a

competencias técnicas; de estas, 1700 personas vinculadas al programa “Hilando el Desarrollo”

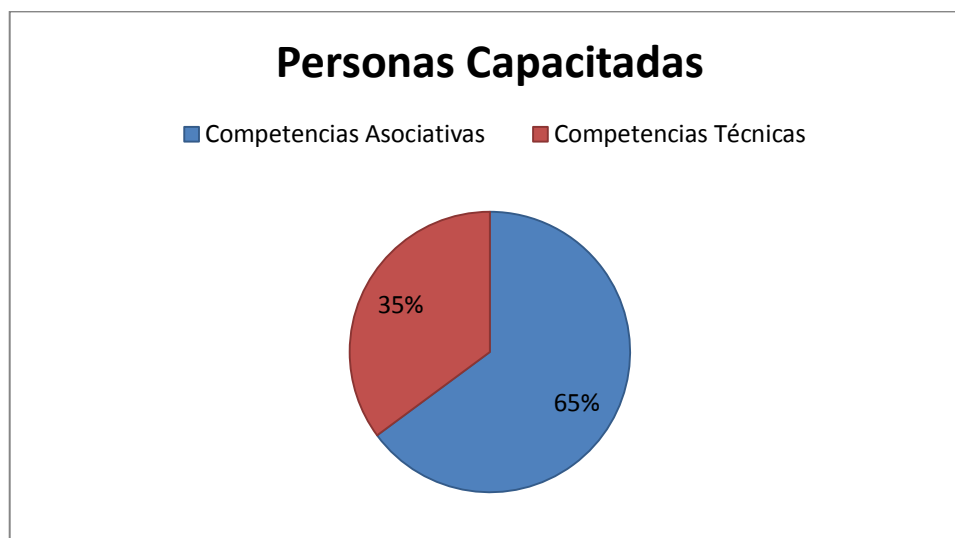


Figura 14: Porcentaje de personas capacitadas

Fuente: (IEPS, 2013)

De las personas capacitadas para integrarse a empleos directos podemos observar que el 35% son en competencias técnicas y el 65% en Competencias Asociativas, de las primeras es decir de las técnicas podemos decir que están involucradas las actividades artesanales.

2.2.8 Otros resultados obtenidos

- 292 emprendimientos capacitados en temas administrativos
- 496 organizaciones atendidas en su proceso de constitución legal a nivel territorial, de las cuales 166 organizaciones han sido constituidas.
- 18.927 personas que asisten a eventos de la difusión de la normativa.
- 11.000 personas articuladas al cambio de la matriz productiva.
- 236 iniciativas productivas cofinanciadas por el Crédito de Desarrollo Humano -CDH, generando 4038 empleos directos.
- 288 emprendimientos productivos en los siguientes sectores:

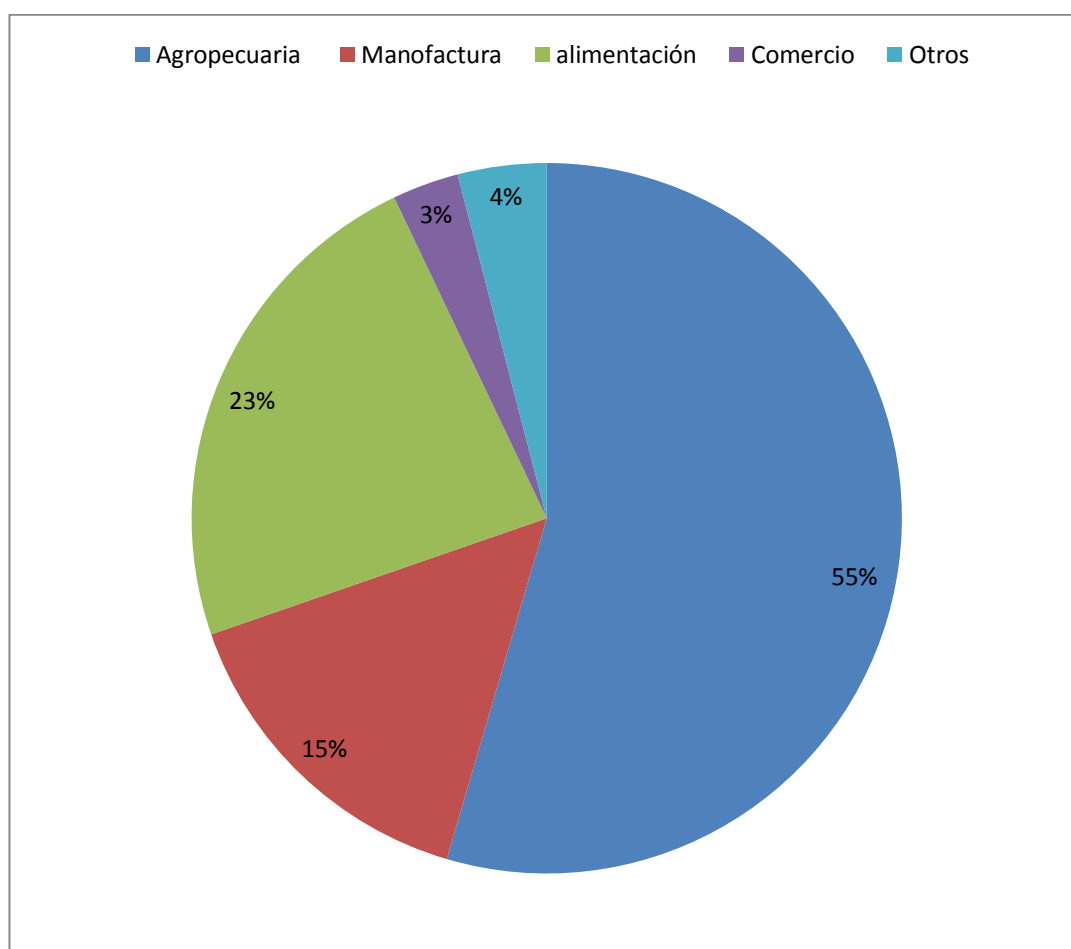


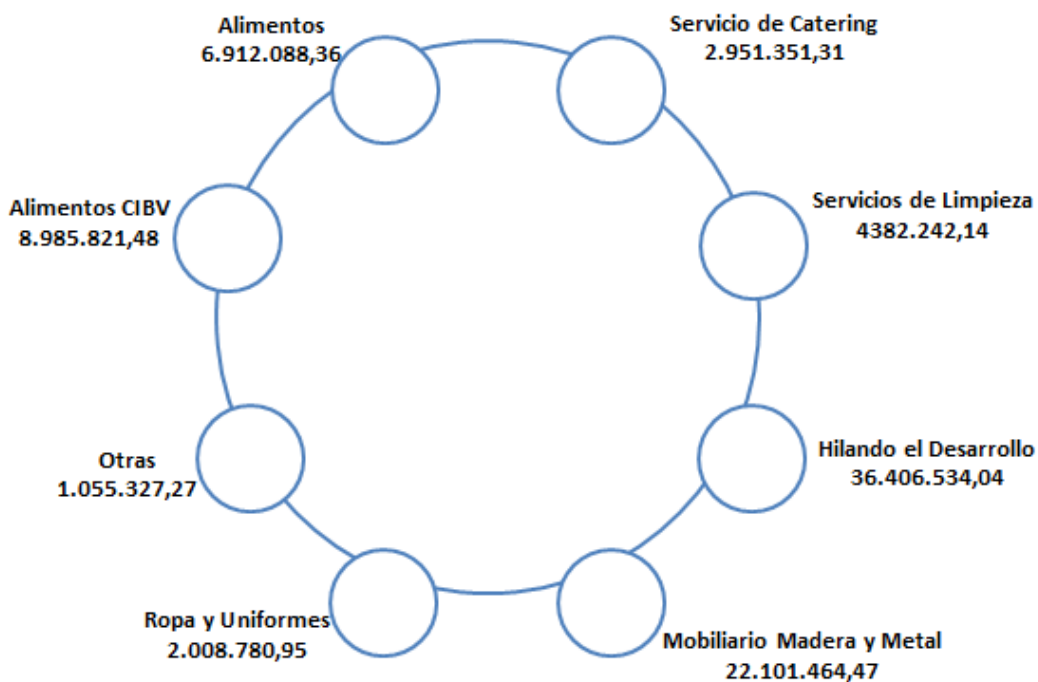
Figura 15: Emprendimientos generados por actividad

Fuente: (IEPS, 2013)

Como podemos observar en esta figura la actividad de manufactura alcanza un 15%, y la actividad en la que basa el estudio es en la artesanal que pertenece a la manufactura así que podemos decir que en el año 2014 se han ejecutado 43 emprendimientos de los cuales algunos de estos son en la actividad artesanal

En el año 2014 se concretaron USD 90.414.271,88 en participación de la EPS en compras públicas y privadas, como se detalla a continuación:

Compras Públicas



Compras Privadas

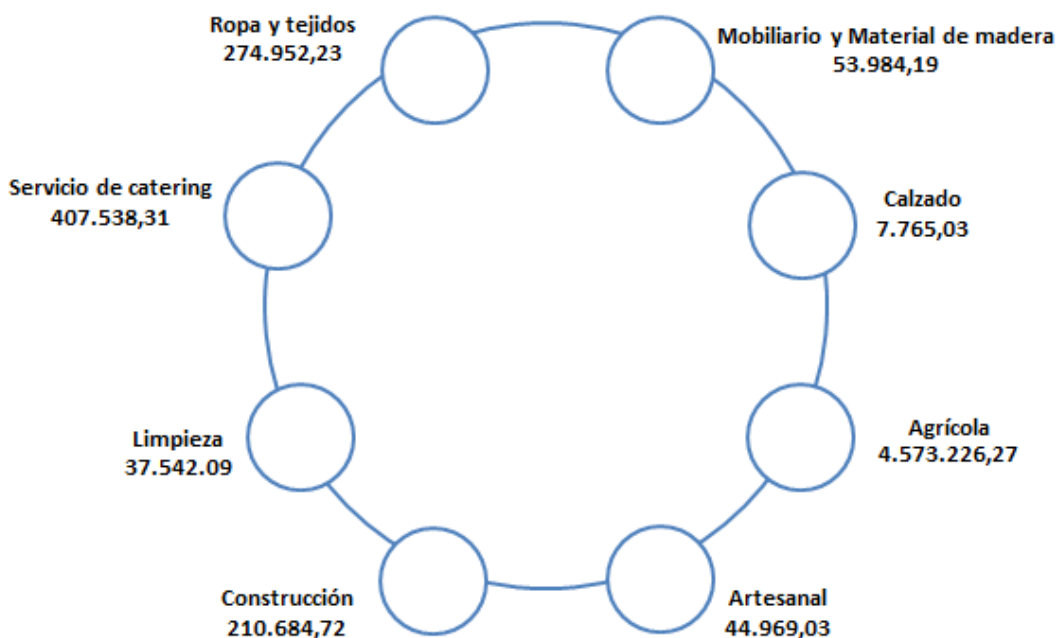


Figura 16: Compras Realizadas por las EPS

Fuente: (IEPS, 2013)

Se tiene un incremento con respecto al año 2013 del 48%, tomando en cuenta que en ese año el monto de participación de la EPS en compras públicas y privadas fue de USD. 61.000.000.

2.2.9 Unidades Económicas Populares

En el Ecuador existen 677.978 Unidades Económicas Populares según datos del Censo Económico (2009), Censo de Población y vivienda (2010) y Censo Nacional Agropecuario (2000). De acuerdo con estas fuentes existen 9988 artesanos, 19110 comerciantes minoristas y 31337 emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos.

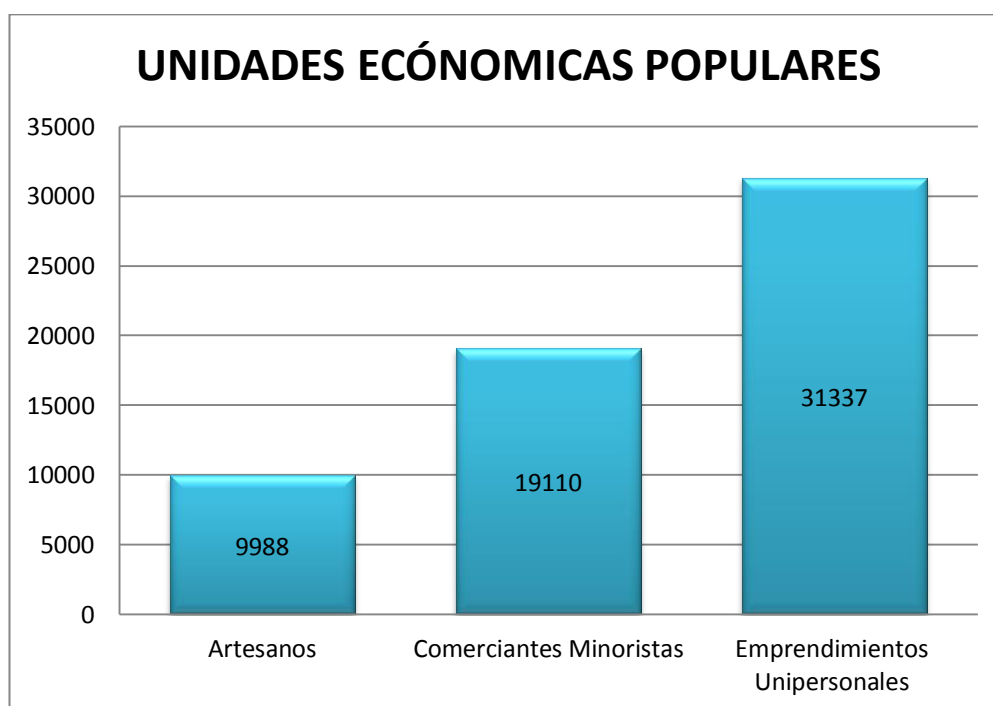


Figura 17: UEP

Fuente: (IEPS, 2013)

El gráfico muestra que las unidades económicas populares son conformadas más por los Emprendimientos Unipersonales mientras que los artesanos son apenas cerca de 10000 los que conforman las UEP

Parámetros de caracterización de las UEP

Dependientes asalariados	Activos	Ventas	Resultado del ejercicio económico	Miembros integrantes
Hasta 2	Hasta \$50.000	Menor o igual a 4 fracciones básicas exentas de Impuesto a la Renta de personas naturales no obligadas a llevar contabilidad	Menor o igual al valor de la fracción básica exenta de impuesto a la renta de personas naturales que no están obligadas a llevar contabilidad.	Hasta 6

Figura 18: Parámetros de Caracterización UEP

Fuente: (IEPS, 2013)

La figura muestra cuales son los parámetros bajo los cuales se les caracteriza a una organización como UEP, y dice que sus ventas deben ser iguales o menores a 4 salarios, que en la actualidad equivaldría a USD 1416.00 y sus utilidades no pueden ser mayores a un salario es decir deben ser de máximo USD 354.00 mensuales, y también ellos están exonerados del impuesto a la Renta.

2.2.10 Sistema Asociativo

La ley reconoce como formas de organización de la Economía Popular y Solidaria al sector comunitario, sector asociativo, sector cooperativo que implica lo relacionado con producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito, servicios y a las Unidades Económicas Populares. SEPS, (2013)

Al 13 de mayo del 2013 existen 2822 asociaciones distribuidas en los siguientes sectores, 2466 en el sector productivo, 319 en servicios y 37 en consumo SEPS (2013)

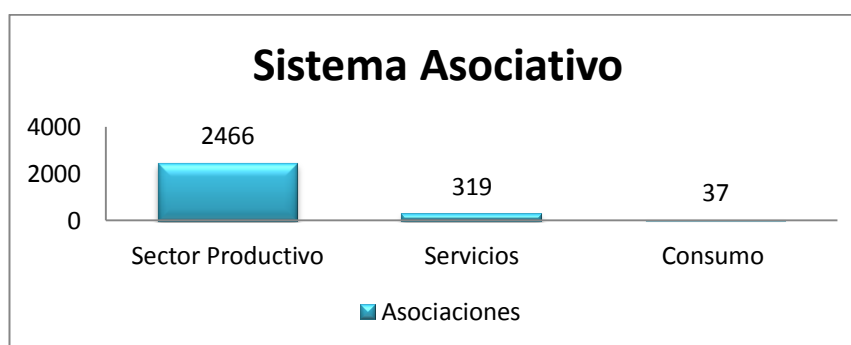


Figura 19: Sistema Asociativo

Fuente: (IEPS, 2013)

Como muestra la figura las asociaciones están compuestas por tres sectores del cual el mayor es el Productivo siendo 2466, en este rubro están incluidos los artesanos ya que ellos pertenecen al sector productivo ya que producen con sus manos las artesanías.

2.2.11 Sistema cooperativo

El sistema cooperativo está integrado por 3827 Organizaciones concentradas en Servicios, ahorro y crédito y Vivienda. El 42 % del total del sistema cooperativo se encuentra en las provincias de Pichincha, Guayas y Tungurahua. El número total de socios del sistema cooperativo a escala nacional bordea los 4.4 millones de personas.

PNBV(2013-2017:265).

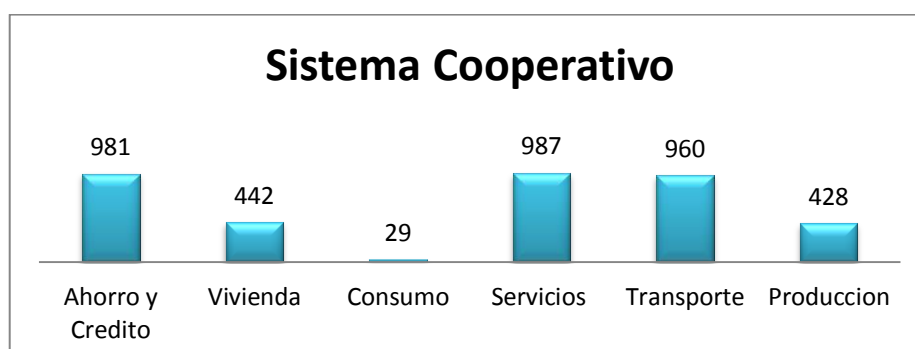


Figura 20: Sistema Cooperativo

Fuente: (SENPLADES, 2013 - 2017)

La figura muestra que en el sistema cooperativo existen 428 organizaciones dedicadas a la producción, la producción artesanal pertenece a este rubro, pero no se sabe con exactitud cuántas organizaciones artesanales existen dentro del sistema Cooperativo.

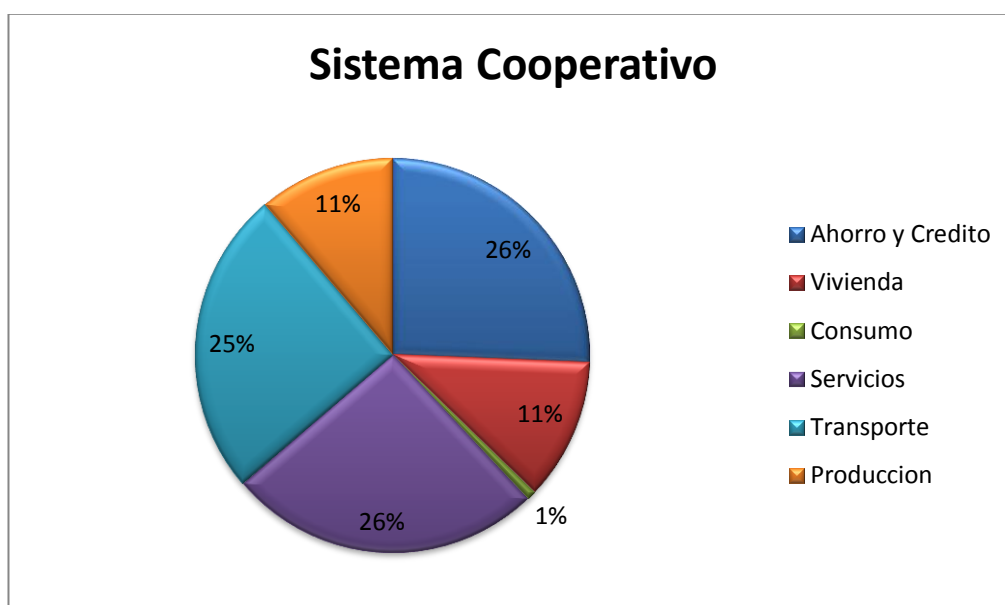


Figura 21: Distribución del Sistema Cooperativo

Fuente: (SENPLADES, 2013 - 2017)

El gráfico muestra la distribución de los sectores del sistema cooperativo y se observa que los mayores son de Servicios con 26% de Ahorro y crédito igual con 26% y de Transporte con 25% mientras que el sector del cual tenemos interés ya que en este están los artesanos es el de la producción que en el sistema cooperativo tiene 11%.

De acuerdo con el Plan Nacional para el Buen Vivir PNBV (2013-2017) “las economías populares y solidarias son el mayor empleador del país y cuenta con millones de socios” (PNBV 2013-2017:249). En el 2009 la economía popular y solidaria empleo al 64% de los ocupados, mientras que la economía privada tuvo una participación del 29% y la economía pública del 7% MIES, (2011); PNBV (2013-2017:265)

2.2.12 Emprendimientos EPS

El IEPS apoyó a un total de 173 organizaciones de la EPS, con emprendimientos productivos de los cuales 115 son de alimentos, 25 turísticos, 13 de manufactura, 11 de servicios y, 9 de otros tipos.

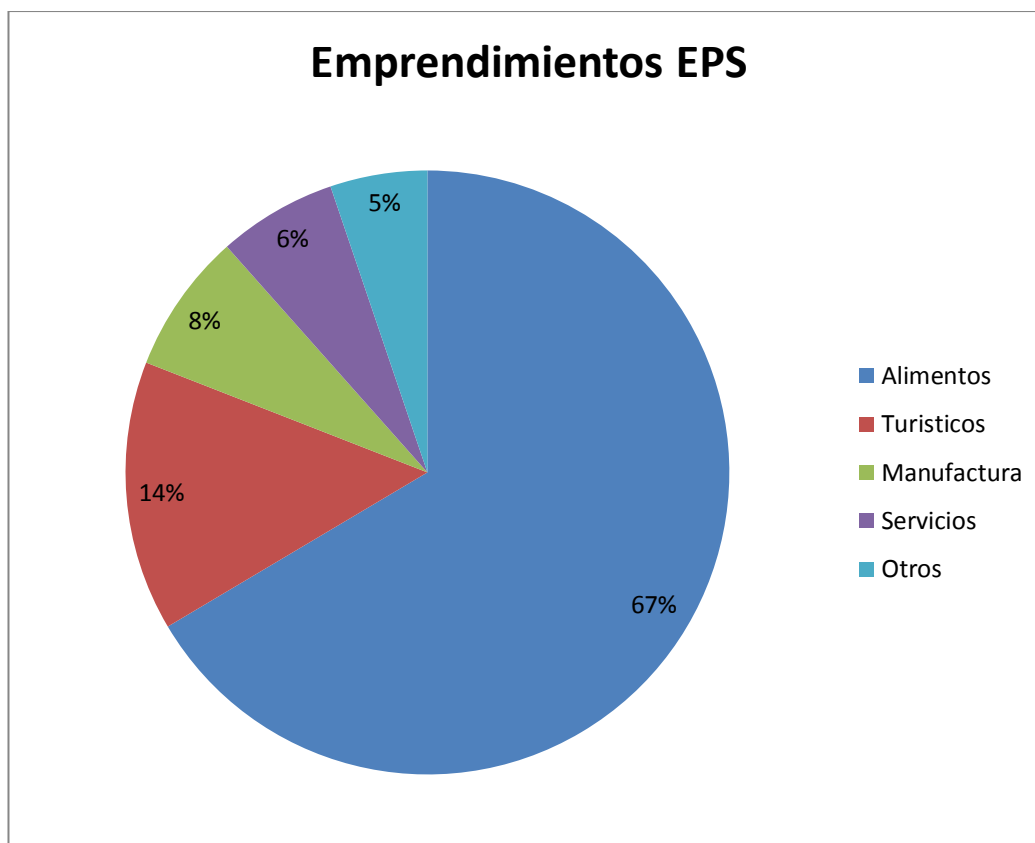


Figura 22: Emprendimientos EPS

Fuente: (IEPS, 2013)

Como se puede observar en la figura el 8% corresponden a emprendimientos de manufactura que es al sector a la que pertenece la artesanía, podemos decir que no se está apoyando con gran impacto a la producción artesanal ya que este es menos del 8% del total de emprendimientos

De los estudios efectuados se puede afirmar que 16.192 familias mejoraron sus ingresos en un 74% en sólo dos años de intervención, porcentajes que varían en el tiempo de retorno según el tipo de bien y servicio.

Se ha registrado un incremento en el nivel de empleo o mejoramiento de puestos de trabajo en 4.786 unidades, IEPS (2014).

Se han capacitado a un total de 16.992 familias en distintas temáticas, cifra en la que sobresale la alta presencia de mujeres; siendo en promedio el 45% de los participantes, mujeres y líderes. El sistema de información da cuenta de que se han generado 1.013 líderes, de los cuales el mayor número son mujeres 559.

Los activos productivos recibidos por las familias alcanzan un promedio de USD 604 por familia. Se le dio particular importancia a la temática de empoderamiento mediante la formulación de talleres, en los cuales hubo una participación de un 41% de mujeres.

En el tema de liderazgo, la participación de las mujeres fue del 52% y la información da cuenta de que existe una mayor participación en la toma de decisiones por parte de las mismas, ya que el 47% de las mujeres manifiesta haber alcanzado este logro.

Adicionalmente existe una mayor vinculación a procesos de información y toma de decisiones de parte de las mujeres, pues el 71% expresa que siempre están informadas acerca de los planes y proyectos de sus organizaciones y el 60% manifiesta que siempre son tomadas en consideración en el proceso de toma decisiones.

2.2.13 Recuperación de la Inversión en las EPS

El IEPS en un estudio realizado sobre la recuperación de la inversión arrojó los siguientes datos que se muestran en la figura



Figura 23: Recuperación de la Inversión de EPS

Fuente: (IEPS, 2015)

Se observa que las actividades textiles son las que han tenido la más lenta rotación de capital, requiriendo 5.73 años, aun a pesar de que se ha logrado establecer alianzas comerciales mediante el programa Hilando el Desarrollo. También se puede observar que las artesanías son la segunda más lenta rotación del capital y de la cual se requiere 5.39 años para la recuperación del capital

Un dato que arroja la investigación, es que éste tipo de actividades textiles, artesanías y turismo, generan menos ingresos para las familias que las actividades ganaderas, los animales menores, los lácteos, la piscicultura y la agricultura en general.

Tabla 3:
Inversión y Recuperación de las EPS

Bienes y servicios	Inversión total por familia (socios + IEPS)	Inversión IEPS por familia	Porcentaje de recuperación de la inversión	Años en recuperar la inversión total
Cacao	1.376	651	46,72	2,14
Artesanías	2.958	1.627	18,57	5,39
Lácteos	1.813	1.050	62,43	1,6
Peces	622	361	118,6	0,84
Turismo	1.384	863	38,31	2,61
Ganado	1.392	728	70,92	1,41
Agrícolas	1.667	987	41,98	2,38
Animales menores	1.246	708	63,26	1,58
Textiles	2.131	1.258	17,46	5,73
Servicios	1.125	789	68,74	1,45
Total de grupo	1.447	842	48,56	2,06

Fuente: (IEPS, 2015)

Como se observa en la figura las artesanías son las de mayor inversión con USD 2958.00 y las de menor porcentaje de recuperación apenas del 18.57% anual por lo que se necesita de 5 años y 4 meses para recuperar la inversión

Con el propósito de ver si existe diferencia en el impacto al interior del grupo de beneficiarios de las organizaciones de la EPS, así como el tiempo requerido para la recuperación de las inversiones, se construyeron cinco grupos iguales de familias en función del ingreso, y se pudo apreciar que el impacto positivo en el grupo de los más pobres es menor que en los grupos de aquellos que informaron tener un mayor ingreso. Esto se debe a la diferencia en la tenencia de los medios de producción, y por lo tanto amerita realizar apoyos diferenciados, al interior de los grupos.

Tabla 4:
Inversión por Quintiles en las EPS

Quintiles de hogares por el ingreso	Inversión	Recuperación de la inversión	Años en recuperar la inversión	Porcentaje de recuperación de la inversión
Quintil 1	4.971.114	771.552	6,44	15,52
Quintil 2	3.234.353	1.444.440	2,24	44,66
Quintil 3	4.383.629	1.223.739	3,58	27,92
Quintil 4	3.881.882	2.328.556	1,67	59,99
Quintil 5	4.763.313	4.542.057	1,05	95,36
Total	21.234.291	10.310.344	2,06	48,56

Fuente: (IEPS, 2015)

Como se observa en la figura 20 la recuperación de la inversión en los hogares más pobres es más lenta pues el segmento más pobre tienen un promedio de recuperación de la inversión de 6,44 años, mientras que los hogares que se localizan en el quintil de mayores ingresos (grupos de hogares conformados solo con los miembros de la EPS y que fueron atendidos), necesitan 1,05 años para recuperar la inversión total es decir que los que poseen los medios de producción necesitan 5 años menos para recuperar la inversión de los que no tienen es decir de los más pobres.

La economía Popular y solidaria representa el 25.7% del PIB gracias a que radica en su distinta forma de reproducción Económica. PNBV (2013-2017:264)

2.3 Marco Legal

2.3.1 Instituto de Economía Popular y Solidaria

La gestión del Instituto se centra en mejorar los servicios a la ciudadanía, y ser eficientes para contribuir al cumplimiento de los objetivos del Gobierno, acatando el Mandato Constitucional y la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.

Según lo que está establecido en esta ley en Anexo No. 2, el alcance de la gestión de esta institución abarca: sector financiero, administrativo, entidades gubernamentales, entidades de derecho. Todas estas con la finalidad de incrementar su participación en la economía y balanza comercial del Ecuador. (IEPS, 2013)

2.3.2 Plan nacional del buen vivir 2013 – 2017

Para esta investigación, la literatura establecida en economías populares y solidarias está en el Plan Nacional redactado por la secretaria nacional de Planificación y desarrollo SENPLADES establece en su objetivo número 8, menciona: “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible” para lo cual manifiesta: (SENPLADES, 2014)

Las economías populares y solidarias, base social y económica, son el mayor empleador del país y cuentan con millones de socios. La economía popular y solidaria que empleó en 2009 el 64% de los ocupados a nivel nacional (MIES, 2015)

Nosotros consideramos que la sostenibilidad de las economías populares no manifiesta un lazo con la ideología capitalista, restringir el uso de estos conceptos es fundamento para adecuar el plazo de desarrollo de una verdadera economía popular y solidariamente establecida.

Según Movimiento Alianza PAIS, (2012: 46).

El sistema económico social y solidario, “además de establecer una serie de principios y pautas de interacción social, busca alternativas de acumulación, redistribución y regulación, y nuevas formas de coordinación democrática de la sociedad” “En esta perspectiva, el régimen económico no tiene primacía en sí mismo; por el contrario, se subordina y sirve a la vida de los seres humanos y de la naturaleza” (SENPLADES, 2013 - 2017) Anexo No. 3

El plan nacional del Buen Vivir dentro de su objetivo No. 8 menciona:

8.9 Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario

- 8.9.a** Impulsar la formación técnica y especializada dirigida al sector popular, en el marco de su incorporación en los procesos de sustitución de importaciones y la transformación de la matriz productiva.
- 8.9.b** Democratizar de forma organizada y responsable los medios de producción no vinculados al sector financiero, bajo consideraciones de asociatividad, inclusión y responsabilidad ambiental.
- 8.9.c** Profundizar las finanzas rurales para endogenizar las ganancias del capital de los actores de la economía popular y generar liquidez para la colocación de crédito en el territorio.

- 8.9.d** Establecer condiciones preferentes a los actores de la economía popular en el acceso a financiamiento y facilidad de tasas de interés, para emprendimientos y/o la ampliación de su actividad productiva existente.
- 8.9.e** Fortalecer el vínculo entre la banca pública y el sistema financiero popular y solidario.
- 8.9.f** Regular la cadena de producción en lo referente a precios y a la definición de precios de sustentación, para establecer condiciones de comercio justo y la reducción de la intermediación en la producción popular y rural.
- 8.9.g** Crear un sistema de información de los actores de la economía popular, considerando la oferta productiva y exportable, así como la formación técnica y especializada.
- 8.9.h** Regular procesos diferenciados para la simplificación de trámites en la generación de emprendimientos, así como para el cumplimiento de las obligaciones con el Estado.
- 8.9.i** Implementar mecanismos simplificados para la transferencia de rentas al Estado.
- 8.9.j** Fomentar la asociatividad para el sistema económico popular y solidario organizado y con poder de negociación, en los diferentes encadenamientos productivos donde ejercen su actividad. (SENPLADES, 2013 - 2017)

2.3.3 Ley Orgánica De Economía Popular y Solidaria Y del Sector Financiero Popular y Solidario

En la ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, se establecen los lineamientos para normalizar el sistema económico y sus participantes, define cada parte y contraparte de oferta y demanda para que se tenga una equidad en materia política, social y cultural para estos sectores que por historia han sido subestimados en sus políticas, ahora se cuenta con esta ley que los menciona en su mayoría considera dentro de los reglamentos de la constitución, están presentes para su gestión. (LOEPS, 2013) Ver Anexo No 4.

2.3.4 Del Sector Artesanal

La institución encargada para gestionar este sector es la Junta Nacional Defensa del Artesano, en ella los artesanos calificados se encuentran amparados bajo la Ley de la Junta Nacional Defensa del Artesano, está es una institución encargada de regular velar y respetar los derechos de los artesanos que se encuentran registrados en ella, eso hace que los maestros se sientan protegidos para llevar a cabo cada una de sus actividades, a continuación se encuentran de tallado como se puede calificar un artesano. JNDA, UNESCO: Ley de la Junta Nacional del Artesano, (1998), pág. 1, Se muestra en el anexo 5 la calificación artesanal, los requisitos y su reglamento.

2.3.5 Reglamento de Clasificación y Ramas de Trabajo

El ministerio de trabajo y empleo dijo que es necesario reformar el reglamento de calificaciones y ramas de trabajo de acuerdo con las necesidades socioeconómicas que vive el país a fin de que los artesanos gocen de igualdad de condiciones y de los beneficios y ventajas que ha creado el estado para impulsar el desarrollo;

Que la ley en defensa del artesano promulgada en el Registro Oficial No.356 del 5 de noviembre de 1953 establece los principios generales en beneficio de la clase artesanal y encarga a la junta Nacional de defensa del Artesano promover su fortalecimiento y progreso;

De defensa del Artesano fue publicada en el registro oficial 71 del 23 de mayo de 1997. (Artesanal, 2013) Anexo 6

Existen 908 ramas artesanales, es evidente que en la parroquia de Sangolquí no existen todas, más la investigación arrojará el número de artesanos que existen, la rama en la que se encuentran y se podrá conocer cuántos de ellos son artesanos calificados, cuantos pertenecen a un Gremio de artesanos, se sabe que en Rumiñahui existen 5 gremios de Artesanos y lo más importante se conocerá cuántos de ellos son

de Economía Popular y Solidaria y como la EPS le ha ayudado en su crecimiento económico , así, su influencia en la economía del Cantón Rumiñahui.

CAPITULO III

3.1 Diagnóstico de la situación actual

3.1.1 Diagnóstico de la Artesanía en el Ecuador

Los trabajos artesanales en el Ecuador son muy reconocidos a nivel mundial, pues tienen gran variedad por la diversidad de etnias y regiones, esta naturaleza se ve reflejada en las artesanías, lo cual permite una manifestación hermosa de nuestra cultura. A continuación presentamos algunas artesanías.

Otro tipo de artesanía, es la textil, como ejemplo la realizada por los indios de Otavalo, son muy preciosas sus producciones hechas a mano, con bellas combinaciones de colores. Esta región es también la sede de un rustico lugar de comercialización que viene desde tiempos preincaicos, la evolución de este mercado ha trascendido hasta nuestro días, pues se respetó su naturaleza a través del tiempo, los agricultores mantuvieron sus tradiciones y fueron desarrollando formas originales para la artesanía y su comercialización.

El corazón del sector es el mercado, donde se puede encontrar una variedad casi increíble de productos, desde los ponchos hasta utensilios domésticos; desde las características cuerdas de cáñamo a la sal, tan apreciadas en los Andes. También son de considerable valor los objetos de oro y plata, de una factura secular, ya que deriva del arte precolombino, sorprendentes por su finísimo estilo, trabajados en la propia zona de Otavalo y en otros parajes de la Sierra. Lo mismo se puede decir de las alfombras y los artículos de cerámica. (Ecuaworld, 2010)

3.1.2 Diagnóstico de la Artesanía en Rumiñahui

La orfebrería es un tipo de artesanía que se destaca en el cantón Rumiñahui, su versatilidad y excelencia de calidad han logrado despertar el interés internacional

pues son trabajos muy bien realizados. Así, nombramos otros trabajos importantes reconocidos en otros países, zapatería, cerería, tallados en palo de balsa, sastrería; son actividades de los artesanos del cantón Rumiñahui que demuestran su habilidad en la rama.

Como entidad de referencia a nivel nacional se tiene a la Cámara Artesanal de Pichincha donde se agrupan artesanas y artesanos, quiénes son parte importante del desarrollo productivo del país. En el país su participación más representativa esta en Quito con respecto a la Sierra es el 43%. (Camara Artesanal de Pichincha, 2014)

Son datos obtenidos en estadísticas de los últimos años que demuestran la proporcionalidad de la artesanía en la provincia de Pichincha y la influencia de los artesanos de Sangolquí.

3.2 Análisis Situacional

Según el GAD (GADMUR, 2015), la ubicación de la zona en estudio es:

El Cantón Rumiñahui se ubica al sureste de la Provincia de Pichincha, a veinte minutos de Quito; se caracteriza por un clima agradable y su temperatura promedio es de 17 grados centígrados. Su extensión es de 134.15 km cuadrados. Cuenta con 3 parroquias urbanas que son San Rafael, San Pedro de Taboada, Sangolquí y 2 parroquias rurales que son Cotogchoa y Rumipamba.

3.2.1 Límites

Tabla 5:

Límites del Cantón Rumiñahui

NORTE	Cantón Quito, urbanización la Armenia.
SUR	Monte Pasochoa y Cantón Mejía
ESTE	Cantón Quito
OESTE	Cantón Quito, Río San Pedro de Cuendina
NOR OESTE	San Pedro del Tingo.

Fuente: (GADMUR, 2015)

3.2.2 División Política

Tabla 06:

División política del Cantón Rumiñahui

San Rafael	2 Km²
San Pedro de Taboada	4 km ²
Sangolquí	49 Km ²
Cotogchoa	34 Km ²
Rumipamba	40 Km ²

Fuente: (GADMUR, 2015)

3.2.3 Población

En la última década el cantón ha experimentado un crecimiento poblacional significativo igual al 30 por ciento, al pasar de 65.882 habitantes en el 2001, a 85.852, en el 2014.

