

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS**

*Facultad de Ciencias Administrativas y Contables*

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS HECHAS CON EL CASCO DEL  
COCO, EN EL CANTON ESMERALDAS**

**Tesis escrita presentada como requisito para  
Obtener el Título de Grado de:**

**INGENIERA CPA Y AUDITORA**

***Presentado por:***

**GEOVANA LOPEZ BONE**

***Directora de Tesis:***

**Ing. TERESA ORTIZ**

**ESMERALDAS – ECUADOR**

*Disertación aprobada luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoria*



**DIRECTORA DE DISERTACIÓN**



**LECTOR 1**



**LECTOR 2**



**DIRECTORA DEL PROGRAMA**

**Fecha:** \_\_\_\_\_

## DEDICATORIA

*Dedico mi trabajo de grado, a mis padres Luís y Leila que se convirtió en un ANGEL desde el cielo y desde haya se convirtió en mi guía diaria para realizar este trabajo,*

*a mis hermanas y de manera especial a mi hija **LAYLA** que es mi vida y fue el principal impulso y apoyo para luchar por salir adelante en mis metas establecidas.*

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios, a mis Padres y a mis Hermanas y sobrinos,  
Por haberme dado su apoyo, comprensión y  
Solidaridad en este paso en vida.*

*Agradezco a los amigos y familiares más cercanos  
quienes han estado a mi lado como testigos y apoyo en este caminar.*

*A los profesores y maestros desde la infancia  
hasta la etapa que hoy que culmino , gracias por sus sabias enseñanzas.*

*Y de manera muy especial agradezco a la **Ing. Teresa Ortiz** por haber sido una  
verdadera guía y amiga en el desarrollo de este proyecto de grado.*

## PROLOGO

*La provincia de Esmeraldas, se caracteriza por ser una zona agrícola de alto nivel y por poseer condiciones de clima excelentes para desarrollar los cultivos de como palma africana, maracuyá y coco específicamente. Siendo este último, el fruto considerado de los mil usos, ya que se puede obtener un sin números de derivados donde se analizó las artesanías.*

*Cabe mencionar que tanto el cantón de Esmeraldas y Atacames a pesar de tener todo a su favor para tener crecimiento económico, carecen de una buena estructura organizativa, infraestructura adecuada, tecnología avanzada y poca visión empresarial que limita el desarrollo artesanal provocando así el descontento de los que producen, que día a día trabajan para obtener los beneficios de su producción.*

*La poca visión empresarial y la falta de orientación por parte de las autoridades en dar a conocer las artesanías y entidades financieras para promover al artesano provocan el no crecimiento económico que vive el cantón. Si existiera más preocupación por parte de estos organismos e incentivaran al artesano, se conseguiría aumentar las fuentes de trabajo, el nivel de ingresos y el desarrollo cantonal y provincial. Palpando esta necesidad, nace la idea de hacer algo importante por demostrar que nuestra gente puede dar a conocer su material artesanal innovador y de buena calidad.*

## **RESUMEN EJECUTIVO**

*Este proyecto no solo será el alcance a la obtención de un título, sino que se pone a la disposición como una alternativa de negocio sencillo que dará resultados buenos tanto en el ámbito social, económico y laboral, ya que permitirá tener mejores oportunidades para la población artesanal.*

## **DIAGNÓSTICO**

- ❖ *Luego de haber utilizado todos los instrumentos que permitieron llegar a cristalizar la investigación, se puede proceder a hacer un análisis FODA como a continuación se detalla.*

## **FORTALEZAS**

- ❖ *Disponibilidad de la materia prima*
- ❖ *Adecuada vías de acceso.*
- ❖ *Disponibilidad de mano de obra capacitada.*

## **OPORTUNIDADES**

- ❖ *Posibilidad de atraer capital fresco.*
- ❖ *Mayor posibilidad de canales de distribución del producto.*
- ❖ *Poder de innovación del producto.*

## **DEBILIDADES**

- ❖ *Alto costo de mano de obra*
- ❖ *Mercado interno pequeño de artesanías.*
- ❖ *Falta de crédito inmediato.*

## **AMENAZAS**

- ❖ *Incremento de precios de los productos.*

- ❖ *Crisis económica*
- ❖ *Baja de ingresos de turistas a la ciudad*

***Teniendo como propuesta de investigación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS HECHAS CON EL CASCO DEL COCO ,EN EL CANTÓN ESMERALDAS ”, luego de su desarrollo se puede resumir en el siguiente contenido.***

**G**

- ❖ *Propuesta Técnica, Inversión; Propuesta Organizativa y Legal; Organigrama Estructural y Funcional; Objetivos; Políticas; Misión, Visión; Propuesta Económica Financiera con y sin financiamiento; Flujo de Caja; Análisis de Sensibilidad.*
- ❖ *Análisis de Impactos en diferentes campos, y se obtuvieron los siguientes resultados: Impacto Social: medio positivo, Impacto Cultural: bajo positivo, Impacto Económico: alto positivo.*

***Las Conclusiones más relevantes entre otras planteadas son:***

- ❖ *No existe un establecimiento donde se oferte la variedad de artesanías en coco en Esmeraldas.*
- ❖ *La Comercializadora de Artesanías “**artesanías en su coco**”, incidirá en el crecimiento y desarrollo de la ciudad, generando ingresos y fuentes de empleo.*

***Las Recomendaciones más notables e importantes de este Estudio son:***

- ❖ *Que el presente proyecto no sea un material bibliográfico más de biblioteca sino una herramienta de inversión.*
- ❖ *La planta debe funcionar los 365 días del año para obtener los niveles de ventas esperados, y para abastecer al cliente cuando él lo desee.*

## SUMARIO

RESUMEN EJECUTIVO  
AUTORIA  
PRESENTACIÓN  
AGRADECIMIENTO  
DEDICATORIA  
INTRODUCCIÓN

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>Pag.</b>
1.1 Problema.....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Justificación.....	3
1.4 Objetivos.....	4
1.4.1 Objetivo general.....	4
1.4.2 Objetivos específicos.....	4
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA</b>	
2.1 Tipo y nivel de investigación.....	5
2.2 Método de estudio.....	5
2.2.1 Método Inductivo.....	5-6
2.2.2 Método Deductivo.....	6
2.2.3 Método analítico – Sintético.....	6
2.3 Identificación de la población y muestra.....	6
2.4 Información primaria.....	7-8
2.4.1 Encuestas.....	8
2.4.2 Observación.....	8
2.5 Información secundaria.....	8
2.6 Matriz de relación diagnóstica.....	9

## **CAPÍTULO II**

### **ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA**

<b>2.1 Tipo y nivel de investigación.....</b>	<b>5</b>
<b>2.2 Método de estudio.....</b>	<b>5</b>
<b>2.2.1 Método Inductivo.....</b>	<b>5-6</b>
<b>2.2.2 Método Deductivo.....</b>	<b>6</b>
<b>2.2.3 Método analítico – Sintético.....</b>	<b>6</b>
<b>2.3 Identificación de la población y muestra.....</b>	<b>6</b>
<b>2.4 Información primaria.....</b>	<b>7-8</b>
<b>2.4.1 Encuestas.....</b>	<b>8</b>
<b>2.4.2 Observación.....</b>	<b>8</b>
<b>2.5 Información secundaria.....</b>	<b>8</b>
<b>2.6 Matriz de relación diagnóstica.....</b>	<b>9</b>

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO TEÓRICO**

<b>3. Aspectos generales de la provincia de esmeraldas.....</b>	<b>10</b>
<b>3.1 Contexto geográfico. ....</b>	<b>11</b>
<b>3.2 Contexto socio-económico.....</b>	<b>11-12</b>
<b>3.3 Diagnostico de las áreas de estudio.....</b>	<b>13</b>
<b>3.3.1 Cantón Esmeraldas.....</b>	<b>13</b>
<b>3.3.2 Límites.....</b>	<b>13</b>
<b>3.3.3 Clima.....</b>	<b>13-14</b>
<b>3.3.4 Parroquias.....</b>	<b>14</b>
<b>3.3.5 Recursos Naturales.....</b>	<b>14</b>
<b>3.3.6 Actividades Económicas.....</b>	<b>15</b>
<b>3.3.7 Vías de COMUNICACIÓN.....</b>	<b>15-16</b>
<b>3.3.8 Educación y cultura.....</b>	<b>16</b>
<b>3.3.9 Costumbres.....</b>	<b>16</b>
<b>3.4 Análisis económico.....</b>	<b>17</b>
<b>3.4.1 Economía.....</b>	<b>17-18</b>
<b>3.5 Análisis sociocultural.....</b>	<b>19</b>
<b>3.5.1 Demografía.....</b>	<b>19</b>
<b>3.5.2 Urbanismo.....</b>	<b>19-20</b>
<b>3.5.3 Antecedentes históricos de la cultura esmeraldeña.....</b>	<b>20-21</b>
<b>3.6 Cantón Atacames.....</b>	<b>22</b>
<b>3.7 Definición de empresa.....</b>	<b>23</b>
<b>3.7.1 Clasificación de la empresa.....</b>	<b>23-24</b>

3.7.1.1 Por su tamaño. ....	24
3.7.1.2 Por el origen del capital. ....	24
3.7.1.3 Por la explotación y conformación de su capital.....	24-25
3.7.1.4 Por el número de propietarios.....	25
3.7.2 Empresa privada.....	25-26
3.7.3 Pymes. ....	26
3.8 Conceptos básicos de turismo.....	27
3.8.1 Turismo.....	27-28
3.8.2 Efectos económicos del turismo.....	29-31
3.9 Las artesanías.....	32
3.9.1 Definición.....	32
3.9.2 Artes manuales.....	32
3.9.3 Origen.....	33
3.9.4 Principales organismos de apoyo artesanal de apoyo.....	34
3.9.4.1 Las artesanías en la Ley de Fomento del Artesano.....	35
3.9.4.2 Ministerio de industria y competitividad (MIC).....	35-38
3.9.4.3 La cámara artesanal de esmeraldas.....	39
3.9.4.3.1 Descripción de la organización.....	39-40
3.9.4.3.2 Responsables de la organización.....	41
3.9.4.4 Fundación Interamericana.....	42
3.10 Conceptos básicos.....	43-45