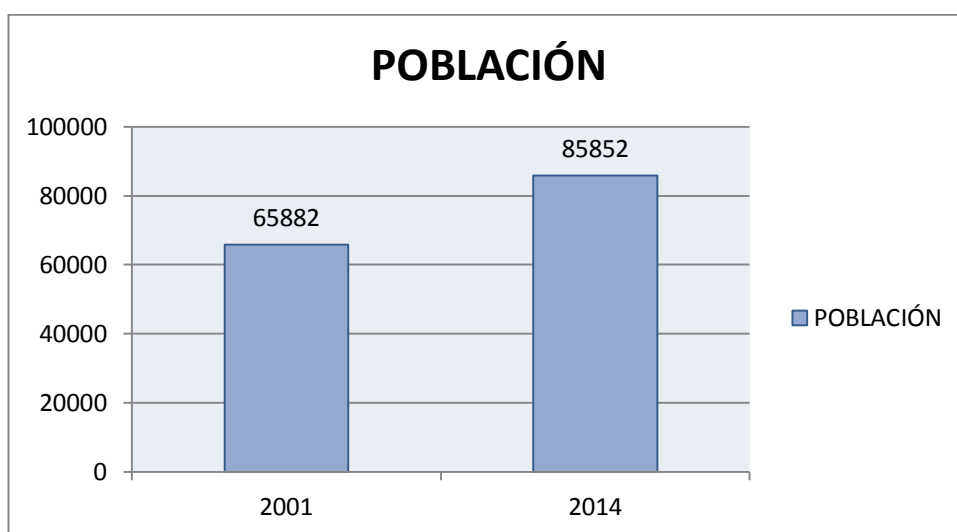


Figura 24: Población

Fuente: (INEC, 2015)

“El grafico muestra el crecimiento poblacional que se ha tenido en 13 años lo cual equivale al 30%. De estas cifras el 58 por ciento corresponde a mujeres y el 42 por ciento a hombres” (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2014)

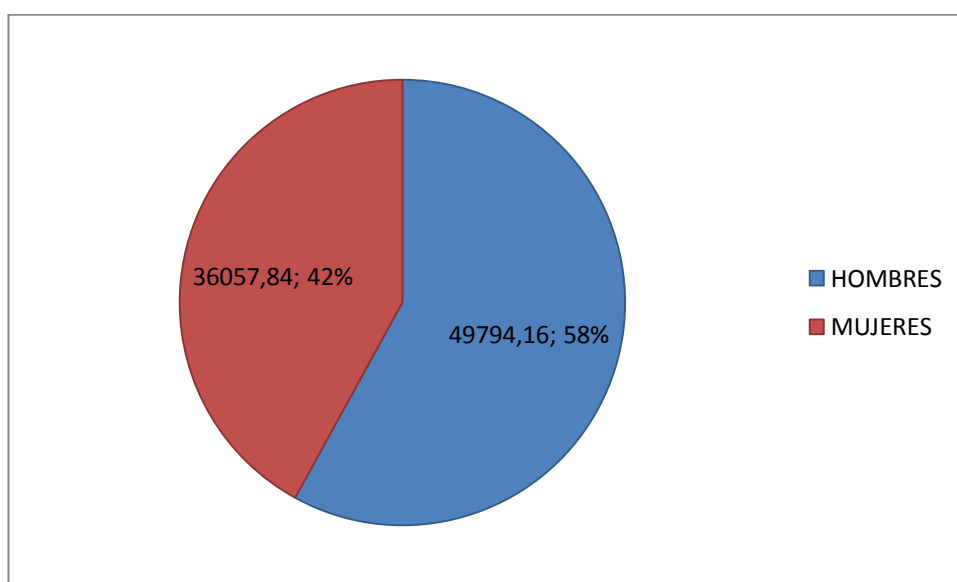


Figura 25: Población de hombre y mujeres

Fuente: (INEC, 2015)

El gráfico muestra que en el cantón Rumiñahui existen más mujeres que hombres, hay 49794 mujeres y 36058 hombres. (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2014)

La población de Rumiñahui en su conjunto es relativamente joven. El 50.6 por ciento de los habitantes tiene un promedio entre 20 y 54 años; el 37 por ciento tiene menos de 20 y, el 13 por ciento, 55 años en adelante. INEC (2010)

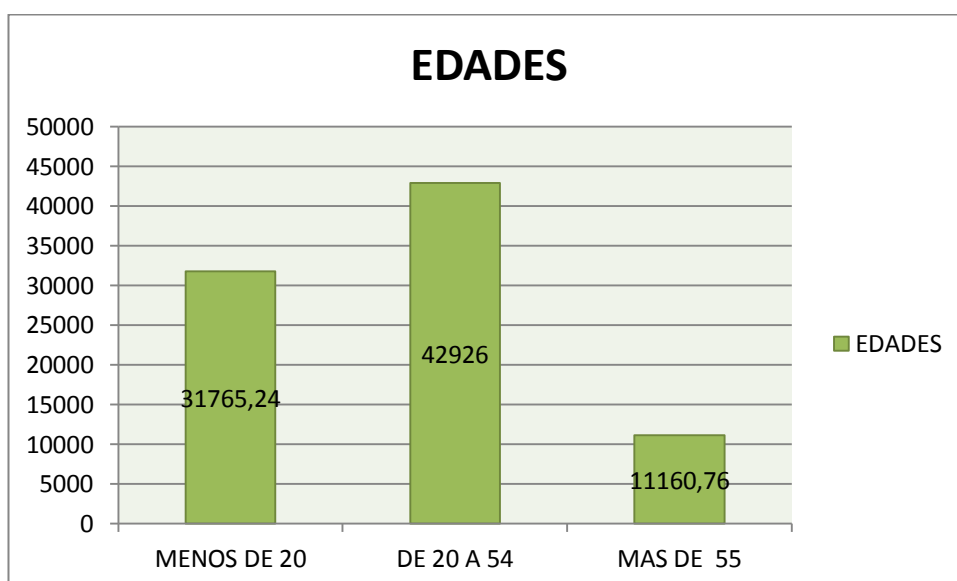


Figura 26: Rango de edades en edad de trabajar

Fuente: (INEC, 2015)

Como se ve en el gráfico, hay 42926 personas que están consideradas como jóvenes que van de los 20 a 54 años los cuales trabajan y emprenden en el cantón Rumiñahui. (INEC, 2010)

3.2.4 Pea en Rumiñahui

La población económicamente activa, PEA, del cantón, está compuesta por 42.408 personas, de las cuales 18.707 son mujeres y 23.701 hombres. (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2014)

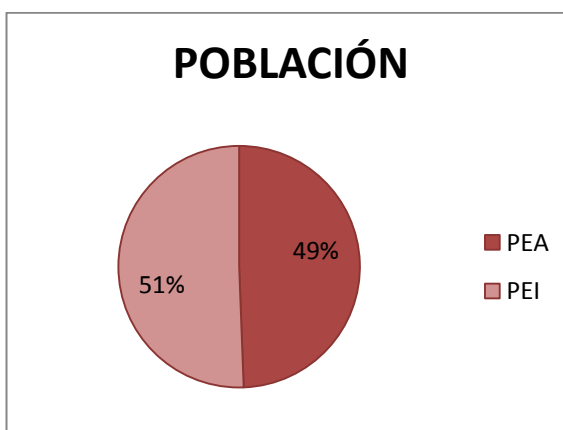


Figura 27: Población Económica

Fuente: (INEC, 2015)

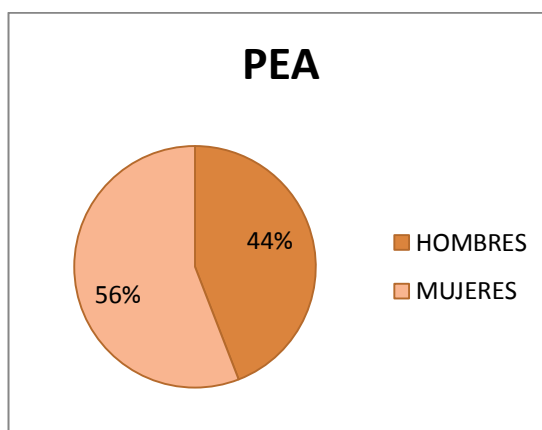


Figura 28: Población económicamente activa

Fuente: (INEC, 2015)

El gráfico manifiesta que el 51 % de la población es económicamente activa, de estas el 56% son hombres y el 44% mujeres.

3.2.5 Participación Artesanal

Participación Artesanal

Tabla 7:
Participación Artesanal

	Litoral	Sierra	Oriente	Nacional	Pichincha
Número de Artesanos	4.102	20.438	665	25.205	8.478

Fuente: (JNDA, 2014)

La aportación artesanal a nivel nacional es de 25205 artesanos, siendo la más distintiva la región Sierra, ya que cuenta con el más alto número de artesanos 20.438, por lo tanto, la provincia de Pichincha tiene 41% del total de artesanos de la Sierra.

3.2.6 Tipos de asociaciones y agremiaciones Artesanales de Pichincha.

Tabla 8:
Tipos de asociaciones y agremiaciones Artesanales de Pichincha

	Asociaciones	Federaciones Nacionales	Sindicatos	Gremios	Sociedades	Uniones	Cantona Juntas	Total
Calderón	1							1
Cayambe	5	1	1					7
Machachi	2			2				4
Quito	32	11	2	14	3	2		64
Sangolquí	4	1		1	1			7
Santo Domingo	14	2	1	9	3	2	1	32
Tabacundo	1							1
Tumbaco	1							1
	60	15	4	26	7	4	1	117

Fuente: (JNDA, 2014)

La tabla muestra el número de organizaciones artesanales que están registradas en la parroquia de Sangolquí, total siete organizaciones, son cuatro asociaciones, una federación, un gremio artesanal, una sociedad, este estudio pretende obtener datos del número de artesanos que conforman cada organización, cabe señalar que los integrantes de estas organizaciones son artesanos calificados, sin embargo existe varios que no lo están, se verá también el número de artesanos que conforman la

economía popular y solidaria, y sus benefactores, por último se analiza el hecho de que en Sangolquí se cuenta con el 5% del total de de asociaciones y gremios artesanales de la provincia de Pichincha.

3.2.7 Actividades del Cantón Rumiñahui

Las actividades principales son: el comercio al por mayor y menor, en la que trabajan 7.951 personas, igual al 18 por ciento. Le sigue la industria manufacturera que ocupa a 6.638 trabajadores, equivalente al 15 por ciento. (INEC, 2010) Existen áreas económicas tales como la construcción, 2.756, equivalente al 6.5 por ciento; enseñanza, 2.687, equivalente al 6.3 por ciento; y administración pública y defensa, 2.255, 5.3 %. (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2014)

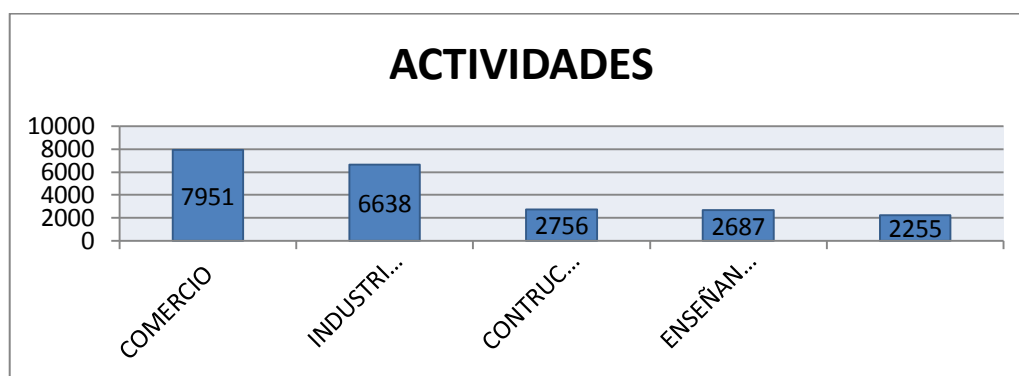


Figura 29: Actividades

Fuente: (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2014)

Del el gráfico se concluye que dentro de la industria manufacturera hay 6638 personas, este dato es un punto de partida en la investigación ya que la actividad de producción artesanal está dentro de esta industria. El dato obtenido abarca la totalidad del cantón Rumiñahui y nuestro estudio está enfocado en la parroquia de Sangolquí.

Según el catastro municipal, en Rumiñahui existen 6669 locales registrados y autorizados, en los cuales trabajan 42408 según el (INEC, 2013) son población económicamente activa. Estos locales generaron en el último año ventas totales de \$

2.110.085.556,68 USD y obtuvieron de utilidades \$ 333.041.053,19 USD según dato del (SRI, 2013)

Tabla 9:

Tipo de empresas

TIPO	ventas	IVA	Utilidad
GRAN-EMPRESA	1.972.699.966,27	236.723.995,95	311.369.538,02
MEDIANA-EMPRESA	81.381.509,13	9.765.781,10	10.849.242,58
PEQUEÑA-EMPRESA	51.608.042,52	6.192.965,10	9.283.210,65
MICRO-EMPRESA	4.396.038,76	527.524,65	1.539.061,94
TOTAL	2.110.085.556,68	253.210.266,80	333.041.053,19

Fuente: (SRI, 2013)

Como se observa en la tabla el PIB del cantón es de 2.110.085.556,68 la gran empresa es la que aporta mayormente al PIB.

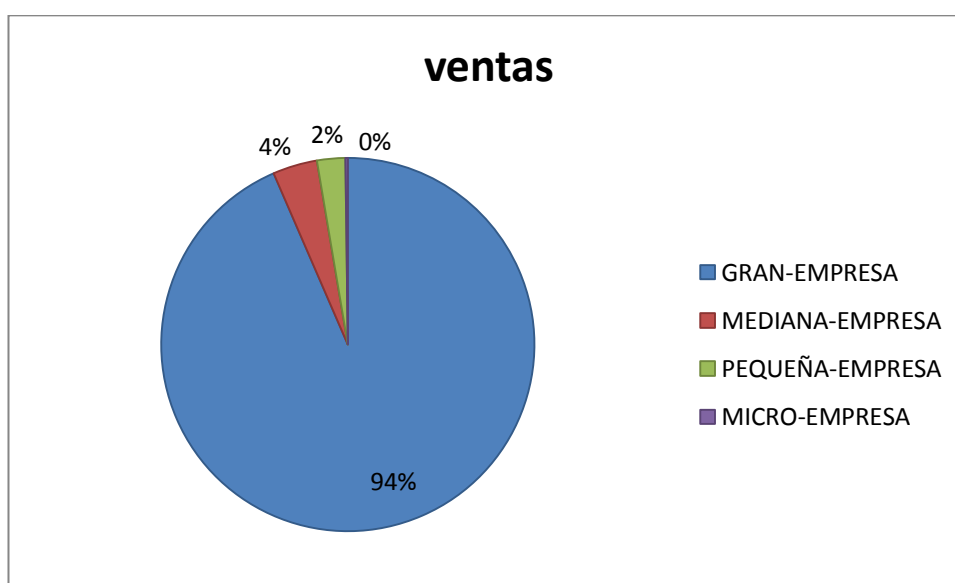


Figura 30: Tipo de empresas

Fuente: (SRI, 2013)

Se observa en el gráfico anterior que la gran empresa aporta casi con el total 94% y la pequeña empresa casi con muy poco ya que es el 0,10 %, mientras que la pequeña y mediana 4% y 2% respectivamente.

Principales Actividades Artesanales Desarrolladas en el Cantón Rumiñahui

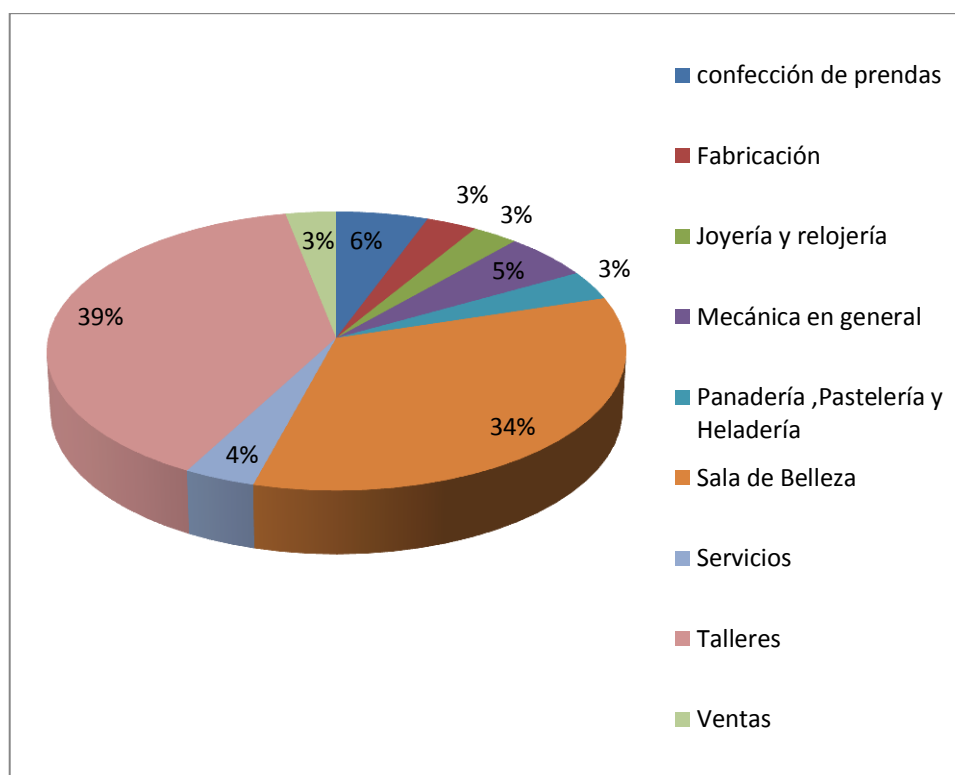


Figura 31: Principales Actividades del Cantón

Fuente: (GADMUR, 2015)

Las actividades artesanales más representativas en el Cantón Rumiñahui son los Talleres con el 39%, los salones de belleza con 34%, la confección de prendas de vestir con 6% y la mecánica en general el 5%

3.2.8 Artesanos en Rumiñahui

En el cantón Rumiñahui existen registrados 411 artesanos en la dirección financiera y de rentas del gobierno autónomo Descentralizado de Rumiñahui (GADMUR, 2015), en base al catastro municipal. Patentes Municipales (2015), Folio 5, Pág. 34

Tabla 10:**Ramas artesanales**

CATASTRO DE PATENTES DE ACUERDO A ACTIVIDAD ECONOMICA: ARTESANOS	
Aserradero	1
confección de prendas	20
Estudio fotográfico	3
Fabricación	11
Floristería	4
Imprenta	5
Joyería y relojería	10
Mecánica en general	19
Panadería ,Pastelería y Heladería	12
Restaurante	4
Sala de Belleza	121
Salud	4
Servicios	13
Talleres	139
Ventas	11
Vidriería	2
Vulcanizadora	2
Otros	30
Total	411

Fuente: (GADMUR, 2015)

Como se muestra en la tabla existen 411 catastros de patentes de acuerdo a la actividad económica de artesanos de los cuales podemos destacar a los salones de belleza que son 121, y a los talleres que son 139 pero en estos talleres se incluyen de todo tipo desde los de confección de prendas hasta los talleres de mecánica

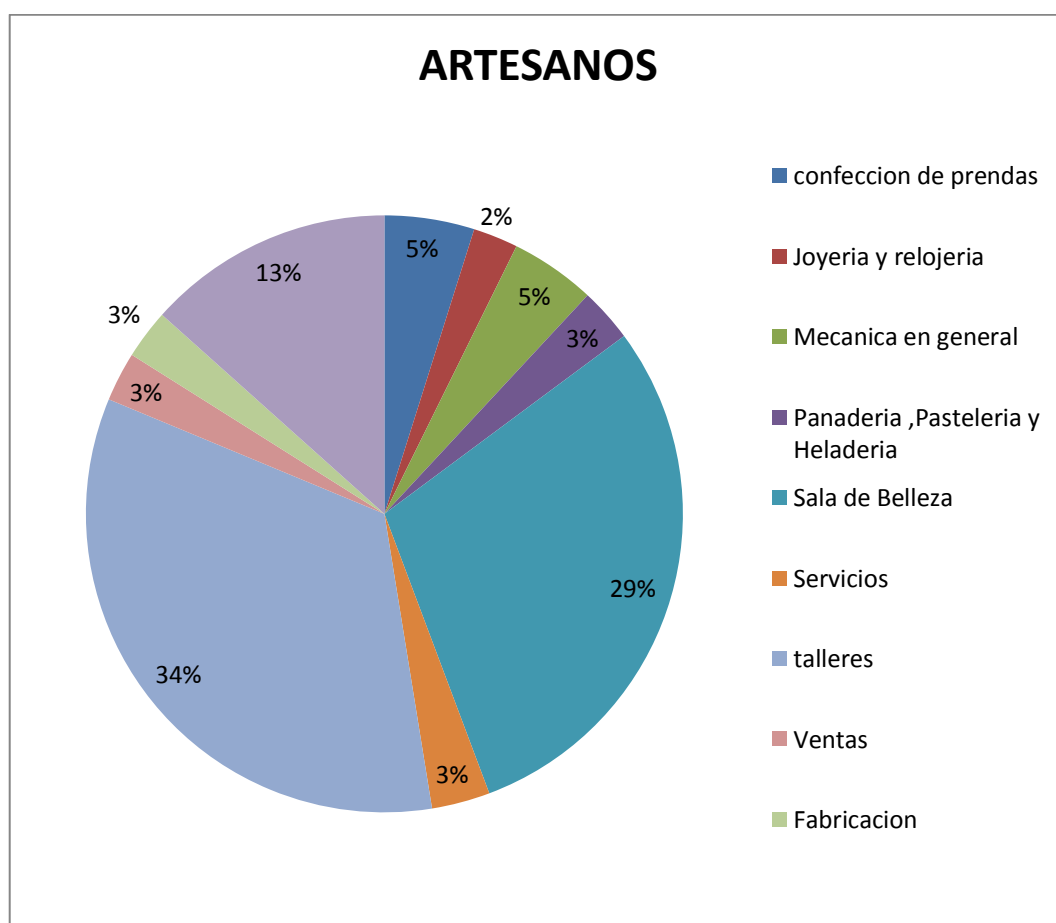


Figura 32: Ramas artesanales

Fuente: (GADMUR, 2015)

Se observa en el grafico que el 34% de los catastros son talleres, el 29 % son salones de belleza y los demás se reparten casi de manera al 5% de confección de prendas, el mismo porcentaje para mecánica en general, panaderías, pastelerías y heladerías.

De los artesanos mencionados nosotros tomaremos los que se dedican a la producción como tal, es decir que compran materia prima que sigue un proceso de transformación para ser un producto final artesanal. La siguiente es una información obtenida de la dirección financiera y rentas del Gobierno Autónomo Descentralizado de Rumiñahui (GADMUR, 2015):

Tabla 11:**Ramas artesanales**

Artisanos Productores de Sangolquí	
Cerrajería	5
Heladería	2
Artesanías	4
Elaboración de cerveza	2
Confección de ropa	67
Carpintería	23
Marquetería	4
Muebles	3
Panadería y Pastelería	12
Orfebrería	20
Calzado de cuero	5
Artesanía en vidrio	5
Esculturas	5
Elaboración de Dulces	4
Talabartería	4
Cortinas	2
Total	167

Fuente: (GADMUR, 2015)

Para efectos de esta investigación, se tiene que recalcar que los artesanos son los que para elaborar su producto, la materia que usen debe pasar por un proceso productivo, en estos talleres se analiza todo tipo de actividades, desde los talleres de confección de prendas de vestir, hasta artesanía en vidrio.

3.3 Matriz de planteamiento del cuestionario

La finalidad del cuestionario es recabar información que nos ayude a lograr nuestros objetivos planteados y además de conocer lo que se está haciendo o lo que se ha hecho para el logro de los objetivos, planes y metas de los organismos públicos encargados de la economía popular y solidaria. En principio ya se mencionó a los organismos reguladores, sus funciones, sus tareas y sus objetivos de vinculación con

la economía popular solidaria de esta manera tomar la herramienta del cuestionario para los fines metodológicos de la investigación.

Se tomaran en cuenta para la elaboración del cuestionario lo siguiente:

- Objetivos del IEPS
- Políticas institucionales del IEPS
- Objetivos de la LOEPS
- Objetivos del MIPRO
- Objetivo 8.9 del Plan Nacional del Buen Vivir

Como se expuso anteriormente con la elaboración del cuestionario se tratara de recabar información verídica de lo que se ha hecho o se está haciendo para supervisar el cumplimiento de estos objetivos, es decir, el obvio propósito de esta investigación es: saber si toda la planificación del Gobierno Central en materia de economía popular y solidaria se lleva a la práctica, pues, según la experiencia del sector, existe mucha planificación y modelos que están en documentos elaborados con recursos estatales, sobre todo, se busca saber si estos modelos y estrategias tienen alguna incidencia en las personas que son parte de esta llamada economía popular y solidaria, base de nuestra esta hipótesis, la cual será argumentada por los datos obtenidos con los artesanos de Sangolquí.

3.3.1 Matriz del Planteamiento del Cuestionario

Objetivos Especificos	VARIABLES	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
Identificar el número de artesanos que existen en la Parroquia de Sangolquí con un perfil demográfico, establecer las ramas artesanales en las cuales se desempeñan.	No. De Artesanos	DE IDENTIFICACION	Nombre: Numero Telefonico: Direccion: Genero: Tipo de Vivienda:	
	Ramas Artesanales	1 Que productos elabora	Abierta	
		2 como aprendio este arte de elaborar los ____	Abierta	
	Años de Profesion	3 Cuantos años a ejercido esta profesion Artesanal	1 a 7 años 8 a 14 años 15 a 21 años 22 a 29 años 30 a 37 años mas de 37 años	
	Artesano calificado	4	Tiene algun documento que lo identifique como artesano	si no
		5	Pertenece a una agrupacion, asociacion o gremio Artesanal	Abierta
		6	Le gustaria tener el carnet de Artesano Calificado	abierta
	Gremio Artesanal	7	A cual agrupacion o gremio artesanal pertenece	abierta
		8	Sabe cuales son las funciones del gremio, es decir que hace el gremio	abierta
	Establecer el número de artesanos calificados, cuantos pertenecen a un grupo o asociación gremial de artesanos y cuántos de ellos pertenecen a la Economía Popular y Solidaria	Beneficios del Gremio	9 Que beneficios ha obtenido por pertenecer a la agrupacion o gremio	Asesoria y Capacitacion tarifa 0% de IVA Exoneracion de Impuestos Afiliacion al seguro social Preferencia de Compra Otro
Años de Comercio		10	Cuanto tiempo ha pasado desde que abrio su local, taller	Abierta
		11	Recibio ayuda para tramitar legalizar o constituir su negocio.	Abierta
Inversion		12	Cuanto dinero necesito para ponerse su taller	abierta
Fuente de Inversion		13	saco un credito para iniciar su negocio	si no
		14	de que institucion financiera	Abierta
		15	se unio con alguien para iniciar el negocio	si no
Trabajadores		16	cuantas personas trabajan con usted	SI NO
		17	de ellos cuantos son familia para usted	Abierta
Conocimiento de Instituciones que amparan al Artesano		18	Conoce las instituciones que amparan al artesano	SI NO
		19	Cuales son las instituciones que amparan al artesano	Abierta
		20	A obtenido algun beneficio de las instituciones que amparan al artesano	Abierta
		21	De quien ha obtenido el beneficio	IEPS JNDA MIES MIPRO GREMIO OTRO
		22	Cual ha sido el beneficio	Abierta
		23	Ha recibido apoyo de alguna institucion pública o privada	si no
		24	De que institucion a recibido apoyo	Abierta
		25	Que clase de apoyo a recibido	Abierta
Establecer la incidencia que tiene la Economía Popular y Solidaria en el sector artesanal, el grado de conocimiento y la ayuda obtenida para su desarrollo.	Conocimiento EPS	26	ha escuchado sobre la Economía popular y Solidaria	si no
		27	Que ha escuchado sobre la Economía Popular y Solidaria	Abierta
	Conocimiento IEPS	28	Ha obtenido algun beneficio de la Economía popular y solidaria	si no
	Conocimiento JNDA	27	Que sabe de la Junta Nacional de Defensa del Artesano	Abierta
	Apoyo	28	De que Intitucion le gustaria recibir mas apoyo	Abierta
		29	cual ha sido el beneficio	Asesoria y Capacitacion
		30	Que sabe del Instituto de economia Popular y Solidaria	Abierta
		31	Que sabe de la Junta Nacional de Defensa del Artesano	Abierta
	Apoyo	32	De que intitucion le gustaria recibir mas apoyo	IEPS JNDA MIES MIPRO GREMIO OTRO
		33	Que apoyo le gustaria recibir por parte de las instituciones publicas	Abierta
Capacitacion		34	Ha recibido capacitacion en temas de Administracion, ventas, contabilidad, etc.	si no
	35	DE que tema recibio la capacitacion y por parte de que Institucion	Abierta	

Conocer cuál es el aporte del sector artesanal de Economía Popular y Solidaria de la parroquia de Sangolquí a la producción económica del cantón Rumiñahui	Proveedores	36	En que sector, barrio o ciudad compra sus materiales, insumos para elaborar sus productos	Abierta
		37	En cuantos lugares compra los materiales, insumos para elaborar sus productos	Abierta
		38	La maquinaria, materiales e insumos que utiliza para la elaboracion de sus productos	Abierta
	Gastos	39	Tiene pedidos grandes para un tiempo estimado	si no
		40	mas o menos cuanto gasta en los materiales e insumos que compra para	Abierta
	Ingresos	41	tiene un registro de ventas, mas o menos cuanto vende mensualmente	Abierta
		42	ha hecho ventas al estado,	Abierta
		43	tiene rup (registro unico de proveedores)	Abierta
		44	mas o menos cuanto a vendido al estado	
		45	Ha vendido fuera del pais	Abierta
		46	Sus productos son comprados por extranjeros	Si NO
		47	Ha participado en ferias artesanales	Si NO
		48	cuantas de estas ferias artesanales han sido organizadas por el gobierno	Abierta
	Promocion	49	Cual es su opinion acerca de las ferias artesanales	Abierta
		50	Como promociona sus productos	Abierta
		51	Tiene pagina web, tiene sucursales, tarjetas afiches	Si NO
	Tramites	52	Cual es su satisfaccion en los tramites que realiza en el sector público	Abierta
		53	Donde ha realizado ultimamente tramites	Abierta
		54	Como calificaria el servicio que recibio en ese tramite del sector público	Abierta
	Creditos	55	Ha accedido a creditos	Si NO
		56	En que institucion Financiera	Abierta
	Cuentas Bancarias	57	Tiene cuenta en alguna cooperativa o banco	Si NO
		58	En que institucion financiera	Abierta
		59	Por que en esa Institucion Financiera	Abierta
	Banca Comunal	60	Pertenece a algun tipo de banca comunal	Si NO
		61	Como le ayudado la banca comunal	Abierta
	Acceso a Creditos	62	Le gustaria acceder a creditos para ampliar, remodelar su negocio o incrementar sus ventas	Si NO
		63	En que institucion Financiera	Abierta
		64	Por que en esa Institucion Financiera	Abierta
		65	Estaria dispuesto a hipotecar su casa para un credito Productivo	Si NO
	Asosiation	66	Si otros artesanos le propusieran unirse hacer una asociacion para ampliar el negocio,	abierta
		67	Aceptaria una asociación	Si NO
	Exportacion	68	Le gustría exportar sus productos	Si NO
		69	Esta en capacidad de aumentar su productividad, es decir elaborar mas cantidad de	Si NO
		70	Le gustaria asociarse para poder exportar sus productos?	Si NO

3.3.2 Encuesta



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Buenos _____ somos estudiantes egresados de la universidad de las Fuerzas Armadas ESPE en la carrera de Ingeniería en Mercadotecnia y estamos haciendo nuestro proyecto de Investigación como requisito para obtener el Grado de Ingeniero en Mercadotecnia

El objeto de esta investigación, es determinar la Incidencia de la economía Popular y Solidaria en la actividad Artesanal de la parroquia de Sangolquí, usted como un gran Artesano y representante cultural de nuestra ciudad, nos gustaría hacerle una pequeña encuesta para recopilar datos que servirán para nuestro estudio, para el Cantón y para Beneficio de todos los artesanos de la ciudad de Sangolquí

Datos de Identificación

Nombre: _____ Género: M F
Numero Telefónico: _____ Vivienda: Arrendada
Dirección: _____ Propia
Familiar

Ramas Artesanales

1 Que productos elabora

2 Cómo aprendió este arte de elaborar los ____

Años de Profesión

3 Cuantos años ha ejercido esta profesión Artesanal

1 a 7 años 8 a 14 años 15 a 21 años 22 a 29 años
30 a 37 años mas de 37 años

Artesanos Calificados

4 Tiene algún documento que lo identifique como artesano

SI NO Si es No pase a la pregunta 6

5 Pertenece a una agrupación, asociación o gremio Artesanal

SI Si es SI pase a la p. 7 NO Si es No pase a la pregunta 6

6 Le gustaría tener el carnet de Artesano Calificado y luego a la p. 10

SI NO

Por qué :

Pase a la pregunta 10

Gremio Artesanal

7 A cual agrupación o gremio artesanal pertenece

8 Sabe cuáles son las funciones del gremio, es decir que hace el gremio

Beneficios del Gremio

9 Que beneficios ha obtenido por pertenecer a la agrupación o gremio

Asesoría y Capacitaci Tarifa 0% de IVA Exoneración de Impu
Afilación al seguro Preferencia de Compra Otro

Cual :

Años de Producción

10 Cuanto tiempo ha pasado desde que abrió su local, taller

11 Obtuvo ayuda por parte de alguien para tramitar el negocio

SI NO **Inversión**

12 Cuánto dinero necesito para ponerse su taller artesanal

13 saco un crédito para iniciar su negocio

SI NO

14 de que institución financiera

Si es No pase a la pregunta 15

15 se unió con alguien para iniciar el negocio

SI NO **Trabajadores**

16 cuantas personas trabajan con usted

17 de ellos cuantos son familia para usted

Conocimiento de instituciones que amparan al artesano

18 Conoce las instituciones que amparan al artesano

SI NO

Si es No pase a la pregunta 23

19 Cuáles son las instituciones que amparan al artesano

20 A obtenido algún beneficio de las instituciones que amparan al artesano

SI NO

Si es No pase a la pregunta 23

21 De quien ha obtenido el beneficio

IEPS JNDA MIES MIPRO GREMIO OTRO

cual: _____

22Cuál ha sido el beneficio

23 Ha recibido apoyo de alguna institución pública o privada

SI NO

Si es No pase a la pregunta 26

24 De que institución ha recibido apoyo

25 Qué clase de apoyo a recibido

26 ha escuchado sobre la Economía popular y Solidaria

SI NO

Si es No pase a la pregunta 30

27 Que ha escuchado sobre la Economía Popular y Solidaria

28 Ha obtenido algún beneficio de la Economía popular y solidaria

SI NO

Si es No pase a la pregunta 30

29 cuál ha sido el beneficio

30 Que sabe del Instituto de economía Popular y Solidaria

31 Que sabe de la Junta Nacional de Defensa del Artesano

32 De que institución le gustaría recibir más apoyo

33 Que apoyo le gustaría recibir por parte de las instituciones publicas

34 Ha recibido capacitación en temas de Administración, ventas, contabilidad, etc.

SI

NO

Si es No pase a la pregunta 36

35 DE qué tema recibió la capacitación y por parte de que Institución

Como le pareció

Proveedores, materia prima y producto

36 En qué sector, barrio o ciudad compra sus materiales, insumos para elaborar sus productos

37 En cuantos lugares compra los materiales, insumos para elaborar sus productos

38 La maquinaria, materiales e insumos que utiliza para la elaboración de sus productos son nacionales

SI

NO

Si es no conteste abajo

Si es no de que país importa

39 Ha tenido pedidos grandes para un tiempo estimado

SI

NO

Ingresos y Gastos

40 más o menos cuánto gasta en los materiales e insumos que compra para elaborar sus productos mensualmente

41 tiene un registro de ventas, más o menos cuanto vende mensualmente

42 ha hecho ventas al estado,

SI

NO

Si es No pase a la pregunta 45

43 tiene rup (registro único de proveedores)

SI

NO

Si es No pase a la pregunta 45

44 más o menos cuanto a vendido al estado

45 Realiza ventas al por mayor

SI

NO

46 Ha vendido fuera del país

SI

NO

47 Sus productos son comprados por extranjeros

SI

NO

48 Ha participado en ferias artesanales

SI

NO

Si es No pase a la pregunta 51

49 En cuantas ferias ha participado y cuantas de estas han sido organizadas por el Gobierno.

50 Cuál es su opinión acerca de las ferias artesanales

51 Como promociona sus productos

52 Tiene página web, vende por internet, tiene sucursales:

SI NO

53 ¿Cuál es su satisfacción en los tramites que realiza en el sector público?

Totalmente satisfecho Satisfecho Insatis Totalmente Insatisfecho

54 En donde realizo el tramite

55 Como calificaria la atencion y rapidez que recibio en su tramite

Excelente Muy Bueno Bueno Regular

Créditos, cuenta bancaria

56 Ha accedido a créditos

SI

NO

Si es No pase a la pregunta 58

57 En que institución Financiera

58 Tiene cuenta en alguna cooperativa o banco

SI

NO

Si es No pase a la pregunta 61

Cuenta Corriente Cuenta de Ahorros otra Cual _____

59 En que institución financiera

Otras cuentas bancarias, de que tipo y en que institución

60 Por qué en esa Institución Financiera

61 Pertenece a algún tipo de banca comunal

SI

NO

Su respuesta No pase a la pregunta 63

Con que banco

62 Como le ayudado la banca comunal

63 Le gustaría acceder a créditos para ampliar, remodelar su negocio o incrementar sus ventas

SI

NO

Su respuesta No pase a la pregunta 66

64 En que institución Financiera

65 Por qué en esa Institución Financiera

66 Estaría dispuesto a hipotecar su casa para un crédito Productivo

SI

NO

67 Si otros artesanos le propusieran unirse hacer una asociación para ampliar el negocio, Tener más ventas, cuál sería su opinión.

68 Aceptaría una asociación

SI

NO

por qué :

69 Le gustaría exportar sus productos

SI

NO

70 Está en capacidad de aumentar su productividad, es decir elaborar más cantidad de productos de lo acostumbrado

SI

NO

71 Le gustaría asociarse para poder exportar sus productos?

SI

NO

por qué :

GRACIAS POR SU COLABORACION AMIG@ ARTESANO

CAPITULO IV

4.1 Análisis de Resultados

4.1.1 Análisis Poblacional

La encuesta fue realizada a 167 artesanos de la ciudad de Sangolquí que se dedican a diferentes ramas artesanales que se detallan a continuación.

Tabla 12:

Artesanos productores de Sangolquí

Artesanos Productores de Sangolquí	
Cerrajería	5
Heladería	2
Artesanías	4
Elaboración de cerveza	2
Confección de ropa	67
Carpintería	23
Marquetería	4
Muebles	3
Panadería y Pastelería	12
Orfebrería	20
Calzado de cuero	5
Artesanía en vidrio	5
Esculturas	5
Elaboración de Dulces	4
Talabartería	4
Cortinas	2
Total	167

Fuente: (GADMUR, 2015)

Como se vio en el capítulo anterior el cuestionario que tiene 71 preguntas las cuales tienen el objeto de recabar información sobre el conocimiento de la economía popular y solidaria y sobre otros temas importantes los cuales nos permitirán hacer un análisis y tener un panorama claro sobre los artesanos productores de Sangolquí.