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Antecedentes.....	47-50
4.2 El coco.....	50
4.2.1 Concepto.....	50-51
4.2.2 Tipos de cocoteros.....	51-52
4.2.3 Aplicaciones del coco en general.....	53-55
4.3.1 Definición y conceptos sobre artesanía.....	55
4.3.2 Características de un producto artesanal:.....	55-56
4.3.3 Tipos de Artesanías.....	56
4.3.4 Definición de la producción artesanal esmeraldeña.....	57
4.3.5 Clasificación de las ramas artesanales.....	57-58
4.3.6 Diversidad de las artesanías esmeraldeñas.....	58-59
4.4 Diagnóstico socio económico de la Provincia de Esmeraldas en relación a las artesanías, su cultura y folklor.....	60-68
4.5 Investigación de mercado.....	68-76
4.5.1 Análisis general de encuesta.....	77
4.6 Análisis del mercado .....	78
4.6.1 Reseña histórica del desarrollo de las artesanías en la provincia.....	78-81
4.6.2 Estudio de la oferta.....	81
4.6.2.1 Tipos de artesanías que se ofertan.....	81-82
4.6.3 Artesanías en coco.....	83
4.6.3.1 Materia prima.....	83
4.6.3.2 Variedades de artesanías en el casco del coco.....	83-84

4.6.4.3 Segmentación del mercado .....	85-86
4.6.5 Análisis en la proyección de las ventas .....	86-91
4.6.5.1 Calculo de las unidades a vender.....	92-93
4.6.5.2 Comportamientos de la oferta proyectada de artesanías en 10 años.....	95-96
4.6.6 Estudio de la demanda.....	96-97
4.6.6.1 Características de los demandantes.....	98
4.6.6.2 Análisis de la proyección en compras de artesanías.....	99-101
4.6.7 Demanda insatisfecha.....	102
4.7 Canal de comercialización o distribución.....	103-104
4.8 Precio del mercado.....	104-105
4.9 Términos de ventas.....	105-106
4.10 Promoción y Publicidad.....	106
4.10.1 Promociones.....	107
4.11 Mercado competidor.....	108
4.11.1 Análisis del mercado de la ciudad de esmeraldas .....	108-109
4.11.2 Mercado de Atacames.....	109-110

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO DE TAMAÑO LOCALIZACION Y TÉCNICO**

5.1 Análisis del tamaño.....	111
5.1.1 Distribución grafica de la empresa .....	111-112
5.2 Localización de la Fábrica comercializadora.....	113
5.2.1 Grafico de ubicación.....	113
5.3 Requerimiento del Proyecto.....	113
5.4.1 Distribución Área de Trabajo.....	114

5.4 Proceso Productivo.....	114
5.4.1 El artesano y su producción .....	115
5.4.2 Proceso de las artesanías simples.....	116
5.4.3 Proceso de venta.....	117
5.4.4 Descripción del proceso:.....	118
5.5 Capacidad de la empresa.....	119
5.5.1 Costo de venta.....	119
5.5.2 Maquinaria y equipo.....	120
5.5.3 Inversión Fija.....	120
5.5.4 Capital de Operación.....	120-122

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTUDIO ORGANIZATIVO**

6.1 Razón Social y Objetivos de la Empresa.....	123
6.2 Organización Estructural y Funcional de la Empresa.....	123-126
6.3 Organigrama estructural de la comercializadora .....	127
6.4 Modelo del rol de pagos.....	127
6.5 Manual de Funciones .....	128-130

## **CAPITULO VII ESTUDIO FINANCIERO**

<b>7.1 Inversión fija.....</b>	<b>130-132</b>
<b>7.2 Requerimiento del recurso humano.....</b>	<b>133</b>
<b>7.3 Depreciaciones .....</b>	<b>134-135</b>
<b>7.4 Costos Operacionales.....</b>	<b>136</b>
<b>7.4.1 Resumen de gastos mensuales.....</b>	<b>136</b>
<b>7.5 Fuentes de financiamiento.....</b>	<b>136</b>
<b>7.5.1 Tabla de amortización gradual.....</b>	<b>137-138</b>
<b>7.6 Cuadro para el cálculo del punto de equilibrio.....</b>	<b>139-140</b>
<b>7.7 Estado de situación financiera .....</b>	<b>141</b>
<b>7.8 Estado de resultados proyectado resultado.....</b>	<b>142</b>
<b>7.9 Indicadores financieros del proyecto.....</b>	<b>143-144</b>

## **CAPÍTULO VIII ANÁLISIS DE IMPACTOS**

<b>8.1 Impacto Social.....</b>	<b>145-146</b>
<b>8.2 Impacto Cultural.....</b>	<b>147-148</b>
<b>8.3 Impacto Económico.....</b>	<b>148-149</b>
<b>8.4 Impacto Global del Proyecto.....</b>	<b>149</b>

CONCLUSIONES .....	150
RECOMENDACIONES.....	151
BIBLIOGRAFIA.....	152-154
ANEXOS.....	155
ENCUESTAS.....	156-158
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	159
MODELO DE ARTESANIAS.....	160
CATALAGOS DE ARTESANIAS	



## INTRODUCCIÓN

*Es muy importante analizar todas las cosas positivas y negativas que se presentan dentro y fuera de la empresa, debido a que esto permitirá realizar un diagnóstico de las oportunidades y debilidades que se pueden notar previos un análisis.*

*Se ha analizado en el tercer capítulo toda la información obtenida de los futuros clientes, de las condiciones de la competencia, su educación y características durante periodos, que ha permitido establecer proyecciones de ventas.*

*En el cuarto capítulo, permitió determinar las necesidades técnicas, administrativas que necesitarán para llevar a ejecución la propuesta, como su infraestructura, necesidades de espacio, de equipos para su funcionamiento.*

*El quinto capítulo detallo las condiciones organizacionales y legales de cómo va a estar constituida y administrada la empresa, en conjunto con el recurso humano.*

*El sexto capítulo, abarco toda la información económica financiera que cristalizará la factibilidad del proyecto conforme a la inversión, junto con un análisis de sensibilidad que se ajustará a necesidades que se presenten conforme al manejo de la inversión sea esta sujeta a créditos financieros o con recursos propios.*

*El séptimo capítulo analizo los impactos desde diferentes enfoques, social, cultural, educativo y económico que influyen en el éxito del proyecto conforme a su entorno.*

*Finalmente se concluye este trabajo investigativo de propuesta de inversión, planteando conclusiones y recomendaciones que deberán ser tomadas en consideración durante el proceso de ejecución, control y evaluación del mismo.*



## CAPÍTULO I

### 1.1 PROBLEMA

*La no explotación total de los recursos que se obtienen del coco, hace que en el Cantón y Provincia no existan lugares, donde se fabrique y comercialicé este recurso como materia prima. Además no permite su distribución a nivel nacional.*

### 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

*El escaso aprovechamiento de los productos q se obtienen del coco, disminuye las posibilidades de demostrar la variedad de artesanías que pueden confeccionarse, evitando alcanzar los beneficios económicos esperados e influyendo en el crecimiento artesanal del coco.*



### 1.3 JUSTIFICACIÓN

*Esmeraldas siendo una de las provincias ricas en su cultura y en recursos naturales, no ha sido explotada de manera organizada la diversidad de productos que en ella existe, como es el caso del coco, fruto que además de proporcionar un exquisito gusto al paladar humano, permite que su concha sea aprovechada en la confección de un sin numero de artesanías poco conocidas y promulgadas en nuestro medio.*

*Conociendo el desinterés y deficiente publicidad por parte de las autoridades para explotar el arte cocotero, se propone la creación de una comercializadora de artesanías hechas en base del casco del coco, en el cantón Esmeraldas, la que contribuirá en el desarrollo económico y artesanal de la provincia, generando fuentes de trabajo , esmeraldeños que posean habilidades y conocimientos en el arte ,diseño y elaboración de recursos que se obtienen de este fruto, no aprovechado ni explotado en su totalidad .Por otro lado se pretende rescatar la cultura agropecuaria de los pueblos y evitar el desperdicio de la mano de obra.*

*Esta pretende despertar el interés de nuestro pueblo para que aproveche al máximo todos los recursos naturales en especial, a los artesanos que serán los directos beneficiarios, dotándolo de un material investigativo que le permita retroalimentar ciertas bases sobre la variedad de artesanías que se obtienen del coco, permitiendo un impacto financiero, social y educativo del proyecto.*



## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

*Realizar un estudio de factibilidad, para analizar la creación de una comercializadora de artesanías hechas con el casco del coco en el Cantón Esmeraldas, utilizando técnicas de proyecto que permitan las ventajas de su implementación.*

### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ❖ *Determinar mediante un estudio de mercado los posibles consumidores y competidores existentes en el mercado.*
- ❖ *Establecer a través de un análisis técnico, la inversión necesaria para que pueda operar la empresa.*
- ❖ *Desarrollar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.*
- ❖ *Analizar los impactos positivos y negativos que influyen en la ejecución del proyecto.*



## CAPITULO II

### ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

#### 2.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

Esta investigación es de tipo **Descriptiva**; porque enmarco opiniones y comentarios y también es de tipo **Analítica**, por cuanto se busca analizar cada una de las variables planteadas en la investigación , información que será pieza fundamental para el desarrollo del estudio , permitiendo de esta manera determinar la necesidad de implementar una “Comercializadora de Artesanías hechas con el casco del Coco, la misma que contará con las mejores características, técnicas, industriales y administrativas para dar cumplimiento a las expectativas del consumidor , productores , artesanos y agricultores creando oportunidades de trabajo y mejorando el nivel de ingresos del cantón.

#### 2.2 MÉTODO DE ESTUDIO.

##### 2.2.1 Método Inductivo.

Este método se utilizará en la medida en que se realice el análisis de la variables como son la oferta y la demanda del coco, enfocando a la parte no explotada en su totalidad como es el casco del coco usado para crear las artesanías y acontecimientos fundamentales para poder enunciar aspectos de carácter general, de tal forma que se pueda llegar a conceptos e interpretaciones que sean válidas para toda la población enfocada en el ingreso de los turistas

##### 2.2.2 Método Deductivo.

Se aplicó en todo momento y circunstancia del desarrollo de la investigación; ya que será indispensable partir de teorías, leyes y concepciones científicas y técnicas de carácter general establecidas en textos especializados en la



producción del coco , para llegar a la aplicación práctica basándose en el aprovechamiento total de las partes que componen el fruto específicamente el casco, y demás aspectos, hechos y circunstancias de carácter particular en la investigación bibliográfica; y por supuesto en la propuesta de proyecto establecida.