4.1.2 Análisis Univariado

Este análisis se hace en el programa estadístico SPSS con cada una de las preguntas realizadas a los artesanos, los resultados que nos muestra el SPSS son las tablas de frecuencias y los gráficos de sectores y barras con sus respectivos porcentajes, son analizados para posteriormente llegar a la conclusión.

Genero de los artesanos productores de Sangolquí

Tabla 13:

Genero de los artesanos productores de Sangolquí

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	hombre	108	64,7	64,7	64,7
	Mujer	59	35,3	35,3	100,0
Total		167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

En el Cantón Rumiñahui existen hombres y mujeres artesanos, la presencia según su género es, masculino con 108 y femenina 59 personas.

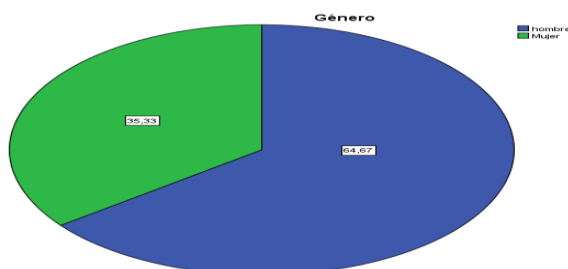


Figura 33: Genero de los artesanales

Fuente: Investigación de mercados

En el censo realizado a los artesanos de Rumiñahui, los hombres tienen una presencia del 64,7% mientras que más mujeres es el 35,3%.

1. ¿Qué productos elabora?

Variable: Ramas artesanales.

Tabla 14:

Qué productos elabora

P1				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Cerrajería	5	3,0	3,0	3,0
Heladería	2	1,2	1,2	4,2
Artesanía	4	2,4	2,4	6,6
Elaboración de Cerveza	2	1,2	1,2	7,8
Confección de Ropa	67	40,1	40,1	47,9
Carpintería	23	13,8	13,8	61,7
Marquetería	4	2,4	2,4	64,1
Muebles	3	1,8	1,8	65,9
Panadería y Pastelería	12	7,2	7,2	73,1
Orfebrería	20	12,0	12,0	85,0
Calzado de Cuero	5	3,0	3,0	88,0
Artesanía en Vidrio	5	3,0	3,0	91,0
Plantas	1	,6	,6	91,6
Cerámica	4	2,4	2,4	94,0
Dulces	3	1,8	1,8	95,8
Talabartería y artículos en Cuero	4	2,4	2,4	98,2
Cortinas	2	1,2	1,2	99,4
Protesis Dental	1	,6	,6	100,0
Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

En el censo se pudo encontrar que las ramas artesanales existentes en Sangolquí son muy variadas desde las clásicas y conocidas en el cantón como es la orfebrería, cerámica, confección de ropa y nuevas tendencias como la elaboración de cerveza y dulces.

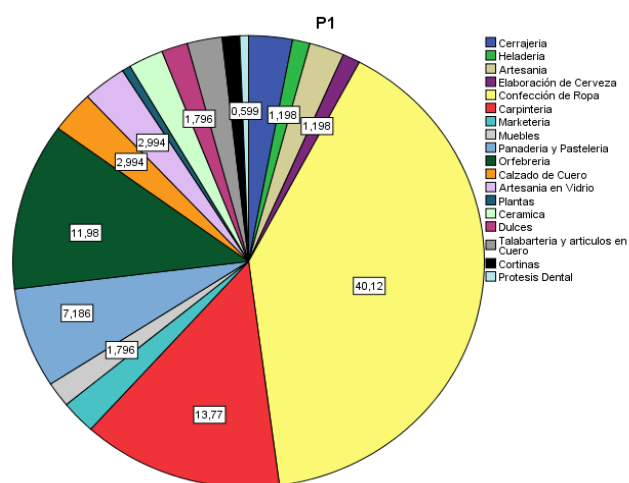


Figura 34: Qué productos elabora

Fuente: Investigación de mercados

Se puede decir que las ramas con más presencia en el cantón Rumiñahui son confección de ropa con 40,1%, carpintería 13,8%, carpintería 13,77% y orfebrería con el 12% y también hay q recalcar a la panadería con el 7,2%.

4. ¿Tiene algún documento que lo identifique como artesano?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 15:

Tiene algún documento que lo identifique como artesano

P4				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	84	50,3	50,3	50,3
no	83	49,7	49,7	100,0
Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

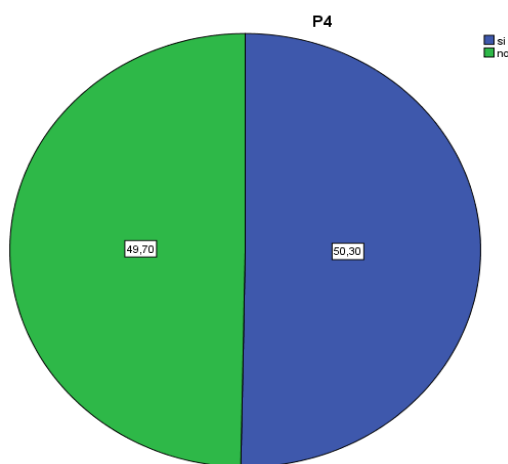


Figura 35: Tiene algún documento que lo identifique como artesano

Fuente: Investigación de mercados

En el cantón Rumiñahui existen artesanos calificados con un 50,3% y sin su calificación también existen una alta tasa que el 49,7%

5. ¿Pertenece a una agrupación, asociación o gremio Artesanal?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 16:

Pertenece a una agrupación, asociación o gremio Artesanal

P5					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	60	35,9	35,9	35,9
	no	107	64,1	64,1	100,0
	Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

De los encuestados solo 60 personas pertenecen a un gremio y 107 son afiliadas a ningún gremio.

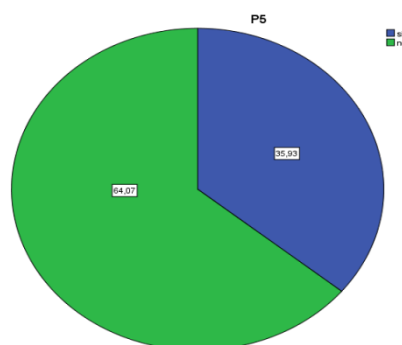


Figura 36: Pertenece a una agrupación, asociación o gremio Artesanal

Fuente: Investigación de mercados

En el gráfico se puede observar que solo un 35,9% pertenece a un gremio y 64,1% no pertenecen a un gremio.

6. ¿Le gustaría tener el carnet de Artesano Calificado?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 17:
Artesanos Calificados

		P6			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	66	39,5	76,7	76,7
	no	20	12,0	23,3	100,0
	Total	86	51,5	100,0	
Perdidos	0	81	48,5		
Total		167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

Existe una gran mayoría que quiere sacar el carnet de artesano de los 167 encuestados, 66 personas quieren hacerlo

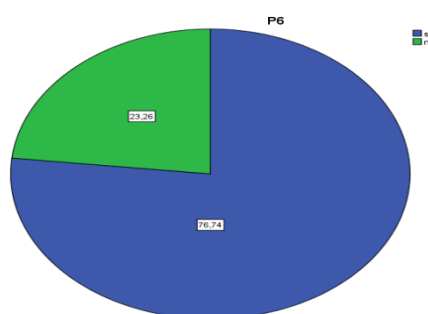


Figura 37: Artesanos Calificados

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados el 39,5% quiere tener un carnet de calificación artesanal y un 12% no

¿Porque?

Variable: Percepción del beneficios

Tabla 18:

Razón

		Porque			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Por los beneficios	49	29,3	79,0	79,0
	Para darse a conocer	3	1,8	4,8	83,9
	Piden Mucho dinero	8	4,8	12,9	96,8
	No hay ayuda	2	1,2	3,2	100,0
	Total	62	37,1	100,0	
Perdidos	0	105	62,9		
Total		167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

De los puntos más importantes que los artesanos tienen interés por sacar su carnet es por los diferentes beneficios que tienen.

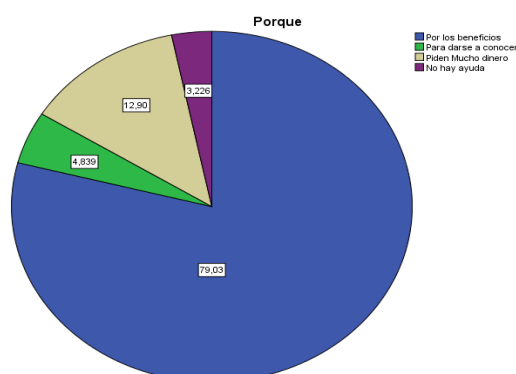


Figura 38: Razón

Fuente: Investigación de mercados

De los encuestados se tiene dos respuestas muy claras, el motivo principal es sacar el carnet en el 29,3% o por darse a conocer de alguna manera con un 1,8% pero la percepción de los que no quieren tener el carnet con 4.8% es por que piden mucho dinero por el carnet y porque no ayudan es 1,2%

7. ¿A Cuál agrupación o gremio artesanal pertenece?

Variable: Gremio

Tabla 19:

A Cuál agrupación o gremio artesanal pertenece

		P7			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Gremio de Artesanos no Profesionales de Rumiñahui	14	8,4	26,4	26,4
	Asociación de Artesanos de Rumiñahui	10	6,0	18,9	45,3
	Gremio de Artesanos de la madera de Rumiñahui	7	4,2	13,2	58,5
	Gremio de Orfebres de Rumiñahui	11	6,6	20,8	79,2
	Gremio de sastres y modistas de Rumiñahui	11	6,6	20,8	100,0
	Total	53	31,7	100,0	
Perdidos	0	114	68,3		
	Total	167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

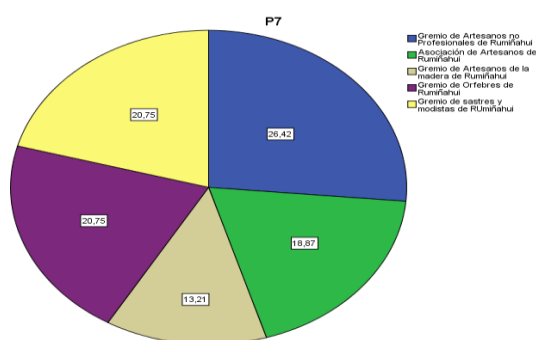


Figura 39: A Cuál agrupación o gremio artesanal pertenece

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos que pertenecen a un gremio, el que tiene más participación en Sangolquí es Gremio de artesanos no profesionales de Rumiñahui 26,42%, la Asociación de artesanos de Rumiñahui 18,87%, Gremio de artesanos de la madera de Rumiñahui 13,21%, Gremio de orfebres de Rumiñahui 20,75% y Gremio de sastres y modistas de Rumiñahui 20,75%

12. ¿Cuánto dinero necesito para ponerse su taller artesanal?

Variable: Dinero.

Tabla 20:

Cuánto dinero necesito para ponerse su taller artesanal

P12

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	300	2	1,2	1,2
	500	8	4,8	6,0
	1000	19	11,4	17,4
	1200	2	1,2	18,6
	1500	11	6,6	25,1
	2000	28	16,8	41,9
	2500	12	7,2	49,1
	2800	2	1,2	50,3
	3000	30	18,0	68,3
	3500	3	1,8	70,1
	4000	6	3,6	73,7
	4500	2	1,2	74,9
	5000	21	12,6	87,4
	6000	2	1,2	88,6
	7000	3	1,8	90,4
	8000	3	1,8	92,2
	10000	10	6,0	98,2
	14000	1	,6	98,8
	15000	1	,6	99,4
	18000	1	,6	100,0
Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

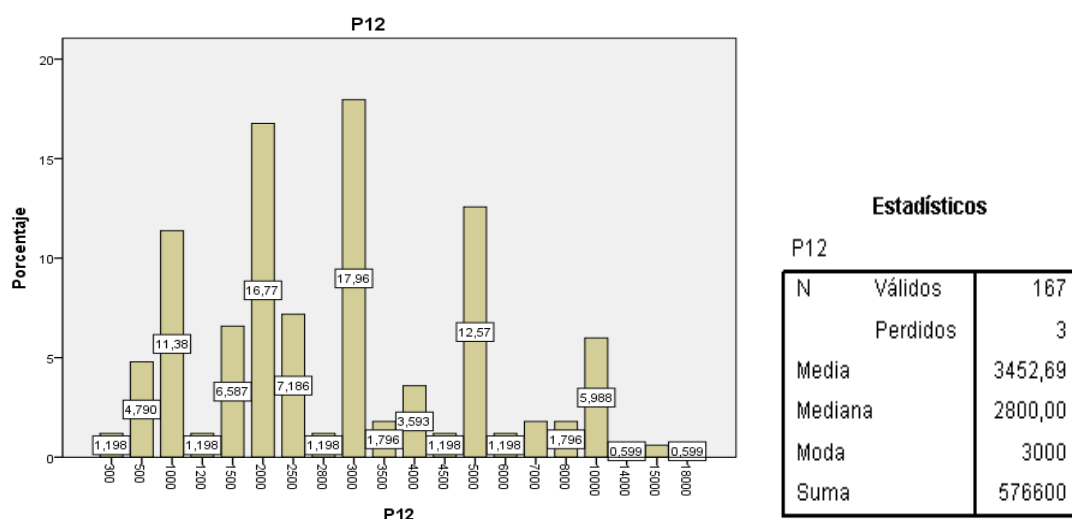


Figura 40: Cuánto dinero necesito para ponerse su taller artesanal

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos de Sangolquí encuestados 30 abrieron su taller con una inversión de 3000 dólares, 28 artesanos con 2000 y 21 con 5000 dólares

16. ¿Cuántas personas trabajan con usted?

Variable: Personas

Tabla 21:

Cuántas personas trabajan con usted

		P16			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	47	28,1	28,1	28,1
	2	56	33,5	33,5	61,7
	3	41	24,6	24,6	86,2
	4	18	10,8	10,8	97,0
	5	1	,6	,6	97,6
	6	1	,6	,6	98,2
	8	2	1,2	1,2	99,4
	12	1	,6	,6	100,0
	Total	167	100,0	100,0	

Estadísticos		
P16		
N	Válidos	167
	Perdidos	3
Media		2,35
Mediana		2,00
Moda		2
Suma		393

Fuente: Investigación de mercados

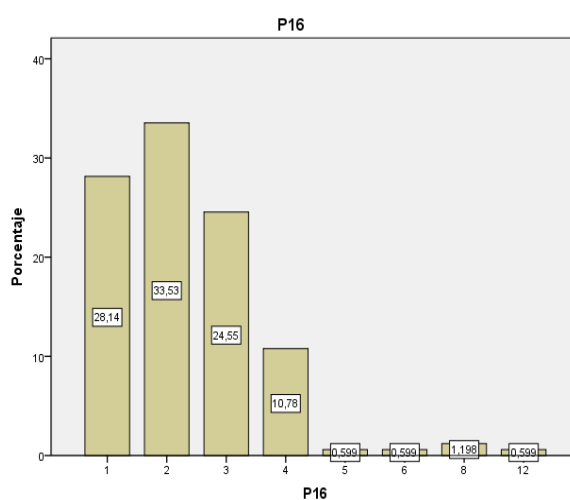


Figura 41: Cuantas personas trabajan con usted

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos encuestados la mayoría de ellos trabajan con un ayudante el 33,5% o solos son el 28,16%, y los que trabajan con dos ayudantes son el 24,6%.

17. ¿De ellos cuantos son familia para usted?

Variable: Familia

Tabla 22:

De ellos cuantos son familia para usted

Estadísticos			P17			
P17			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
N	Válidos	167	Válidos 0	60	35,9	35,9
	Perdidos	3	1	42	25,1	61,1
Media		1,23	2	40	24,0	85,0
Mediana		1,00	3	19	11,4	96,4
Moda		0	4	5	3,0	99,4
Suma		205	6	1	,6	100,0
			Total	167	100,0	100,0

Fuente: Investigación de mercados

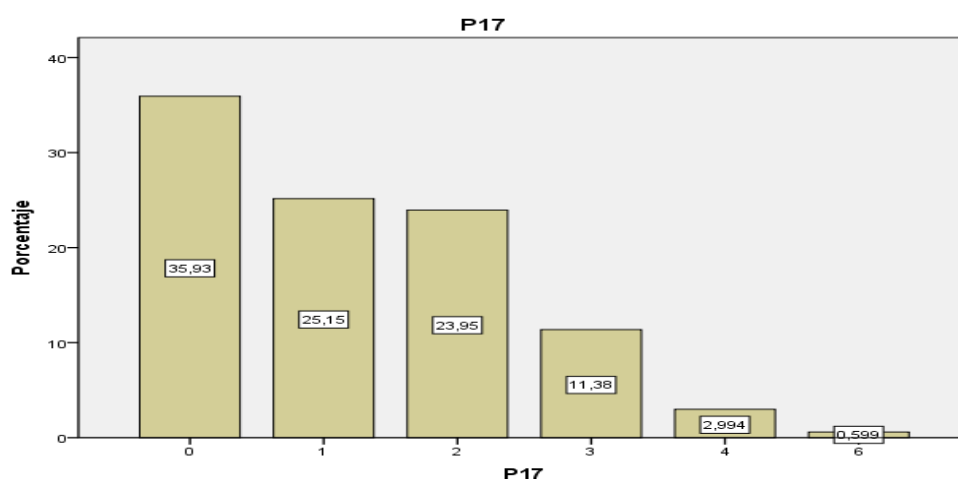


Figura 42: De ellos cuantos son familia para usted

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos de Sangolquí generalmente trabaja con una personas en su mayoría es el cónyuge es el 25% y von dos ayudantes 24%

18. ¿Conoce las instituciones que amparan al artesano?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 23:

Conoce las instituciones que amparan al artesano

P18

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	84	50,3	50,3	50,3
NO	83	49,7	49,7	100,0
Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

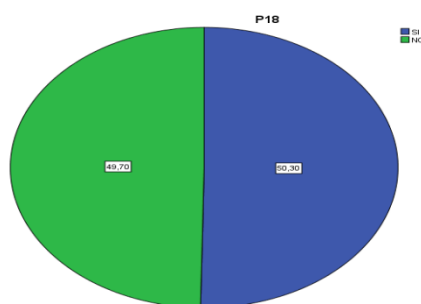


Figura 43: Conoce las instituciones que amparan al artesano

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados el 50,30% no conoce las instituciones que los amparan, mientras tanto el 49,70% si lo conoce.

19. ¿Cuáles son las instituciones que amparan al artesano?

Variable: Institución

Tabla 24:

Cuáles son las instituciones que amparan al artesano

P19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MIES	19	11,4	22,9	22,9
	MIPRO	12	7,2	14,5	37,3
	INDA	48	28,7	57,8	95,2
	GREMIO	4	2,4	4,8	100,0
	Total	83	49,7	100,0	
Perdidos	0	84	50,3		
Total		167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

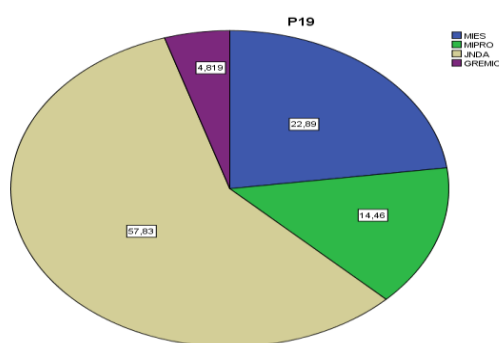


Figura 44: Cuáles son las instituciones que amparan al artesano

Fuente: Investigación de mercados

La percepción de los artesanos encuestados las instituciones que amparan a los artesanos es que JNDA con un 57,83% le sigue el MIES con 22,89%, después MIPRO con el 14,46% y por ultimo GREMIO con el 4,819%.

20. ¿Ha obtenido algún beneficio de las instituciones que amparan al artesano?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 25:

Ha obtenido algún beneficio de las instituciones que amparan al artesano

P20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	47	28,1	28,1	28,1
	NO	120	71,9	71,9	100,0
Total		167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

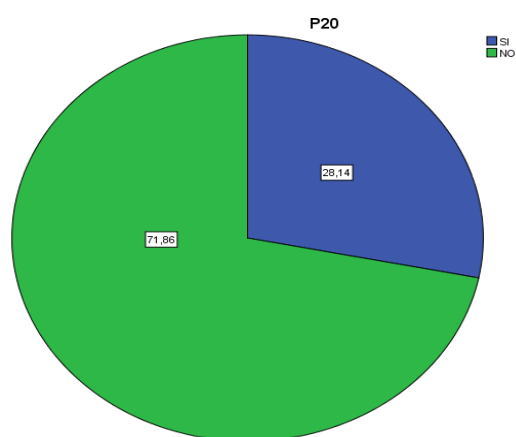


Figura 45: Ha obtenido algún beneficio de las instituciones que amparan al artesano

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados dice el 71,86% que no ha recibido ayuda de las instituciones que los amparan, mientras el 28,14% dice que si ha recibido ayuda.

21. ¿De quién ha obtenido el beneficio?

Variable: Institución

Tabla 26:

De quién ha obtenido el beneficio

P21

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	JNDA	35	21,0	79,5	79,5
	MIES	6	3,6	13,6	93,2
	MIPRO	3	1,8	6,8	100,0
	Total	44	26,3	100,0	
Perdidos	0	123	73,7		
Total		167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

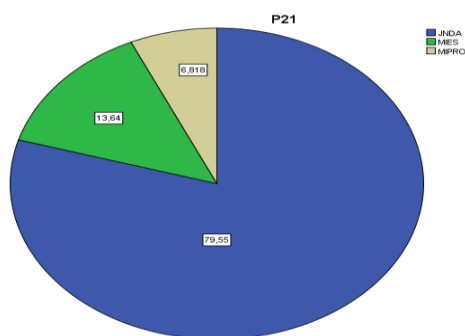


Figura 46: De quién ha obtenido el beneficio

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados dicen que han tenido más ayuda de JNDA con un 79,55% del MIES con el 13,64% y del MIPRO el 6,818%.

22. ¿Cuál ha sido el beneficio?

Variable: Beneficio del carnet.

Tabla 27:

Cuál ha sido el beneficio

P22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Trabajar con el Estado	6	3,6	14,0	14,0
	Calificación Artesanal	22	13,2	51,2	65,1
	Capacitaciones	15	9,0	34,9	100,0
	Total	43	25,7	100,0	
Perdidos	0	124	74,3		
Total		167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

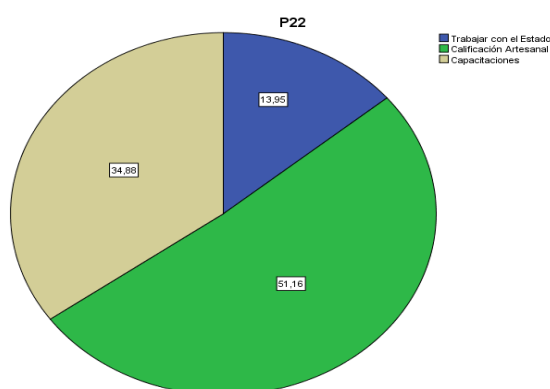


Figura 47: Cuál ha sido el beneficio

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos nos informaron que el beneficio que han tenido por las instituciones han sido: calificación artesanal con un 51,16%, trabajar con el estado un 13,95% y las capacitaciones el 34,88%.

23. ¿Ha recibido apoyo de alguna institución pública o privada?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 28:

Ha recibido apoyo de alguna institución pública o privada

P23

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	23	13,8	13,8	13,8
NO	144	86,2	86,2	100,0
Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

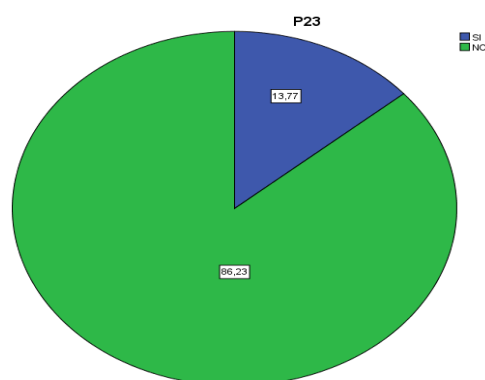


Figura 48: Ha recibido apoyo de alguna institución pública o privada

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados dice que el 86,235 no han tenido el apoyo de ninguna institución mientras que el 13,77% si lo ha tenido

24. ¿De qué institución ha recibido apoyo?

Variable: Institución

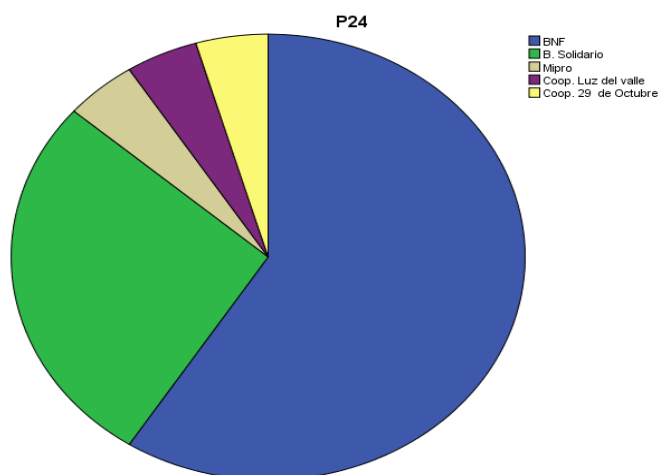


Figura 49: De qué institución ha recibido apoyo

Fuente: Investigación de mercados

Según los artesanos encuestados las instituciones que les han dado apoyo es el BNF con el 59,1%, y el B. Solidario con el 27,3%

25. ¿Qué clase de apoyo ha recibido?

Variable: Beneficio Obtenido

Tabla 29:

Qué clase de apoyo ha recibido

P25

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Prestamos	15	9,0	71,4	71,4
	Capacitación Técnica	6	3,6	28,6	100,0
	Total	21	12,6	100,0	
Perdidos	0	146	87,4		
Total		167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

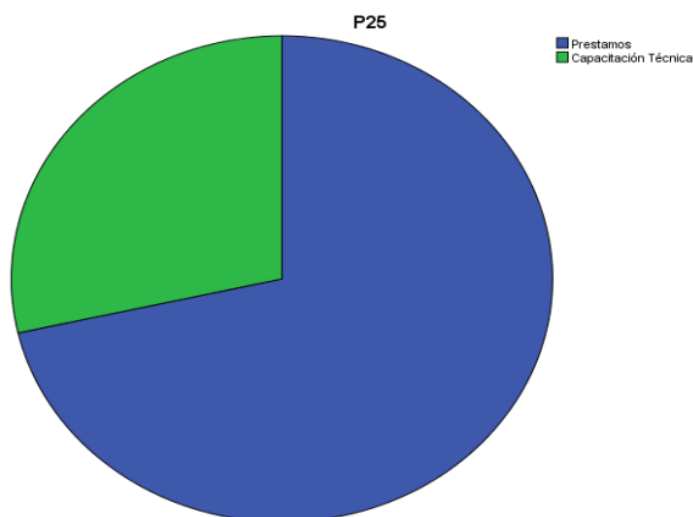


Figura 50: Qué clase de apoyo ha recibido

Fuente: Investigación de mercados

El apoyo que han recibido los artesanos ha sido de préstamos con 71,4% y en capacitación es el 28,6%

26. ¿ha escuchado sobre la Economía popular y Solidaria?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 30:

Ha escuchado sobre la Economía popular y Solidaria

P26

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	59	35,3	35,3	35,3
	NO	108	64,7	64,7	100,0
Total		167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

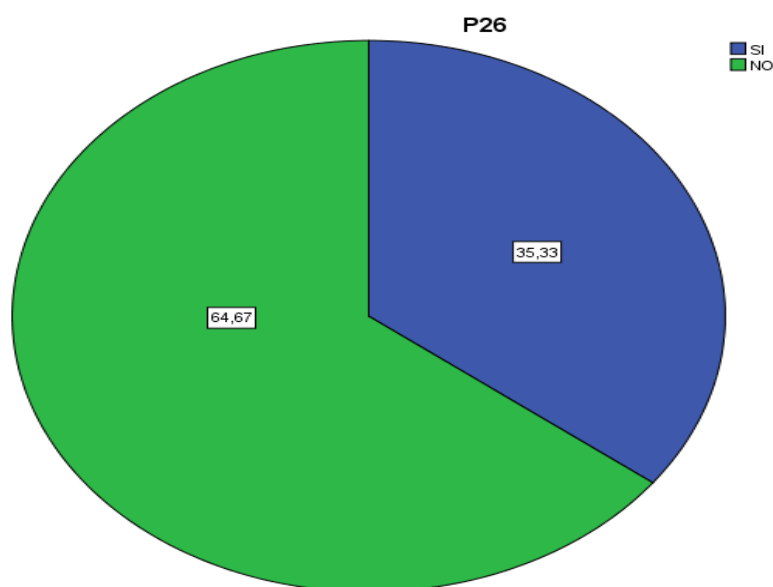


Figura 51: Ha escuchado sobre la Economía popular y Solidaria

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados el 64,67% no han escuchado sobre la economía popular y solidaria mientras, mientras el 35,33% si lo ha escuchado.

27. ¿Que ha escuchado sobre la Economía Popular y Solidaria?

Variable: Conocimiento

Tabla 31:

Que ha escuchado sobre la Economía Popular y Solidaria

P27					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ayudan acceder a Financiamientos	8	4,8	13,6	13,6
	Regulan a las Cooperativas	8	4,8	13,6	27,1
	Dan el bono de Desarrollo	4	2,4	6,8	33,9
	Ayudan a Emprendimientos Pequeños	22	13,2	37,3	71,2
	Ayudan a los Microempresarios	11	6,6	18,6	89,8
	Realizan ferias de Exposición	3	1,8	5,1	94,9
	Habla de la inclusión Económica y Social	3	1,8	5,1	100,0
	Total	59	35,3	100,0	
Perdidos	0	108	64,7		
Total		167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

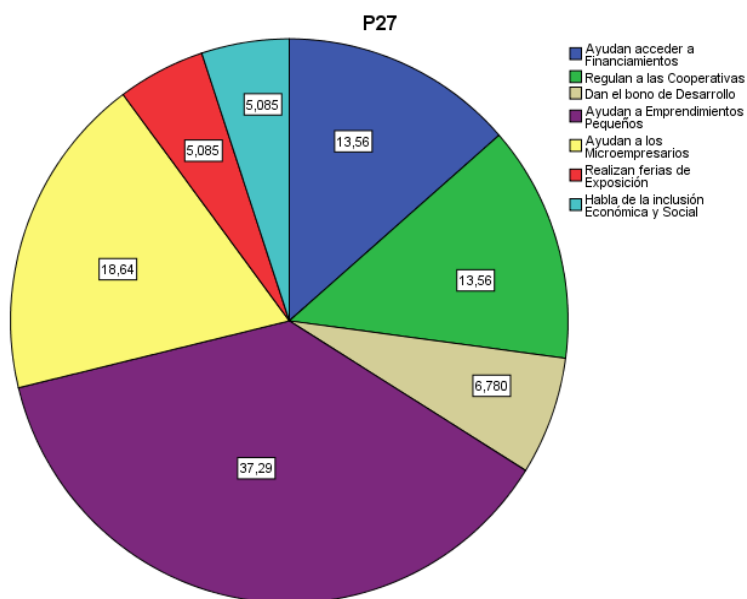


Figura 52: Que ha escuchado sobre la Economía Popular y Solidaria

Fuente: Investigación de mercados

Según los artesanos la economía popular y solidaria atufa a los emprendimientos pequeños con el 37,29% también ayuda a los microempresarios con el 18,64% que regulan a las cooperativas y ayudan acceder a financiamiento 13,56% y que entregan el bono solidario un 6,7%

28. ¿Ha obtenido algún beneficio de la Economía popular y solidaria?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 32:

Ha obtenido algún beneficio de la Economía popular y solidaria

P28

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	9	5,4	5,4	5,4
NO	158	94,6	94,6	100,0
Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

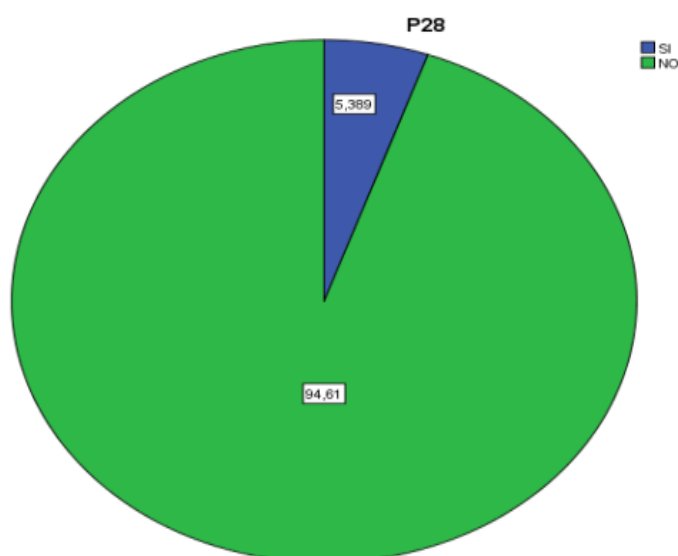


Figura 53: Ha obtenido algún beneficio de la Economía popular y solidaria

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos el 94,61% no ha tenido ayuda de la economía popular y solidaria en cuanto el 5,389% si lo ha adquirido.

29. ¿cuál ha sido el beneficio?

Variable: Beneficio

Tabla 33:

Cuál ha sido el beneficio

P29

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Asesoría en proyectos comunitarios	8	4,8	88,9	88,9
	Prestamos en Cooperativas	1	,6	11,1	100,0
	Total	9	5,4	100,0	
Perdidos	0	158	94,6		
Total		167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

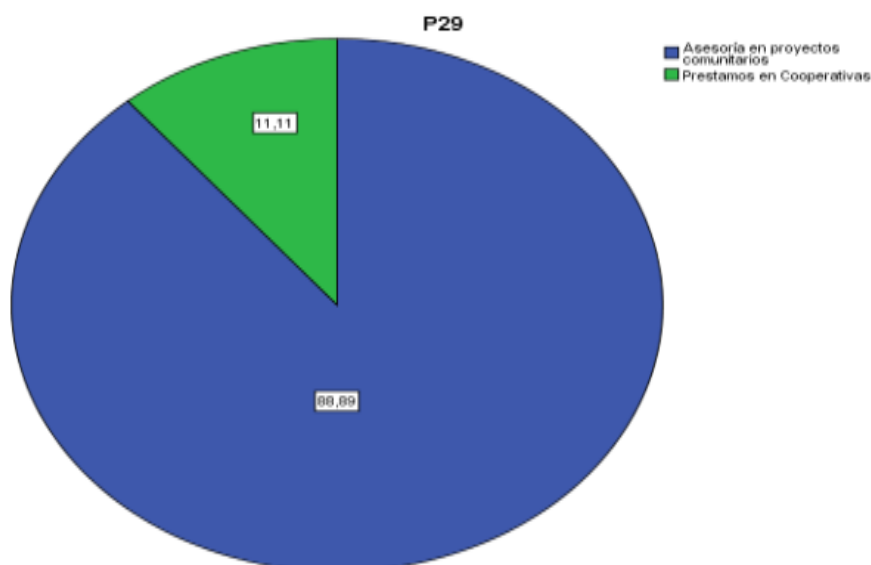


Figura 54: cuál ha sido el beneficio

Fuente: Investigación de mercados

Los beneficios de la instituciones a los artesanos han sido con el 88,89% las asesorías en proyectos comunitarios y el 11,11 % en préstamos en cooperativas.

30. ¿Qué sabe del Instituto de economía Popular y Solidaria?

Variable: Conocimiento

Tabla 34:

Que sabe del Instituto de economía Popular y Solidaria

P30

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos NADA	125	74,9	74,9	74,9
Ayudan en prestamos	10	6,0	6,0	80,8
Regulan Cooperativas	18	10,8	10,8	91,6
Ayudan a los pequeños Negocios	13	7,8	7,8	99,4
Ayudan con el bono de vivienda	1	,6	,6	100,0
Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

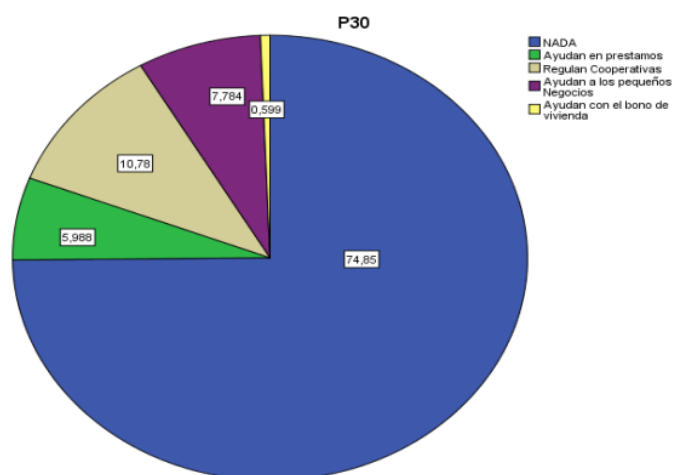


Figura 55: Que sabe del Instituto de economía Popular y Solidaria

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados la mayoría no tienen ningún conocimiento sobre la economía popular y solidaria con el 74,85%, el 10,78% regulan a las cooperativas, 7,78% ayudan a los pequeños negocios y según ellos ayudan a sacar prestamos el 5,98%

32. ¿De qué institución le gustaría recibir más apoyo?

Variable: Apoyo

Tabla 35:

De que institución le gustaría recibir más apoyo

P32

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Bancos Privados	13	7,8	7,8	7,8
Bancos Públicos	65	38,9	38,9	46,7
SECAP	5	3,0	3,0	49,7
MIPRO	22	13,2	13,2	62,9
JNDA	23	13,8	13,8	76,6
IEPS	3	1,8	1,8	78,4
Cualquiera	30	18,0	18,0	96,4
Consejo Provincial	4	2,4	2,4	98,8
Municipio	2	1,2	1,2	100,0
Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

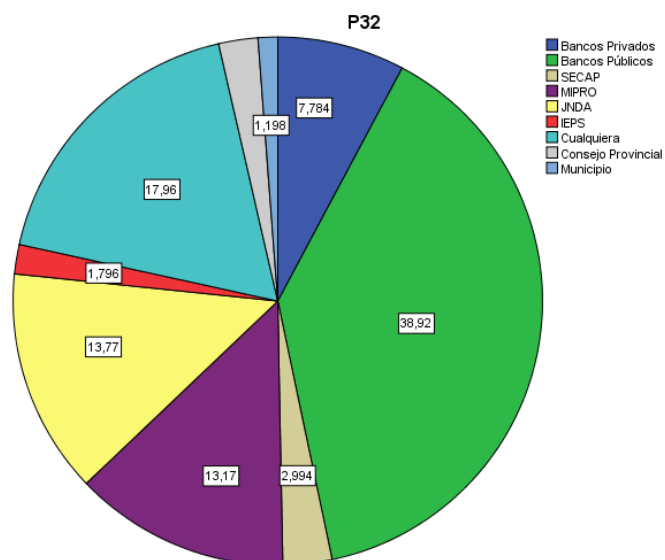


Figura 56: De que institución le gustaría recibir más apoyo

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados dicen que les gustaría recibir más apoyo de bancos privados con el 38,92% de cualquiera con el 17,96% y de JNDA con el 13,77%.

33. ¿Qué apoyo le gustaría recibir por parte de las instituciones públicas?

Variable: Apoyo esperado

Tabla 36:

Que apoyo le gustaría recibir por parte de las instituciones públicas

P33

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Financiamiento	83	49,7	49,7	49,7
Capacitación	41	24,6	24,6	74,3
Certificación Artesanal	13	7,8	7,8	82,0
Asesoría en Proyectos	20	12,0	12,0	94,0
Ferias	5	3,0	3,0	97,0
Capacitación Técnica	4	2,4	2,4	99,4
Ayuda para colocar los productos	1	,6	,6	100,0
Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

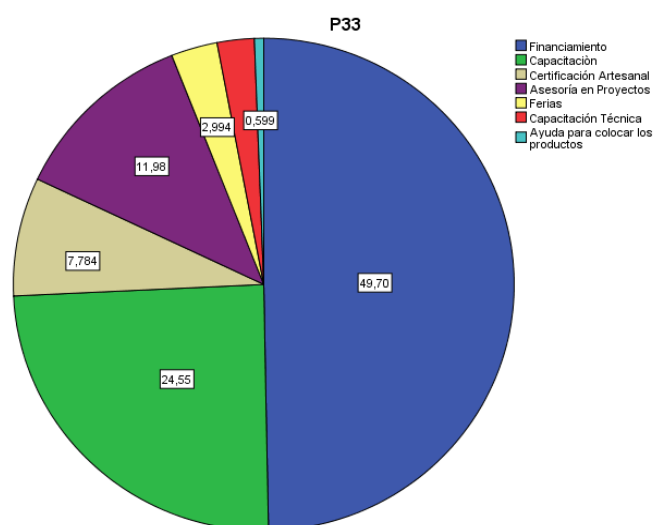


Figura 57: Que apoyo le gustaría recibir por parte de las instituciones públicas

Fuente: Investigación de mercados

Sobre las ayudas de las instituciones, a los artesanos mencionan que les gustaría recibir: financiamiento con el 49,70% capacitaciones con el 24,55% y asesoría en proyectos con el 11,98%.

34. ¿Ha recibido capacitación en temas de Administración, ventas, contabilidad, etc.?

Variable: Cualitativa dicotómica

Tabla 37:

Ha recibido capacitación en temas de Administración, ventas, contabilidad

P34

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	51	30,5	30,5	30,5
	NO	116	69,5	69,5	100,0
	Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

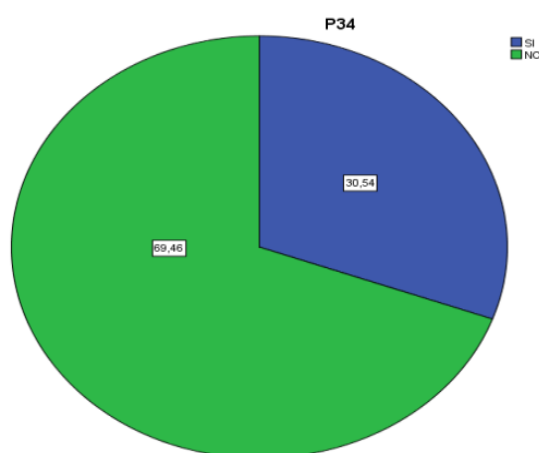


Figura 58: Ha recibido capacitación en temas de Administración, ventas, contabilidad

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados el 69,46% dicen que no han tenido capacitaciones, mientras el 30,54% dice que si han tenido.

35. ¿De qué tema recibió la capacitación y por parte de que Institución?

Variable: Capacitación

Tabla 38:

De qué tema recibió la capacitación y por parte de que Institución

P35

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Administración	17	10,2	33,3	33,3
	Ventas	7	4,2	13,7	47,1
	Contabilidad	8	4,8	15,7	62,7
	Computación	15	9,0	29,4	92,2
	Capacitación técnica	4	2,4	7,8	100,0
	Total	51	30,5	100,0	
Perdidos	0	116	69,5		
Total		167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

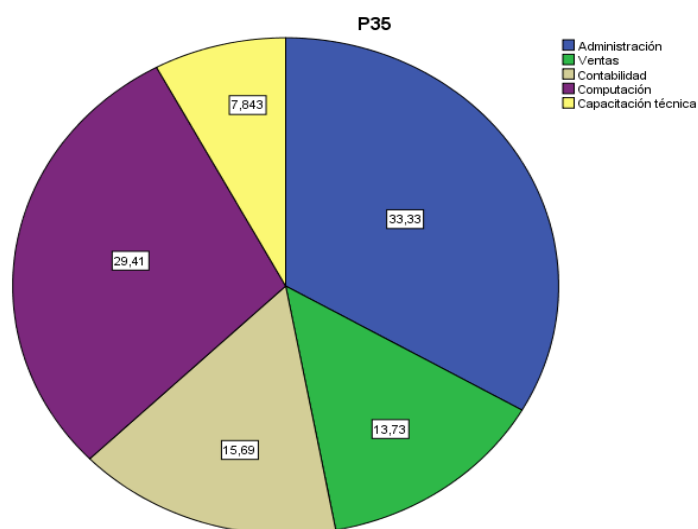


Figura 59: De qué tema recibió la capacitación y por parte de que Institución

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos que han recibido capacitación el 33.33% fue en administración, en computación 29.41%, en contabilidad el 15.69%, en ventas 13.73% y capacitación técnica 7.84%

36. ¿Dónde?

Variable: Lugar

Tabla 39:

Lugar de Capacitación

		P35.DONDE			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SECAP	29	17,4	65,9	65,9
	JNDA	9	5,4	20,5	86,4
	Camara de Comercio de Quito	2	1,2	4,5	90,9
	Municipio	4	2,4	9,1	100,0
	Total	44	26,3	100,0	
Perdidos	0	123	73,7		
Total		167	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

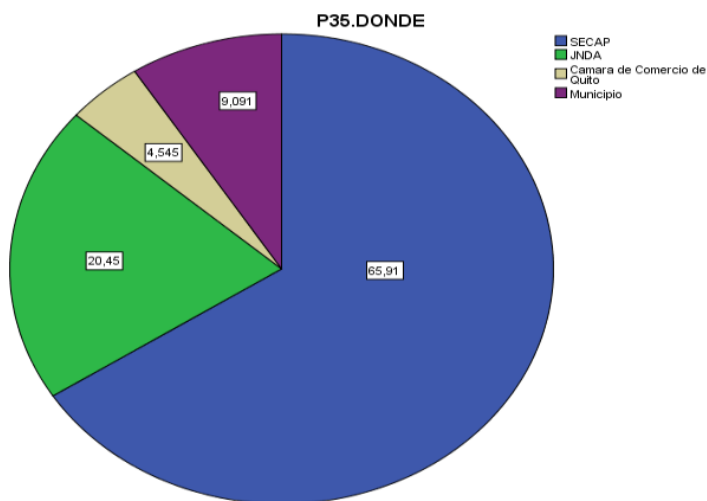


Figura 60: Lugar de Capacitación

Fuente: Investigación de mercados

A los artesanos han recibido capacitación mayormente el SECAP con el 65.91%, en la JNDA con el 20.45%, en el Municipio con el 9.09% y en la cámara de comercio de Quito el 4.54%.

37. ¿En cuántos lugares compra los materiales, insumos para elaborar sus productos?

Variable: Proveedores

Tabla 40:

Lugares de Compra

Estadísticos

P37

N	Válidos	167
	Perdidos	0
Media		3,44
Mediana		3,00
Moda		4
Desv. ttp.		1,612
Varianza		2,598
Mínimo		1
Máximo		15
Suma		575

P37

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	9	5,4	5,4	5,4
2	31	18,6	18,6	24,0
3	47	28,1	28,1	52,1
4	63	37,7	37,7	89,8
5	10	6,0	6,0	95,8
6	3	1,8	1,8	97,6
8	1	,6	,6	98,2
10	2	1,2	1,2	99,4
15	1	,6	,6	100,0
Total	167	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de mercados

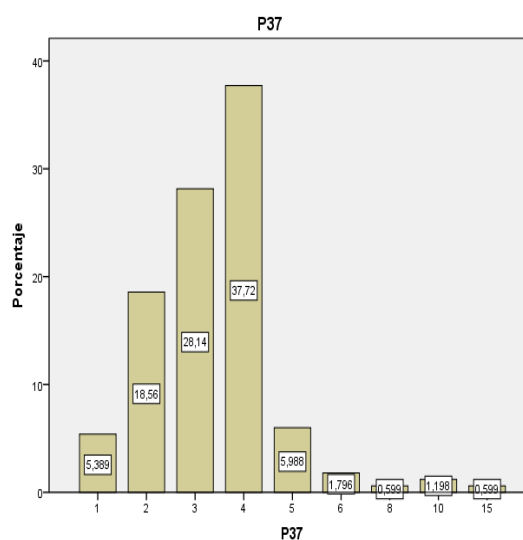


Figura 61: Lugares de Compra

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados compran en cuatro lugares con 37.72% y la media es que compran en 3 lugares.

40. ¿Más o menos cuánto gasta en los materiales e insumos que compra para?

Variable: Dinero

Tabla 41:

Más o menos cuánto gasta en los materiales e insumos que compra para

P40

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	100	10	5,9	6,0	6,0
	150	1	,6	,6	6,6
	180	1	,6	,6	7,2
	190	1	,6	,6	7,8
	200	14	8,2	8,4	16,2
	250	1	,6	,6	16,8
	300	15	8,8	9,0	25,7
	320	1	,6	,6	26,3
	400	1	,6	,6	26,9
	450	5	2,9	3,0	29,9
	500	22	12,9	13,2	43,1
	600	5	2,9	3,0	46,1
	670	1	,6	,6	46,7
	700	1	,6	,6	47,3
	750	2	1,2	1,2	48,5
	800	10	5,9	6,0	54,5
	900	2	1,2	1,2	55,7
	1000	26	15,3	15,6	71,3
	1200	2	1,2	1,2	72,5
	1300	2	1,2	1,2	73,7
	1500	21	12,4	12,6	86,2
	2000	12	7,1	7,2	93,4
	2500	7	4,1	4,2	97,6
	3000	2	1,2	1,2	98,8
	4000	2	1,2	1,2	100,0
	Total	167	98,2	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,8		
Total		170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

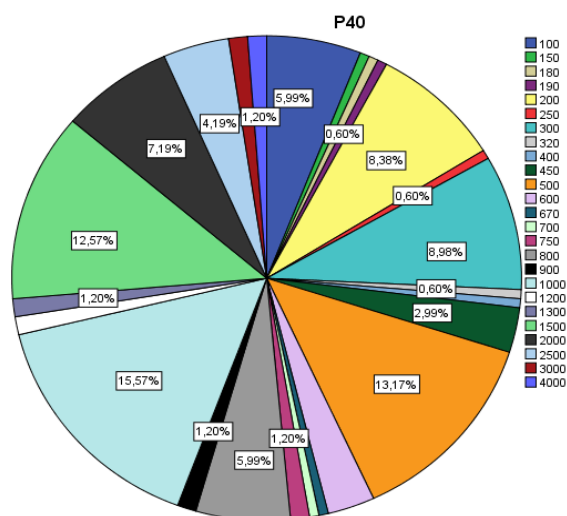


Figura 62: Más o menos cuánto gasta en los materiales e insumos que compra para

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos encuestados el 15.3% gastan 1000 dólares, 12.9% 500 dólares y 12.3% gastan 1500 dólares al mes en comprar su materia prima e insumos.

41. ¿Tiene un registro de ventas, más o menos cuanto vende mensualmente?

Variable: Dinero

Tabla 42:

Tiene un registro de ventas, más o menos cuanto vende mensualmente

P41				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	200	1	,6	,6
	300	15	8,8	9,6
	350	2	1,2	10,8
	400	9	5,3	16,2
	450	5	2,9	19,2
	500	2	1,2	20,4
	600	11	6,5	26,9
	650	6	3,5	30,5
	700	6	3,5	34,1
	800	3	1,8	35,9
	900	1	,6	36,5
	1000	10	5,9	42,5
	1200	3	1,8	44,3
	1250	1	,6	44,9
	1400	3	1,8	46,7
	1500	17	10,0	56,9
	1600	1	,6	57,5
	1800	4	2,4	59,9
	2000	20	11,8	71,9
	2200	1	,6	72,5
	2300	2	1,2	73,7
	2500	13	7,6	81,4
	3000	12	7,1	88,6
	3200	1	,6	89,2
	3500	8	4,7	94,0
	4000	5	2,9	97,0
	4500	3	1,8	98,8
	6500	1	,6	99,4
	7000	1	,6	100,0
Total	167			
Perdidos Sistema	3	98,2	100,0	
Total	170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

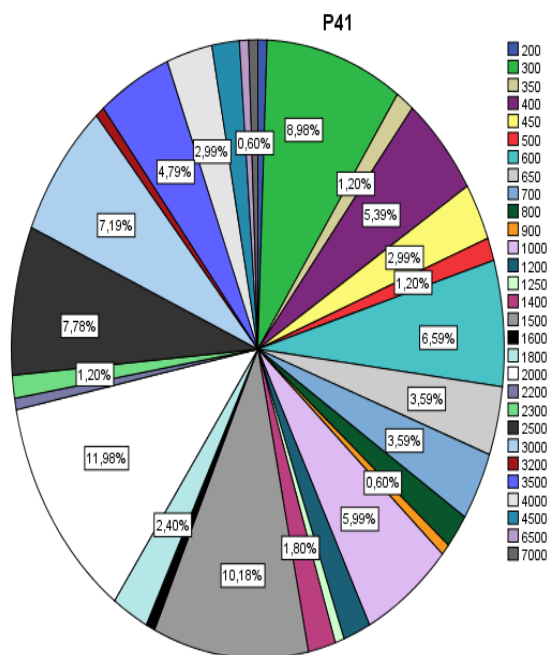


Figura 63: Tiene un registro de ventas, más o menos cuanto vende mensualmente

Fuente: Investigación de mercados

De ellos artesanos encuestados el 11.8% tiene un ingreso de 2000 dólares mensuales, el 10% 1500 dólares, 7.6% 2500 dólares y 7.1% 3000 al mes. Con una diferencia más grande en el ingreso tenemos 8.8% tiene una entrada de 300 dólares, 6.5% de 600 dólares.

42. ¿Ha hecho ventas al estado?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 43:

Ha hecho ventas al estado

P42

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	22	12,9	13,2	13,2
	NO	145	85,3	86,8	100,0
	Total	167	98,2	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,8		
Total		170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

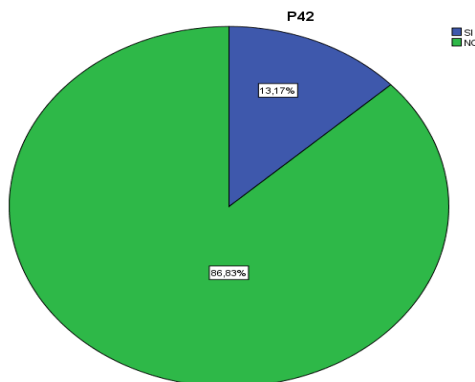


Figura 64: Ha hecho ventas al estado

Fuente: Investigación de mercados

De los encuestados el 86,83% no ha hecho ventas al estado, mientras el 13,17% si lo ha realizado.

44. ¿Más o menos cuanto ha vendido al estado?

Variable: Dinero

Tabla 44:

Más o menos cuanto ha vendido al estado

Estadísticos			P44			
			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
P44	N	Válidos	21			
		Perdidos	149			
	Media	4166,67				
	Mediana	3000,00				
	Moda	7000				
	Suma	87500				
	Válidos	500	2	1,2	9,5	9,5
		700	1	,6	4,8	14,3
		800	1	,6	4,8	19,0
		1000	1	,6	4,8	23,8
		1500	1	,6	4,8	28,6
		2000	1	,6	4,8	33,3
		2500	1	,6	4,8	38,1
		3000	3	1,8	14,3	52,4
	4000	2	1,2	9,5	61,9	
	5000	2	1,2	9,5	71,4	
	7000	4	2,4	19,0	90,5	
	8000	1	,6	4,8	95,2	
	15000	1	,6	4,8	100,0	
	Total	21	12,4	100,0		
Perdidos	0	146	85,9			
Sistema		3	1,8			
Total		149	87,6			
Total		170	100,0			

Fuente: Investigación de mercados

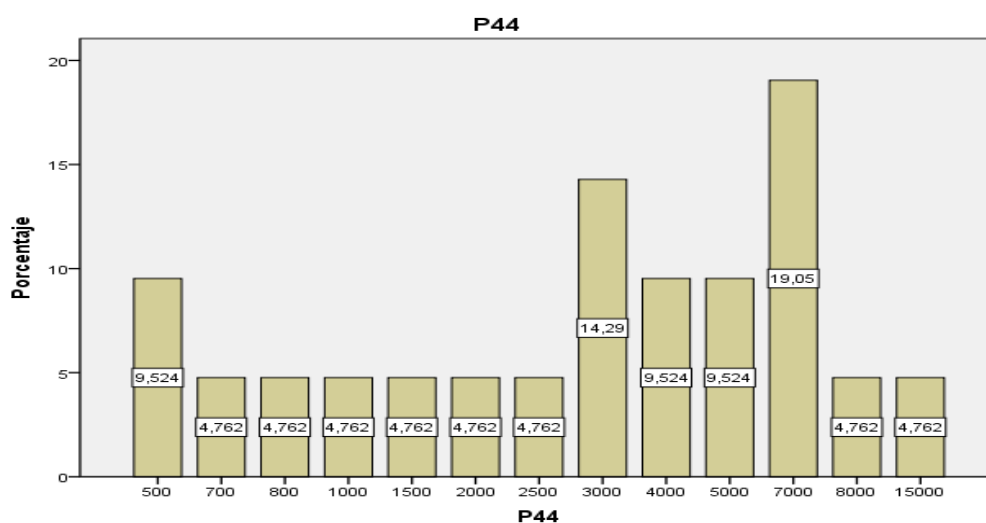


Figura 65: Más o menos cuanto ha vendido al estado

Fuente: Investigación de mercados

De los artesanos que han vendido al estado el 19.05 % ha vendido 7000 dólares, como el valor máximo y el 14.29% ha vendido 3000 dólares, como las ventas las altas realizadas por los artesanos.

48. ¿Ha participado en ferias artesanales?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 45:

Ha participado en ferias artesanales

P48

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	56	32,9	33,5	33,5
NO	111	65,3	66,5	100,0
Total	167	98,2	100,0	
Perdidos Sistema	3	1,8		
Total	170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

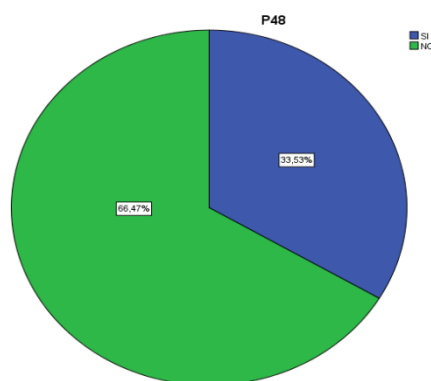


Figura 66: Ha participado en ferias artesanales

Fuente: Investigación de mercados

La mayoría de los artesanos dijo que no participa en ferias artesanales con el 66,47% mientras que tan solo el 33,53% si lo hace.

49. ¿Cuántas de estas ferias artesanales han sido organizadas por el gobierno?

Variable: Asistencia

Tabla 46:

Cuántas de estas ferias artesanales han sido organizadas por el gobierno

Estadísticos

P49

N	Válidos	54
	Perdidos	116
Media		4,17
Mediana		3,00
Moda		4
Suma		225

P49

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	9	5,3	16,7
	2	13	7,6	24,1
	3	8	4,7	14,8
	4	19	11,2	35,2
	10	2	1,2	3,7
	20	2	1,2	3,7
	30	1	,6	1,9
Total	54	31,8	100,0	
Perdidos	0	113	66,5	
Sistema	3	1,8		
Total	116	68,2		
Total	170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

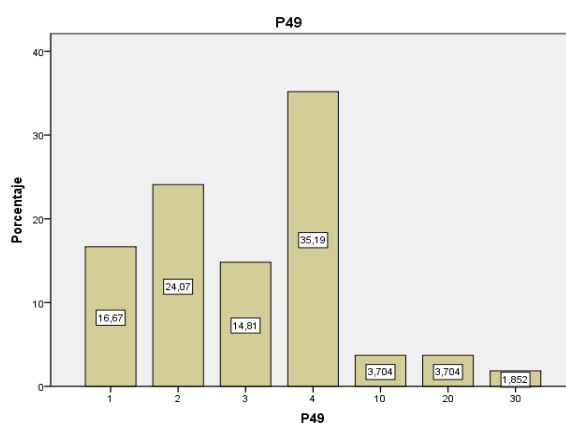


Figura 67: Cuantas de estas ferias artesanales han sido organizadas por el gobierno

Fuente: Investigación de mercados

El censo realizado a los artesanos se pudo informar que el 35,19% de los encuestados de todas las ferias que ha realizado el gobierno solo han asistido 4, luego el 24,07% corresponde a la presencia solo en dos ferias y han asistido a una sola feria el 16,67% y a tres ferias el 4,81%.

61. ¿Pertenece a algún tipo de banca comunal?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 47:

Pertenece a algún tipo de banca comunal

P61

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	7	4,1	4,2	4,2
NO	160	94,1	95,8	100,0
Total	167	98,2	100,0	
Perdidos Sistema	3	1,8		
Total	170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

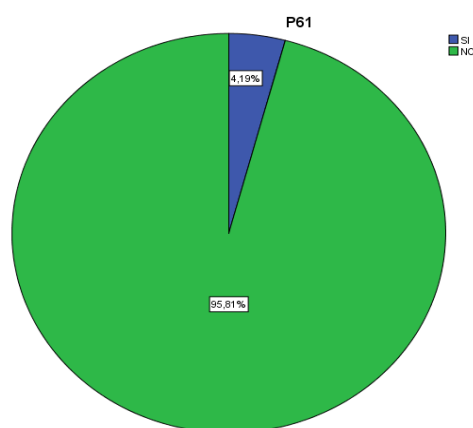


Figura 68: Pertenece a algún tipo de banca comunal

Fuente: Investigación de mercados

De los encuestados 95,81% no pertenecen a una Banca comunal con el 95,81% y solo el 4,19% si pertenece.

63. ¿Le gustaría acceder a créditos para ampliar, remodelar su negocio o incrementar sus ventas?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 48:

Le gustaría acceder a créditos para ampliar, remodelar su negocio o incrementar sus ventas

P63

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	123	72,4	73,7	73,7
	NO	44	25,9	26,3	100,0
	Total	167	98,2	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,8		
Total		170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

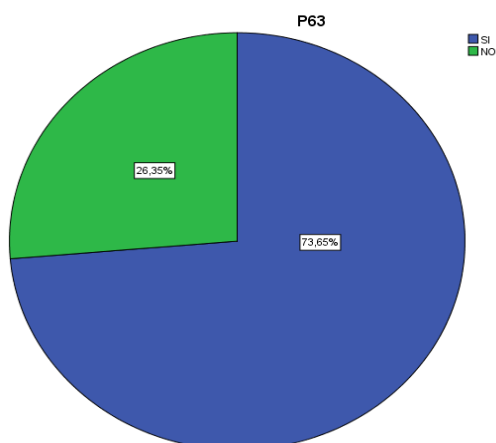


Figura 69: Le gustaría acceder a créditos para ampliar, remodelar su negocio o incrementar sus ventas

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos que quieren acceder a un crédito son el 73,65% y los que no quieren son el 26,35% por diferentes motivos no están dispuestos hacerlo.

64. ¿En qué institución Financiera?

Variable: Institución financiera

Tabla 49:

En que institución Financiera

P64

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
BNF	87	51,2	57,2	57,2
B. Solidario	13	7,6	8,6	65,8
B. Pichincha	18	10,6	11,8	77,6
Bancos Públicos	7	4,1	4,6	82,2
Cualquiera	24	14,1	15,8	98,0
B. Guayaquil	1	,6	,7	98,7
Cooperativas	2	1,2	1,3	100,0
Total	152	89,4	100,0	
Perdidos				
0	15	8,8		
Sistema	3	1,8		
Total	18	10,6		
Total	170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

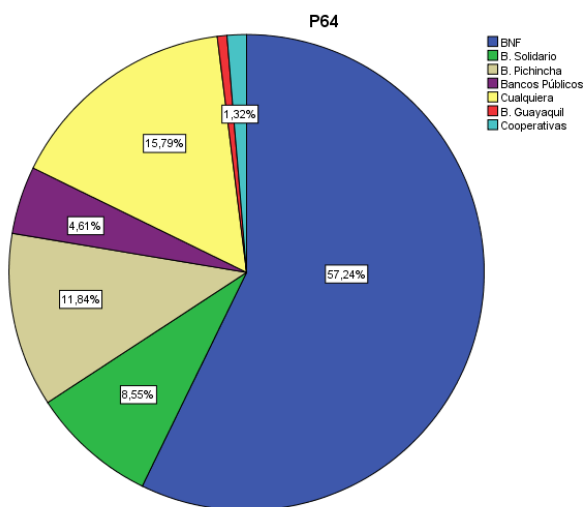


Figura 70: En que institución Financiera

Fuente: Investigación de mercados

La mayoría de los artesanos prefiere el BNF para hacer un crédito con el 57,24% y el 15.79% no le importa en q instituciones le entreguen el préstamo.

67. ¿Si otros artesanos le propusieran unirse hacer una asociación para ampliar el negocio?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 50:

Si otros artesanos le propusieran unirse hacer una asociación para ampliar el negocio

P67

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	102	60,0	61,1	61,1
	NO	65	38,2	38,9	100,0
	Total	167	98,2	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,8		
	Total	170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

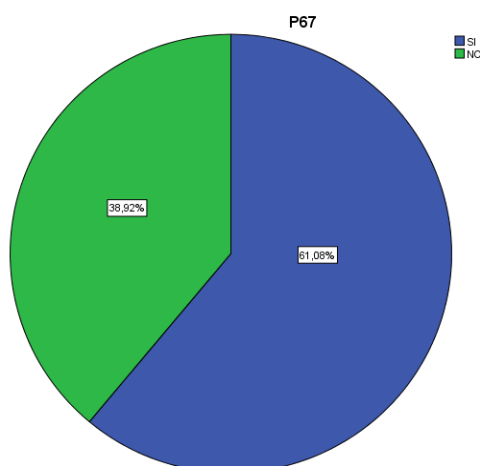


Figura 71: Si otros artesanos le propusieran unirse hacer una asociación para ampliar el negocio

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos que están dispuestos a asociarse son el 61,08% y no lo harían con el 38,92%

68. ¿Por qué?

Variable: Motivo

Tabla 51:

Razón

		P68XQ			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La unión hace la fuerza	41	24,1	24,6	24,6
	Da mejores resultados y se alcanzan mayores beneficios	40	23,5	24,0	48,5
	Mayores ventas	10	5,9	6,0	54,5
	Organizados hay mayor respaldo	14	8,2	8,4	62,9
	Hay mucha competencia desleal	16	9,4	9,6	72,5
	Egoísmo de los artesanos	25	14,7	15,0	87,4
	Soy independiente	17	10,0	10,2	97,6
	Hay Mucho desacuerdo	4	2,4	2,4	100,0
	Total	167	98,2	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,8		
Total		170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

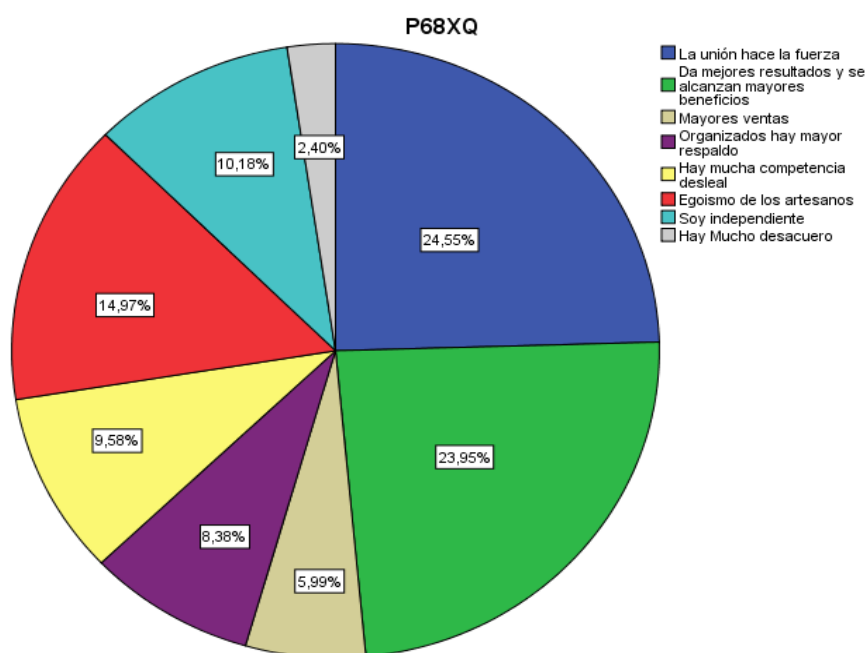


Figura 72: Razón

Fuente: Investigación de mercados

Para algunos artesanos que si se asociarían es por la unión que hace la fuerza con el 24,55%, dicen que se pueden tener más beneficios con el 23,95% y más del 30 % dice que no lo haría por motivos como egoísmo, son independientes y existen desacuerdos.

71. ¿Le gustaría asociarse para poder exportar sus productos?

Variable: Cualitativa dicotómicas

Tabla 52:

Le gustaría asociarse para poder exportar sus productos

P71

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	110	64,7	65,9	65,9
	NO	57	33,5	34,1	100,0
	Total	167	98,2	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,8		
Total		170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

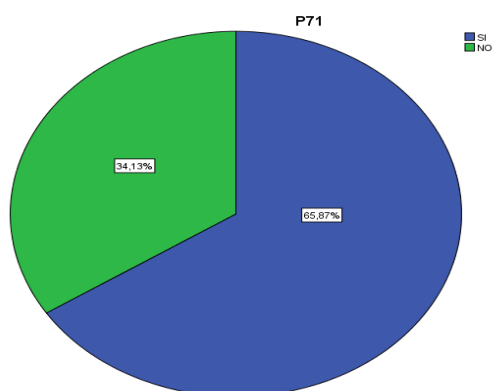


Figura 73: Le gustaría asociarse para poder exportar sus productos

Fuente: Investigación de mercados

Para exportar los productos si se quieren asociar los artesanos con el 65,87% y mientras tanto el 34,13% no lo quiere hacer.

74. ¿Por qué?

Variable: Motivo

Tabla 53:

Porque

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Me asociaría con una compañía grande	22	12,9	13,2	13,2
	Se fomenta el trabajo y la Producción	38	22,4	22,8	35,9
	Habría mayor reconocimiento	16	9,4	9,6	45,5
	Se generan más ventas	49	28,8	29,3	74,9
	Lo haría solo, soy independiente	24	14,1	14,4	89,2
	No hay honestidad	14	8,2	8,4	97,6
	la gente no trabaja bien	3	1,8	1,8	99,4
	Negocio Familiar	1	,6	,6	100,0
	Total	167	98,2	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,8		
Total		170	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

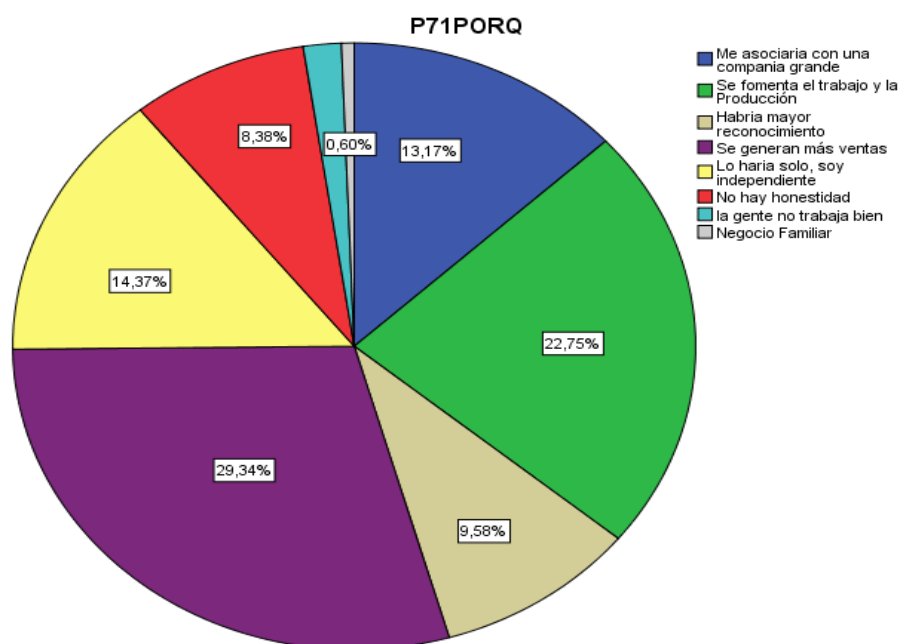


Figura 74: Porque

Fuente: Investigación de mercados

La mayoría de los artesanos dice si se asociaría es para generar más venta con el 29,34% , para fomentar más trabajo el 22,75% y menos del 33% no se asociaría por ser negocio familiar, porque la gente no trabaja, no hay honestidad.

4.1.3 Análisis Bivariado

En esta parte lo que se hará es combinar las variables es decir se analizaran dos variables mediante tablas de contingencia en el programa estadístico SPSS, los resultados que nos muestra esta tabla de contingencia es una variable en la fila y otra en la columna. Este análisis se hizo con las variables más relevantes de la encuesta, con las que tienen una relación.

4.1.3.1 Empoderamiento del conocimiento según ramas artesanales

De qué manera aprendieron los artesanos sus profesiones,

Tabla 54:

Empoderamiento del conocimiento según ramas artesanales

Tabla de contingencia P1 * P2

Recuento		P2			Total
		Empirico	Hereditario	Cursos	
P1	Cerrajería	0	2	3	5
	Heladería	1	0	1	2
	Artesanía	1	2	1	4
	Elaboración de Cerveza	0	0	2	2
	Confección de Ropa	22	28	17	67
	Carpintería	10	8	5	23
	Marketería	0	1	3	4
	Muebles	1	1	1	3
	Panadería y Pastelería	6	4	2	12
	Orfebrería	8	6	6	20
	Calzado en Cuero	2	2	1	5
	Artesanía en Vidrio	2	3	0	5
	Plantas	0	1	0	1
	Esculturas	3	1	0	4
	Dulces	2	0	1	3
	Talabartería y artículos en cuero	1	2	1	4
	Cortinas	2	0	0	2
	Protesis Dentales	0	1	0	1
	Total	61	62	44	167

Fuente: Investigación de mercados

La tabla muestra a todas las ramas artesanales de Sangolquí y el modo en el que estos aprendieron el arte, a continuación veremos las ramas más importantes.

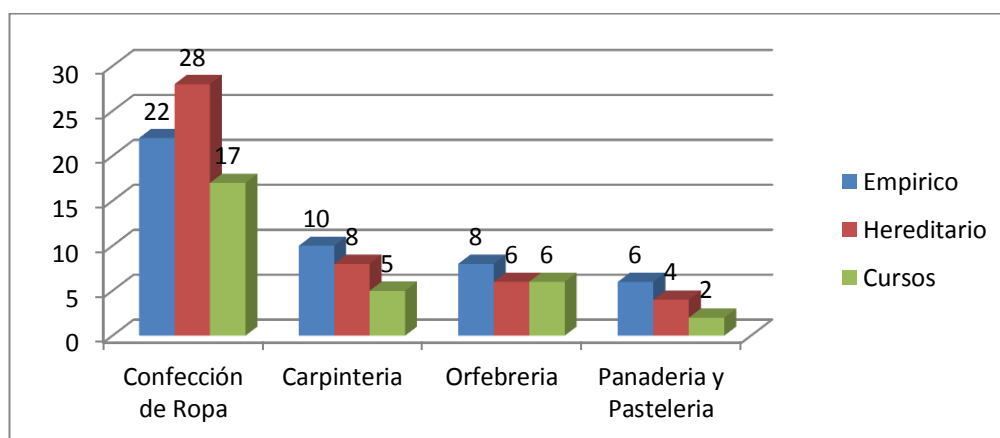


Figura 75: Empoderamiento del conocimiento según ramas artesanales

Fuente: Investigación de mercados

Como se observa en el gráfico los artesanos de Confección de Ropa aprendieron en un 42% por sus padres o familiares, los artesanos de carpintería aprendieron en un 43% empíricamente, los artesanos de orfebrería de igual manera empíricamente en 40% y los artesanos de Panadería y Pastelería igual empíricamente en un 50%.

4.1.3.2 Años de profesión según las ramas artesanales

Tabla 55:

Años de profesión según las ramas artesanales

Tabla de contingencia P1 * P3

Recuento

		P3					mas de 37 años	Total
		1 a 7 años	8 a 14 años	15 a 21 años	22 a 29 años	30 a 37 años		
P1	Cerrajería	1	0	1	3	0	0	5
	Heladería	0	2	0	0	0	0	2
	Artesanía	1	1	2	0	0	0	4
	Elaboración de Cerveza	0	0	0	2	0	0	2
	Confección de Ropa	13	16	19	10	6	3	67
	Carpintería	0	6	12	3	1	1	23
	Marketería	2	1	0	1	0	0	4
	Muebles	0	0	0	1	2	0	3
	Panadería y Pastelería	3	1	3	5	0	0	12
	Orfebrería	0	2	2	7	7	2	20
	Calzado en Cuero	0	0	2	0	0	3	5
	Artesanía en Vidrio	3	0	2	0	0	0	5
	Plantas	0	0	1	0	0	0	1
	Esculturas	2	0	2	0	0	0	4
	Dulces	2	1	0	0	0	0	3
	Talabartería y artículos en cuero	0	0	2	0	1	1	4
	Cortinas	1	0	1	0	0	0	2
	Protesis Dentales	0	0	0	0	1	0	1
	Total	28	30	49	32	18	10	167

Fuente: Investigación de mercados

Se puede observar cuantos años de profesión tienen según la actividad artesanal que realizan, a continuación veremos los más importantes.