### **2.2.3 Método analítico – Sintético**

La aplicación de este método es fundamental en la presente investigación, ya que por un lado se pretende sobre la base de la investigación principalmente documental realizar síntesis que permitan operativizar y entender ciertos aspectos; dicha síntesis serán explicitadas en el informe final en forma de: redacción con gráficos, cuadros sinópticos y esquemas en general.

De igual manera se desarrollará análisis profundos y técnicos de la información captada tanto en los lugares de los acontecimientos como en las fuentes de información secundaria (textos e Internet)

## **2.3 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.**

Para obtener la muestra a la que se le aplicará el cuestionario, debemos tener presente que el universo o población es el ingreso de turistas al Cantón Atacames en los últimos años.

### **DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA**

Para determinar la confiabilidad de la información que se receiptó, se considerará a todos los posibles consumidores de los recursos que se obtienen del coco, es decir se trabajara con una muestra obtenida de la población del ingreso de turistas al Cantón Atacames lugar donde la afluencia de turistas es mayor en la provincia.



Esta información será de acuerdo al uso de las diferentes técnicas estadísticas para visualizar los diferentes pasos e interpretar los resultados.

$$N = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + N e^2}$$

- n = Tamaño de la Muestra
- N = Población o Universo (120000) (Fuente cámara de turismo)
- P = Probabilidad de Ocurrencia 0.30
- Z<sup>2</sup> = Nivel de Confianza (1.92)
- e = Límite Aceptable de Error (0.05)
- Q = Probabilidad de no ocurrencia 0.30

$$\frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (120000)}{(1.96)^2(0.50) (0.50) + (120000) (0.05)^2} =$$

n= 383

La encuesta será a 383 turistas del Cantón Atacames

## 2.4 INFORMACIÓN PRIMARIA

La recolección de datos se hizo a través de entrevistas no documentadas, encuestas y observación directa, de igual forma se revisarán libros y manuales de organismos especializados en el tema.

### 2.4.1 ENCUESTAS

Se aplicaron encuestas a los turistas para que aporten con información requerida



para la investigación; las mismas que serán aplicadas a una muestra calculada matemáticamente sobre la base de una población a investigarse.

#### **2.4.2 OBSERVACIÓN**

Siendo un proyecto de investigación se fundamentó el hecho de que quien investiga esté inmiscuido permanentemente en los hechos y acontecimientos relacionados con el proyecto, de tal forma que se pueda observar técnica y objetivamente aspectos y subaspectos relevantes para captar información para el proyecto.

#### **2.5 INFORMACIÓN SECUNDARIA**

En la investigación de se revisarán libros, folletos, Internet, manuales de organismos especializados en el tema.



2.6 MATRIZ DE RELACION DIAGNOSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACION
1. Determinar mediante un estudio de mercado, los posibles consumidores y competidores existentes en el mercado	Oferta Demanda	Localización Artesanías Calidad y Precio Consumidores	Encuesta, Observación Encuesta, Observación Encuesta, Observación Encuesta, Observación	Productores (primaria) Técnicos Artesanos
2. Establecer a través de un análisis Técnico, la inversión necesaria para operar la empresa.	Equipamiento	Ubicación Geográfica Tamaño Instalaciones y Maquinarias Ingresos y Gastos	Observación Observación Observación y Encuestas	Profesionales Cotizaciones
3. Desarrollar un estudio Financiero para determinar la factibilidad del proyecto	Rentabilidad	Van TIR Costo Beneficio	Documental Documental	Bibliográfico (secundaria) Profesional
4. Analizar los impactos positivos y negativos que influyeron en la ejecución del proyecto	Nivel de Impactos	Sociocultural Educativo Económico	Entrevista y Observación Entrevista y Observación Entrevista y Observación	Entorno



## CAPÍTULO III

### MARCO TEORICO

#### 3. ASPECTOS GENERALES DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

##### 3.1 Contexto geográfico.



La provincia de Esmeraldas está localizada en el extremo noroccidente de la República del Ecuador bordeada por el Océano Pacífico. Tiene un área de 17.807 KM<sup>2</sup> equivalente al 6.3% del territorio nacional y una superficie marítima de 46.155 km<sup>2</sup>. Esta limita al norte por el Océano Pacífico y la República de Colombia; al sur por las provincias de Manabí y Pichincha; al este por el Océano Pacífico y al oeste por las provincias de Carchi e Imbabura.

El territorio es plano, ligeramente alterado por las montañas ubicadas al sur de la provincia, pero sin elevaciones importantes. La costa está llena de cabos, ensenadas y



puntas que favorecen la actividad turística, la navegación marítima y la pesca en naves de diferente calado; estos aspectos no han sido muy bien aprovechados.

La región es rica en biodiversidad, contando con grandes extensiones de bosque tropical y manglares, que se han visto amenazados por las industrias madereras, mineras y del camarón, desarrolladas en la zona sin respetar las leyes de protección ambiental y los derechos de la población local.

### **3.2 Contexto socio-económico.**

En la última década (1990 a 2001), la población de la provincia de Esmeraldas se incrementó en un 22%, pasando de 315.449 habitantes a 385.223. La población urbana decreció en el 15,70% debido a la emigración del campo a ciudad, también creció la emigración al exterior, motivado por la falta de fuentes de trabajo. Y la rural ha crecido en un 180,8% por el alto índice de natalidad y por el proceso acelerado de urbanización de algunas de sus parroquias rurales.

Según datos del año 2001, el 74,2% de la población posee vivienda propia, en la **mayoría de los casos sin condiciones de habitabilidad (tipo cabaña o choza)**, 12,8% alquilan, 12,4% es gratuita o por servicios, y el 0,7% es por otro concepto. Apenas, el 64,7% de las viviendas se encuentran abastecidas de agua potable, por lo que los habitantes han acudido a otras alternativas como ríos, acequias, canales y a la compra de agua a través de vehículos con tanques.

El 69,2% de la población esmeraldeña es pobre; y el 24,7% extremadamente pobre, lo que ha ocasionado una emigración masiva a los países europeos y a los Estados Unidos.



Según datos macroeconómicos manifiestan que se está estabilizando la economía del país, pero realmente se está incrementando la pobreza por la distribución inequitativa de los ingresos. El porcentaje en el presupuesto para gasto social es uno de los más bajos de América Latina (aproximadamente 30%).

En el año 2004, los ocupados plenos fueron solamente el 22,4%; subempleados el 65,9% y los desocupados el 11,7%, por lo que se incrementó la emigración y el trabajo informal.

Durante el período de marzo a diciembre 2004, el costo de la canasta familiar básica se incremento en un 3%. De acuerdo a los ingresos familiares promedio, a cada familia le faltaría un 32% para cubrir sus necesidades básicas. La inflación de enero a diciembre 2004 es de 1.95%, debido mayoritariamente al aumento de los precios de alquiler y servicios básicos.

La situación socioeconómica de muchas familias esmeraldeñas han impedido que grupos de niños y jóvenes accedan a una institución educativa. El 11% de la población total, comprendida entre los 10 años de edad y más, es analfabeta.

El 18% de la población tiene acceso a la educación superior (el 3,4% en el área rural y el 21,5% en la urbana).

La población en edad de trabajar es de 198.126 personas, de los cuales el 46,43% se encuentra económicamente activo. El 29,2% es la tasa bruta de participación laboral.



### **3.3 DIAGNÓSTICO DE LAS AREAS DE ESTUDIO**

#### **3.3.1 CANTÓN ESMERALDAS**

Esmeraldas, verde como la vegetación que la rodea, la ciudad de Esmeraldas, en el Cantón del mismo nombre, es la cabecera cantonal y capital provincial; se asienta en el margen izquierdo junto a la desembocadura del río Esmeraldas en el Océano Pacífico.

Es una ciudad que ofrece posibilidades para los negocios, la cultura, la recreación, diversión nocturna, la gastronomía, la religión y que además se integra con la oferta de la región.

Hace algunos años Esmeraldas no figuraba en ninguna guía turística. A muy pocos se les ocurría pensar en visitar Esmeraldas como el destino ideal de vacaciones.

#### **3.3.2 LÍMITES**

Sus límites son los siguientes.

Norte: Océano Pacífico

Sur: Cantón Quinindé

Este: Cantón Rioverde

Oeste: Cantón Atacames

#### **3.3.3 CLIMA**

Su clima es cálido, modificado en las estaciones de invierno y verano, con características especiales que lo diferencian; el invierno empieza en los últimos días del mes de diciembre para declinar en junio. El cantón al igual que la provincia se caracteriza por ser un territorio húmedo, con una pluviosidad anual sobre los 700 mm; tiene una temperatura media anual que oscila alrededor de 25°C.



El cantón se caracteriza por ser bastante plano; sus elevaciones que no sobrepasan los 400 metros sobre el nivel del mar, se sienta en un terreno bajo arcilloso y arenoso.

En casi toda el área del cantón Esmeraldas se identifica el sistema hidrográfico del río Esmeraldas tomando en consideración al Teaone como su afluente principal en el cantón ya prácticamente al final de su recorrido.

Entre las principales Zonas de Vida tenemos: bosque muy seco Tropical, bosque seco Tropical, bosque húmedo Tropical, bosque muy húmedo Tropical, bosque muy húmedo Pre Montañoso, bosque pluvial Pre Montañoso y bosque muy húmedo Montañoso Bajo.

#### **3.3.4 PARROQUIAS**

El cantón Esmeraldas tiene 5 parroquias urbanas que son: Esmeraldas, Luis Tello, 5 de Agosto, Bartolomé Ruiz, Simón Plata Torres y 8 parroquias rurales que son: Camarones, Carlos Concha, Chinca, Majua, San Mateo, Tabiazo, Tachina y Vuelta Larga.

#### **3.3.5 RECURSOS NATURALES**

Esmeraldas juega un papel destacado en el desarrollo nacional por su dotación de recursos naturales, particularmente los forestales, hídricos e ictiológicos. La principal actividad es la agropecuaria; en esta provincia se cultiva: banano, palma africana, maíz, fréjol, yuca, tabaco, achiote, cítricos, legumbres, hortalizas, sandías, melones, plátanos, caña de azúcar, cocoteros, abacá, arroz. La presencia de recursos ictiológicos costeros y de aguas interiores tales como los recursos de camarón, pesca blanca, da lugar al establecimiento de actividad pesquera industrial con plantas de procesamiento de congelado, harina de pescado, etc.