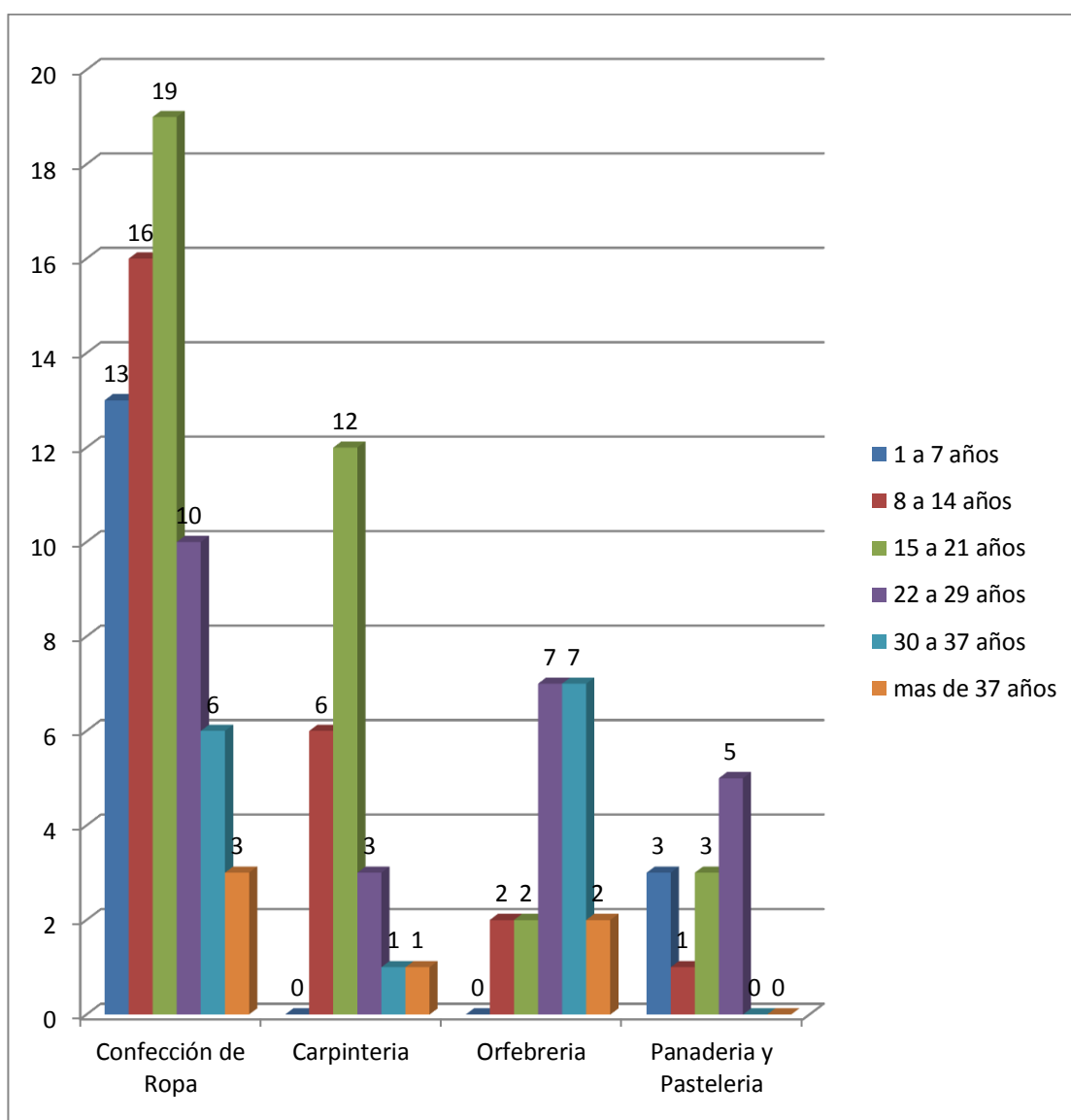


Figura 76: Años de profesión según las ramas artesanales

Fuente: Investigación de mercados

Como se observa en la figura los artesanos de confección de ropa y los artesanos de carpintería están en un rango de 15 a 21 años mientras que los de orfebrería y panadería están entre 22 a 29 años, con estos datos podemos llegar a la conclusión de que la edad promedio de profesión es de 22, si se supone que iniciaron su trabajo a los 18 más los 22 años de promedio de profesión, se llega a que los artesanos tienen en promedio 40 años que son jóvenes y esto va en concordancia con lo que se dijo en un inicio que el cantón Rumiñahui es una población joven.

4.1.3.3 Artesanos Calificados según Rama artesanal

Tabla 56:

Artesanos Calificados según Rama artesanal

Tabla de contingencia P1 * P4

Recuento		P4		Total
		si	no	
P1	Cerrajería	3	2	5
	Heladería	0	2	2
	Artesanía	2	2	4
	Elaboración de Cerveza	2	0	2
	Confección de Ropa	38	29	67
	Carpintería	10	13	23
	Marketería	0	4	4
	Muebles	2	1	3
	Panadería y Pastelería	6	6	12
	Orfebrería	14	6	20
	Calzado en Cuero	1	4	5
	Artesanía en Vidrio	1	4	5
	Plantas	0	1	1
	Esculturas	0	4	4
	Dulces	1	2	3
	Talabartería y artículos en cuero	2	2	4
	Cortinas	1	1	2
	Protesis Dentales	1	0	1
	Total	84	83	167

Fuente: Investigación de mercados

En la tabla se observan según las ramas artesanales cuantos artesanos son calificados y cuantos no. A continuación veremos las ramas artesanales más importantes.

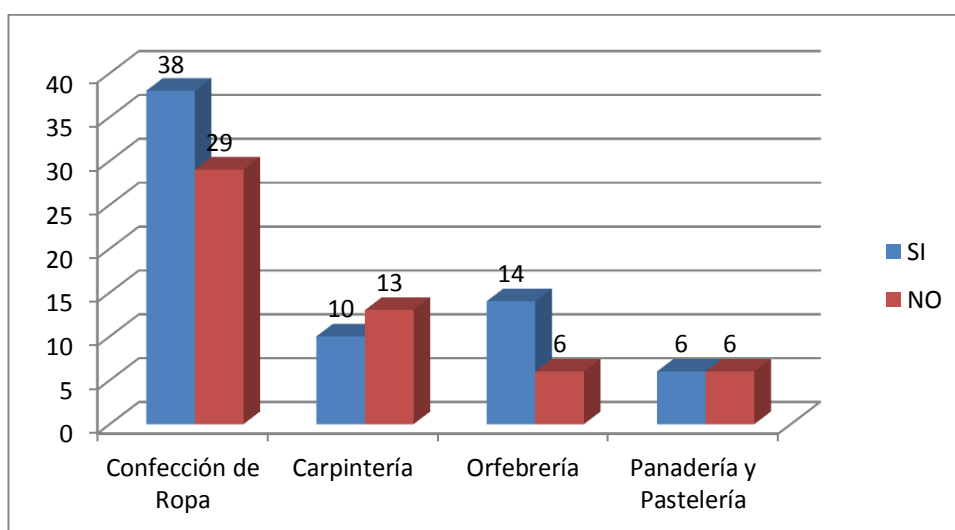


Figura 77: Artesanos Calificados según Rama artesanal

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos de confección de Ropa 57 % están calificados, los artesanos de orfebrería 70% están calificados, los artesanos de carpintería 43% están calificados y los artesanos de panadería y pastelería 50% son artesanos calificados.

4.1.3.4 Pertenencia a un gremio según las ramas artesanales

Tabla 57:

Pertenencia a un gremio según las ramas artesanales

Tabla de contingencia P1 * P5

Recuento		P5		Total
		si	no	
P1	Cerrajería	3	2	5
	Heladería	0	2	2
	Artesanía	1	3	4
	Elaboración de Cerveza	2	0	2
	Confección de Ropa	20	47	67
	Carpintería	8	15	23
	Marketería	0	4	4
	Muebles	2	1	3
	Panadería y Pastelería	3	9	12
	Orfebrería	14	6	20
	Calzado en Cuero	0	5	5
	Artesanía en Vidrio	1	4	5
	Plantas	0	1	1
	Esculturas	0	4	4
	Dulces	1	2	3
	Talabartería y artículos en cuero	0	4	4
	Cortinas	0	2	2
Protesis Dentales	1	0	1	
Total	56	111	167	

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos que no pertenecen a ningún grupo o asociación son los que se dedican a la Heladería, Marquetería, Calzado en Cuero, esculturas, los que trabajan en cuero y los que hacen Cortinas. Es decir 6 de las 16 ramas productivas artesanales que se encuentran en Sangolquí no pertenecen a un gremio o asociación

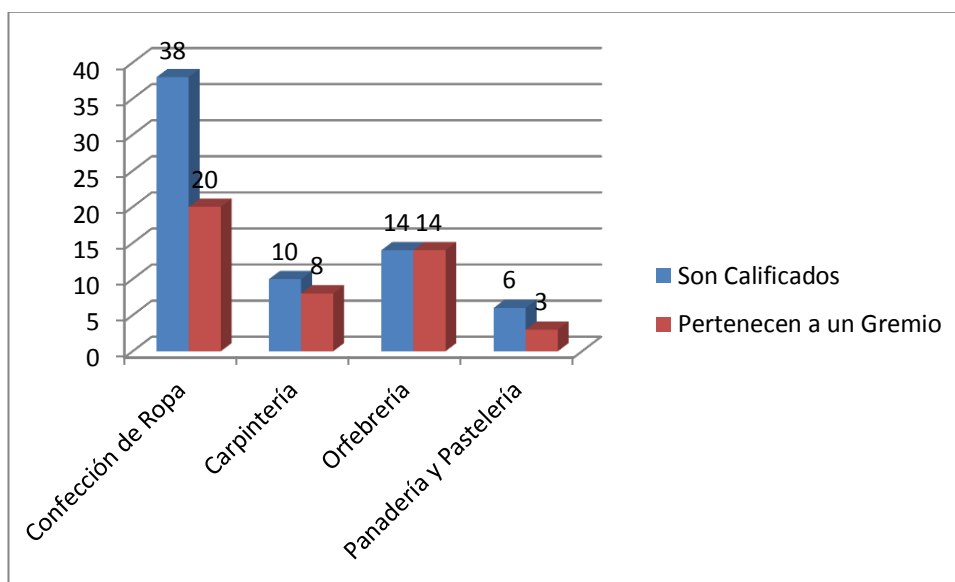


Figura 78: Pertenencia a un gremio según las ramas artesanales

Fuente: Investigación de mercados

En la figura se muestra de los artesanos calificados y cuántos de ellos pertenecen a un gremio o asociación, se observa que los artesanos de confección de ropa de los 38 artesanos que son calificados el 53% de estos pertenecen a un gremio, en los artesanos de carpintería 80% de los artesanos calificados pertenecen a un gremio, En orfebrería los 14 artesanos calificados los 14 pertenecen al gremio es decir el 100, en los artesanos de panadería y pastelería el 50% de los artesanos calificados integran un gremio.

4.1.3.5 Tiempo de apertura del local según las ramas artesanales.

A continuación se mostraran las 4 actividades más representativas de la ciudad de Sangolquí

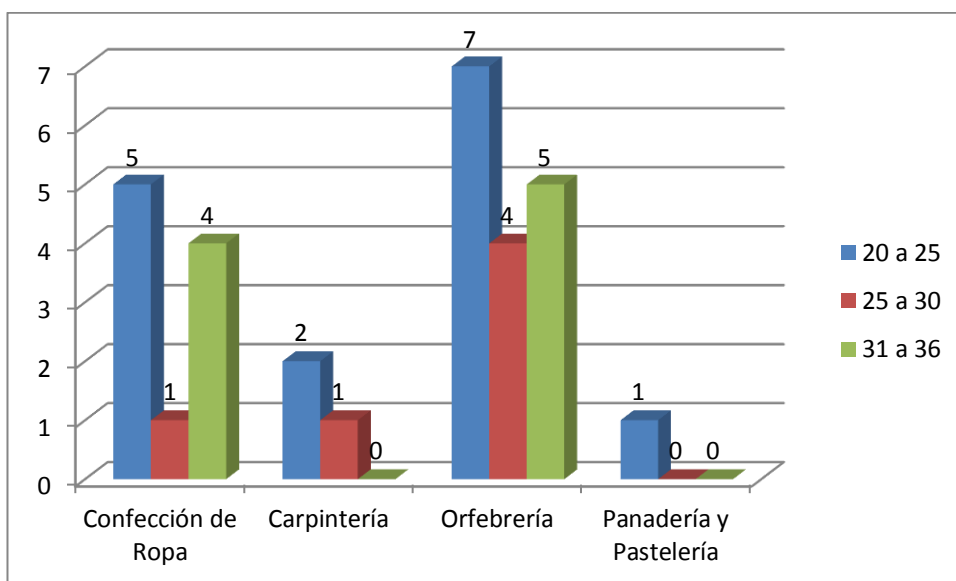


Figura 79: Tiempo de apertura del local según las ramas artesanales.

Fuente: Investigación de mercados

Como se puede observar en la gráfica los artesanos orfebres son los que más años tienen sus locales en la ciudad de Sangolquí, 5 de ellos llevan ya 36 años y 7 más de 25 años. La actividad artesanal que le sigue es la confección de ropa que tiene en promedio 28 años.

4.1.3.6 Inversión por rama artesanal

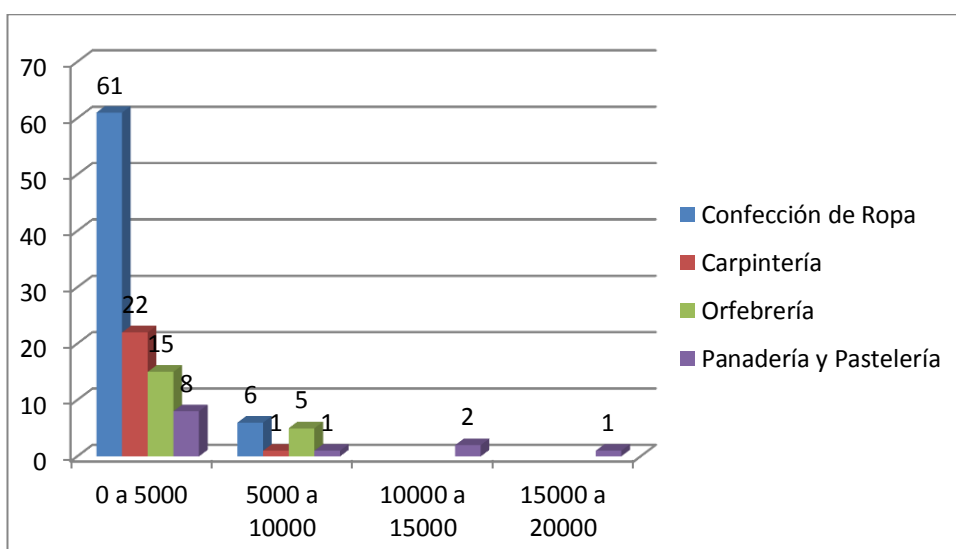


Figura 80: Inversión por rama artesanal

Fuente: Investigación de mercados

Como se observa en la figura en la actividad que se necesita una mayor inversión es en la de Panadería y Pastelería, ya que en promedio la inversión es de 10000 dólares, en la orfebrería se necesitan alrededor de 5000 dólares, en la de confección de ropa por 1000 dólares al igual que la carpintería .

4.1.3.7 Trabajadores según ramas artesanales

Tabla 58:

Trabajadores según ramas artesanales

Tabla de contingencia P1 * P16

Recuento		P16								Total
		1	2	3	4	5	6	8	12	
P1	Cerrajería	0	1	3	1	0	0	0	0	5
	Heladería	0	1	1	0	0	0	0	0	2
	Artesanía	0	2	2	0	0	0	0	0	4
	Elaboración de Cerveza	0	0	0	1	0	0	1	0	2
	Confección de Ropa	31	19	11	5	0	0	1	0	67
	Carpintería	1	8	9	5	0	0	0	0	23
	Marketería	0	2	2	0	0	0	0	0	4
	Muebles	1	0	1	1	0	0	0	0	3
	Panadería y Pastelería	2	4	1	5	0	0	0	0	12
	Orfebrería	4	8	6	0	1	1	0	0	20
	Calzado en Cuero	4	0	1	0	0	0	0	0	5
	Artesanía en Vidrio	1	3	0	0	0	0	0	1	5
	Plantas	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	Esculturas	0	3	1	0	0	0	0	0	4
	Dulces	1	0	2	0	0	0	0	0	3
	Talabartería y artículos en cuero	1	2	1	0	0	0	0	0	4
	Cortinas	0	2	0	0	0	0	0	0	2
	Protesis Dentales	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Total	47	56	41	18	1	1	2	1	167

Fuente: Investigación de mercados

Se observa en la tabla cuantas personas trabajan con los artesanos, siendo la mínima uno y la máxima de 12 personas, para saber cuántas personas trabajan en cada rama artesanal, se tiene que multiplicar el número de personas por el número de casos, a continuación se muestra de las 4 actividades que se está viendo.

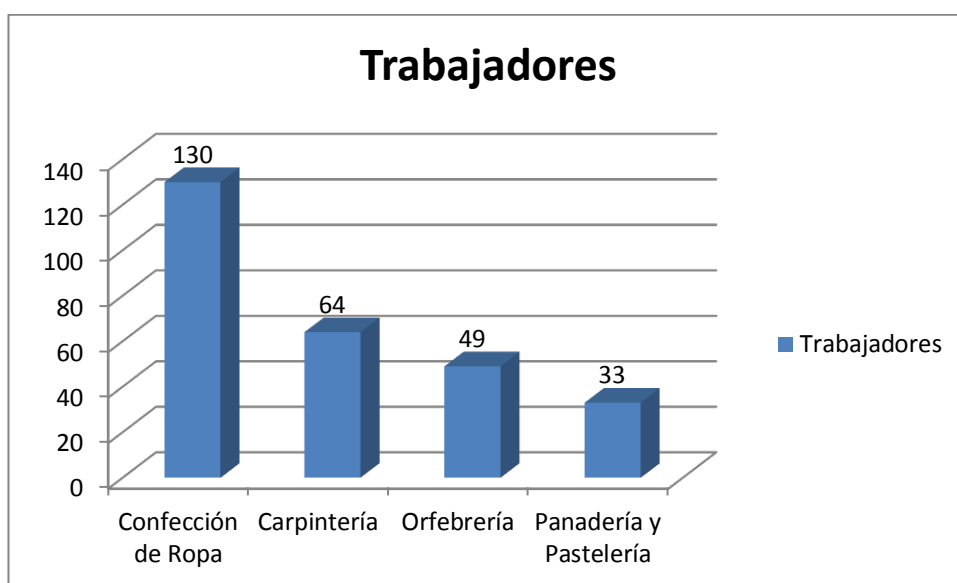


Figura 81: Inversión por rama Trabajadores

Fuente: Investigación de mercados

En confección de ropa trabajan 130 personas, en los de carpintería 64, en los de orfebrería 49 y en los de panadería y pastelería 33, pero si se quiere hacer un análisis de quienes dan un mayor empleo se tiene que dividir el número de artesanos para el número de trabajadores y tendremos cuantas personas trabajan por cada artesano es decir:

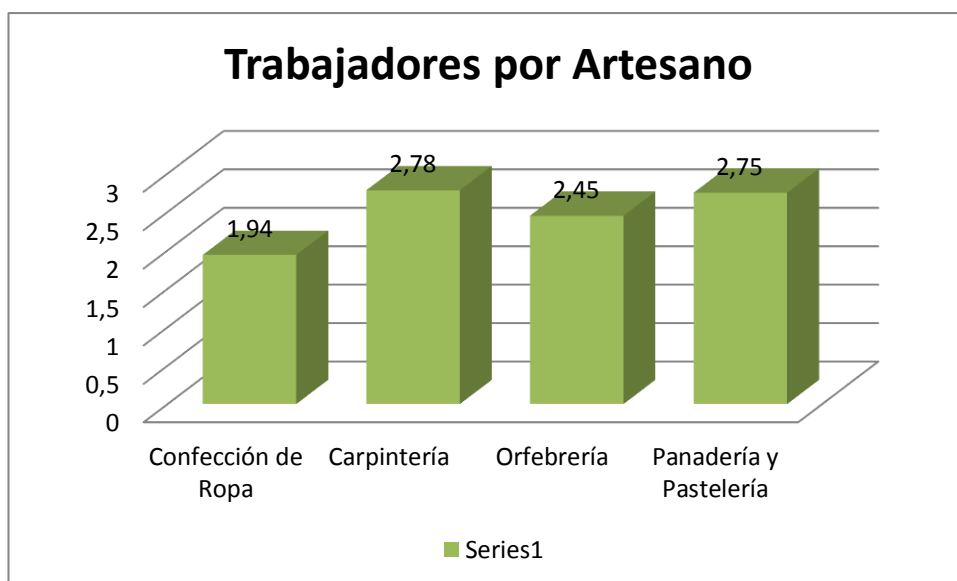


Figura 82: trabajo por artesano

Fuente: Investigación de mercados

Aquí se puede observar que existen casi 3 trabajadores por cada artesano de Carpintería y Panadería, 2 por cada artesano de Orfebrería y de confección de ropa, entonces con este análisis donde se necesita más trabajadores por artesano es en la Carpintería

Ahora se mostrara cuantas de las personas que trabajan con los artesanos son familia

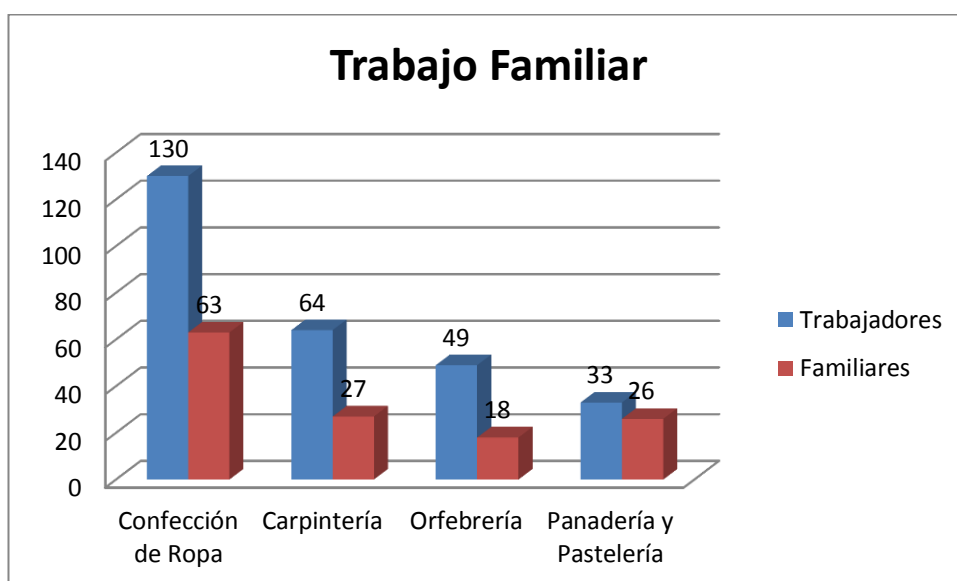


Figura 83: Trabajo familiar

Fuente: Investigación de mercados

Se observa en la figura que de las 130 personas que trabajan en la confección de ropa 63 son familia es decir el 48 %, los de carpintería que trabajan 64 de ellos 27 son familia el 42%, de los 49 de orfebrería 18 son familia 37% y de las 33 personas que trabajan en Panadería y Pastelería 26 son familiares es decir el 79 %. En conclusión los artesanos que trabajan con la familia son los que se dedican a la panadería y pastelería.

4.1.3.8 Entendimiento de la Economía popular y solidaria

Los artesanos de las ramas que se está analizando, habían escuchado o sabían algo de la economía popular y solidaria en el siguiente porcentaje:

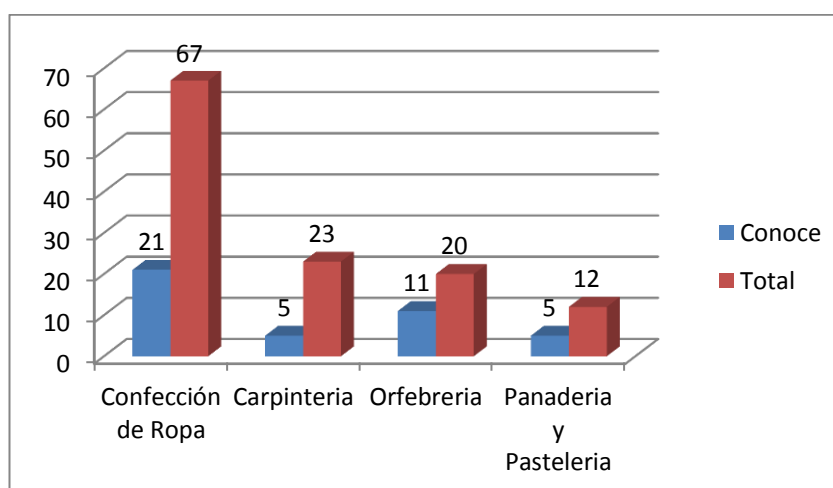


Figura 84: Entendimiento de la Economía popular y solidaria

Fuente: Investigación de mercados

El 31% de los artesanos de confección de ropa habían escuchado algo de la economía popular y solidaria, 5 de los 23 artesanos de carpintería, el 22% habían escuchado sobre la economía popular y solidaria, el 55% de los artesanos orfebres escucharon sobre la economía popular y solidaria, y el 42% de los artesanos panaderos escucharon algo sobre la economía popular y solidaria.

En conclusión los artesanos que más saben o conocen sobre la economía popular y solidaria son los orfebres con un 55%, seguido por los artesanos panaderos y pasteleros ya que 42% de ellos escucharon sobre la economía popular y solidaria.

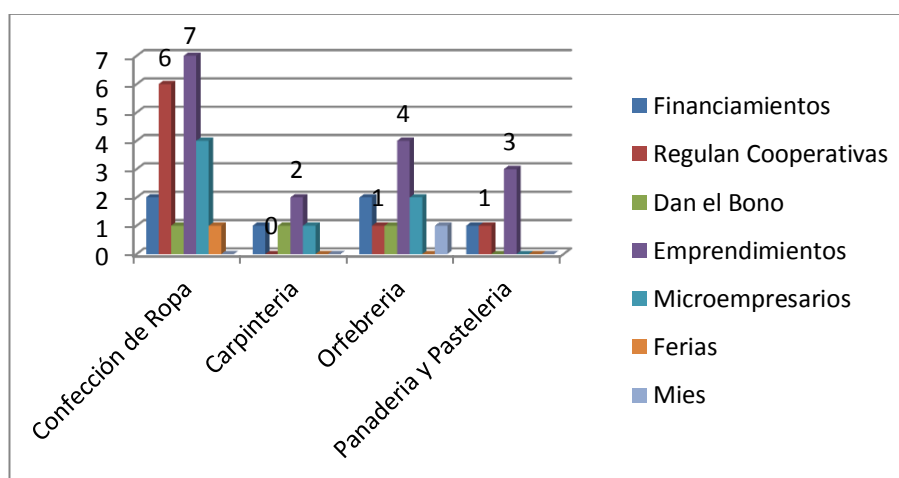


Figura 85: Ramas artesanales e instituciones

Fuente: Investigación de mercados

Del 31% de los artesanos que escucharon sobre la economía popular y solidaria, 7 artesanos dicen que la EPS ayuda en emprendimientos pequeños, mientras 6 artesanos manifestaron que la EPS se encarga de regular a las cooperativas, de los 5 artesanos carpinteros que escucharon sobre la EPS 2 manifestaron que la EPS ayuda en emprendimientos pequeños. De los 11 artesanos de orfebrería que escucharon sobre la EPS 4 dijeron que ayudan en emprendimientos pequeños lo mismo que manifestaron 3 artesanos panaderos.

En conclusión 16 de los 42 artesanos de las 4 ramas analizadas dijeron que la economía popular y solidaria ayuda en emprendimientos pequeños y 8 artesanos manifestaron que la EPS se encarga de regular cooperativas.

4.1.3.9 Conocimiento del Instituto de Economía Popular y Solidaria

Tabla 59:

Conocimiento del Instituto de Economía Popular y Solidaria

Tabla de contingencia P1 * P30

Recuento		P30					Total
		NADA	Ayudan en préstamos	Regulan Cooperativas	Ayudan a los pequeños Negocios	Ayudan con el bono de vivienda	
P1	Cerrajería	4	0	0	1	0	5
	Heladería	1	1	0	0	0	2
	Artesanía	4	0	0	0	0	4
	Elaboración de Cerveza	0	0	2	0	0	2
	Confeción de Ropa	53	5	4	4	1	67
	Carpintería	14	0	4	5	0	23
	Marketería	3	0	1	0	0	4
	Muebles	3	0	0	0	0	3
	Panadería y Pastelería	7	1	4	0	0	12
	Orfebrería	14	2	2	2	0	20
	Calzado en Cuero	4	0	0	1	0	5
	Artesanía en Vidrio	4	1	0	0	0	5
	Plantas	1	0	0	0	0	1
	Esculturas	3	0	1	0	0	4
	Dulces	3	0	0	0	0	3
	Talabartería y artículos en cuero	4	0	0	0	0	4
	Cortinas	2	0	0	0	0	2
	Protesis Dentales	1	0	0	0	0	1
	Total	125	10	18	13	1	167

Fuente: Investigación de mercados

La tabla muestra las opiniones sobre el conocimiento del Instituto de economía popular y solidaria según las ramas artesanales, a continuación se analiza de las 4 actividades principales

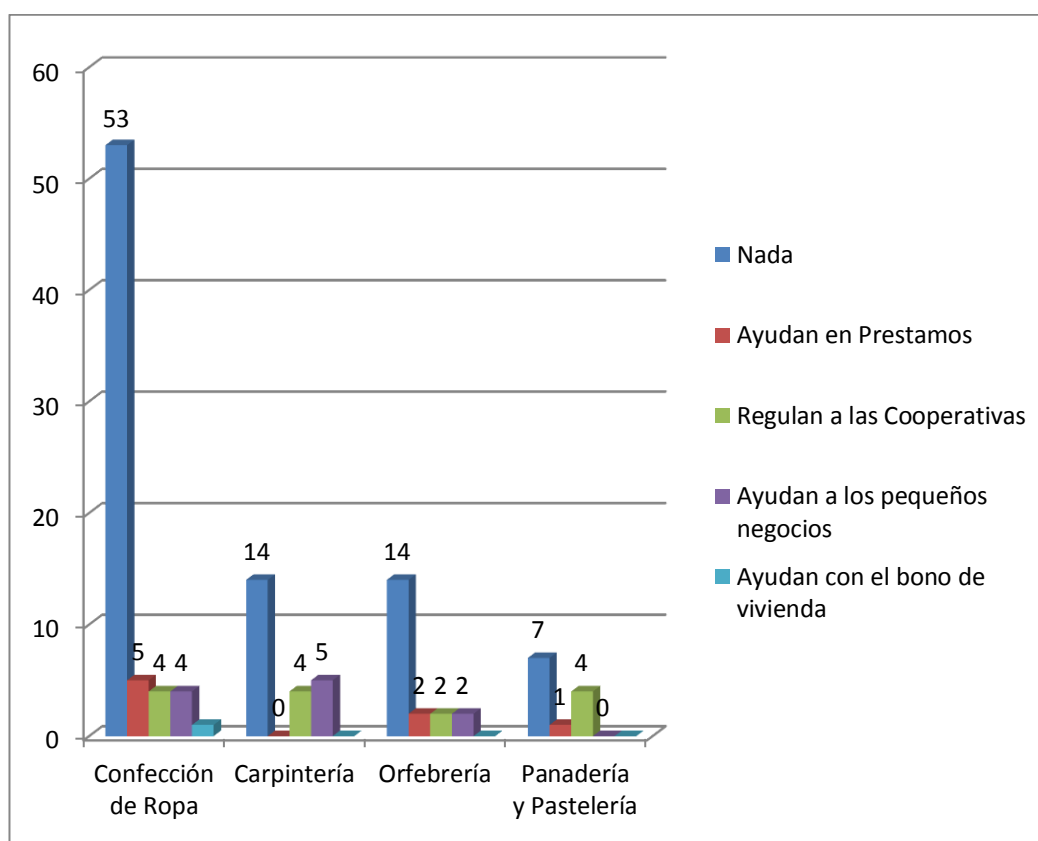


Figura 86: Conocimiento del Instituto de Economía Popular y Solidaria

Fuente: Investigación de mercados

Como se observa en el gráfico en las 4 ramas artesanales la mayoría de artesanos no sabe nada sobre el instituto de economía popular y solidaria, el 79% de los artesanos de confección de ropa no saben nada del IEPS, el 61% de los artesanos carpinteros no saben nada sobre el IEPS, el 70% de los artesanos Orfebres no saben nada del IEPS, y el 58% de los artesanos panaderos manifestaron no saber nada sobre el instituto de economía popular y solidaria. Los artesanos de panadería y carpintería manifiestan que el instituto de economía popular y solidaria se encarga de regular a las cooperativas y los de confección de ropa y orfebres manifiestan que el IEPS ayuda en préstamos.

En conclusión los artesanos de Sangolquí no saben cuáles son las funciones del Instituto de Economía popular y Solidaria porque no ha existido una información previa.

4.1.3.10 Conocimiento de la Junta Nacional de Defensa del Artesano

Tabla 60:

Conocimiento de la Junta Nacional de Defensa del Artesano

Tabla de contingencia P1 * P31

Recuento

		P31					Total
		NADA	Calificar a los Artesanos	Asesoran y capacitan a los artesanos	Amparan al Artesano	Trámites legales de trabajo	
P1	Cerrajería	1	2	2	0	0	5
	Heladería	0	0	0	2	0	2
	Artesanía	3	0	0	1	0	4
	Elaboración de Cerveza	0	0	0	2	0	2
	Confección de Ropa	41	7	7	11	1	67
	Carpintería	8	3	3	9	0	23
	Marketería	3	0	0	1	0	4
	Muebles	2	1	0	0	0	3
	Panadería y Pastelería	5	0	2	4	1	12
	Orfebrería	5	3	2	10	0	20
	Calzado en Cuero	2	1	2	0	0	5
	Artesanía en Vidrio	4	0	0	0	1	5
	Plantas	1	0	0	0	0	1
	Esculturas	3	1	0	0	0	4
	Dulces	2	1	0	0	0	3
	Talabartería y artículos en cuero	3	0	0	1	0	4
	Cortinas	1	0	1	0	0	2
	Protesis Dentales	0	0	1	0	0	1
Total		84	19	20	41	3	167

Fuente: Investigación de mercados

En la tabla se muestra las opiniones que dieron los artesanos sobre el conocimiento de la junta nacional de defensa del artesano. A continuación se analizan las 4 ramas artesanales.

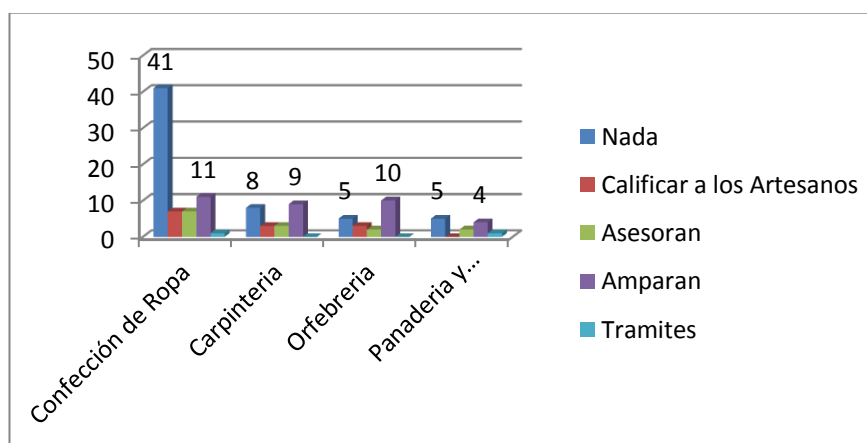


Figura 87: Conocimiento de la Junta Nacional de Defensa del Artesano

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos de confección de ropa manifestaron el 61% que no saben nada de la JNDA y el 16% sabe que la JNDA ampara al artesano, los artesanos carpinteros manifestaron el 39% que amparan al artesano mientras que el 35% no sabe nada de la JNDA, Los orfebres en un 50% dicen que la JNDA ampara al artesano y el 25% no sabe nada, y por último los artesanos de panadería y pastelería dijeron el 42% no saber nada mientras que el 33% manifestaron que la JNDA ampara al artesano.

En conclusión los artesanos que saben más sobre la Junta nacional de defensa del artesano son los orfebres seguidos por los artesanos de confección de ropa.

4.1.3.11 La institución de la cual más requieren apoyo

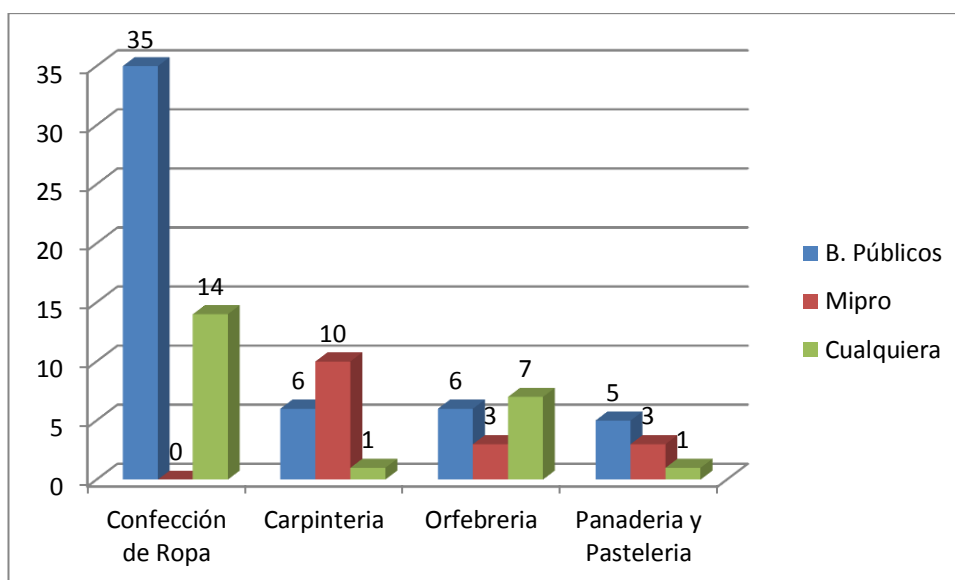


Figura 88: La institución de la cual más requieren apoyo

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos de confección de ropa opinan en un 52% que les gustaría un apoyo por parte de los Bancos Públicos y 21% opina de cualquier institución que pueda brindarles algún apoyo, los artesanos carpinteros opinan el 43% quiere apoyo por parte del MIPRO y el 23% requiere de Bancos Públicos. Los artesanos de orfebrería, el 30% quiere ayuda por parte de los Bancos Públicos y el 15% le gustaría por parte del MIPRO. Por último los artesanos panaderos, el 42% le gustaría recibir apoyo de bancos públicos y un 25% le gustaría recibir apoyo por parte del MIPRO.

En conclusión los artesanos de confección de ropa, de orfebrería y los artesanos de panadería les gustaría recibir apoyo por parte de los Bancos públicos, obviamente en temas de financiamiento, mientras los artesanos carpinteros les gustaría recibir apoyo por parte del Mipro, en tema de ayuda en colocación de productos para la venta.

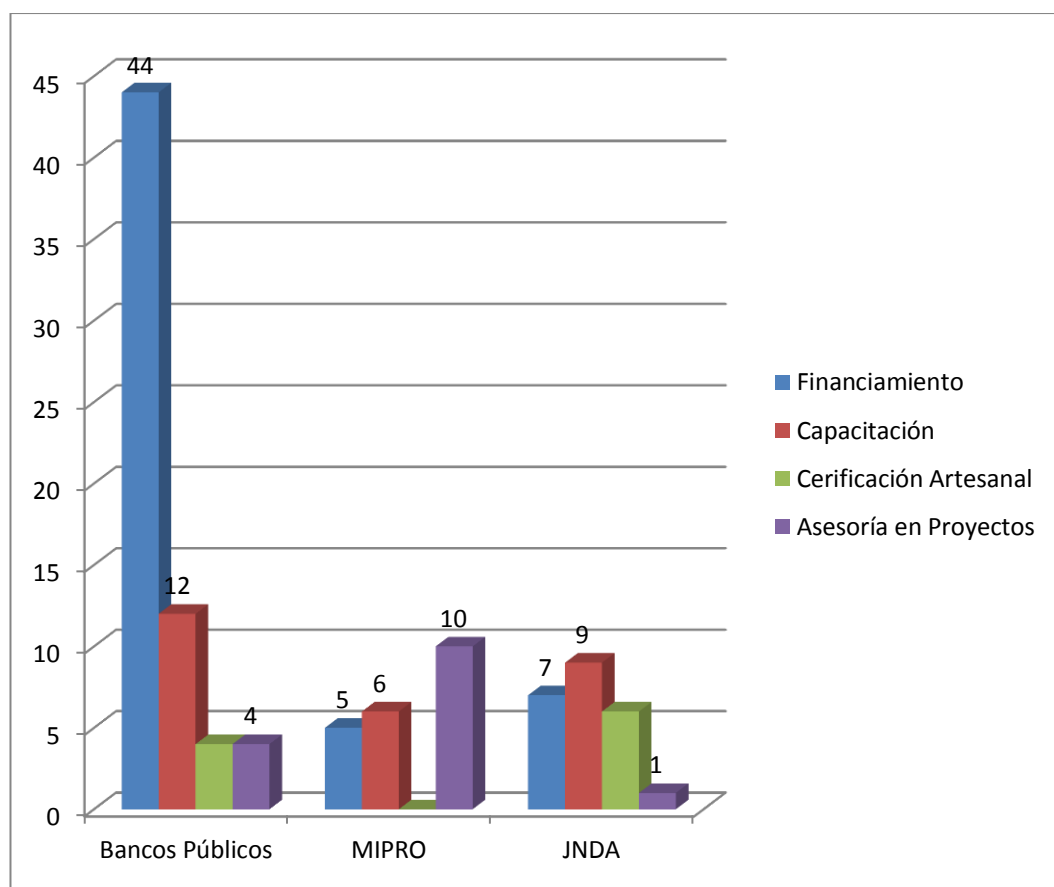


Figura 89: instituciones y apoyo

Fuente: Investigación de mercados

El apoyo que requieren los artesanos de los Bancos Públicos es 69% en Financiamiento y 19% en Capacitación sobre proyectos de emprendimiento, Del Mipro les gustaría 45% de asesoría en Proyectos de emprendimiento y 27% en capacitación y les gustaría recibir a los artesanos apoyo de la JNDA en un 39% en Capacitación, 30% en Financiamiento y 26% en certificación artesanal.

4.1.3.12 Lugares de compra por los artesanos

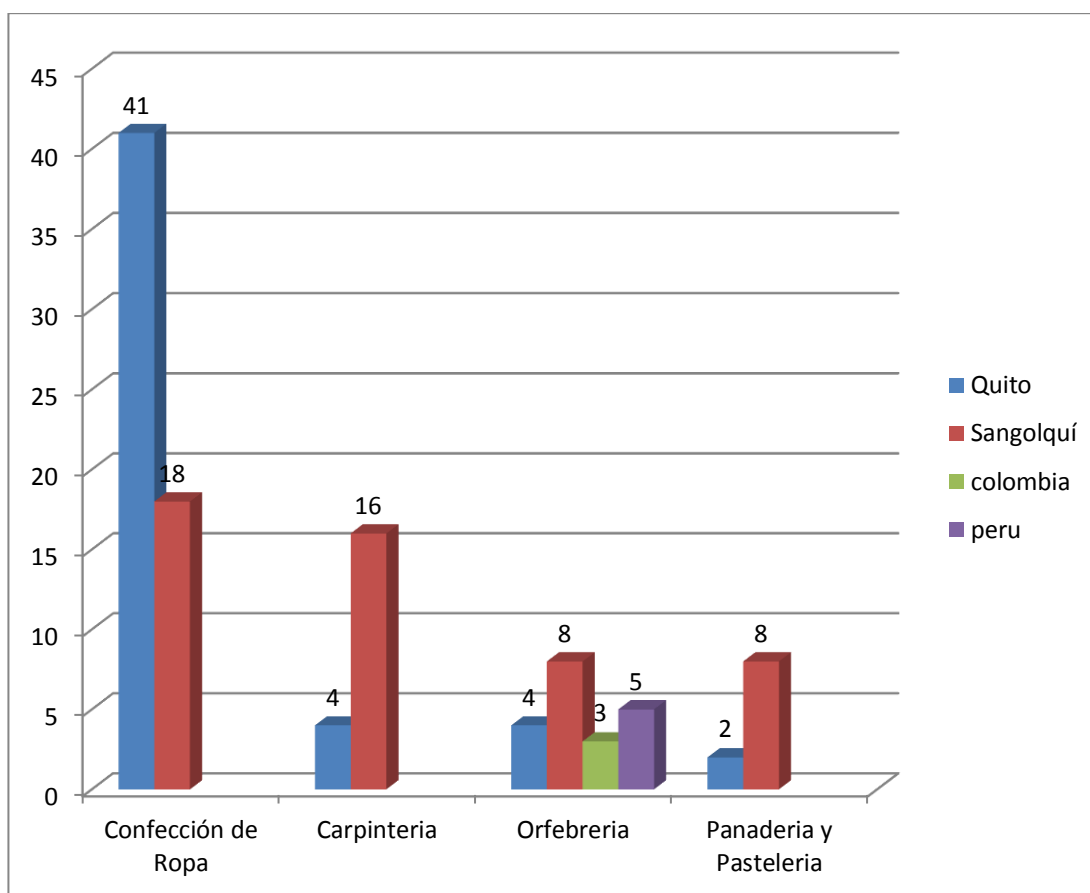


Figura 90: Destinos de compra por los artesanos

Fuente: Investigación de mercados

El 61% de los artesanos de confección de ropa compra en el centro de Quito, el 70% de los artesanos carpinteros compra la materia prima en Sangolquí, los orfebres son los artesanos que compran fuera del país 25% de ellos compran en el Perú y un 15% en Colombia, pero un 40% compran en Sangolquí. Y los artesanos panaderos compran un 67% en Sangolquí, como conclusión se puede decir que los artesanos compran dentro de su ciudad lo que significa que el dinero queda en la zona, lo que dinamiza la economía.

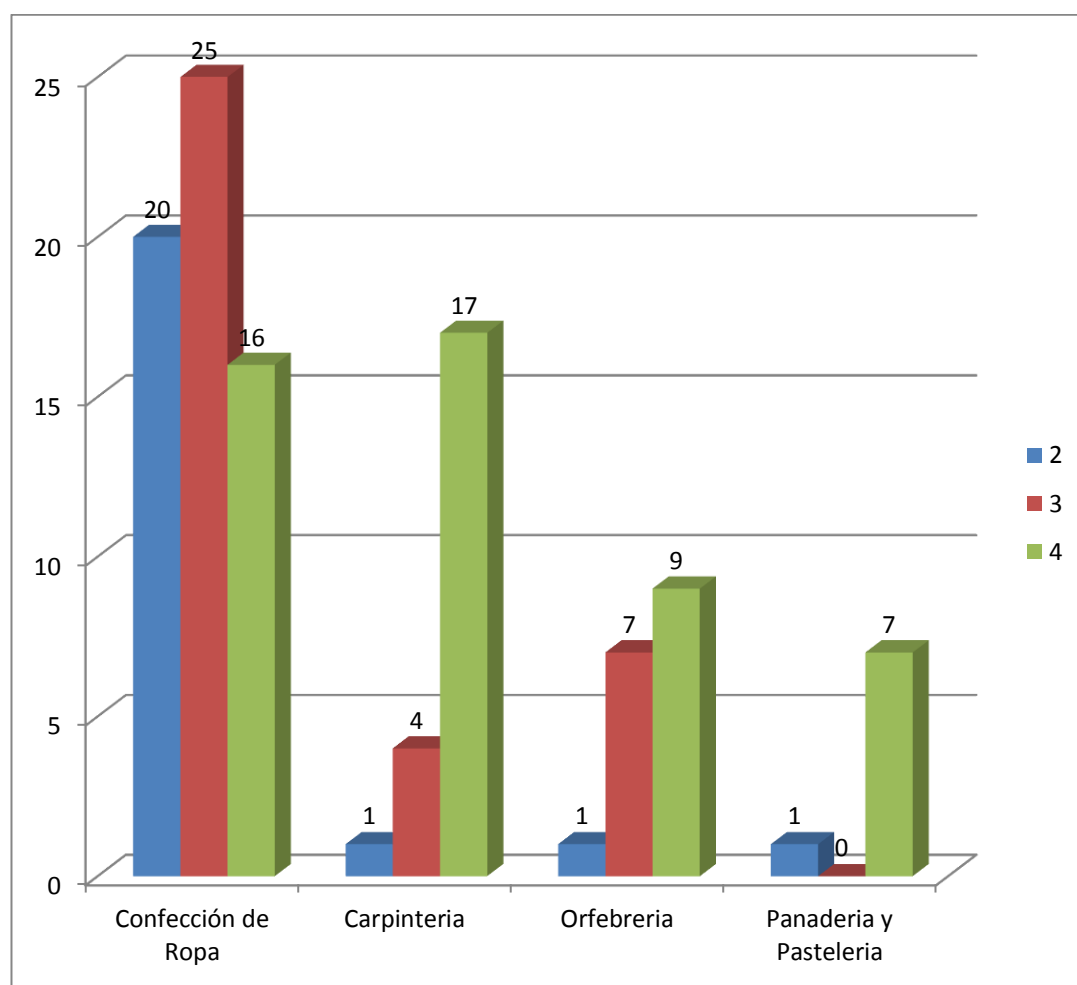


Figura 91: Lugares de compra por los artesanos

Fuente: Investigación de mercados

Los artesanos de confección compran un 36% en 3 lugares diferentes su materia prima, los artesanos carpinteros compran un 74% en 4 lugares diferentes, los artesanos orfebres compran un 45% en 4 lugares y los artesanos panaderos compran sus materias primas un 58 % en 4 lugares diferentes.

Como se muestra en el gráfico anterior al presente, la mayoría de artesanos compran su materia prima en Sangolquí y lo hacen en 4 lugares diferentes, es decir los artesanos están comprando sus materiales en la ciudad y eso beneficia a la economía del sector.

4.1.3.13 Gastos en materia Prima

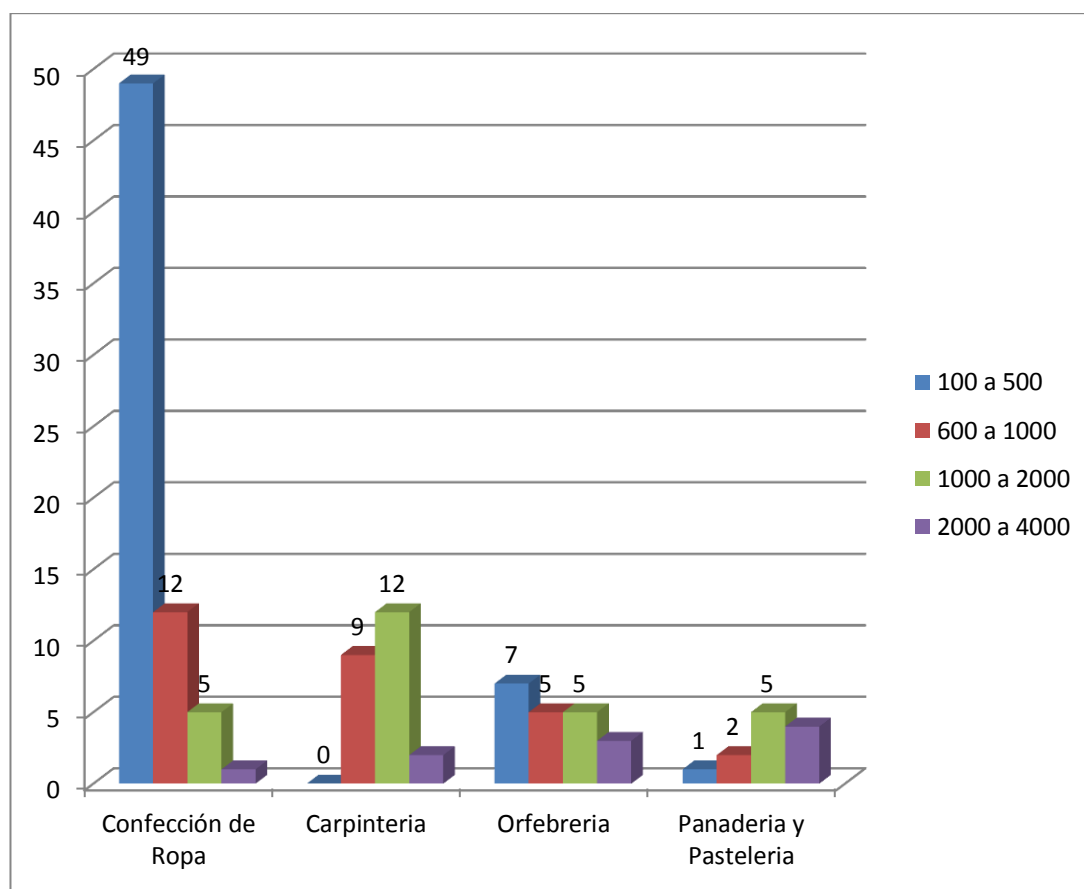


Figura 92: Gastos en materia Prima

Fuente: Investigación de mercados

El 73% de los artesanos de confección gastan alrededor de 500 dólares mensuales en comprar las materias primas, el 52% de los artesanos carpinteros gastan alrededor de 1500 dólares mensuales en su materia prima, los artesanos orfebres el 35% gasta 500 dólares mensuales en compras de materia prima y los artesanos panaderos el 42% gasta 1500 dólares mensuales en compra de materia prima para la elaboración de sus productos.

En conclusión los que más gastan en compra de materia prima para elaborar sus productos son los artesanos carpinteros y panaderos que en promedio compran \$1500 mensuales en materia prima.

4.1.3.14 Ingresos, Ventas Mensuales por Rama artesanal

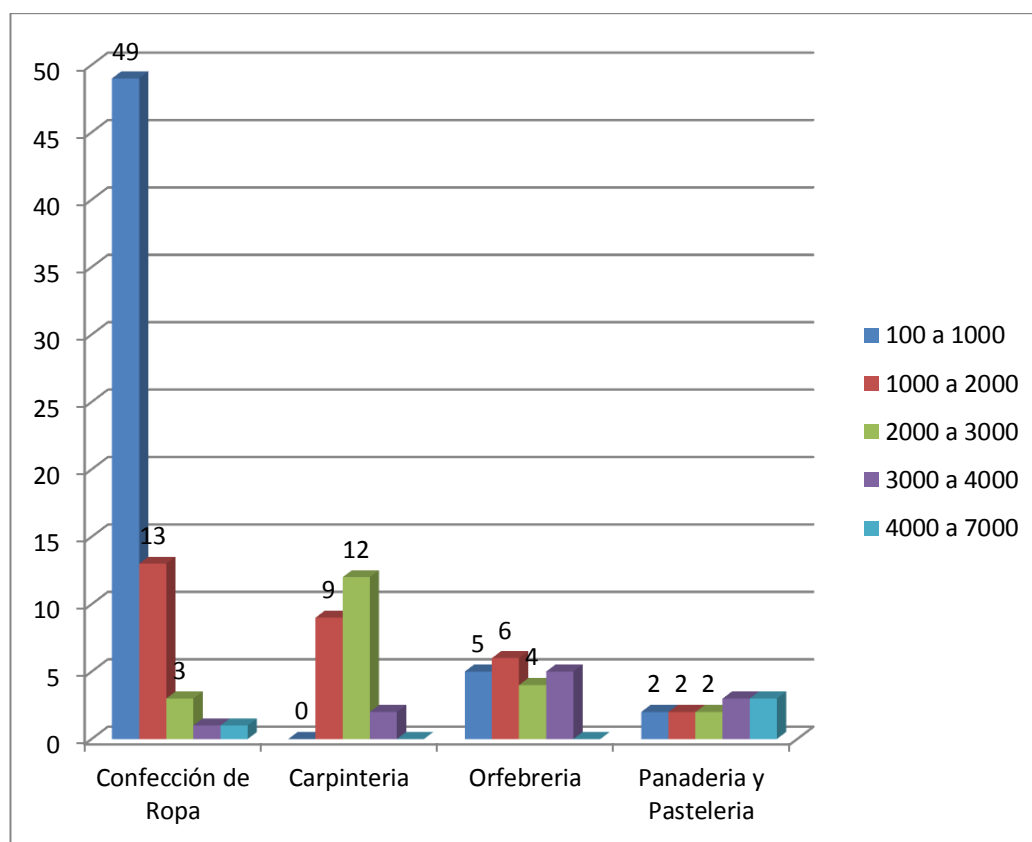


Figura 93: Ingresos, Ventas Mensuales por Rama artesanal

Fuente: Investigación de mercados

El 73% de los artesanos de confección venden aproximadamente 1000 dólares mensuales y un 1% vende 6000 dólares mensuales, el 52% de los artesanos venden alrededor de 2500 dólares mensuales y un 9% vende 3500 dólares mensuales; los artesanos orfebres, un 30% vende 1500 dólares mensuales mientras que un 25% vende 3500 dólares mensuales; por último los artesanos panaderos un 25% vende 3500 dólares mensuales y otro 25% vende 6000 dólares.

En conclusión como se observa en el gráfico no existe una distribución de los ingresos si se habla de una economía justa social y solidaria, con esta información se puede decir que en Sangolquí no existe la tal llamada Economía Popular y solidaria, por qué en la economía social y solidaria no se pueden concentrar los ingresos solo en unos pocos artesanos.

4.1.3.15 Acceso a Créditos

Tabla 61:

Crédito

Tabla de contingencia P1 * P56

Recuento		P56		Total
		SI	NO	
P1	Cerrajería	4	1	5
	Heladería	2	0	2
	Artesanía	1	3	4
	Elaboración de Cerveza	2	0	2
	Confección de Ropa	47	20	67
	Carpintería	22	1	23
	Marketería	3	1	4
	Muebles	3	0	3
	Panadería y Pastelería	10	2	12
	Orfebrería	14	6	20
	Calzado en Cuero	3	2	5
	Artesanía en Vidrio	1	4	5
	Plantas	1	0	1
	Esculturas	3	1	4
	Dulces	0	3	3
	Talabartería y artículos en cuero	1	3	4
	Cortinas	0	2	2
	Prótesis Dentales	1	0	1
	Total	118	49	167

Fuente: Investigación de mercados

En la tabla se muestra cuántos artesanos han accedido a créditos en cada rama artesanal, a continuación veremos las 4 más destacadas.

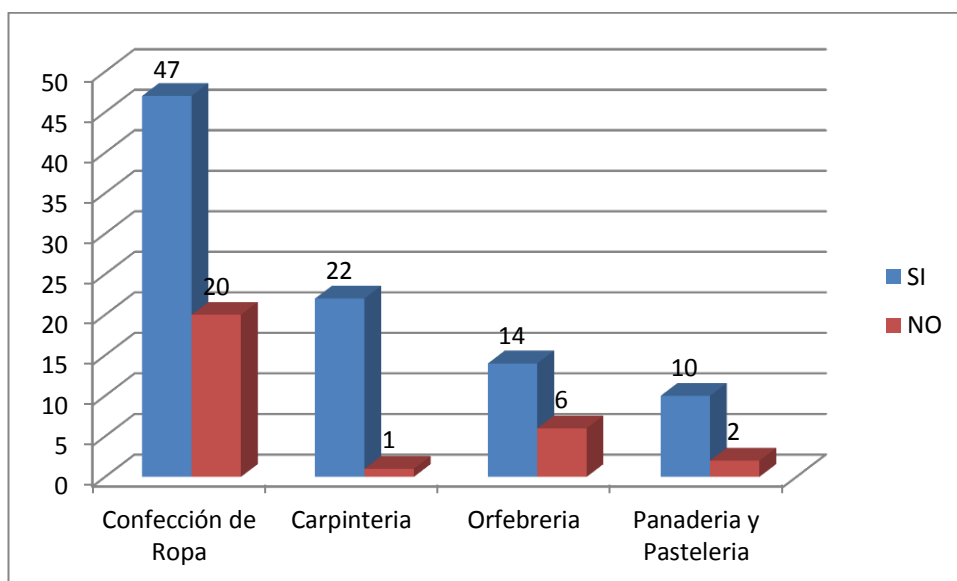


Figura 94: Crédito

Fuente: Investigación de mercados

El 70% de los artesanos de confección han accedido a créditos, el 96% de los artesanos carpinteros han accedido a créditos productivos, el 70% de los artesanos orfebres han accedido a créditos para su negocio, y el 83% de los artesanos panaderos han accedido a créditos productivos.

En conclusión los artesanos que más han accedido a créditos para mejorar su negocio son los carpinteros el 96% de ellos.

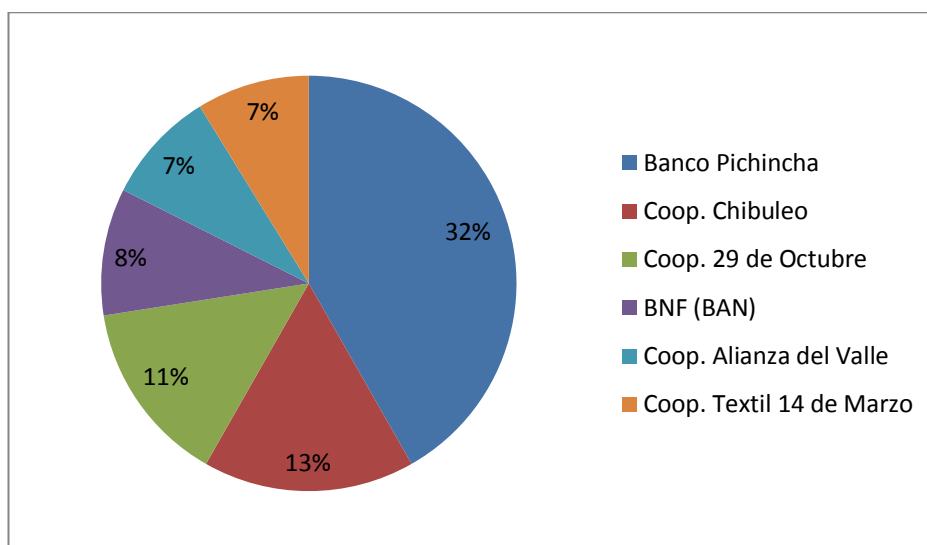


Figura 95: Instituciones Financieras

Fuente: Investigación de mercados

Y en la institución financiera que más han hecho créditos los artesanos es en el Banco Pichincha con un 32% le sigue la cooperativa Chibuleo con 13%, la cooperativa 29 de Octubre con 11% el BNF con 8% y las cooperativas de ahorro y crédito Alianza del Valle y Textil 14 de Marzo están con un 7%.

En conclusión la institución financiera en la que creen los artesanos de Sangolquí y a la que más han accedido a créditos productivos es el Banco Pichincha.

4.1.3.16 Cuenta de ahorros o crédito manejada por los artesanos.

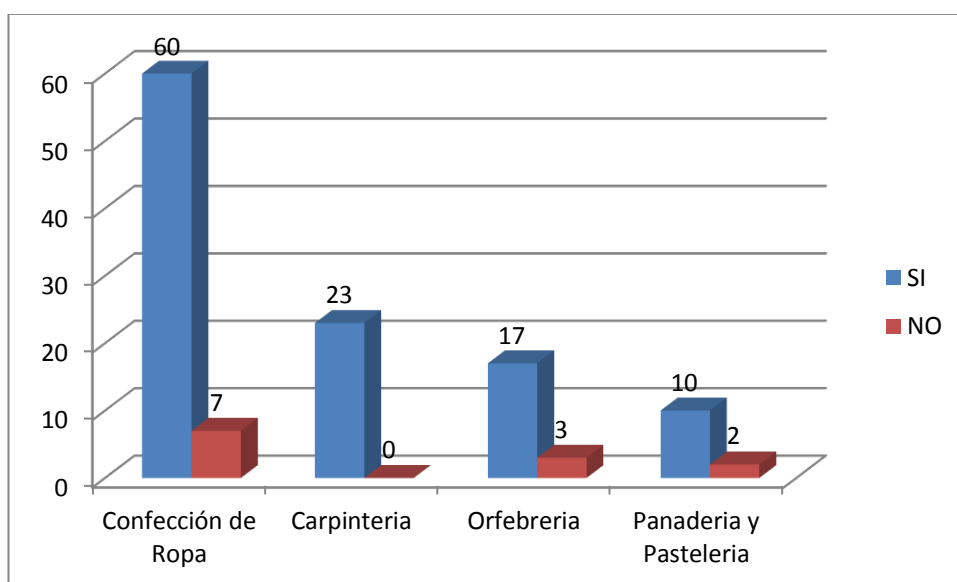


Figura 96: Cuenta de ahorros o crédito manejada por los artesanos.

Fuente: Investigación de mercados

En el gráfico se muestran el número de artesanos que tienen cuenta de ahorros o de crédito en una institución financiera, el 90% de los artesanos de confección tienen cuenta, el 100% de los artesanos carpinteros tienen cuenta, el 85% de los artesanos orfebres tienen cuenta y el 83% de los artesanos panaderos tienen cuenta.

Como se mostró los artesanos en su gran mayoría tienen abierta una cuenta bancaria en alguna institución financiera, ahora se mostrará el orden de preferencia por los artesanos de las instituciones en las cuales tienen cuentas bancarias.

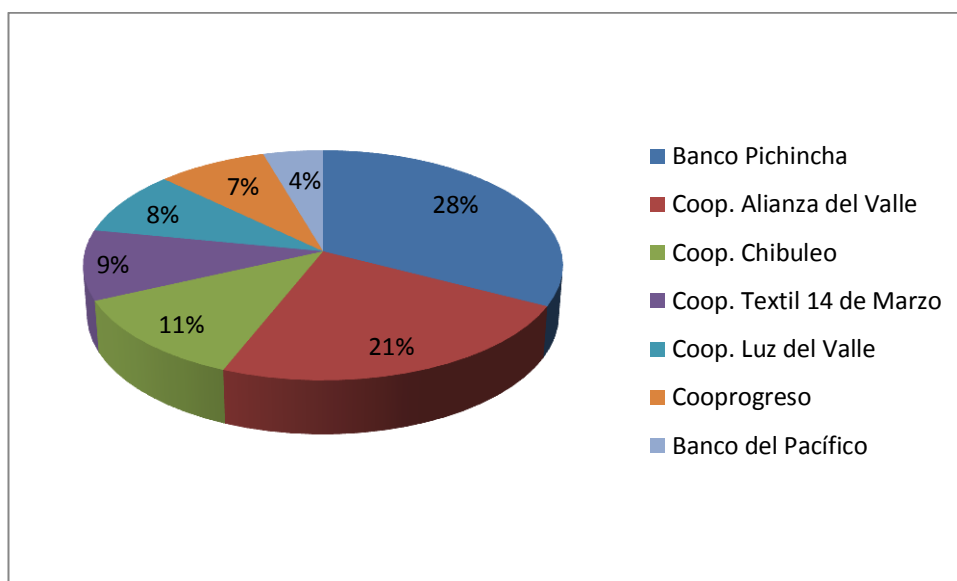


Figura 97: Cuenta de ahorros o crédito

Fuente: Investigación de mercados

La institución preferida por los artesanos de Sangolquí en la cual tienen la confianza de tener una cuenta bancaria es, el Banco del Pichincha con 28%, la Coop. Alianza del Valle con 21%, la Coop. Chibuleo con un 11%, la Coop. Textil 14 de Marzo con un 9% y la Coop. Luz del Valle con un 8%.

70 de los artesanos de Sangolquí, tienen abierta una segunda cuenta bancaria y la preferencia de instituciones financieras es la siguiente;

Coop. Luz del Valle 33%, Coop. Alianza del Valle 19%, Coop. Textil 14 de Marzo 13% y el Banco Pichincha 11%.

4.1.3.17 Banca Comunal en los artesanos productores de Sangolquí

Cuando se hizo el levantamiento de Información, se detectó que nadie de los artesanos productores de Sangolquí pertenece a una banca comunal, pero se encontró algunos artesanos que habían hecho pequeñas asociaciones con otros artesanos para tener un fondo de caja para préstamos de emergencia en su mayoría.

Tabla 62:**Banca Comunal en los artesanos productores de Sangolquí**

Rama Artesanal	No. Artesanos
Confección de ropa	1
Carpintería	1
Orfebrería	1
Panadería y Pastelería	2
Esculturas	1

Fuente: Investigación de mercados

La tabla muestra los artesanos que pertenecen a una asociación en la cual sus integrantes pertenecen o conforman un grupo el cual pone fondos monetarios para en un futuro disponer de ellos, en el caso de eventualidades o emergencia.

De entre todos los artesanos productores de Sangolquí solo seis tienen un fondo comunitario, y se distribuye de la siguiente manera:

- Un artesano de confección de ropa
- Un artesano carpintero
- Un artesano Orfebre
- Dos artesanos panaderos y pasteleros
- Un artesano que hace esculturas

En el caso de un artesano panadero, él se unió con 30 personas que se dedican a diferentes actividades y ellos están solicitando un préstamo de 100000 dólares a un Banco de Suiza al 3% de interés anual, cada quien es responsable por su cuota, no existen garantes solidarios.

4.1.3.18 Aceptabilidad de asociación en los artesanos productores de Sangolquí

Tabla 63:

Aceptabilidad de asociación en los artesanos productores de Sangolquí

Tabla de contingencia P1 * P67

Recuento		P67		Total
		SI	NO	
P1	Cerrajería	2	3	5
	Heladería	1	1	2
	Artesanía	3	1	4
	Elaboración de Cerveza	2	0	2
	Confección de Ropa	39	28	67
	Carpintería	14	9	23
	Marketaria	2	2	4
	Muebles	1	2	3
	Panadería y Pastelería	8	4	12
	Orfebrería	15	5	20
	Calzado en Cuero	3	2	5
	Artesanía en Vidrio	4	1	5
	Plantas	1	0	1
	Esculturas	4	0	4
	Dulces	1	2	3
	Talabartería y artículos en cuero	1	3	4
	Cortinas	1	1	2
	Protesis Dentales	0	1	1
Total	102	65	167	

Fuente: Investigación de mercados

En la tabla se muestra cuantos artesanos están dispuestos a entrar en una asociación, a continuación se muestran las actividades principales

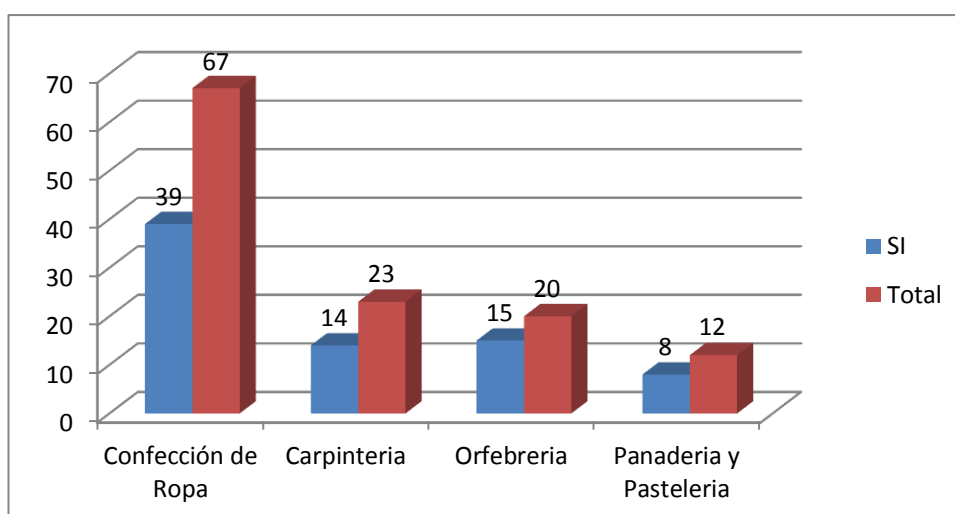


Figura 98: Aceptabilidad de asociación en los artesanos productores de Sangolquí

Fuente: Investigación de mercados

La aceptabilidad para una asociación en los artesanos de confección es del 58%, la aceptabilidad de los artesanos carpinteros es del 61%, la aceptabilidad de los artesanos orfebres es del 75% y la aceptabilidad de los artesanos panaderos y pasteleros es del 67%.

En conclusión los artesanos que más aceptabilidad para una asociación tienen, son los artesanos orfebres en un 75% seguidos por los artesanos panaderos y pasteleros 67%.

4.1.4 Análisis de correlaciones Bivariadas

En esta parte se muestra las correlaciones que podrían existir entre las variables más representativas mostradas en el cuestionario realizado a los artesanos productores de Sangolquí, se mostrara:

- Correlaciones bivariadas de variables cuantitativas
- Correlaciones bivariadas de variable cualitativa y cuantitativa
- Correlaciones Bivariadas de variables Cualitativas

4.1.4.1 Correlaciones Bivariadas de variables cuantitativas

En estas correlaciones se utilizara el coeficiente de correlación de Pearson que es una medida de la relación lineal entre dos variables aleatorias cuantitativas. A diferencia de la covarianza, la correlación de Pearson es independiente de la escala de medida de las variables.

De manera menos formal, podemos definir el coeficiente de correlación de Pearson como un índice que puede utilizarse para medir el grado de relación de dos variables siempre y cuando ambas sean cuantitativas.

La fórmula del coeficiente de correlación de Pearson es el siguiente,

$$\rho_{X,Y} = \frac{\sigma_{XY}}{\sigma_X \sigma_Y} = \frac{E[(X - \mu_X)(Y - \mu_Y)]}{\sigma_X \sigma_Y},$$

Dónde:

- σ_{XY} es la covarianza de (X, Y)
- σ_X es la desviación típica de la variable X
- σ_Y es la desviación típica de la variable Y

También en este análisis se analiza mucho la significancia que es algo así como la fiabilidad. Un resultado significativo es un resultado por el que podemos apostar.

Como se trabaja con la confiabilidad del 95% la significancia equivaldría al 0,05 por lo que tenemos dos hipótesis en dónde;

Ho: Las variables son independientes cuando la significancia es mayor a 0,05

H1: Las variables no son independientes cuando la significancia es menor a 0,05

En la encuesta formulada se encuentra 10 variables de escala, esto quiere decir 10 variables cualitativas presentes en la encuesta realizada a los 167 artesanos productores de Sangolquí.

Lo que se analiza a continuación es si existe una correlación entre estas variables, es decir si hay una dependencia de una variable con otra o si estas variables son independientes unas de las otras.

Las variables cuantitativas que se tiene en las encuestas son:

P3 Años de la profesión artesanal

P10 Tiempo en años de apertura del local en Sangolquí

P12 Inversión Inicial

P16 Número de personas que trabajan con el artesano

P17 Número de familiares que trabajan con el artesano

P40 Compra de materia prima mensuales

P41 Ventas mensuales

P44 Ventas al estado

P49 Número de ferias artesanales en las que ha participado

P49_1 Número de ferias organizadas por el Gobierno local o Central.

Tabla 64:
Correlaciones de Pearson

		Correlaciones									
		P3	P10	P12	P16	P17	P40	P41	P44	P49	P49_1
P3	Correlación de Pearson	1	,573	-,104	-,093	-,137	,051	,089	-,172	,244	,273
	Sig. (bilateral)		,000	,182	,232	,077	,515	,254	,456	,076	,168
	N	167	167	167	167	167	167	167	21	54	27
P10	Correlación de Pearson	,573	1	-,184	,075	-,030	,030	,053	-,174	,142	,068
	Sig. (bilateral)	,000		,017	,333	,705	,704	,500	,451	,306	,735
	N	167	167	167	167	167	167	167	21	54	27
P12	Correlación de Pearson	-,104	-,184	1	-,011	,076	,141	,169	-,149	-,020	-,203
	Sig. (bilateral)	,182	,017		,883	,326	,069	,029	,520	,889	,309
	N	167	167	167	167	167	167	167	21	54	27
P16	Correlación de Pearson	-,093	,075	-,011	1	,671	,233	,343	,218	-,060	-,122
	Sig. (bilateral)	,232	,333	,883		,000	,002	,000	,342	,669	,543
	N	167	167	167	167	167	167	167	21	54	27
P17	Correlación de Pearson	-,137	-,030	,076	,671	1	,203	,307	,494	-,076	-,198
	Sig. (bilateral)	,077	,705	,326	,000		,009	,000	,023	,583	,321
	N	167	167	167	167	167	167	167	21	54	27

Fuente: Investigación de mercados

En la tabla se muestra el cruce de todas las variables, se fija la atención en la significancia para contrastar las hipótesis, como se sabe tenemos dos hipótesis

H₀: las variables son independientes

H₁: las variables no son independientes

Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa cuando la significancia es mayor al 0,05

Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa cuando la significancia es menor al 0,05

En este caso se puede observar que se muestran estrellas encima de algunos valores esto quiere decir que se debe tener en cuenta que en una estrella la correlación es significativa al nivel de 0,05 y para dos estrellas la correlación es significativa al nivel de 0,01

P3 tiene significancia de 0,00 con P10, en este caso se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, es decir estas dos variables están relacionadas, la variable de años que el artesano se dedica a la artesanía depende de la variable Tiempo en años de apertura del local en Sangolquí es algo congruente pues el artesano no puede tener el local más años de los que tiene de profesión

En P10 con P12 se observa que la significancia es de 0,017 como es menor al 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa de que no existe independencia de las variables por lo que la variable años de apertura del local depende de la inversión inicial que necesito el artesano, analizando los casos encontramos que los artesanos que abrieron su local hace quince años atrás necesitaron menor inversión de los que abrieron su local en los últimos años.

P12 con P41 se observa que estas variables tienen una significancia de 0.029 entonces se acepta la hipótesis alternativa de que no existe independencia y decimos que las variables están relacionadas unas de otras es decir la variable Inversión Inicial depende de las ventas generadas, si la inversión inicial fue alta las ventas serán medias altas, pero si la inversión inicial fue baja las ventas también serán medias bajas.

P16 con P17 se observa que estas variables tienen una significancia de 0,00 entonces se rechaza la hipótesis nula y se dice que existe una dependencia de estas variables y si analizamos es algo lógico puesto que el número de familiares depende

del número de trabajadores, por ejemplo si un artesano tiene 3 trabajadores va a tener de 0 a 3 familiares trabajando con él.

P16 con P40 se observa que la significancia de estas variables es de 0,002 y como el número tiene dos estrellas tenemos que observar que a este se acepta al nivel de 0,01 la significancia y como la significancia de estas variables es menor a 0,01 se rechaza la hipótesis nula y se acepta que hay una relación, que son dependientes una de otra variable si se analiza esta relación es congruente puesto que si un artesano tiene más trabajadores obviamente debe comprar más materia prima para producir y viceversa.

P16 con P41, estas variables están con una significancia de 0,00 es decir tienen una relación estrecha, es el mismo análisis de las variables anteriores puesto que si se tiene más trabajadores se venderá más y si se tiene ventas menores los trabajadores disminuirán.

La variable P17 que se trata de los trabajadores que son familia al igual que la P16 está relacionada con las variables P40 de Compras de materia prima y la variable P41 de ventas, y se requiere el mismo análisis para llegar a la conclusión que si depende una variable de la otra.

Las variables P17 con P44 se observa una significancia de 0,023 por lo que es menor de 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta que hay una relación entre las dos variables y existe la dependencia de las mismas, si se analiza los artesanos que tienen contratos con el sector público son los artesanos que en su mayoría trabajan con sus familiares es decir son negocios familiares.