#### **3.3.6 ACTIVIDADES ECONÓMICAS**



El comercio en esta provincia es muy dinámico ya que posee varias fuentes de ingresos. Por la gran producción agropecuaria y la riqueza del suelo, se han establecido industrias de aceite, jabones, implementos agrícolas, caucho, tagua, cemento, carbón. Además existen pequeñas industrias manufactureras, madereras, de productos químicos y derivados de petróleo.

El rubro turístico se lo puede considerar de vital importancia para la economía de la provincia; se puede admirar los sobrios trabajos de los antepasados indígenas de Esmeraldas, en cuanto a cerámica y minerales. Los balnearios son de calidad, por su aportación natural, como Atacames, Súa, Castelnovo, Camarones, Río Verde, La Palmas y Muisne. Otros sitios de visita son: la Laguna de la Ciudad, en Borbón; la Laguna de Sede, en Quinindé; el río Esmeraldas, el Panecillo, Santa Cruz, Puerto Marítimo, Terminal Petrolero de Balao, etc.

### **3.3.7 VIAS DE COMUNICACIÓN**

La infraestructura vial está constituida básicamente por las siguientes carreteras:

Esmeraldas –San Mateo-Borbón – San Lorenzo – Ibarra.

Esmeraldas Muisne –San José de Chamanga- Pedernales

Esmeraldas La Independencia – Los Bancos Quito.

Esmeraldas –La Concordia – Santo Domingo de los Colorados

El cantón se comunica por vía aérea con Quito. Cuenta con el Aeropuerto "General Rivadeneira " y las compañías ICARO y TAME realizan la transportación aérea.

Este cantón posee un puerto comercial marítimo de primer orden al cual llegan buques de alto calado que traen y llevan productos de importación y exportación.



Tiene un puerto pesquero y de cabotaje, como también se encuentra el puerto de Balao, por donde sale el petróleo a los centros de producción mundial.

### **3.3.8 EDUCACIÓN Y CULTURA.**

La provincia de Esmeraldas tiene 108 establecimientos para el pre-escolar, 859 para educación primaria y 140 para la enseñanza media. Cuenta con una Universidad Técnica, "Vargas Torres," la que se fundó en el año 1968. La entidad que trabaja por el desarrollo de las artes es la Casa de la Cultura. En el aspecto de la salud en el ciudad , se atiende a sus habitantes a través de dos hospitales generales y ocho clínicas particulares. Según datos del INEC (1999) hay nueve médicos por cada 10.000 habitantes.

### **3.3.9 COSTUMBRES.**

La población festeja anualmente su independencia el 5 de agosto con desfiles cívicos y actividades de mucha alegoría. De igual manera se realizan festejos religiosos. El principal instrumento musical es la marimba, con la cual se entonan ritmos que invitan a la danza. Es muy conocido el baile de la "caderona".

Los platos que se preparan son a base de pescado, mariscos, coco, verde conocidos con el nombre de "tapao "y "encocao" acompañados de arroz que nunca falta en la mesa de los habitantes de todas las regiones del Ecuador. También existen otros platos típicos esmeraldeños como los elaborados con la carne de animales silvestres como la guanta, el armadillo, la guatuza y cerdo. Platos dulces como las cocadas, la "chucula" y otros.



### 3.4 ANÁLISIS ECONÓMICO

#### 3.4.1 ECONOMÍA

La red de carreteras que conectan a la provincia de Esmeraldas con el interior del país, permite que se desarrollen varias fuentes de ingresos para la provincia, como por ejemplo, existe gran afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros debido a que goza de una temperatura promedio de 25°C durante todo el año. Se han creado complejos recreativos, hoteles, restaurantes, cabañas que son visitadas especialmente por los turistas de la Sierra en los meses de julio a septiembre, porque es temporada vacacional.



Otra fuente de ingreso es la industria y el comercio. La producción de palma africana ha permitido el desarrollo y comercialización de aceites y jabones. A la economía de la provincia y del país, se incorporó la exportación del petróleo que se la hace desde el Puerto de Balao. La producción pesquera abastece al interior y exterior de la provincia. Y para exportación se comercializa la carne y leche del ganado vacuno; el caucho, banano, coco.





La explotación maderera puede ser un ingreso económico temporal porque se la realiza sin una buena planificación. Es penoso observar cómo grandes camiones trasladan los árboles que se talan sin control alguno de las autoridades. En un futuro muy cercano ya no tendremos esas reservas ecológicas de las que nos beneficiamos todos, sino que tendremos desiertos y hambruna. Es obligación moral de todos nosotros, vigilar estas tierras nacionales y exigir que las normas de protección ecológica se cumplan para evitar catástrofes naturales.





### 3.5 ANÁLISIS SOCIOCULTURAL

#### 3.5.1 DEMOGRAFÍA.

Según datos del INEC del año 1996, la provincia de Esmeraldas cuenta con 381 135 habitantes. La densidad poblacional es de 27,35 habitantes por km<sup>2</sup> al año 2000. Los pueblos indígenas que se asentaron en la provincia fueron los Chachis. La raza negra, que hoy habita en esta provincia, tiene sus orígenes en África.



Cuenta la historia que en la época de la conquista de América, los europeos traían negros del África en calidad de esclavos para trabajar en tierras de climas cálidos.

En uno de esos viajes, un buque que partió de África cargado de esclavos negros rumbo al Canadá zozobró frente a las costas de Esmeraldas. Parte de la tripulación se salvó al alcanzar a nado las costas esmeraldeñas.

Estos nuevos pobladores hicieron que los indígenas nativos retrocedieran y se internaran en las selvas tropicales. La presencia de esclavos data de 1533.

#### 3.5.2 URBANISMO.

La ciudad de Esmeraldas es una mezcla de arquitectura moderna y antigua. En la zona central se desarrolla el comercio. Las calles y avenidas necesitan urgente atención del Estado. Carecen de un buen sistema de alcantarillado, vivienda, salubridad, recolección de basura al igual que los otros cantones.



Esta situación no permite que esta provincia, muy rica por la generosidad de la naturaleza, progrese.

### 3.5.3 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA CULTURA ESMERALDEÑA.

El su libro "El Ecuador Antiguo" *Dan W. Lathrap*, afirma que en las costas ecuatorianas se establecieron las culturas Chorrera, Machalilla, Valdivia, entre otras unos 3.000 años AC. En la actualidad los descendientes de estas culturas aborígenes asentadas en la provincia de Esmeraldas, aún se mantienen a través de las nacionalidades Chachis, Épera, Calabas, Awás, y Niguas.

El negro esclavo fue traído al nuevo mundo, y por supuesto a Ecuador, no sólo para suplir al aborígen en el duro trabajo de la minería, sino también para solventar una necesidad económica de la burguesía española. Por esta razón el negro esclavo tuvo que desempeñarse en varias actividades: minería, ganadería, agricultura, comercio, artesanía, servicio doméstico. Las principales artesanías que elaboraron fueron curtiembres, alfarería y el arte culinario de esta época comenzó a destacarse. Hay quienes aseguran que en el continente americano hubo negros antes de que Cristóbal Colón pisara estas tierras. El mismo almirante en un pasaje de su "diario de viajes" se refirió a los comerciantes negros que en La española vendían a los indios una mezcla de oro, plata y cobre a manera de artesanías que los habitantes de Haití llamaban "Guanin"

Las narraciones de Miguel Cabello de Balboa, señalan que la raza afro llega al Ecuador en el año de 1.533 a raíz del naufragio de un navío español que traía esclavos, hecho ocurrido frente a las costas esmeraldeñas, los afros se establecieron en estas tierras conviviendo más o menos de manera pacífica con los indígenas, Chachis, Calabas, Awás, Épera, y Niguas que ya vivían en esas tierras.



El mayor líder afro fue Alonso de Illescas, nacido en Cabo Verde – África, en el año de 1.528, comprado como esclavo desde los 8 años y convertido en sirviente en España, donde tomó el nombre de su amo, hablaba perfectamente el idioma español y su lengua nativa, su liderazgo fue notorio no solamente con los de su raza, sino que además con las tribus indígenas, su voluntad era la ley, esto permitió la defensa conjunta de las culturas afro e indígenas ante la invasión española.

Esta es la razón por la cual en la actualidad la raza negra constituye la población mayoritaria de la provincia de Esmeraldas, muchos de los negros se casaron con las indígenas y formaron familias mestizas.

Los primeros pueblos del periodo colonial fundados por los españoles en territorio esmeraldeño, fueron: Atacames, San Mateo, Río Verde, La Tola, Concepción, etc, entre otros. Se dice que el nombre de “*Esmeraldas*” fue dado por los españoles en virtud de haber encontrado en estas tierras, piedras preciosas de esmeraldas, por el verdor de sus selvas, y por el color de su mar.

Antes de la llegada de los españoles en el año 1.526, los habitantes no conocían la propiedad privada sobre la tierra, elaboraban instrumentos artesanales para caza, pesca, agricultura, y los productos del trabajo eran distribuidos para satisfacer las necesidades de la comunidad.



### 3.6 CANTÓN ATACAMES

Atacames, es un cantón relativamente joven, muy interesante para conocer. En su litoral se encuentran Tonsupa, Atacames (Castelnuovo), Súa y Tonchigüe (Same) y en la parte interior (montaña), está La Unión, que con toda seguridad les acogerán con los brazos abiertos.

Atacames atrae a los amantes del mar y el bosque tropical, a quienes deseen practicar sky acuático, buceo, pesca y navegación deportiva o simplemente disfrutar de las cálidas aguas de su mar.

Recorrer los caminos rurales de cada una de las parroquias y recintos del cantón Atacames es una interesante alternativa de descubrir los paisajes campestres donde la hierba, las cañas guadúas y los árboles frutales se conjugan y armonizan en una sinfonía de colores y olores típicos del campo que atraen y enamoran.

**Cabecera cantonal:** Atacames

**Fecha de Cantonización:** 21 de Noviembre 1991.

**Fiestas más importantes:** Fiestas Patronales, Santa Rosa de Lima: 30 de agosto.

**Actividades de las Fiestas:** En este lugar extraordinario todos los días son de fiesta, la playa cuenta con cabañas típicas, música, danza y bebidas tropicales. Se puede alquilar sillas, hamacas, parasoles y dedicarse todo el tiempo a tomar sol, disfrutar del mar y únicamente descansar y olvidarse del mundanal ruido.