Tabla 65:
Coefficiente de Correlaciones

		Correlaciones									
		P3	P10	P12	P16	P17	P40	P41	P44	P49	P49_1
P40	Coefficiente de correlación	,084	,070	,128	,453**	,327**	1,000	,909**	,396	,303**	-,137
	Sig. (bilateral)	,283	,367	,100	,000	,000	.	,000	,075	,026	,495
	N	167	167	167	167	167	167	167	21	54	27
P41	Coefficiente de correlación	,122	,082	,172	,529**	,392**	,909**	1,000	,493**	,333**	-,103
	Sig. (bilateral)	,117	,293	,026	,000	,000	,000	.	,023	,014	,609
	N	167	167	167	167	167	167	167	21	54	27
P44	Coefficiente de correlación	,006	-,054	-,012	,410	,469	,396	,493	1,000	-,008	,022
	Sig. (bilateral)	,979	,816	,961	,065	,032	,075	,023	.	,978	,962
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	15	7
P49	Coefficiente de correlación	,156	,295	,143	,216	,107	,303	,333	-,008	1,000	,537**
	Sig. (bilateral)	,261	,030	,301	,116	,443	,026	,014	,978	.	,004
	N	54	54	54	54	54	54	54	15	54	27
P49_1	Coefficiente de correlación	-,051	-,038	-,102	-,415**	-,150	-,137	-,103	,022	,537**	1,000
	Sig. (bilateral)	,799	,850	,612	,031	,456	,495	,609	,962	,004	.
	N	27	27	27	27	27	27	27	7	27	27

Fuente: Investigación de mercados

Las variables P40 con P41 tienen una significancia de 0,00 es decir están totalmente relacionadas y es algo muy congruente puesto que la cantidad que compran de materia prima está muy ligada con la cantidad que se vende o también se puede expresar en unidades monetarias diciendo que depende de las ventas se compran los materiales y materia prima para elaborar las artesanías.

P40 con P49 estas variables tienen una significancia del 0,026 por lo que rechazamos la hipótesis nula de independencia de las variables y se podría afirmar que existe una relación de dependencia de las variables, analizando las variables los gastos en materia prima depende de la participación en ferias, es decir para acceder a las ferias artesanales tuvieron que elaborar más productos lo que significó en mayores compras de materia prima.

Las variables P41 con P44 muestran una significancia del 0,023 por lo que se acepta la hipótesis alternativa de que no hay una independencia de las variables, esto se puede analizar de la siguiente manera los artesanos que más han vendido ha sido gracias al sector público, ya que los contratos con el sector público son contratos medianamente grandes.

P41 con P49 la significancia de estas variables es del 0,014 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta que hay una relación entre estas variables, las ventas mensuales tienen una relación con el número de ferias a las que acudieron y esto se puede analizar de la siguiente manera los artesanos que acuden a las ferias artesanales son los que incrementaron sus ventas mensuales.

En las variables P49 y P49_1 tienen una significancia de 0,004 por lo que se acepta la hipótesis alternativa de que no existe una independencia de las variables, es decir están relacionadas y esto es algo congruente puesto que el número de ferias organizadas por el gobierno depende de las ferias a la que los artesanos han acudido.

4.1.4.2 Correlaciones Bivariadas de variable cualitativa y cuantitativa.

En este análisis se utilizó la prueba T de Student, prueba t-Student, o Test-T es cualquier prueba en la que el estadístico utilizado tiene una distribución t de Student si la hipótesis nula es cierta. Se aplica cuando la población estudiada sigue una distribución normal pero el tamaño muestral es demasiado pequeño como para que el estadístico en el que está basada la inferencia esté normalmente distribuido, utilizándose una estimación de la desviación típica en lugar del valor real.

Esta prueba T ayuda al análisis correlacional de una variable cualitativa y otra cuantitativa siguiendo el mismo principio de la significancia expuesto anteriormente el cual era del 0,05 para aceptar la hipótesis nula de independencia o a su vez rechazarla.

Tabla 66:**Correlaciones Bivariadas tabla de contingencia.****Estadísticos de muestras relacionadas**

		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	P1	7,29	167	3,711	,287
	P3	3,07	167	1,421	,110
Par 2	P1	7,29	167	3,711	,287
	P10	12,01	167	7,932	,614
Par 3	P1	7,29	167	3,711	,287
	P12	3452,69	167	2888,403	223,511

Correlaciones de muestras relacionadas

		N	Correlación	Sig.
Par 1	P1 y P3	167	,100	,198
Par 2	P1 y P10	167	-,125	,109
Par 3	P1 y P12	167	,218	,005

Fuente: Investigación de mercados

Las tablas muestran la variable P1 comparada con las variables cuantitativas P3, P10 y P12.

El análisis se enfoca en las variables P1 y P12 puesto que la significancia es de 0.005 por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa de que no existe independencia entre las variables, es decir la inversión inicial depende de la actividad que realiza el artesano.

En las variables de Años de ejercer la profesión con la rama artesanal es decir P1 y P3 la significancia es de 0,198 por lo que se acepta la hipótesis nula de que existe independencia de las variables.

Tabla 67:
Correlaciones Bivariadas de P1 y P40.

Estadísticos de muestras relacionadas

		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	P1	7,29	167	3,711	,287
	P40	938,38	167	756,610	58,548
Par 2	P1	7,29	167	3,711	,287
	P41	1659,28	167	1245,251	96,360

Correlaciones de muestras relacionadas

		N	Correlación	Sig.
Par 1	P1 y P40	167	,114	,143
Par 2	P1 y P41	167	,091	,241

Fuente: Investigación de mercados

Como se observa en las tablas la significancia en la correlación de los dos pares de variables es mayor a 0,05 por lo que se acepta la hipótesis nula de la existencia de independencia de las variables, por lo que no existe una relación entre estas variables.

Se puede decir entonces que los productos que elaboran los artesanos no interfieren en los gastos o ventas de estos mismos.

Tabla 68:
Correlaciones Bivariadas de P1 y P49.

Estadísticos de muestras relacionadas					
		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	P1	7,78	54	3,980	,542
	P49	4,17	54	5,139	,699
Par 2	P1	7,56	27	4,003	,770
	P49_1	2,30	27	2,998	,577

Correlaciones de muestras relacionadas				
		N	Correlación	Sig.
Par 1	P1 y P49	54	,099	,478
Par 2	P1 y P49_1	27	,200	,316

Fuente: Investigación de mercados

Las tablas muestran las correlaciones entre la variable productos que elabora con las variables de participación en ferias y cuantas ferias fueron organizadas por el gobierno

Como se puede observar en la significancia del par de ambas variables supera los 0,05 por lo que se acepta la hipótesis nula de la independencia de las variables, esto quiere decir que no depende la participación en ferias de la actividad que realiza el artesano.

4.1.4.3 Correlaciones de variables Cualitativas

Este análisis se lo hará mediante la prueba chi cuadrado que es

Chi Cuadrado

Ho: Las variables son independientes

H1: Las variables no son independientes

Correlación de P1 con P2

Tabla 69:

Correlaciones de variables Cualitativas

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P1 * P2	167	100,0%	0	0,0%	167	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	33,241 ^a	34	,505
Razón de verosimilitudes	39,149	34	,250
Asociación lineal por lineal	4,975	1	,026
N de casos válidos	167		

a. 45 casillas (83,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,26.

Fuente: Investigación de mercados

La prueba de chi-cuadrado muestra en su significancia un 0,505 lo cual es mayor a 0,05 por lo que se acepta la hipótesis nula de que existe una independencia de las variables, por lo que no hay relación entre los productos que elaboran los artesanos con la forma en la que aprendieron a realizarlo.

Correlación de P1 con P67

Tabla 70:

Correlación de P1 con P67

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P1 * P67	167	100,0%	0	0,0%	167	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,613 ^a	17	,623
Razón de verosimilitudes	17,429	17	,426
Asociación lineal por lineal	,005	1	,943
N de casos válidos	167		

a. 29 casillas (80,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,39.

Fuente: Investigación de mercados

La tabla muestra una significancia de 0,623 para las variables P1 con P67 por lo que aceptamos la hipótesis nula de independencia de las variables y se puede concluir que la variable productos que elabora no está relacionada con la variable de aceptación una asociación, es decir los artesanos que aceptan o no la asociación no depende de los productos que elabora.

4.2 Informe del Análisis de Datos

4.2.1 Informe del Análisis Univariado

Los resultados relevantes de la investigación son:

Las ramas artesanales con más presencia en Sangolquí son confección de ropa con 40%, carpintería 14%, orfebrería con el 12% y panadería, pastelería con el 7,2%.

Los artesanos aprendieron el oficio de una manera hereditaria con un 37%, seguido empíricamente 37% y 26% siguió un curso para aprender el oficio.

Los artesanos productores calificados son el 50,3% y sin calificación artesanal el 49,7%

El 35,9% pertenece a un gremio y 64,1% no pertenecen a un gremio.

Los gremios de artesanos que existen en Rumiñahui son Gremio de artesanos Interprofesionales de Rumiñahui 26,42%, la Asociación de artesanos de Rumiñahui 18,87%, Gremio de artesanos de la madera de Rumiñahui 13,21%, Gremio de orfebres de Rumiñahui 20,75% y Gremio de sastres y modistas de Rumiñahui 20,75%.

La inversión que necesitaron los artesanos en promedio es \$ 3452 siendo la inversión mínima \$300 y la máxima \$18000 y siendo la inversión más frecuentada de \$3000

Los artesanos productores en promedio trabajan con dos personas y por lo general uno es familiar siendo en la mayoría el cónyuge 50% de los artesanos conocen las instituciones que amparan al artesano y mencionan a la JNDA, MIES y MIPRO. Pero el 72% no ha recibido ninguna clase de ayuda por parte de estas instituciones

El 75% no han escuchado sobre el Instituto de economía popular y solidaria y de los que sí han escuchado 95% no ha tenido ayuda de la economía popular y solidaria

El 69% no han tenido capacitaciones

La media de gasto generado por los artesanos en compras de materia prima es de \$938 y el promedio de las ventas es \$1650

El presupuesto en gasto más repetido por los artesanos es de \$1000 y las ventas de \$2000

No participan en ferias artesanales el 66,47% mientras que el 33,53% si lo hace.

Los artesanos en promedio asisten a 4 ferias anuales y dos de ellas son organizadas por el gobierno.

Los artesanos dan a conocer sus productos mediante el escaparate es decir en el local con el 36,53%, también por su calidad y precio 20%, publicidad boca a boca 18%, la participación en ferias es de 12,57%. El 11,98% realiza material publicitario POP.

De los artesanos encuestados el 70,66% ha accedido a créditos y el 29,34% no lo ha realizado. El B. del pichincha es el que tiene más participación con el 33,05%, el BNF con el 12,71% y la COOP. 29 de Octubre con 11,02%

4.2.2 Informe del Análisis Bivariado

Los artesanos de confección aprendieron el arte por sus padres o familiares en un 42%, los artesanos de carpintería, orfebrería, panadería y pastelería aprendieron empíricamente en 43%, 40% y 50% respectivamente.

Los artesanos de confección de ropa y los artesanos de carpintería se han dedicado a esta actividad de 15 a 21 años mientras que los de orfebrería y panadería están entre 22 a 29 años,

Los artesanos de confección de Ropa 57 % están calificados, los artesanos de orfebrería 70% están calificados, los artesanos de carpintería 43% están calificados y los artesanos de panadería y pastelería 50% son artesanos calificados.

6 de las 16 ramas productivas artesanales que se encuentran en Sangolquí no pertenecen a un gremio o asociación estas son:

- Heladería
- Marquetería
- Calzado en Cuero
- Esculturas
- Los que trabajan en cuero
- Los que diseñan Cortinas.

Todos los artesanos orfebres pertenecen a un gremio y el 80% de los artesanos calificados de carpintería integran una asociación gremial.

Los artesanos orfebres son los que más años tienen sus locales en la ciudad de Sangolquí, 5 de ellos llevan 36 años y 7 tienen sus locales más de 25 años en la ciudad. La actividad artesanal que le sigue es la confección de ropa que tiene en promedio 28 años.

La actividad que se necesita una mayor inversión es la de Panadería y Pastelería, ya que en promedio la inversión es de 10000 dólares, en la orfebrería se necesitan alrededor de 5000 dólares, en la de confección de ropa por 1000 dólares al igual que la carpintería.

En confección de ropa trabajan 130 personas, en los de carpintería 64, en los de orfebrería 49 y en los de panadería y pastelería de las 130 personas que trabajan en la confección de ropa 63 son familia es decir el 48 %, los de carpintería que trabajan 64 de ellos 27 son familia el 42%, de los 49 de orfebrería 18 son familia 37% y de las 33 personas que trabajan en Panadería y Pastelería 26 son familiares es decir el 79 %. En conclusión los artesanos que trabajan con la familia son los que se dedican a la panadería y pastelería.

Los artesanos que más saben o conocen sobre la economía popular y solidaria son los orfebres con un 55%, seguido por los artesanos panaderos y pasteleros ya que 42% de ellos escucharon sobre la economía popular y solidaria.

16 de los 42 artesanos de las 4 ramas analizadas dijeron que la economía popular y solidaria ayuda en emprendimientos pequeños y 8 artesanos manifestaron que la EPS se encarga de regular cooperativas.

Los artesanos de panadería y carpintería manifestaron que el instituto de economía popular y solidaria se encarga de regular a las cooperativas y los de confección de ropa y orfebres manifestaron que el IEPS ayuda en préstamos.

Los artesanos que saben más sobre la Junta nacional de defensa del artesano son los orfebres seguidos por los artesanos de confección de ropa.

Los artesanos de confección de ropa, de orfebrería y los artesanos de panadería les gustaría recibir apoyo por parte de los Bancos públicos, obviamente en temas de financiamiento, mientras los artesanos carpinteros les gustaría recibir apoyo por parte del Mipro, en tema de ayuda en colocación de productos para la venta.

El apoyo que requieren los artesanos de los Bancos Públicos es 69% en Financiamiento y 19% en Capacitación sobre proyectos de emprendimiento, Del Mipro les gustaría 45% de asesoría en Proyectos de emprendimiento y 27% en capacitación y les gustaría recibir a los artesanos apoyo de la JNDA en un 39% en Capacitación, 30% en Financiamiento y 26% en certificación artesanal.

El 61% de los artesanos de confección de ropa compra en el centro de Quito, el 70% de los artesanos carpinteros compra la materia prima en Sangolquí, los orfebres son los artesanos que compran fuera del país 25% de ellos compran en el Perú y un 15% en Colombia, pero un 40% compran en Sangolquí. Y los artesanos panaderos compran un 67% en Sangolquí.

Los artesanos de confección compran un 36% en 3 lugares diferentes su materia prima, los artesanos carpinteros compran un 74% en 4 lugares diferentes, los artesanos orfebres compran un 45% en 4 lugares y los artesanos panaderos compran sus materias primas un 58 % en 4 lugares diferentes.

La mayoría de artesanos compran su materia prima en Sangolquí y lo hacen en 4 lugares diferentes, es decir los artesanos están comprando sus materiales en la ciudad y eso beneficia a la economía del sector

Los artesanos que más gastan en compra de materia prima para elaborar sus productos son los artesanos carpinteros y panaderos que en promedio compran \$1500 mensuales en materia prima.

El 73% de los artesanos de confección venden aproximadamente 1000 dólares mensuales y un 1% vende 6000 dólares mensuales, el 52% de los artesanos venden alrededor de 2500 dólares mensuales y un 9% vende 3500 dólares mensuales; los artesanos orfebres, un 30% vende 1500 dólares mensuales mientras que un 25% vende 3500 dólares mensuales; por último los artesanos panaderos un 25% vende 3500 dólares mensuales y otro 25% vende 6000 dólares.

No existe una distribución de los ingresos si se habla de una economía justa social y solidaria, con esta información se puede decir que en Sangolquí no existe la tal llamada Economía Popular y solidaria, por qué en la economía social y solidaria no se puede concentran los ingresos solo en unos pocos artesanos.

Los artesanos que más han accedido a créditos para mejorar su negocio son los carpinteros el 96% de ellos, en la institución financiera que más han hecho créditos los artesanos es en el Banco Pichincha con un 32% le sigue la cooperativa Chibuleo con 13%, la cooperativa 29 de Octubre con 11%.

El 90% de los artesanos de confección tienen cuenta y el 100% de los artesanos carpinteros tienen cuenta y la institución preferida por los artesanos de Sangolquí en

la cual tienen la confianza de tener una cuenta bancaria es, el Banco del Pichincha con 28%, la Coop. Alianza del Valle con 21%, la Coop. Chibuleo con un 11%.

70 de los artesanos de Sangolquí, tienen aperturada una segunda cuenta bancaria y la preferencia de instituciones financieras es la siguiente;

Coop. Luz del Valle 33%, Coop. Alianza del Valle 19%, Coop. Textil 14 de Marzo 13% y el Banco Pichincha 11%.

Cuando se hizo el levantamiento de Información, se detectó que nadie de los artesanos productores de Sangolquí pertenece a una banca comunal, pero se encontró algunos artesanos que habían hecho pequeñas asociaciones con otros artesanos para tener un fondo de caja para préstamos de emergencia en su mayoría

De entre todos los artesanos productores de Sangolquí solo seis tienen un fondo comunitario, y se distribuye de la siguiente manera:

- Un artesano de confección de ropa
- Un artesano carpintero
- Un artesano Orfebre
- Dos artesanos panaderos y pasteleros
- Un artesano que hace esculturas

Los artesanos que más aceptabilidad para una asociación tienen, son los artesanos orfebres en un 75% seguidos por los artesanos panaderos y pasteleros 67%.

4.2.3 Informe del análisis correlacional.

Años de profesión con tiempo de apertura del local P3 y P10

Tiempo de Apertura con Inversión Inicial P10 y P12

La variable Inversión Inicial depende de las ventas generadas, P12 y P41

El número de familiares depende del número de trabajadores, P16 y P17

La compra de materia prima depende del número de trabajadores que tiene el artesano productor, P16 y P40

Las ventas dependen del número de trabajadores que tiene el artesano P16 y P41

La variable de trabajadores familiares depende con las ventas al estado, P17 y P49

La compra de materia prima depende de las ventas generadas mensuales, P40 y P41

Los gastos en materia prima dependen de la participación en ferias artesanales, P40 y P49

Las ventas mensuales de los artesanos dependen si ha vendido al sector público, P41 y P44

Las ventas mensuales tienen una relación con el número de ferias a las que acudieron los artesanos, P41 y P49

Las ferias organizadas por el gobierno dependen a las ferias a las que acudieron los artesanos, P49 y P49_1

La inversión Inicial depende a los productos que elaboran los artesanos, P1 y P12

4.3 Contraste con los objetivos del IEPS

En los objetivos planeados por IEPS señala que se va incrementar la gestión del conocimiento de la Economía Popular y Solidaria, en el censo realizado a los 167

artesanos de la parroquia de Sangolquí, el 64,67% no han escuchado sobre la economía popular y solidaria, mientras el 35,33% si lo ha escuchado.

Respecto al conocimiento sobre lo antes mencionado el 74,85%, de los artesanos no tienen ningún conocimiento sobre la economía popular y solidaria, el 10,78% dijo: regulan a las cooperativas, y el 7,78% dijo: ayudan a los pequeños negocios y según ellos ayudan a sacar préstamos el 5,98%. Entonces los artesanos no tienen un conocimiento bien fundamentado sobre lo que es y que hace la Economía Popular y Solidaria, por ese motivo la eficiencia del instituto no está siendo bien canalizado.

En referencia a otro objetivo, sobre la participación de la oferta de la Economía Popular y Solidaria en el mercado nacional e internacional. De las ferias realizadas por el gobierno los artesanos no cubren ni el 50 % en asistencia:

- El 35,19% de los artesanos asistió a 4 ferias
- El 24,07% de los artesanos asistió a 2 ferias
- El 16,67% de los artesanos asistió a 1 feria
- El 4,81%. de los artesanos asistió a 3 ferias

Con estas simples cifras vemos que los productos de los artesanos no se están posicionando en los mercados ecuatorianos.

En temas de capacitación el 69,46% de artesanos no han tenido capacitaciones, mientras el 30,54% dice que si han tenido. De estos la capacitación fue realizada en SECAP con el 65.91%, en la JNDA con el 20.45%, en el Municipio con el 9.09% y en la cámara de comercio de Quito el 4.54%. Entonces el desarrollo del talento humano del IEPS no está cumpliendo, como se ve anteriormente en las cifras, si los artesanos que quieren capacitarse tienen que buscar ellos mismos donde hacerlos. Entonces la relación con los otros sectores económicos no se está cumpliendo y el apoyo que da el gobierno no está llegando a todos los entes de esta economía

Entonces el cambio en la estructura de la matriz productiva, no aplica a los artesanos porque no están generando ningún valor agregado en sus productos y en temas de exportación de productos artesanales no existe una entidad especializada que pueda hacer esto realidad por parte del gobierno.

Por los equitativos expuestos anteriormente y con el control realizado a los artesanos de Sangolquí se puede evidenciar que la eficiencia institucional del IEPS no se ha incrementado puesto que con los recursos utilizados hasta el momento, no han podido llegar a los logros esperados.

4.4 Cumplimiento de los objetivos.

- Identificar el número de artesanos productores que existen en la Parroquia de Sangolquí con un perfil demográfico, establecer las ramas artesanales en las cuales se desempeñan.

En la parroquia de Sangolquí existen 167 artesanos productores que se desempeñan en 18 ramas artesanales, la información se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 71:

Artesanos Productores de Sangolquí

		P1			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cerrajería	5	3,0	3,0	3,0
	Heladería	2	1,2	1,2	4,2
	Artesanía	4	2,4	2,4	6,6
	Elaboración de Cerveza	2	1,2	1,2	7,8
	Confección de Ropa	67	40,1	40,1	47,9
	Carpintería	23	13,8	13,8	61,7
	Marketería	4	2,4	2,4	64,1
	Muebles	3	1,8	1,8	65,9
	Panadería y Pastelería	12	7,2	7,2	73,1
	Orfebrería	20	12,0	12,0	85,0
	Calzado de Cuero	5	3,0	3,0	88,0
	Artesanía en Vidrio	5	3,0	3,0	91,0
	Plantas	1	,6	,6	91,6
	Cerámica	4	2,4	2,4	94,0
	Dulces	3	1,8	1,8	95,8
	Talabartería y artículos en Cuero	4	2,4	2,4	98,2
	Cortinas	2	1,2	1,2	99,4
	Protésis Dental	1	,6	,6	100,0
Total	167	100,0	100,0		

Fuente: Investigación de mercados

Las ramas artesanales de producción más destacadas de la parroquia de Sangolquí son; Confección de Ropa, Carpintería, Orfebrería y Panadería pastelería.

- Establecer el número de artesanos productores calificados de Sangolquí, cuantos pertenecen a un grupo o asociación gremial de artesanos y cuántos de ellos pertenecen a la Economía Popular y Solidaria.

DE los 167 artesanos productores de Sangolquí, 60 pertenecen a un gremio o asociación, y de los 167 artesanos 74 de ellos se pueden decir que son parte de una economía popular, en el Cantón de Rumiñahui existen:

- Gremio de Artesanos Interprofesionales del Cantón Rumiñahui.
- Asociación de Artesanos de Rumiñahui
- Gremio de Artesanos de la madera y conexos de Rumiñahui
- Gremio de Orfebres de Rumiñahui.
- Gremio de sastres y modistas de Rumiñahui.

Establecer la incidencia que tiene la Economía Popular y Solidaria en el sector artesanal, el grado de conocimiento y la ayuda obtenida para su desarrollo.

Los artesanos productores de Sangolquí no tienen un alto grado de conocimiento sobre la Economía popular y solidaria, 59 artesanos manifestaron haber escuchado sobre la Economía Popular y Solidaria y de ellos 33 artesanos dicen que la EPS ayuda a los microempresarios, con esta información se puede concluir que la incidencia de la Economía Popular en los artesanos productores de Sangolquí es muy baja.

- Conocer cuál es el aporte del sector artesanal de Economía Popular y Solidaria de la parroquia de Sangolquí a la producción económica del cantón Rumiñahui.

En el Cantón Rumiñahui existen 6669 locales registrados los cuales, Estos locales generaron en el último año ventas totales de \$ 2.110.085.556,68 y utilidades de \$1.444.680,00

Los artesanos productores de Sangolquí en promedio generan en un año ventas de \$1.880.520,00 y en utilidades \$3.325.200,00

Es decir el sector artesanal productor de Sangolquí contribuye en un 0,16% a la Economía del Cantón

Tabla 72:

Producción Económica de Rumiñahui

	VENTAS	UTILIDADES
CANTÓN	2.110.085.556,68	333.041.053,19
AP SANGOLQUI	3.325.200,00	1.444.680,00
APORTE	0,16%	0,43%

Fuente: Investigación de mercados

La tabla Muestra el aporte que tiene el sector productivo artesanal de la parroquia de Sangolquí a la Economía del Cantón Rumiñahui y se observa que este aporte es menos del 1 %.

CAPITULO V

5.1 Propuesta

5.1.1 Objetivo:

Crear un modelo que mejore la sostenibilidad y sustentabilidad de los artesanos productores de Sangolquí en el cual se integren todos los actores, para lograr el cumplimiento de toda la planificación realizada por el Gobierno y lograr un verdadero desarrollo de la Economía Popular.

5.1.2 Introducción:

Los resultados obtenidos en la investigación realizada nos demostraron la falta de conocimiento sobre la Economía Popular y solidaria por parte de los artesanos de Sangolquí, se demostró que no existe una banca comunal en los artesanos, tampoco una asociatividad entre todos y una falta de organización total.

Por esta razón queremos llevar a la praxis la planificación del gobierno mediante la propuesta de un modelo utilizando como base el diamante de Porter ya que apoya al mejoramiento mediante el encadenamiento productivo del cantón

Diamante de ventaja competitiva de Porter

Porter et. Al. (2002) entiende la competitividad como algo que está ligado con las fuentes de prosperidad de una nación y que está en función de su productividad, es decir del valor de los productos y servicios que una nación puede generar en un mercado abierto, y de la eficiencia con las cuales éstos pueden ser producidos. Entonces para poder incrementar el nivel competitivo de un país, se tiene que elevar la productividad desde las microeconomías mediante la innovación, por esta razón en el diamante de Porter (1999^a) tiene cuatro dimensiones que son:

- Condiciones de la demanda
- Sectores afines y auxiliares
- Condiciones de los factores
- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas

En la primera dimensión toma en cuenta a la demanda que debe ser sofisticada y especializada, esto ayudará a las empresas a tener una mejor posición respecto a la competencia.

En la segunda dimensión se enfoca a las diferentes industrias que conforman la cadena de producción, de acuerdo al mercado al que se sirva. Los proveedores y las industrias relacionadas son piezas claves para mejorar la posición de una empresa.

En la tercera dimensión hace énfasis en las condiciones de los factores o recursos que puede necesitar la empresa para su correcto funcionamiento entre estos pueden ser recurso humano, financiero, tecnológico, administrativo y también los recursos naturales.

Y finalmente la cuarta dimensión se refiere a la inversión sostenida para el mejoramiento de la empresa, la rivalidad local juega un papel muy importante, debido a la cercanía existe mejor flujo de información.

Estas cuatro dimensiones están relacionadas para generar un mayor grado de competitividad de las empresas. En la figura se muestra la representación gráfica del diamante de Porter en el cual se muestra las cuatro dimensiones mencionadas anteriormente:

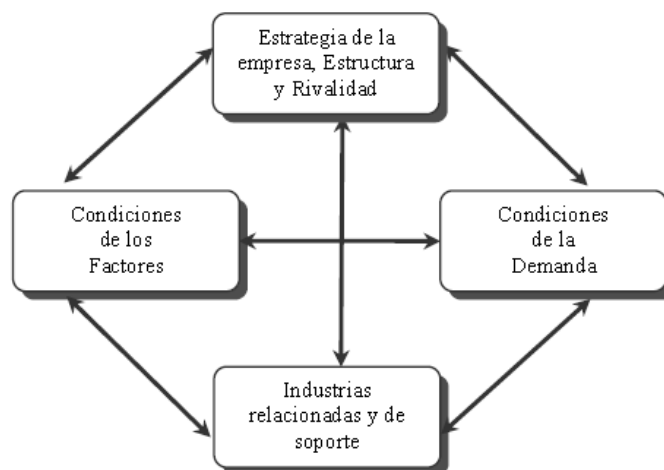


Figura 99: Diamante de Porter

Fuente: (Coraggio, Diamante de las Ventajas Competitivas , 2010)

Como vimos anteriormente en las ventajas de Porter, ayuda a mejorar la producción y la competitividad de un país, nosotros adaptaremos esto a una escala menor, se enfocara a la producción artesanal del cantón Rumiñahui.

Con este modelo queremos demostrar que toda la planificación en materia de economía popular y solidaria hecha por el gobierno, se puede cumplir si existe una integración de todos los sectores antes mencionados, porque de esta manera podemos tener capital humano capacitado y con su debida formalización en el goce pleno de sus derechos de una economía formal. Incrementando así la innovación mediante proyectos realizados por los artesanos, y los recursos financieros bien utilizados dirigida por las cooperativas y bancos públicos alcanzando así la modernización para los artesanos en procesos técnicos y administrativos.

Se tiene cuatro dimensiones que se va a trabajar de manera conjunta:

- Condiciones políticas, económicas y legales
- Condiciones de la demanda
- Instituciones relacionadas y de Apoyo
- Condiciones de los factores

5.1.3 Diseño del Modelo para el Desarrollo Inteligente de la Economía Popular

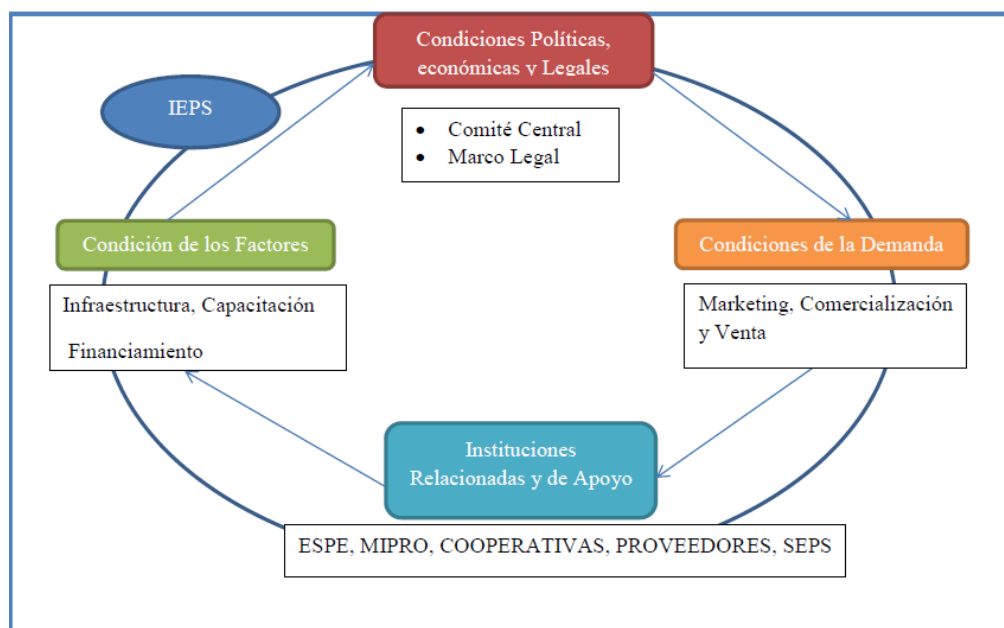


Figura 100: Modelo de Desarrollo inteligente de la Economía Popular

Fuente: Adaptación del diamante de Porter

La figura muestra el modelo planteado y se observa las cuatro dimensiones, el IEPS será el ente regulador, la cual hará las funciones de controlar y dirigir todas las actividades, este sería el Gobierno si se mira el diamante de Porter, en las condiciones políticas, económicas y Legales se analizará el marco legal en el cual se debe tomar en cuenta la ley orgánica de Economía Popular y la ley de fomento Artesanal, para hacer cumplir la ley y obtener mayores beneficios, en esta dimensión el comité central juega un papel importante ya que debe impulsar y gestionar políticas económicas que ayuden a los artesanos productores del Cantón.

En las condiciones de la demanda se enfocará a determinar el perfil del consumidor e incentivar la compra, con las actividades de Mercadotecnia. El modelo tendrá como otra dimensión a las instituciones relacionadas y de apoyo, las cuales trabajarán conjuntamente para el desarrollo inteligente del modelo propuesto, ya que todas estas instituciones son indispensables.

Las condiciones de los factores se refieren a los recursos que se demandan en el correcto funcionamiento del modelo, estos recursos son de infraestructura, financiamiento, materia prima y de recurso humano capacitado.

5.1.4 Objetivos del Modelo

5.1.4.1 Objetivo General

Cumplir con los objetivos establecidos por los entes públicos, como lo son el IEPS, el MIPRO y ayudar a cumplir con el Objetivo 8.9 del plan nacional del Buen VIVIR

5.1.4.2 Objetivos Específicos

- Incrementar la gestión socioeconómica de los artesanos Productores del Cantón
- Incrementar la participación de la oferta de los artesanos productores en el mercado nacional.
- Fortalecer las capacidades de los artesanos productores de Sangolquí
- Impulsar la formación técnica y especializada dirigida al sector artesanal Productivo del Cantón.

5.2 Dimensiones del Modelo

Cada dimensión se desplegara en procesos y actividades. Es decir tenemos 4 dimensiones para el modelo.

1. Condiciones Económicas y Legales
2. Condiciones de la demanda
3. Instituciones relacionadas y de Apoyo
4. Condición de los factores

5.2.1 Condiciones Políticas Económicas y Legales.

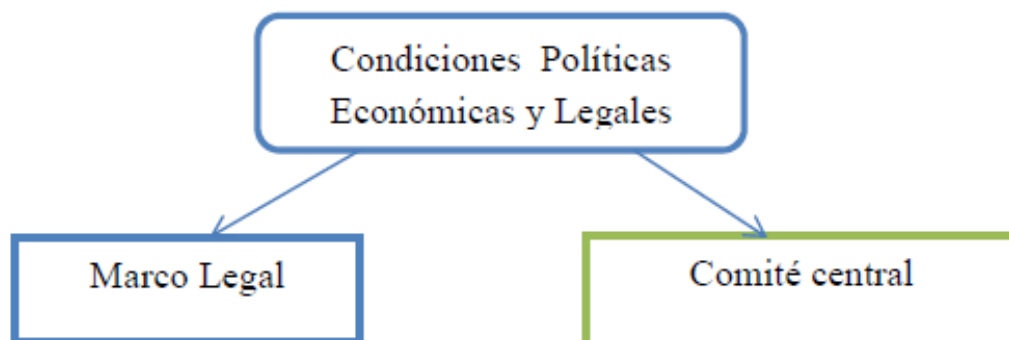


Figura 101: Primera Dimensión

Fuente: (Coraggio, Diamante de las Ventajas Competitivas , 2010)

5.2.1.1 Marco Legal.

Ley de Fomento Artesanal.

Esta ley en su artículo 9 señala varios beneficios para los artesanos.

- Importación de maquinaria sin aranceles
- Exoneración de los impuestos a la materia prima importada
- Exoneración de los impuestos a la exportación de los productos artesanales
- Exoneración de Impuestos, fiscales, provinciales y municipales.

Ley Orgánica De Economía Popular Y Solidaria Y Del Sector Financiero Popular Y Solidario

Esta ley en su artículo 3 señala:

- Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria, Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria.
- Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la economía Popular
- Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación y control.

En su artículo 4 señala:

- La búsqueda del buen vivir y del bien común
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales
- El comercio justo y consumo ético y responsable
- La equidad de género
- El respeto a la identidad cultural
- La autogestión
- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

(Ley orgánica de Economía Popular y Solidaria)

5.2.1.2 Comité Central.

Ente regulador, que se encargara de la dinamización de todo el proceso, Conocido como un ente regulador e intermediario entre el gobierno y los artesanos.

- El comité deberá promover políticas públicas que beneficien a los artesanos productores
- Deberán ayudar en la obtención de financiamiento para los proyectos de los artesanos.
- Promoverán y garantizaran un ambiente de mercado justo donde todos los artesanos tengan las mismas oportunidades para poder desarrollarse económicamente y mejoren su calidad de vida y las de su familia.

5.2.2 Condiciones de la Demanda

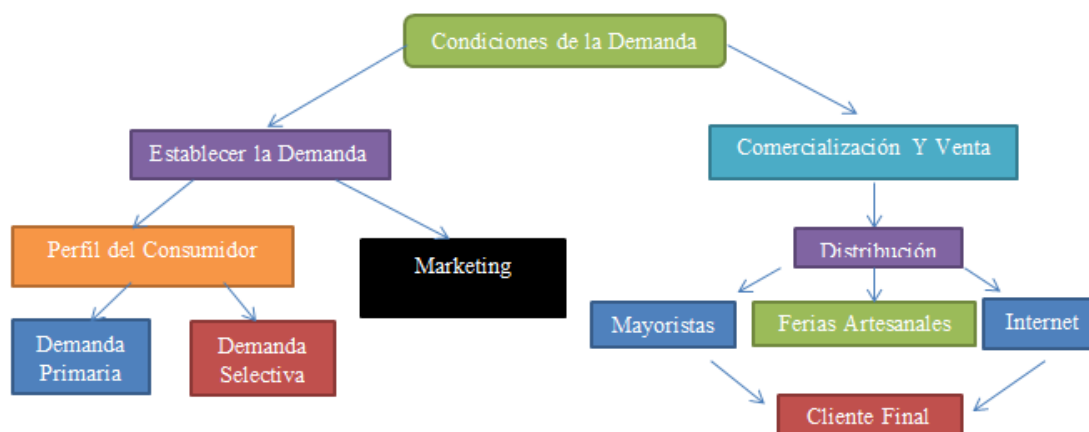


Figura 102: Segunda Dimensión

Fuente: (Coraggio, Diamante de las Ventajas Competitivas , 2010)

5.2.2.1 Establecer la demanda

En la propuesta planteada los estudiantes de mercadotecnia buscarán la demanda mediante el perfil del Consumidor e incentivarán a la demanda mediante el Marketing.

Perfil del Consumidor

El marketing busca establecer la demanda, y para esto primero se necesita establecer el perfil del consumidor, pero la mayoría de artesanos no tienen estudios en marketing y aquí es donde la Universidad la ESPE entra en acción, los estudiantes de Mercadotecnia para establecer sus horas de vinculación con la comunidad, establecerán la demanda para los productos fabricados por nuestros artesanos, lo primero es establecer el perfil del consumidor, y para establecer este perfil tenemos la demanda Primaria y Demanda Selectiva, en la Demanda Primaria se establece básicamente las características demográficas, género, edad, situación económica, lugar de residencia, nivel de educación; y la demanda selectiva es básicamente establecer los gustos, preferencias de los clientes, en este punto se puede mencionar

los gustos por el valor cultural y ancestral de los productos, también se puede indicar el comportamiento que tienen los clientes de estos productos, a que se dedican, etc.

Los estudiantes de mercadotecnia de la Espe una vez establecido el perfil del consumidor pueden pronosticar la demanda. Y pronosticada la demanda pueden informar a los artesanos la cantidad óptima de producción

Marketing.