Hay posibilidad de disfrutar de las olas, cabalgar un poco, leer un libro, o simplemente disfrutar de algunas bebidas, en una inigualable playa.



### 3.7 DEFINICIÓN DE EMPRESA.

A la empresa se la define como la organización económica que en las economías industriales, realiza la mayor parte de las actividades. Son organizaciones jerarquizadas, con relaciones jurídicas, y cuya dimensión depende de factores endógenos (capital) y exógenos (economías de escala). Las empresas son, al menos la mayor parte, sociedades, entidades jurídicas, que realizan actividades económicas gracias a las aportaciones de capital de personas ajenas a la actividad de la empresa, los accionistas.

La empresa sigue existiendo aunque las acciones cambien de propietarios o éstos fallezcan. Una empresa o compañía posee una serie de activos; cuando se crea una empresa hay que redactar una serie de documentos públicos en los que se definirá el objetivo de la misma, cuál es su razón social, su domicilio fiscal, quiénes son los socios fundadores, cuál es el volumen de capital social inicial, en cuántas acciones o participaciones se divide el capital social y cuáles son los estatutos de la sociedad, entre otros.

#### 3.7.1 Clasificación de la empresa.

##### 3.7.1.1 Por su tamaño.

- ✓ **Grande:** Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.



- ✓ **Mediana:** Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100 personas.
  
- ✓ **Pequeñas:** Se dividen a su vez en:
  - ✓ **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
  - ✓ **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
  - ✓ **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

### 3.7.1.2 Por el origen del capital.

- ✓ **Público:** Su capital proviene del Estado o Gobierno.
- ✓ **Privado:** Son aquellas en que el capital proviene de particulares.
- ✓ **Economía Mixta:** El capital proviene una parte del estado la otra de particulares.

### 3.7.1.3 Por la explotación y conformación de su capital.

- ✓ **Multinacionales:** En su gran mayoría el capital es extranjero y explotan la actividad en diferentes países del mundo.
- ✓ **Grupos Económicos:** Estas empresas explotan uno o varios sectores pero pertenecen al mismo grupo de personas o dueños.



- ✓ **Nacionales:** El radio de atención es dentro del país normalmente tienen su principal en una ciudad y sucursales en otras.
- ✓ **Locales:** Son aquellas en que su radio de atención es dentro de la misma localidad.

#### 3.7.1.4 Por el número de propietarios.

- ✓ **Individuales:** Su dueño es la empresa por lo general es él solo quien tiene el peso del negocio.
- ✓ **Unipersonales:** Se conforma con la presencia de una sola persona natural o Jurídica, que destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades mercantiles.
- ✓ Su nombre debe ser una denominación o razón social, seguida de la expresión "Empresa Unipersonal" o de la sigla "E.U", si no se usa la expresión o su sigla, el contribuyente responde con todos sus bienes aunque no estén vinculados a la citada empresa.
- ✓ **Sociedades:** Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos (2) por lo general corresponden al régimen común.

#### 3.7.2 Empresa privada.

Entidad que desempeña una actividad económica dentro del sector privado (que se distingue del sector público). La empresa privada y el sector privado son términos que se pueden emplear de una forma indiferenciada. El factor que distingue ambos términos es que el sector privado se refiere a la totalidad del segmento de la economía que no pertenece al Estado, y la empresa privada se refiere de un modo más concreto a una empresa individual que corresponde a dicho sector. La empresa privada asume todos



los riesgos inherentes a una actividad económica, aunque estos riesgos se pueden reducir gracias a subvenciones públicas y otras ayudas del Gobierno.

Los individuos que crean una empresa privada buscan la obtención de beneficios o ganancias, a diferencia de los administradores de una empresa del sector público, que puede tener otros objetivos distintos al de la maximización de beneficios.

Por regla general, las empresas públicas obtienen menores beneficios que las empresas privadas.

### **3.7.3 Pymes.**

PYMES siglas de Pequeñas y Medianas Empresas. Se consideran pequeñas empresas aquellas que tienen menos de 20 trabajadores, y medianas las que tienen entre 20 y 500 empleados aunque, como es natural, esta definición es susceptible de variar en función de los distintos contextos económicos e históricos. Por ello, no existe una definición única de la empresa en función de su dimensión, sino que se utilizan diversos criterios diferenciadores del tamaño,

Las PYMES son mucho más vulnerables a las condiciones del mercado que las grandes empresas, pues no tienen la capacidad de resistencia que tienen estas últimas imponiendo precios o cantidades, como ocurre en los mercados oligárquicos dominados por unas pocas grandes compañías.

Pero esto, que a primera vista puede parecer una desventaja competitiva de las PYMES frente a las grandes empresas, es al mismo tiempo uno de sus puntos fuertes, porque las obliga a ser más dinámicas y flexibles para adaptarse a las condiciones cambiantes de los mercados. Esto les permite tener una estructura menos rígida que la de las grandes empresas, y un margen de maniobra y una capacidad de reacción mayores.



## 3.8 CONCEPTOS BÁSICOS DE TURISMO

### 3.8.1 TURISMO

Una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales.

Actividad turística: es el conjunto de operaciones y actuaciones llevadas a cabo por los prestadores de servicio, con el fin de aprovechar al máximo los recursos materiales y artificiales puestos a disposición del turista.

La producción y oferta turística obliga a procesos diferenciados de bienes y servicios, que proporcionan una orientación de acuerdo a su origen (recursos naturales o artificiales, arqueología como valor histórico y turístico).

Las operaciones y actuaciones presuponen actividades materiales (fabricación, transformación, métodos, etc.) y actividades humanas (creatividad, investigación, toma de decisiones, control, etc.) las que se encuadran en un marco de actuación (economía, tecnología, cultura, ambiente, etc.).

La integración, el manejo y la dirección armónica necesitan de la empresa u organización que tenga un carácter de estructura organizada. La economía nos enseña cómo la riqueza pasa de uno a otro lado y cómo se distribuye entre los humanos. Si esto no pasara, las necesidades no podrían satisfacerse, ni tampoco la construcción de infraestructura turística, como tampoco utilizar el tiempo libre consumiendo los servicios del turismo.

En el marco de la empresa, el turismo realiza, entre otras, las siguientes actividades:



- ❖ Producción de tipo perecedero (alimentación, construcción, infraestructura hotelera, parques nacionales, polos turísticos, etc.).
- ❖ Servicio, a través de instalaciones puestas a disposición del turista, como:
  - ✓ Servicios de hospedaje (alimentación, hoteles, restaurantes)
  - ✓ Servicios de transporte (tren, avión, bus)
  - ✓ Servicios de diversión (cines, deportes)
  - ✓ Servicios culturales (museos, teatro, arqueología)
  - ✓ Servicios complementarios (información, prensa, TV.)

Toda actividad económica requiere de dos factores:

Medios.

- ❖ Riquezas o medios naturales (infraestructura natural).
- ❖ Bienes públicos (infraestructura vial).
- ❖ Servicios públicos.
- ❖ Bienes de capital.

Estos medios conforman el capital de un país. Su volumen y calidad depende de la actividad económica y por ende de la creación de nuevas riquezas (bienes materiales y servicios).

Trabajo (actividad humana), que es indispensable para utilizar los medios de la economía y se presenta bajo las siguientes formas:

- ❖ Físico.
- ❖ Mecánico.



- ❖ Intelectual.
- ❖ De consulta.
- ❖ De asesoría.
- ❖ Administrativo.
- ❖ Operativo.

La actividad económica turística permite una captación de divisas, supone un ahorro interno, un proceso integral redistributivo y es un satisfactor de necesidades psico-económicas-sociales debido a la creación de puestos de trabajo, desarrollo de los recursos humanos e inversiones, lo que genera a la postre un efecto multiplicador en la economía del sector, es decir, un mayor incremento en el gasto turístico que repercute sobre el ingreso y multiplica sus efectos, incidiendo el turismo en:

- ❖ Como factor de expansión del mercado nacional mediante las ventas de productos nacionales en los que se procesa la materia prima, como cobre, lana, cuero, etc.
- ❖ A través de un índice inflacionario en el sector de la construcción y rentas.
- ❖ A través de un índice inflacionario de precios en el sector alimenticio por excesiva demanda de turistas o por el factor estacionario de los productos.
- ❖ Sobre el presupuesto del gasto público cuando este se reduce por efecto de la disminución de impuestos del turismo (territoriales, municipales, renta, IVA, tasas por uso de servicios públicos, etc.).
- ❖ Sobre el presupuesto general de inversiones. Cuando el desarrollo de la infraestructura requiere de recursos financieros, y por no considerarlo productivo, se le relega, dándole prioridad a otros sectores.

### **3.8.2 EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO**

- a. Aceptación de la influencia en general del crecimiento del turismo (nacional y extranjero), en las variaciones de la oferta monetaria.



- b. Consideración del sentido de la influencia (positiva o negativa) y valoración cuantitativa, si es mensurable.
- c. Diseño de los mecanismos para evaluar las repercusiones.
- d. Determinación de los órganos administrativos o de las magnitudes económicas, con capacidad para alterar las posibles influencias sobre las variaciones de la oferta monetaria.
- e. Definición del grado de permanencia o temporalidad de la influencia del turismo sobre la oferta monetaria.

**Oferta monetaria:** es el valor de la circulación fiduciaria o dinero efectivo en manos del público, más los depósitos bancarios a la vista.

Una primera limitación es respecto a establecer la verdadera influencia de los ingresos turísticos sobre el sector exterior. Cuando la oferta monetaria se contrae o se expande, a causa de las variaciones de las reservas, no se puede asegurar que esas variaciones son efectos del turismo, del aumento de las exportaciones o movimientos de capital de corto o largo plazo. Desde un enfoque del turismo interior, este tiene repercusión sobre la oferta monetaria, más bien sobre el coeficiente de velocidad de circulación del dinero.

Para un mejor análisis de la influencia del turismo, es necesario revisar los factores explicativos de los excedentes de liquidez del sistema, viendo la relación directa entre liquidez y la actividad turística:

1. factores autónomos:
  - a. efectivo en manos del público.
  - b. sector exterior.
  - c. sector público.
  - d. otras operaciones.