El marketing es un proceso en el cual se comercializa bienes o servicios satisfaciendo las necesidades de los clientes, obteniendo rentabilidad para las empresas.

Promoción y Publicidad

Ahora el segundo paso es la promoción y publicidad, los estudiantes de mercadotecnia deben primero enseñar a los artesanos productores las técnicas de mercadeo, Uso de testimonios, búsqueda de referidos, Uso de incentivos, Inclusión de servicios adicionales, etc.

Brindar capacitación en temas de merchandising y trademarketing para que los artesanos tengan un conocimiento sobre como colocar sus productos en las ferias y sobre cómo gestionar sus canales de distribución, o que tengan una idea de cómo se maneja el canal. Porque la creación de un canal de distribución deberá ser realizada por los estudiantes de mercadotecnia de la Espe.

5.2.2.2 Comercialización y Venta

En la comercialización para los productos de los artesanos se enfoca de una manera pragmática en lo que es colocación de producto en percha y ferias artesanales realizadas por el IEPS

En este punto se abordaran con más amplitud la capacitación en trademaking que es la gestión de canales, la distribución.

Los estudiantes de la Espe deberán proponer un modelo de distribución, conjuntamente realizado con los artesanos, para que ellos sepan cómo pueden distribuir sus productos expongan los productos de los artesanos en sus perchas.

Las ferias artesanales serán impulsadas por el IEPS y también existirá una ayuda por parte del Municipio de Rumiñahui, se organizaran por lo menos una feria al mes pero los `puestos disponibles son 30 así que se ira rotando cada feria para que todos los artesanos tengan la oportunidad de mostrar sus productos.

Otra forma de ayudarles a mostrar sus productos será por medio del internet, primero los estudiantes de la Espe deberán capacitarles en computación y deberán crear una página web donde se muestre un catálogo online de todos los productos fabricados por los artesanos.

La finalidad de este proyecto es poder insertar a los artesanos en un mercado real que satisfaga las necesidades que tienen los clientes y que sus productos sean conocidos ayudando de esta manera a que la Economía del sector se dinamice y mejoren su calidad de vida.

Colocación en Percha de los productos artesanales.

La colocación en percha ayudara a todo el flujo económico de la economía popular ya que al momento de tener un cliente grande como es un supermercado el artesano tiene un ingreso seguro para poder incrementar su producción y a su vez tener mayores ingresos los proveedores por el volumen de compra y el artesano por el volumen de venta.

5.2.3 Instituciones Relacionadas y de Apoyo

Las instituciones relacionadas, para este proyecto han sido tomadas en cuenta por su localización geográfica o por tener relación directa con los artesanos.



Figura 103: Tercera Dimensión

Fuente: (Coraggio, Diamante de las Ventajas Competitivas , 2010)

5.2.3.1 Universidad de las Fuerzas Armadas del Ecuador

Tiene como misión formar profesionales de excelencia, para proponer soluciones a los problemas de interés público por este motivo la ESPE se encarga de dos temas fundamentales que son:

- Capacitación en temas administrativos.
- El desarrollo de un proyecto en cual servirá para el financiamiento posteriormente.

El departamento encargado de realizar el seguimiento de este proyecto será el de “Vinculación con la colectividad”. El proyecto contará con las siguientes personas que están a cargo del desarrollo completo del mismo:

- 1 representante del Comité Central.
- 3 Profesores que impartirán y revisaran el contenido a exponer a los artesanos
- 32 alumnos que manejaran el grupo de artesanos
- 167 artesanos clasificados según sus ramas artesanales

Propuesta instituciones relacionadas: ESPE

Tabla 73:

Propuesta

PROYECTO	ENCARGADO	COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADORES	RESULTADOS ESPERADOS	INVERSIÓN
Proyecto de capacitación y asesoría en Marketing y Ventas	ESPE/ Estudiantes de Ing. En mercadotecnia y Comercial.	Gestión de venta	Técnicas de ventas - tipos de clientes	Ventas antes del curso / ventas después del curso	Incremento en ventas en un 5% mensual.	20 HORAS USD 200
		Diseño y Evaluación de Proyectos	Desarrollar un proyecto aplicable para los artesanos.	No. De artesanos convocados / no. De artesanos que elaboraron el proyecto	Presentar proyecto para financiamiento	20 HORAS USD 200
		Merchandising y Trademarketing	Escaparate Canales de distribución	No. De canales generados	Mejorar la presentación en percha	20 HORAS USD 200
		Gestión de la Calidad	Normas ISO Control de calidad total	No. De horas trabajadas / No. De artículos producidos	Generar valor agregado en sus productos	20 HORAS USD 200

Fuente: Propuesta

Estas capacitaciones serán impartidas por los estudiantes de la universidad, en las mismas se realizara el proyecto el cual será analizado y estructurado bajo los lineamientos de los profesores encargados, y los mismo serán presentados a las cooperativas de ahorro y crédito para que los artesano puedan obtener un crédito.

5.2.3.2 Ministerio de Industrias y Productividad

El MIPRO tendrá un representante el Comité central, ya se le vincula de una manera técnica y también para ferias, como en la investigación realizada los artesanos es lo que más necesitan después de la capacitación entonces las actividades que se encarga este ministerio son:

- Realizar capacitaciones técnicas en cada rama artesanal
- Impulsar nuevas ferias para los artesanos en diferentes partes del país.

Ya que las que están actualmente vigentes no cubren la demanda de los artesanos y tampoco las expectativas en imagen que necesitan para vender sus productos.

Propuesta instituciones relacionadas: MIPRO

Tabla 74:

MIPRO

PROYECTO	ENCARGADO	COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADORES	RESULTADOS ESPERADOS	INVERSIÓN
Colocación de producto en el mercado nacional	MIPRO	Capacitación Técnica y organización de ferias	Ferias artesanales	NO. de volantes repartidos / No. De personas que asistieron	Promocionar e impulsar ferias	USD 4650 R. Humano 1050 Mantelería 2000 Iluminación 100 Sonido 1500 ** Cálculo para una feria de cuatro días.
				Personas que asistieron a la feria / no. De personas que compraron	Incrementar el número de ventas	
				No. De artesanos convocados/ No. De artesanos que asistieron		
			Capacitación técnica	No. De artesanos inscritos / No. De artesanos asistieron al curso	Mejorar procesos de producción	16 HORAS USD 300

Fuente: Investigación

Con la capacitación administrativa y técnica el artesano tiene una nueva visión sobre su negocio el cual, ya con sus herramientas pueden generar valor agregado a sus trabajos, y de esta manera poder llegar de una mejor forma al consumidor.

Con la implementación de más ferias artesanales a nivel país los artesanos podrán vender más, y de esta manera se abarca más mercado en el cual poder promocionar sus productos y así obtener más beneficios.

5.2.3.3 Proveedores

En el modelo planteado, se convocara a todos los proveedores de los artesanos, para que se postulen como proveedores calificados del comité central. Lo que se quiere conseguir con esto, es poder alinearnos de una forma horizontal con ellos, para mejorar políticas de precio y establecer niveles de calidad para que los artesanos tengan su materia prima al precio justo y con calidad competitiva en el mercado ecuatoriano

Propuesta instituciones relacionadas: Proveedores

Tabla 75:

Propuesta para Proveedores

PROYECTO	ENCARGADO	COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADORES	RESULTADOS ESPERADOS	INVERSIÓN
Crear una base de datos de proveedores	Comité Central	Calificación de proveedores	Conocer a los proveedores	No. De artesanos llamados/ No. De artesanos que asistieron	Materia prima de calidad	USD 20
			Medir estándares de Calidad	No. De proveedores/ No. De Proveedores seleccionados		USD 1600
			Selección de proveedores	No. De proveedores seleccionados / no. De que aceptaron la calificación		USD 1600

Fuente: Investigación

5.2.3.4 Cooperativas y Banco Públicos

Se trabajará con estas entidades financieras para obtener préstamos para los artesanos, la mecánica del proyecto para vincular a las cooperativas y Bancos públicos es mediante la presentación de proyectos realizados por los artesanos en conjunto con la ESPE.

Analizar y calificar proyectos para entregar préstamos a los artesanos.

Propuesta instituciones relacionadas: Cooperativas y Banco Públicos

Tabla 76:

Cooperativas y Bancos Públicos

PROYECTO	ENCARGADO	COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADORES	RESULTADOS ESPERADOS	INVERSIÓN
Financiamiento para los artesanos productores de Sangolquí	Bancos Públicos y Cooperativas de "ahorro y Crédito"	Presentación de proyecto	Asesoría para el proyecto Productivo	No. De proyectos planteados / No. De proyectos realizados	Incrementar el número de proyectos para la obtención de financiamiento	USD 200
			Selección de proyecto	No. De proyectos entregados / préstamos otorgados		
			Factibilidad y viabilidad del proyecto			
		Obtención del financiamiento	Seguimiento del proyecto	No. De artesanos aplicaron el préstamo / no. De artesanos que obtuvieron créditos	Incrementar en un 80% préstamos otorgados	USD 100
			Medición de objetivos planteados			

Fuente: Investigación

5.2.3.5 Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

La SEPS garantizara la obtención de recursos financieros para los proyectos presentados por los artesanos a las instituciones financieras.

5.2.3.6 Instituto de Economía Popular y Solidaria.

La IEPS se vincula con el proyecto como un órgano veedor de todo el proceso mediante se ejecuta el modelo planteado, ya que se contara con un representante para el Comité Central.

5.2.4 Condiciones de los Factores

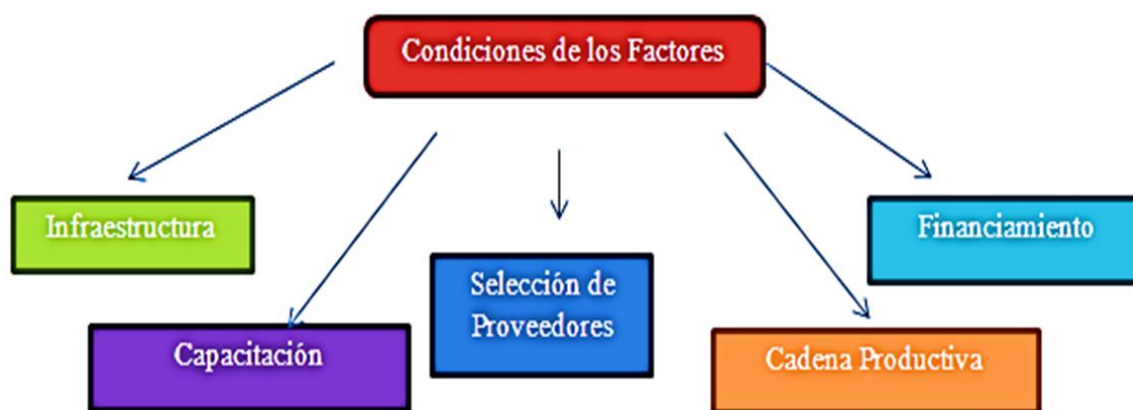


Figura 104: Cuarta Dimensión

Fuente: (Coraggio, Diamante de las Ventajas Competitivas , 2010)

5.2.4.1 Infraestructura.

Se refiere al espacio que tienen los artesanos para poder elaborar sus productos, a los materiales disponibles, los artesanos elaboran sus productos de forma manual pero si se utilizan maquinaria en menos del 30%, y esta maquinaria no es de fabricación nacional por lo que deberían de importar, el estado debe eliminar los aranceles para este tipo de maquinaria, pero no se adquirirá una para cada artesano, deberá existir un centro de producción donde este tipo de maquinaria esté disponible

para todos los artesanos, la Espe, el IEPS, presentaran un proyecto para la propuesta del centro de producción artesanal donde estén disponibles las maquinarias.

En el mismo sitio del centro de producción puede haber un espacio para el almacenamiento o el acopio de la materia prima.

5.2.4.2 Capacitación

La capacitación es muy importante en todo el ciclo de producción, los artesanos tendrán capacitación técnica las cuales les ayudara a ser más eficaces en el trabajo tendrán mejores técnicas de producción, y la capacitación administrativa que será realizada por los estudiantes de la Espe, les ayudara hacer más eficientes tendrán técnicas de mercadeo las cuales les ayudara a incrementar sus ventas, también conocerán como realizar pedidos Just in Time para nunca tener sobre abastecimiento ni agotamiento de materia prima, también sabrán cómo administrar de mejor manera su negocio para que con el tiempo sean ellos creadores de fuentes de trabajo y ayuden a otros artesanos a tener una mejor posición económica.

5.2.4.3 Selección de Proveedores

Los resultados de la investigación mostraron que los artesanos compran en promedio en 3 lugares la materia prima, el modelo establece que existirá 2 proveedores por cada artesano, es decir se necesitara de 334 proveedores, de los cuales mínimo el 50% es decir 167 deben ser del Cantón de Rumiñahui, esto se establece con el fin de, que se desarrolle la economía local.

Los proveedores de los materiales requeridos por los artesanos, podrán inscribirse en el comité, y este analizara y calificara a los proveedores, estos proveedores deben ser de Economía Popular (de Bajo Perfil) es decir no deben ser empresas sino más bien familias que quieren desarrollarse económicamente.

También debe existir un poder de negociación de los artesanos con los proveedores y en este acuerdo por así mencionarlo puede interferir el comité central,

el cual firmara acuerdos de cooperación y plazos de pago para que los artesanos tengan materia prima para producir y pagarles a los proveedores dentro de 30 días.

Proveedores

Tabla 77:

Numero de Proveedores

	Artisanos	Proveedores
Cerrajería	5	10
Heladería	2	4
Artesanía	4	8
Elaboración de Cerveza	2	4
Confección de Ropa	67	134
Carpintería	23	46
Marquetería	4	8
Muebles	3	6
Panadería y Pastelería	12	24
Orfebrería	20	40
Calzado en Cuero	5	10
Artesanía en Vidrio	5	10
Plantas	1	2
Esculturas	4	8
Dulces	3	6
Talabartería y artículos en cuero	4	8
Cortinas	2	4
Prótesis Dentales	1	2
Total	167	334

Fuente: Investigación

Obviamente los proveedores que más se necesitan son de las 4 ramas artesanales más representativas de Sangolquí, que son Confección de Ropa, Carpintería, Orfebrería y Panadería Pastelería

5.2.4.4 Cadena Productiva.

La cadena productiva se refiere al proceso que tiene un artículo desde que su materia prima es extraída de los recursos naturales, (Extractivismo) hasta que el artículo es comercializado y se encuentra en las manos del cliente final.

Esta cadena productiva en el modelo será como muestra el siguiente cuadro.

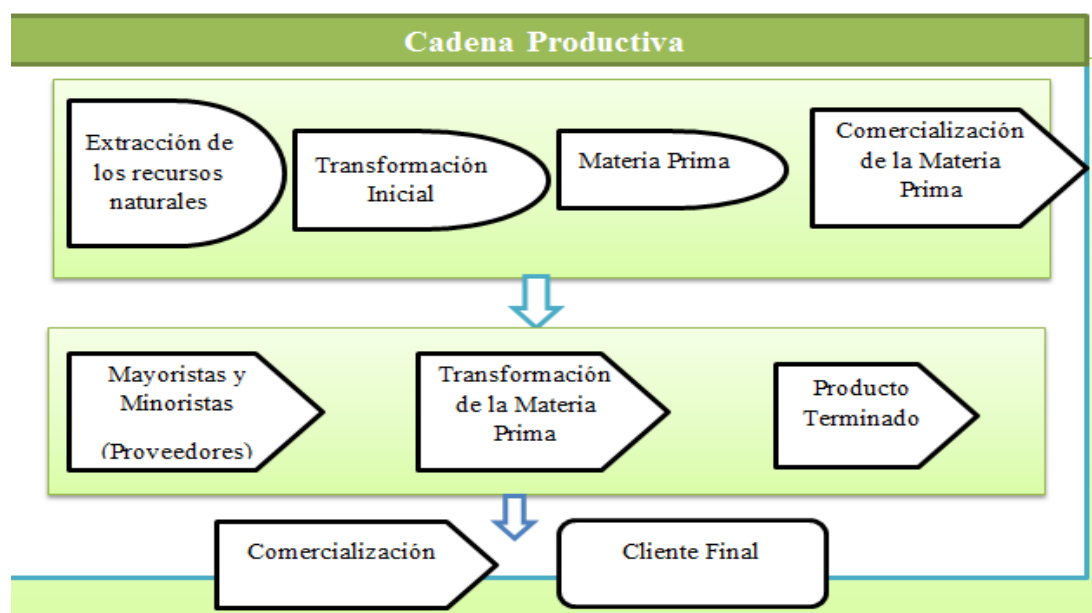


Figura 105: Cadena Productiva

Fuente: Investigación

En este encadenamiento productivo se menciona a la economía extractivista la cual se refiere a la extracción de los recursos naturales para poderlos transformar en materia prima, aquí podríamos ver qué materia prima se puede comercializar directamente al artesano, es decir tendríamos que ver si es factible que las personas que se dedican a esta extracción de recursos naturales también hacen el proceso de transformación o a su vez ellos dan a otras personas que realizan esta transformación y resulta la materia prima y los que realizan la materia prima venden a los mayoristas y minoristas los cuales entregan a los artesanos productores para la transformación

de la materia prima en un producto y posteriormente pasaría al cliente final por medio de la comercialización.

5.2.4.5 Producción

Los artesanos productores como estarán capacitados en técnicas de producción podrán lograr economías de escala y así elaborar productos a un menor costo, como los estudiantes de mercadotecnia de la Espe pronosticaron la demanda, los artesanos podrán saber cuántas unidades de producto deben elaborar en un tiempo estimado y también saben cuanta materia prima van a necesitar.

5.2.4.6 Financiamiento

El financiamiento se realizara mediante la presentacion de un proyecto, conjuntamente realizado por los artesanos y por los estudiantes de la Universidad Politecnica del Ejercito

Par poder hacer esto posible se realizara capacitaciones en areas tecnicas y administrativas, ya se pudo constatar en la investigacion que los artesanos quieren tener capacitaciones, que sean implementadas por el gobierno, haciendo esto posible se da un valor agregado a los productos y consecuentemente la economia de los artesanos y del canton se desarrolla.

Y con esto concluido se presentara un Proyecto a las Cooperativas de Ahorro y Credito , las cuales analizaran la factibilidad de los proyectos presentados por los artesanos para poder lograr el financiamiento.

El Poder contar con una política clara que ayude a la economía solidaria, ayudara no solo a los artesanos sino fortalecerá la economía familiar y apoyara a un mejor futuro.

5.3 Estructura del Comité de Gestión

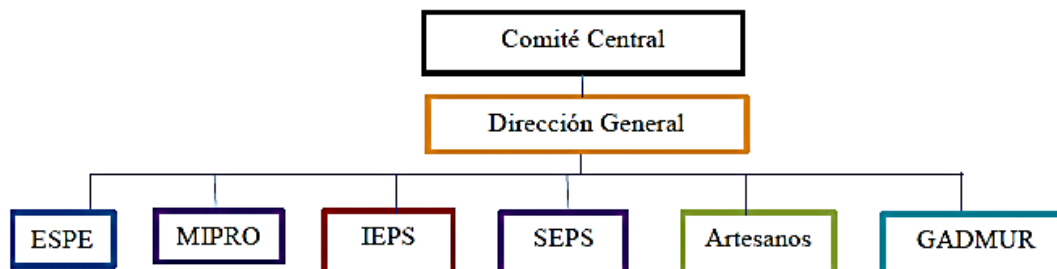


Figura 106: Ente Regulador para la propuesta

Fuente: Investigación

Comité Central

- 1 Representante de la Espe
- 1 Representante del IEPS
- 1 Representante de los Artesanos
- 1 Representante del GADMUR

Las funciones del Comité son:

- Realizar la Planificación estratégica.
- Validar los procesos, propuestas de mejora y planes de acción que beneficien a los artesanos
- Calificar a los proveedores
- Es el representante de los artesanos ante el Gobierno
- Cumplir, fomentar e impulsar leyes que beneficien a los artesanos
- Brindar Asesoría legal a los artesanos
- Ayudaran a la formalización y calificación de los artesanos productores

Dirección General

- 1 Representante del IEPS

- 1 Representante de los Artesanos Productores

Las funciones de la Dirección General son:

- Realizar el Plan Operativo Anual (POA)
- Coordinar las actividades de cada departamento
- Integrar procesos
- Controlar las actividades

5.3.1 ESPE

Los estudiantes de administración de la Espe serán los que den capacitación a los artesanos en temas de administración, los artesanos aprenderán el proceso administrativo para que puedan planificar, organizar, dirigir y controlar sus procesos de producción y venta.

La Espe a través del Departamento CEAC y de vinculación con la colectividad ayudara a los artesanos, los estudiantes de Mercadotecnia establecerán o buscaran la demanda y realizaran la ayuda para todo el proceso de marketing, y los estudiantes de comercial ayudaran a la ejecución de proyectos para obtener financiamiento por parte de las cooperativas o bancos públicos.

5.3.2 MIPRO

Realizara capacitaciones técnicas en cada rama artesanal también ayudara a impulsar ferias artesanales en todo el territorio nacional.

5.3.3 IEPS

El IEPS, ayudara en capacitaciones asociativa, administrativa y técnica, realizara seguimientos y evaluaciones a los productos; ofrecerá asesoría legal, y coordinara apoyo con otras instituciones públicas, Orientara en el acceso a créditos y préstamos en la banca pública; ayudara a posicionar los productos en los mercados.

5.3.4 SEPS

Es el órgano regulador de las cooperativas de ahorro y crédito las cuales darán el financiamiento a nuestros productores artesanos, la SEPS

5.3.5 Artesanos

Los artesanos se asociaran y formaran un comité de artesanos productores, representados por 2 artesanos, los cuales mostraran sus posturas sus ideas y pensamientos en la mejora de la situación económica de todos los artesanos productores del Cantón Rumiñahui.

5.3.6 GADMUR

El GADMUR ayudara a establecer ferias para que los artesanos puedan mostrar sus productos, el IEPS ayudara en la colocación de productos en las cadenas de supermercados.

5.4 Alcance y beneficios de la Propuesta

Con esta propuesta se estará cumpliendo con varios objetivos de las entidades públicas que justamente han hecho todo el trabajo de la planificación pero no ha logrado llegar a la praxis, y en este documento se muestra el modelo con el cual se cumpliría esos objetivos.

5.4.1 Cumplimiento de objetivos del Gobierno

Objetivos del IEPS

- 1. Incrementar la gestión socioeconómica de los actores de la EPS.**

2. Incrementar la gestión del conocimiento de la Economía Popular y Solidaria.
3. Incrementar la participación de la oferta de la Economía Popular y Solidaria en el mercado nacional e internacional.
4. Incrementar la eficiencia institucional del IEPS.
5. Incrementar el desarrollo del talento humano del IEPS.
6. Incrementar el uso eficiente del presupuesto del IEPS.
7. Incrementar actores de la EPS enlazados al cambio de la estructura de la matriz productiva.

Tabla 78:**Cumplimiento de Objetivos IEPS**

	IEPS						
	1	2	3	4	5	6	7
· Incrementar la gestión socioeconómica de los artesanos Productores del Cantón	x	x					x
· Incrementar la participación de la oferta de los artesanos productores en el mercado nacional.	x		x				x
· Fortalecer las capacidades de los artesanos productores de Sangolquí	x		x				x
· Impulsar la formación técnica y especializada dirigida al sector artesanal Productivo del Cantón.	x		x				x

Fuente: Investigación

Objetivos del MIPRO

1. Impulsar la economía local en los sectores y productos estratégicos mediante la eliminación de ineficiencias de mercado.

2. Contribuir al ahorro público al identificar mejores precios y oferentes en el mercado.
3. Canalizar la demanda del Estado hacia empresas del sector MIPYMES.
4. Fortalecer al sector productivo desde el Gobierno mediante el mejoramiento de mecanismos de acceso a los productores.
5. Crear bases de datos de proveedores.
6. Fomentar las ferias inversas de manera permanente a nivel nacional dentro del sector público y privado a través de una normativa de regulación.

Tabla 79:**Cumplimiento Objetivos MIPRO**

	MIPRO					
	1	2	3	4	5	6
· Incrementar la gestión socioeconómica de los artesanos Productores del Cantón	X		X			
· Incrementar la participación de la oferta de los artesanos productores en el mercado nacional.	X			X	X	X
· Fortalecer las capacidades de los artesanos productores de Sangolquí		X		X		X
· Impulsar la formación técnica y especializada dirigida al sector artesanal Productivo del Cantón.	X			X		

Fuente: Investigación

5.4.2 Beneficiarios

- Artesanos Productores

- Proveedores
- Clientes
- ESPE
- GADMUR

5.4.2.1 Beneficio para los Artesanos

Artesanos capacitados en administración, computación, marketing.

Incrementaran sus habilidades, su producción, ventas e ingresos.

Los 167 artesanos productores de Sangolquí tienen ventas promedio mensuales de 277.100,00 dólares con la implementación del modelo estas deberán crecer en 30% a los tres meses siguientes a la ejecución de la propuesta, y deberán tener un crecimiento mínimo mensual del 5% correspondiente al mes anterior, para que al cabo de un año hayan crecido 75% como mínimo.

Tabla 80:

Proyección de Ventas

Proyección de ventas

	Ventas	Ingresos	Ingresos per Cápita
Actualmente	277.100,00	120.390,00	720,9
Con el Modelo	360.230,00	156.507,00	937,17
Primer trimestre	414.264,50	179.983,05	1.077,74
Segundo Trimestre	476.404,18	203.459,10	1.218,32
Tercer Trimestre	547.864,80	226.935,15	1.358,89
Cuarto Trimestre	630.044,52	250.411,20	1.499,47

Fuente: Investigación

La tabla muestra el crecimiento de las ventas y de los ingresos que tendrían los artesanos una vez que el modelo sea puesto en ejecución.

Los artesanos productores de Sangolquí después de un año de que se haya ejecutado el plan del modelo sus ingresos podrían ser de 1500 dólares para cada familia de artesano.

5.4.2.2 Beneficio para los Proveedores

Como se mostró anteriormente existirán alrededor de 334 proveedores para los 167 artesanos, es decir se beneficiaran 334 familias.

Los artesanos compran materia prima alrededor de \$156710 mensuales.

Tabla 81:

Proyección Proveedores

Proveedores		
Nacionales	Cantón	Per cápita
156.710,00	78.355,00	469,19
203.723,00	101.861,50	609,95
234.281,45	117.140,73	701,44
269.423,67	134.711,83	806,66
309.837,22	154.918,61	927,66
356.312,80	178.156,40	1.066,80

Fuente: Investigación

Con la implementación del modelo los proveedores del cantón que deberán de ser por lo menos la mitad es decir 167 podrían tener ingresos de \$178156,40 que correspondería para cada familia \$1066,80 que esto representaría un crecimiento del 220% con respecto a lo que hoy están acostumbrados.

5.4.2.3 Beneficios para los Clientes.

Los clientes estarán satisfechos con los productos ya que estos han tenido que pasar por un control de calidad por parte de la universidad y del IEPS, tendrán mayor valor cultural y ancestral, mayor calidad y garantía, además que los clientes tendrán una atención con calidad y calidez por parte de los artesanos.

5.4.2.4 Beneficio para la Espe

La Espe podrá realizar proyectos de vinculación con los artesanos, así podrá cumplir con los objetivos del gobierno que dice que las universidades deben ser una ayuda para la sociedad, y los estudiantes de la Espe mediante los cursos de capacitación tendrán sus horas de vinculación.

5.4.2.5 Beneficio para el Gadmur

El gobierno autónomo descentralizado del municipio de Rumiñahui, se beneficiara a través del flujo de la economía, ya que como los artesanos van a producir más, deben comprar más materia prima la cual deberá de ser por lo menos el 50% dentro del cantón, las familias de los artesanos y proveedores tendrán más dinero para destinarlo al consumo y al ahorro, al consumir bienes o servicios deberán pagar impuestos y esos irán para el gobierno.

5.5 Inversión de la propuesta.

Tabla 82:
Inversión de la Propuesta

PROYECTO	INVERSIÓN
Proyecto de Capacitación y asesoría en Marketing y Ventas	800,00
Colocación de Productos en el mercado Nacional	4.950,00
Creación de base de datos de proveedores	3.220,00
Financiamiento para los artesanos Productores de Sangolquí	300,00
TOTAL	9.270,00

Fuente: Investigación

CAPITULO VI

6.1 Conclusiones

- En la investigación realizada a los artesanos de Sangolquí se concluyó que no tienen un conocimiento claro sobre lo que es y que hace la economía popular y solidaria ni las áreas en que trabaja la misma, como beneficio para los artesanos.
- En base a la investigación se pudo determinar que los artesanos quieren tener más ferias artesanales con campañas de socialización ya que no ven el beneficio de las ferias por parte del gobierno, la promoción de sus productos los artesanos lo realizan mediante el escaparate de sus locales.
- En el ámbito financiero los artesanos han tenido mayor acogida por parte de la banca privada, por eso en la propuesta de nuestro trabajo se plantea trabajar con las cooperativas ya que ellos también están inmersos en la economía solidaria.
- Se vinculara a los artesanos, proveedores entes reguladores y estudiantes en un modelo económico con el fin de concretar la planificación del gobierno respecto a tenas de economía solidaria.
- Se Elaboró una propuesta para el desarrollo inteligente de la economía popular, el cual pueda llegar a los artesanos mediante un comité central, este es el representante entre los artesanos y el gobierno, englobando así a todo un sistema cooperativista para mejorar las condiciones ambientales para los artesanos.

6.2 Recomendaciones

- Realizar capacitaciones técnicas de acuerdo a la rama artesanal y de igual forma en temas administrativos para mejorar procesos y poder tener un producto con valor agregado y de esta manera los artesanos puedan obtener más beneficios.

- Incentivar a los artesanos para su formalización para que de esta manera puedan obtener los beneficios que les otorga la ley.
- Promover la propuesta planteada en este proyecto, con el fin de ejecutarla en su totalidad, mediante otros proyectos en los futuros semestres.
- Realizar un trabajo conjunto con la ESPE para vincular a los estudiantes en proyectos reales para que puedan aplicar los conocimientos adquiridos durante su formación en la institución.

GLOSARIO DE TERMINOS

Comerciantes minorista

Es comerciante minorista la persona natural, que de forma autónoma, desarrolle un pequeño negocio de provisión de artículos y bienes de uso o de consumo y prestación de servicios, siempre que no exceda los límites de dependientes asalariados, capital, activos y ventas, que serán fijados anualmente por la Superintendencia. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y su Reglamento (2012), Art. 76, pág. No. 42

Artesanos

Es artesano el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que desarrolla su actividad y trabajo personalmente. En caso de ser propietario de un taller legalmente reconocido, no excederá los límites de operarios, trabajo, maquinarias, materias primas y ventas, que serán fijados anualmente por la Superintendencia. Ley Orgánica De Economía Popular y Solidaria y su Reglamento (2012). Art. 77, Pág. No. 42

Dependientes asalariados

Se definen como las personas que reciben la remuneración básica unificada regulada por las leyes económicas de una nación, como mínimo, además están afiliadas a la seguridad social local.

Activos

Se los conoce como la estructura total de los recursos necesarios para el normal funcionamiento de una UEP, en las actividades que incluyen los procesos de producción, procesamiento y comercialización del producto o parte de él, estos pueden ser tangibles e intangibles según la oferta y uso en la producción.

Ventas

Es el proceso de la obtención del valor bruto, fruto de la transacción entre el productor de bienes o el prestador de servicios con el consumidor que los demandó.

Resultado del ejercicio económico

Se considera al beneficio neto, que resulta de la venta de un bien o prestación de un servicio, disminuidos en costos y gastos para la producción de dichos bienes y servicios.

Integrantes de las UEP

Es el conjunto de las personas unidas con un sentido de pertenencia y propiedad con respecto a la UEP, en su mayoría son familiares. En el caso de los talleres artesanales, son parte de la UEP también aquellas vinculadas a los procesos a través de otras formas pactadas de relación, como los aprendices y jornaleros.

Producción económica.

Según Vaca (2012), “la producción económica hace referencia a los bienes productos y servicios producidos y comercializados en una área determinada, así tenemos el PIB que es el producto Interno Bruto”, lo que nos lleva a comprender que es todo lo producido en un país incluyendo bienes tangibles y los intangibles conocidos como servicios.

Sector Primario.

Para Catelloti (2006), este sector agrupa:

todas las actividades Económicas que tienen relación con la transformación de los Recursos Naturales como son la agricultura, la minería, la ganadería, la silvicultura,

la apicultura, la acuicultura, la caza, la pesca y piscicultura. Y estos generalmente son utilizados en el sector secundario, es decir el sector primario hace la materia prima para el sector secundario. Pág. 32

Según esta definición se infiere que dicho sector es de vital importancia para los subsiguientes sectores y su producción, además de lograr una transformación de los productos en finales, logra una relación entre recursos

Sector Secundario.

Este reúne las actividades económicas tanto artesanales como las de industria manufacturera, mediante los cuales transforman las materias primas provenientes del sector primario en productos elaborados. Tapia J. (2010)

Actividades Económicas

Es la actividad económica permite la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún tipo de servicio. Acosta, A.; Martínez, E. (2011).

Como cualquier otra actividad al servicio de la satisfacción de las necesidades de las comunidades, son las que generan administración, organización en los grupos de individuos.

Sector Comunitario:

Encontramos varias definiciones, entre estas, la más a relacionada con la realidad local es la definición de La Superintendencia Economía Popular y Solidaria (2012), que menciona:

Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la economía popular y solidaria. Folio 21

Según lo cual podemos ver que la solidaridad debe siempre estar enfocada en una distribución igualitaria.

Solidaridad

Para Vaca (2012), la definición perfecta está dentro del enfoque humano:

La solidaridad es uno de los valores humanos por excelencia, del que se espera cuando un otro significativo requiere de nuestros buenos sentimientos para salir adelante.

La solidaridad nos permite sentirnos unidos a otras personas en una relación que involucra sentimientos necesarios para mantener el funcionamiento social normal.

Lo anterior nos muestra un direccionamiento de la solidaridad con respecto al desarrollo interpersonal.

Calidad de vida

Según Catelloti (2006), la Calidad de Vida : “Es la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes”.

Esto nos indica que la calidad de vida puede ser alcanzada a través de seguir las leyes básicas de la convivencia comunitaria.

Incidencia

Para José A. Tapia Granados (2010) en su Libro *Visión Keynesiana de la Crisis y Realidad Económica del Siglo XXI*, verifica el sentido práctico de esta definición, la incidencia es “una magnitud que cuantifica la dinámica de ocurrencia de un determinado evento en una población dada, la población está formada por personas y los eventos son enfermedades, pero esto es sólo uno de los posibles casos particulares”. Pág. 45.

Se puede deducir entonces que, la incidencia es una medida de proporcionalidad de influencia, en este caso que tanto se influye en las áreas económicas de la población.

BIBLIOGRAFÍA

- Artesanal, L. d. (2013). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiaz-P5zJHLAhWCGB4KHeD1ARYQFggdMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.industrias.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F04%2FA2-LEY-DE-FOMENTO-ARTESANAL>.
- Bastidas Delgado, O. &. (01 de Mayo de 2001). *Google Académico*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62210102>
- Camara Artesanal de Pichincha. (2014). *Camara Artesanal de Pichincha*. Obtenido de <http://camaraartesanaldequito.com/>
- Censos, I. N. (2014). *INEC*. Obtenido de Ecuador en Cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Chaves, R. M. (1998). *Economía Social y Sector no lucrativo*. Obtenido de <http://www.uv.es/uidescoop/CIRIEC-37%20RCH%20-%20JLM.pdf>
- Coraggio, J. L. (2010). *Diamante de las Ventajas Competitivas* . Argentina.
- Coraggio, J. L. (2010). *La Economía social en la Economía Mixta*. Argentina.
- Coraggio, J. L. (2013). *LA PRESENCIA DE LA ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA (ESS) Y SU INSTITUCIONALIZACION EN AMERICA LATINA*. *UNRISD United Nations Research Institute for Social Development*, 90.
- Dalmau, J. I., & Hervás, J. L. (2005). *Sistema de Intangibles regionales*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Ecuador, C. P. (07 de 2008). *Constitución de bolsillo*. Obtenido de www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educación-y-ciencia/13461-constitución-de-bolsillo-ecuador-2008
- Ecuaworld. (2010). *Ecuaworld*. Obtenido de http://www.ecuaworld.com.ec/artesantias_ecuador.htm
- ENEMDU. (2014). *INSTITUTO DE ESTADISTICAS Y CENSOS* . Obtenido de www.ecuadorencifras.com
- GADMUR. (2015). *Gobierno Autonomo Descentralizado de Rumiñahui*. Obtenido de <http://www.ruminahui.gob.ec/>

- IEPS. (2013). *Instituto de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/>
- IEPS. (2015). *INSTITUTO DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA*. Obtenido de www.ieps.gob
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INEC. (2013). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Ecuador en Cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INEC. (2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* . Obtenido de Ecuador en Cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INEC. (2015). *Índices de la Actividad Económica (IAE)*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indices-de-la-actividad-economica/>
- INEC. (2015). *Instituto de Estadísticas y Censos* . Obtenido de www.ecuadorencifras.gob
- JNDA. (2014). *JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO*. Obtenido de www.jnda.gob
- Larraechea, I. &. (1994). *La economía popular, un desafío epistemológico para los economistas*. . Obtenido de Revista de Economía y Trabajo: <https://www.aacademica.org/000-062/530.pdf>
- Laville, J. L. (2009). *Economía solidaria*. . Obtenido de Diccionario de la otra economía .
- LOEPS. (2013). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/interna-npe?760>
- Max, M., & Neef. (1990). *El desarrollo a escala humana*. Santiago: Zed Books.
- MIES. (2015). *Ministerio de Inclusión Económica y Social* . Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/>
- Naranjo, C. (2011). *La ley de Economía Popular y Solidaria del Ecuador*. Quito: Fundacion Divina Pastora.
- Porter, M. (1999). *Clusters and Competition: New Agendas for Companies*. Harvard Business School.
- Porter, M. (2011). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. New York: Harvard Business.

- Porter, M. E. (1991). *The Competitive Advantage of the Inner America's Green Strategy*. Scientific American.
- Porter, Michael. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Razeto, L. (1993). *Economía de solidaridad y organización popular*. Sao Paulo: Cortez.
- Red Nacional de Grupos Gestores. (2013). *Grupos Gestores. ORG*. Obtenido de www.gruposgestores.org
- Richer, O. B.-D. (2001). *Economía social y economía solidaria*. Obtenido de Google Académico :
http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0138/economia_social_y_economia_solidaria.pdf
- Rodríguez, E. T. (2015). *Alana Informática*. Obtenido de <https://alanastqmjb.wordpress.com/2013/05/28/materiales-artesanales-y-tecnicos>
- Salazar, C. (septiembre de 2014). Registro y control de costos de producción en la Asociación de Zapateros y Afines Luz del Obrero de la Federación Provincial de Artesanos Profesionales de Tungurahua. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Sampeiri, R. H. (enero de 1997). *Metodología de la investigación* . Recuperado el sábado de agosto de 2014, de http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod_invest.pdf
- Sarria, A. M. (2004). *Economía Popular*.
- SENPLADES. (2013 - 2017). *Plan Nacional del Buen Vivir* . Quito.
- SENPLADES. (2014). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/>
- SRI. (2013). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/>