- e. desfase contable.
2. actividad monetaria.
    - a. sector público; emisiones netas.
    - b. crédito al sistema bancario.
    - c. depósitos previos a las importaciones.
    - d. otras operaciones.
  3. activos líquidos del sistema bancario.
    - a. banco
    - b. cajas de ahorro.
  4. autoridad monetaria. Retención de activos líquidos.
    - a. coeficiente de caja.
    - b. depósitos obligatorios.
  5. El auge del turismo exige inversiones en:
    - a. construcciones para alojamientos.
    - b. construcciones para servicios complementarios.
    - c. obras públicas.
    - d. medios de transporte.
    - e. promoción.



### 3.9 LAS ARTESANÍAS



#### 3.9.1 DEFINICIÓN.

La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común. Al que se dedica a esta actividad se le denomina artesano.

El término artesanía se refiere al trabajo realizado de forma manual por una persona en el que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándolo del trabajo en serie o industrial.

##### a. 3.9.2 Artes manuales

Las *artes manuales* son aquellas que se realizan por lo general con las manos, lo cual quiere decir sin la utilización de instrumentos. Entre las artes manuales se pueden encontrar:

- La pintura.
- La escultura.
- La artesanía.
- La fundición artística.
- El dibujo.
- El grabado.



### 3.9.3 Origen

El origen de las artes manuales data de hace muchos siglos, no se sabe con exactitud cuanto tiempo. Lo que se sabe es que data de cuando la prehistoria ya que se han encontrado artefactos hechos manualmente sin la intervención previa o completa de algún tipo de instrumento.

- Alfarería
- Artesanía artística
- Artesanía del hierro
- Cantero o «picapedrero»
- Carretería
- Cerámica y porcelana
- Cestería
- Damasquinado
- Ebanistería
- Esparto
- Glíptica
- Marquetería o Taracea
- Marroquinería
- Realización de vidrieras
- Talabartería
- Tapicería
- Tejido
- Objetos en arcilla sintética - suele ser bisutería
- Orfebrería



### **3.9.4 PRINCIPALES ORGANISMOS DE APOYO ARTESANAL EN LA PROVINCIA.**

#### **3.9.4.1 LAS ARTESANÍAS EN LA LEY DE FOMENTO DEL ARTESANO.**

Se llamó Ley de Defensa del Artesano, aquella promulgada el 5 de noviembre del año 1.953 en el registro oficial # 356, dada la fecha de promulgación de la Ley, el 5 de noviembre, se ha declarado como el día del artesano. Posteriormente se establece una nueva Ley de Fomento Artesanal, publicada el 29 de mayo de 1986 en el Registro Oficial # 446, las mismas que no han tenido mayor relevancia en el desarrollo de las actividades artesanales del país.

Según lo indica la propia Ley, esta se creó para el fomento de todos los artesanos en cualquiera de las ramas del arte y oficio, y de tal manera velar por los derechos y promover el desarrollo a través de las asociaciones gremiales o sindicales.

Se define como actividad empresarial artesanal, a la práctica manual de la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de maquinarias, equipos y herramientas.

Se considera artesano al trabajador manual que realice su actividad personalmente, maestro de taller, o autónomo, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio de Trabajo, que hubiese implementado, o no, el uso de maquinarias y materia prima de menor valor, y que tuviese bajo su dependencia a no más de doce operarios y cuatro aprendices, pudiendo realizar la comercialización directa de los artículos que produce.



Significa, que se considera artesano al trabajador manual aunque no haya invertido ningún recurso económico, implementos y herramientas de trabajo, o carezcan de operarios. Maestro artesano, es la persona mayor de edad, que a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimiento o centro de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido el título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, y refrendado por el Ministerio de Educación.

El aprendiz, es la persona que presta sus servicios con el fin de adquirir conocimiento del arte. Llega a ser operario cuando ha adquirido conocimientos del arte u oficio, pero aún está bajo la dirección del maestro.

El taller artesanal, es el local o establecimiento en el que habitualmente se ejerce la profesión, arte u oficio, sea en el propio domicilio, alquiler, o cualquier otro sitio. Según el Reglamento de la Ley de Fomento del Artesano, las ramas artesanales están clasificadas como se indica a continuación, se observar que en todas las ramas artesanales, puede estar incluida la cultura y el folklor, como en los alimentos, textiles, muebles, madera, minería, pesca y demás servicios.

Se describe a continuación la naturaleza y finalidad de varias organizaciones que vienen apoyando el desarrollo de las artesanías folklóricas de la provincia de Esmeraldas.

#### **3.9.4.2 MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD (MIC).**

El Ministerio de Industrias y Competitividad (MIC) es un organismo del gobierno de Ecuador que se encarga de las áreas relacionadas a la industria, competitividad, pymes, artesanías y compras públicas. Está facultado para planificar, dirigir, controlar y ser el ejecutor de las políticas comerciales y de desarrollo del sector productivo de Ecuador.



## **MISION:**

La misión del MIC es fomentar el desarrollo de la industria nacional mediante políticas públicas y programas que incrementen los niveles de calidad, productividad y competitividad, que dinamicen en forma sostenida el comercio interno y externo, generen empleo y mejoren las condiciones de vida de la población ecuatoriana.

## **OBJETIVO GENERAL.**

Reactivar y fomentar la industria nacional, elevar sostenidamente la capacidad tecnológica y la competitividad de la industria ecuatoriana para consolidar su posicionamiento en el mercado interno y hacer posible su participación creciente en los mercados internacionales.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

1. Apoyar la generación intensiva de empleo.
2. Promover el incremento sostenido de la productividad y el valor agregado.
3. Impulsar el desarrollo sustentable y el cuidado del medio ambiente como parte integrante de la política industrial.
4. Propiciar la aplicación de herramientas empresariales de desarrollo de la competitividad como los procesos de asociatividad, gestión de excelencia, cadenas de valor y aglomeraciones económicas.
5. Promover las compras públicas como un medio para reactivar y dinamizar la producción nacional, aplicando metodología de desagregación tecnológica y administrando un sistema nacional de compras públicas transparente y efectivo.
6. Impulsar en el país la innovación tecnológica y el desarrollo del sistema de innovación y el emprendimiento de base tecnológica.
7. Impulsar políticas y programas que faciliten el acceso a mercados y crédito, así como la mejora de la productividad y calidad de micro, pequeñas y medianas empresas y artesanías.



8. Incentivar el crecimiento y diversificación de nuevas industrias de exportación y la reestructuración de las existentes con miras a su incursión en mercados externos.
9. Desarrollar políticas de comercio interior y exterior, que dinamicen la producción nacional, aseguren condiciones leales y equitativas de competencia, mejoren la competitividad y satisfagan las necesidades del consumidor.
10. Incentivar la inversión directa, nacional y extranjera, orientada a fortalecer y expandir la capacidad productiva nacional.

Para cumplir con estos objetivos y, en atención a la política institucional de descentralización, el MIC ha establecido dependencias administrativas a nivel de Subsecretarías y Direcciones en diferentes regiones y ciudades del país.

La Dirección de Competitividad de Microempresas y Artesanías, dentro de los mecanismos de apoyo al sector artesanal, se planteó la necesidad de contar con un instrumento válido que permita a los artesanos, gremios artesanales, instituciones de educación, gobiernos seccionales, instituciones públicas y privadas y público en general, contar con información sobre la realidad de nuestras artesanías.

Con este propósito, se elaboró el Mapa de Artesanías y Oferta Exportable del Ecuador, documento que permite identificar los sitios de producción de artesanías y la oferta exportable existente para fomentar la capacidad competitiva y la comercialización de artesanías.

Dentro de los resultados generales del estudio se determinó que las actividades o ramas artesanales más representativas tanto en número de sitios como en talleres, clasificadas por el uso de materia prima, son:

- Cuero y Afines
- Barro, Loza y Porcelana
- Joyas y Artículos Conexos



- Cerdas y Crines
- Tagua y Afines
- Madera, Balsa y Afines
- Textiles y Tejidos Autóctonos
- Fibras Vegetales
- Mármol, Piedra y afines
- Otras Artesanías.

El estudio estableció que existen aproximadamente 467 sitios de producción artesanal a nivel nacional y 25.300 talleres artesanales, y se detectó que las necesidades prioritarias del sector artesanal son: crédito, capacitación y promoción de las artesanías a nivel nacional e internacional.

La Dirección de Competitividad de Microempresas y Artesanías ha visto la necesidad de actualizar el mapa de artesanías y oferta exportable del Ecuador, para lo cual diseña un programa que permita conocer nuevos sitios de producción en cada provincia a fin de determinar el potencial exportador artesanal del país.

Esta es la razón por la cual el Ministerio de Industria y Competitividad, MIC, contribuye dando la mayor cantidad de herramientas que permitan tener conocimiento, a través de una serie de programas conjuntos encaminados a elevar la competitividad del país y sus sectores productivos.

El presente estudio de mercado de las artesanías que expresan el folklor y la cultura esmeraldeñas, cuenta con el apoyo del convenio de cooperación del Ministerio de Industria y Competitividad y la Cámara Artesanal de la Provincia de Esmeraldas.

Este estudio tiene la finalidad de dotar de información para que las organizaciones artesanales presenten proyectos de significativos impactos de desarrollo, al Ministerio



de Industrias y Competitividad, quién de acuerdo a su naturaleza estaría dispuesto a implementar su ayuda.

### **3.9.4.3 LA CÁMARA ARTESANAL DE ESMERALDAS.**

#### **3.9.4.3.1 Descripción de la organización.**

La Cámara Artesanal de Esmeraldas, se constituye mediante acuerdo # 369 del Ministerio de Industrias y Competitiva, el 11 de noviembre de 1998, mediante el amparo de la Ley de Fomento Artesanal, creándose como una organización de segundo grado sin fines de lucro.

Su naturaleza y finalidad es afiliar a todos los artesanos de la provincia, para propender según la Ley el desarrollo del sector, fomentar la unión y defensa de los intereses, difundir los conocimientos científicos y técnicos relacionados a las artesanías, organizar cursos, seminarios, mesas de trabajo, tendientes a elevar la formación, mantenimiento y rescate de la cultura, contando para ello con el apoyo de las organizaciones públicas y privadas culturales y de promoción de las artesanías.

La Cámara Artesanal de Esmeraldas, es una organización que opera sobre la base de redes parroquiales y cantónales, constituyendo así una gran red provincial de apoyo y ayuda mutua para los artesanos de los diferentes sectores, especialmente de las artesanías relacionadas a la cultura y al folklor afro e indígena.

Se promueve la creación de Cámara Artesanal con jurisdicción parroquial o cantonal, y se estructuran jurídicamente como ente de desarrollo artesanal autónomo, regulado por el título XXIX del libro primero del Código Civil, sus Estatutos y Reglamentos, con sus propias directivas y actividades.



En la Cámara Artesanal de Esmeraldas, se encuentran afiliados artesanos de todos los sectores y subsectores constituyendo un todo armónico que opera bajo los efectos sinérgicos, (*entendiéndose por sinergia al conjunto de elementos materiales e intangibles que forman un todo organizado, que trabajando de forma activa, armónica y concertada, producen un resultado común*).

La misión es coadyuvar a que los artesanos, valiéndose de nuevas técnicas, tecnologías y métodos, logren mejorar su rentabilidad y competitividad, convirtiéndose en una fuerza altamente productiva generadora de bienes y servicios.

La visión es convertirse en la mejor y más robusta organización directriz y de apoyo para que la fuerza artesanal, mejorando los niveles y calidad de vida, bajo los lineamientos del desarrollo sustentable.

**¿Desde cuándo funciona CADE y con qué finalidad?** La Cámara Artesanal de Esmeraldas, se institucionalizó el 11 de Noviembre de 1998, con la finalidad de profesionalizar a los artesanos(as) y darles herramientas útiles, como: capacitación, estudios e investigaciones del sector, apoyo en los trámites de calificación y certificación ante el Ministerio de Industria y Competitividad, entre otros apoyos.

**¿Quiénes integran la Cámara Artesanal de Esmeraldas?** Todos los artesanos y artesanas afros y no afros que generan empleo a favor de la reactivación de la economía en el sector productivo esmeraldeño, especialmente de las actividades productivas relacionadas a la cultura y folklor esmeraldeño.

**¿Cuántos integrantes tiene CADE?** La Cámara Artesanal de Esmeraldas tiene doscientos diez artesanos y artesanas afiliados.



*¿Qué ramas artesanales son las que integran la Cámara?* Al momento están integradas varias ramas artesanales, como: artesanía artística y folklórica, ceramista, elaboradores de bisutería con materiales del medio, talladores en conchas naturales como espóndilos, agua marina, tejedores en fibras naturales, servicio de la industria meta - metálica, artes plásticas, etc.

#### **3.9.4.3.2 Responsables de la organización.**

El presidente actual de la Cámara, es el Tlgo. Ermenegildo Rodríguez Montezuma". CADE está domiciliada en la ciudad de Esmeraldas, en las calles Sucre # 1131 entre Juan Montalvo y Rocafuerte.

**Teléfonos:** 06 2721594 / 084678855

**Correo electrónico:** [ermene8@hotmail.com](mailto:ermene8@hotmail.com)

El orgánico funcional está comandado por la Asamblea General, tiene dentro de su órgano directivo a un Presidente, un Vicepresidente y un Secretario de Actas y Comunicaciones, además de un Tesorero y un Coordinador y tres vocales: Fortalecimiento Organizativo, Cultural y Producción y Financiera y Comercialización.

Sus principios fundamentales se resumen en los siguientes:

- La unidad, solidaridad y organización como base de superación y transformación social.
- La optimización de la producción técnicamente, según los lineamientos del desarrollo sustentable.
- Respeto a los derechos y libertades democráticas.
- Defensa y respeto a la cultura ancestral de sus afiliados.
- Fomentar la unidad participativa, la equidad, la solidaridad y la autogestión entre todas las organizaciones filiales y sus miembros.



CADE, actualmente mantiene convenios de cooperación con la Fundación Interamericana (IAF), el Ministerio de Industrias y Competitividad (MIC) y con un grupo de profesionales de las universidades de la ciudad.

Además ha mantenido convenios con la Corporación de Desarrollo Afro Ecuatoriana (CODAE), y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

#### **3.9.4.4 FUNDACIÓN INTERAMERICANA.**

La Fundación Interamericana (IAF), es un organismo autónomo de asistencia exterior del gobierno de los EEUU, fue creado en el año 1.969 para promover el desarrollo basado en la autoayuda mediante donaciones directas a organizaciones de América y el Caribe. Su presupuesto operativo está compuesto por asignaciones del Congreso Estadounidense y del Fondo Fiduciario de Progreso Social.

Los proyectos de apoyo de la IAF, parten de las iniciativas de la población local, esto significa que la IAF responde a propuestas de proyectos y no propone proyectos, su ideal es trabajar como compañeros de equipo con personas que realizan esfuerzos para mejorar las condiciones de vida de manera asociativa.

El campo de acción de la IAF es muy diverso, tanto como son las necesidades de los grupos menos favorecidos de América y el Caribe, los migrantes, las etnias y nacionalidades, la cultura y folklor, la agricultura, género, el medio ambiente, etc.

La AIF y la Cámara Artesanal de Esmeraldas, han iniciado acciones que permitan mejorar las condiciones de vida de los artesanos que elaboran productos que expresan la cultura y el folklor esmeraldeño.



### **3.10 CONCEPTOS BÁSICOS**

#### **SOCIEDAD**

Es un contrato en que dos o más personas se aseguran y ponen en común sus bienes intelectuales, materiales y económicos, para desarrollar alguna actividad y dividir entre sí los beneficios que de ella provenga.

#### **MERCADO**

La economía de mercado puede ser definida simplemente como un sistema de la empresa privada donde las decisiones de oferta y demanda son hechas por individuos libres quienes fijan los precios u determinan la producción de los bienes y servicios. Los efectos de la economía pueden ser rápidos y exitosos.

#### **MARKETING**

La definición de Marketing más extendida nos dice que es el Estudio o Investigación de la forma de satisfacer mejor las necesidades de un grupo social a través del intercambio con beneficio para la supervivencia de la empresa.

#### **EL CONSUMIDOR**

En un mercado de libre competencia, es el consumidor o comprador el que tiene la decisión final sobre el éxito o fracaso de un producto o servicio.

#### **COMERCIALIZACIÓN Y MERCADO**



La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Microcomercialización y macrocomercialización.

La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven.

La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución.

## **SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sub. segmentos.

Por ejemplo el segmento de adolescentes puede dividirse aún más atendiendo a bases de edad, sexo, o algún otro interés.

Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo.

## **DEMANDA .**



Capacidad + Disposición a Comprar .La cantidad demandada es inversamente proporcional al precio del bien y/o servicio.

### **EL PRECIO.**

De un bien es su relación de cambio por dinero, esto es, el número de unidades monetarias que se necesitan obtener a cambio una unidad del bien.

### **LA OFERTA**

Los factores que determinan la oferta de un empresario individual. Estos son la tecnología, los precios de los factores productivos (tierra, trabajo, capital) y el precio del bien que se desea.



## CAPITULO IV

### ESTUDIO DE MERCADO

Consistió en el análisis del producto es decir los derivados del coco, enfocando la parte no explotada ni aprovechada como lo es el **casco**, del cual se pueden obtener un sin número de artesanías. Además se analizo usuarios y competencia; estimación de la cantidad posible que se va a vender y el precio que se va a vender. Algunos aspectos del mercado que se van a estudiar son:

1. Características del producto
2. Análisis de la oferta
3. Análisis de la Demanda, que incluye marco o universo del mercado que se desea cubrir, caracterización de los consumidores, precio y promoción.
4. Análisis del posible sistema de comercialización (distribución del producto. Canales, términos de venta, crédito, contado, publicidad y promoción.
5. Análisis de las materias primas y materiales complementarios



#### 4.1 ANTECEDENTES

La provincia de Esmeraldas de la República del Ecuador, es tal vez la región de menor desarrollo del país, así lo indican las estadísticas que publican el INEC, SIISE, INFOPLAN, su economía se sostiene mayoritariamente de las actividades micro empresariales de origen agrícola, ganadero, turismo, comercio informal y pesca artesanal. En la agricultura se destacan productos como el cacao y las frutas tropicales. El turismo de playa, ecológico y de aventura ha impulsado los servicios de hotelería, centros de diversión, transportes, las artesanías y los productos de alimentos preparados en restaurantes y bares. En la pesca sobresale el atún, dorado, picudo, camarones, langostinos, etc.

En la capital de la provincia, ciudad del mismo nombre "Esmeraldas", existen apenas tres medianas empresas del área industrial, que son: Refinería Estatal de Esmeraldas, Codesa, y Termo-Esmeraldas, de estas, Codesa es de carácter privado, las demás son empresas públicas, entre todas generan empleo a 1.800 personas de una población de 157.792 habitantes del cantón. Si a estas cifras le sumamos los empleos que suman las demás empresas públicas de esta región, todas del sector servicios, como: educación, salud, obras públicas, electricidad, seguridad policial y militar, solo existe trabajo estable de relación de dependencia para unas 9.800 personas aproximadamente.

La escasa inversión industrial en la ciudad y provincia, además de provocar un alto grado de desempleo e incrementar los problemas sociales, dadas las necesidades de subsistencia, sin duda alguna es lo que ha motivado para que el 65% de población económicamente activa se halla dedicado a las actividades de tipo micro empresarial de manera informal, desarrollando espontáneamente diversas actividades productivas en la agricultura, pesca, comercios y servicios, así como en la elaboración de



artesánías con un escaso capital de trabajo, baja tecnología, y sin apoyo institucional ni protección legal.

El turismo de playa, sol, arena, ríos, montañas y la más variada diversidad natural, étnica y cultural que ofrece la provincia, es la actividad económica más importante, aunque su mayor centro de operación se ubica en el cantón Atacames, con temporadas altas y bajas durante el año, justamente es esta actividad la que mantiene vivas las esperanzas de un mejor desarrollo, que incida en sectores de la economía vinculados, como el caso de las artesánías, el transporte, la alimentación y diversión, etc.

La mayor parte de los microempresarios de artesánías, se encuentran ubicados en los barrios urbanos marginales, compartiendo en muchos casos la vivienda como su lugar de trabajo, en deprimentes condiciones de higiene y salubridad; pero pese a todas estas circunstancias, las actividades artesanales son las oportunidades de vida para mucha gente, dada la indiscutible aceptación de los productos que expresan el folklore y cultura de los pueblos Afros e Indígenas y que por su naturaleza no requieren mayores inversiones para poder desarrollarlas.

Cabe destacar la participación de género, la mujer afro ecuatoriana en las diferentes áreas de este arte, Ellas con el fin de colaborar en el sustento familiar, se han capacitado a través de cursos; la experiencia y la constancia ha permitido competitividad y profesionalismo. Es así que tanto hombres como mujeres están consientes de la necesidad de prepararse, a fin de permitir el desarrollo de las destrezas, con el objeto de colocar productos y servicios de mejor calidad que requiere la población.



Con la idea de superación personal y el deseo de obtener el ingreso económico que permita a las familias subsistir, con la esperanza de que a través de la educación de sus hijos, atendiendo la alimentación básica, el día de mañana pudiese ser mejor, existen en la ciudad y provincia de Esmeraldas muchas mujeres y hombres afros, dedicados a la elaboración y comercialización de artesanías, las mismas que se ofertan a personas de la localidad, así como también a los turistas nacionales y extranjeros.

Los productos que se elaboran y ofertan en la provincia, son de varios tipos, principalmente usando materia prima del medio, como **artesanías de coco, balsa, tagua, coral, caracoles, concha, caña guadua, pintura en damajua, mate, cestería, tejidos en fibra naturales**, etc. son más de 110 artículos, además de los otros productos que vienen de provincias hermanas.

El sistema de oferta de los productos se realiza mediante pequeños puestos de venta, muchas veces ambulatorios, ubicados en las playas de mayor concurrencia de turistas, mostrando la mercadería directamente a los clientes.

Sin duda las artesanías es la más importante actividad económica de muchas familias, de allí la necesidad de profundizar en el conocimiento de toda la problemática de esta actividad, que permita buscar alternativas para generar acciones dinamizadoras del sector.

La Cámara de Empresas Artesanales de Esmeraldas viene liderando desde hace algún tiempo, el crecimiento y desarrollo de los hermanos artesanos de la provincia, justamente este estudio de mercado que se plantea, no solo tiene la finalidad de documentar las artes esmeraldeñas, sino que además posibilitar el emprendimiento con visión empresarial de estos pequeños negocios.



Para que esta idea tenga el éxito deseado, se planteo una investigación de mercado bajo el esquema de proyecto productivo, con la finalidad de delinear propuestas de acción técnica y económica que permita el crecimiento de la industria de la artesanía en la ciudad y provincia de Esmeraldas.

## **4.2 EL COCO**

### **4.2.1 CONCEPTO**

El cocotero (cocos nuciferaL.) el árbol de la vida, el árbol de los mil usos, es la más importante de todas las palmeras, su fruto, hojas y madera proporcionan a muchos miles de pobladores, alimento, bebidas, combustible y alojamiento.

#### **Fruto:**

Es una drupa, cubierto de fibras, de 20-30 centímetros de longitud con forma ovoidal, pudiendo llegar a pesar hasta 2.5 kilogramos.

#### **Está formado por:**

- Una cáscara externa amarillenta, correosa y fibrosa (exocarpo) de 4 o 5 centímetros de espesor con forma de pelos fuertemente adheridos a la nuez;
- Una capa intermedia fina (mesocarpo)
- Otra más dura (endocarpo) que dispone de tres orificios próximos en disposición triangular, situados en el ápice, dos cerrados y el otro frente a la raicilla del embrión.



Es vulnerable a una pequeña presión y por donde puede derramarse el agua antes de romper la cáscara del fruto, y es donde se encuentra la semilla. La pulpa blanca es comestible conteniendo en su cavidad central un líquido azucarado conocido como agua de coco y que en cantidad aproximada de 300 gramos se encuentra encerrada en el interior del fruto.

El fruto del cocotero, el coco, es la nuez más importante del mundo, sin embargo, en verdad el coco es una drupa; su color, forma y tamaño dependen de la variedad, en el común, el coco pesa entre 1 y 1.5 Kg, es de forma ovoide y en un corte transversal, .

#### 4.2.2 TIPOS DE COCOTEROS

Los tipos de cocoteros se clasifican en función de su altura en gigantes, enanos e híbridos y dentro de cada grupo existen un gran número de variedades de acuerdo con su localidad de origen.

##### ✓ COCOTEROS GIGANTES

Son empleados para la producción de aceite y para consumo como fruta fresca, aunque se contenido de agua es elevado, el sabor es poco dulce. La polinización es cruzada, por ello existen una gran diversidad de variedades.

Tiene una longevidad de 40-90 años, son robustos y prosperan en todo tipo de suelos y condiciones climáticas.

Comienzan a florecer a los 8-10 años de ser plantados, siendo la producción media de frutos por planta al año es de 50-80 en variedades gigantes.

Entre sus ventajas destacan el tamaño del fruto, la robustez de la planta y el contenido elevado de copra. Sin embargo, posee varios inconvenientes como: tolerante a la enfermedad conocida como *Amarillamiento letal del cocotero*, la



fructificación tardía , la dificultad para realizar labores de cultivo por su elevado porte y la baja producción de frutos por planta.

#### ✓ **COCOTEROS ENANOS.**

A diferencia de los tipos gigantes en los cocoteros enanos la autofecundación es mayor del 94%, lo cual disminuye la diferenciación entre padres e hijos. Tienen una longevidad de 30-35 años. Prosperan en suelos fértiles y florecen al cuarto año de ser plantados. En variedades enanas la producción media es de 150-240 frutos por planta al año.

Debido al sabor del agua, su principal uso es la producción de agua para consumo en bebidas envasadas, por el pequeño tamaño del fruto es poco atractivo para consumo como fruta fresca.

Algunas de sus ventajas son: la resistencia al *Amarillamiento letal del cocotero*, la precocidad de producción, el elevado número de frutos por planta y el crecimiento lento. Entre sus inconvenientes destacan: el pequeño tamaño del fruto, la mala calidad de la copra y su susceptibilidad a periodos cortos de sequía.

#### ✓ **COCOTEROS HÍBRIDOS**

Son el producto del cruce entre plantas del grupo de los gigantes y los enanos.

Los usos de los híbridos son múltiples ya que adquieren las mejores cualidades de los padres dando como resultado frutos de tamaño de mediano a grande, buen sabor, buen rendimiento de copra, crecimiento lento, producción de frutos alta y también hereda la resistencia al amarillamiento letal del enano y mejorando la tolerancia del alto a otras enfermedades.



### 4.2.3 APLICACIONES DEL COCO

Se dice que es la planta a la que se le conocen más aplicaciones y es una de las más aprovechadas para el hombre.

- ✓ **Industria:** la copra se usa como materia prima para la extracción de aceite, como deshidratado en conservas y en la fabricación de jabones, cosméticos y champús. El hueso o concha es el endocarpo que cubre la copra y es empleado como materia activa para producir carbón y carbón activado o como combustible para caldera.
  
- ✓ **Ganadería:** la harina de coco es un subproducto de la extracción de aceite y se usa como alimento para el ganado. Las hojas se emplean como forraje para el ganado vacuno en épocas de escasez de invierno. Es importante que cada árbol de coco no se corte más del 20% de las hojas, aproximadamente entre 5 y 6 hojas por planta al año, pues de lo contrario merma la producción de frutos.

Si se cortan demasiadas hojas en épocas de sequía, el cocotero puede morir con facilidad.

- ✓ **Agricultura:** el polvo de la estopa se usa para enmendar suelos arenosos, ya que mejoran la retención de agua y la textura del suelo.

Los productos residuales procedentes de la extracción del aceite se mezclan con otros ingredientes para preparar abonos orgánicos.

La fibra de coco como subproducto industrial tiene una gran potencialidad como sustrato hortícola alternativo en el cultivo sin suelo.



- ✓ **Construcción:** la madera de coco se emplea para la fabricación de casas, puentes y granjas y las palmas son empleadas en los techos. La corteza exterior es dura y se emplea en el montaje de muebles.
- ✓ **Artesanía:** las palmas se usan para hacer canastas, sombreros, alfombras, etc.

La concha se emplea para fabricar botones, cucharas, adornos, etc. La fibra de coco es resistente al agua de mar y se utiliza para los cables y aparejo en las naves, para hacer las esteras, las mantas, los bolsos, las escobas, los cepillos.

- ✓ **Alimentación:** su consumo en fresco representa una importante fuente de energía para el organismo humano, pero además la pulpa ofrece un gran protagonismo en la elaboración y fabricados de repostería. El agua de coco se utiliza como bebida refrescante y como ingrediente para guisos, helados y platos de pescado.

El palmito es la yema terminal del cocotero y se consume crudo o cocido y contiene 3% de almidón y 5% de azúcar.

En el sector apícola tiene un papel importante, pues las flores constituyen un excelente alimento para las abejas.

- ✓ **Medicina:** tiene multitud de aplicaciones entre las que destacan: antiséptico, astringente, bactericida, diurético, etc.

En muchos países tropicales se emplea como remedio popular contra el asma, la bronquitis, contusiones, quemaduras, estreñimiento, disentería, tos, fiebre, gripe, etc.



- ✓ **Ecología:** la presencia de estos árboles contribuye a la regulación del microclima y a la protección de los suelos.
- ✓ **Turismo:** para el sector turístico la destrucción de los cocoteros constituye una gran pérdida porque los paisajes costeros pierden su elemento natural que embellece las playas.
- ✓ **Jardinería:** se plantan en arboledas y alineados en calles. Los cocoteros germinados y con las primeras hojas se suelen vender como planta de interior. Además la madera del tronco se emplea en macetas para plantas ornamentales.

### 4.3 LAS ARTESANÍAS EN GENERAL

#### 4.3.1 Definición y conceptos sobre artesanía

**Artesanía:** Son objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la "identidad", y deben conservar técnicas de trabajo tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región.

#### 4.3.2 Características de un producto artesanal:

- 1) La originalidad del diseño: cada pieza debe ser particular del artesano, y la misma debe identificarlo.
- 2) El artesano debe tener oficio, que es la habilidad para manejar las herramientas y los materiales de su rubro en particular.



- 3) Debe tener una producción no repetitiva, las series deben de ser pequeñas y personales.
- 4) Debe transformar el material que labora en objeto de su creación partiendo de materias primas naturales o producto de la industria.
- 5) Cada pieza debe ser funcional, y ser útil al fin y/o función para la cual ha sido creada.

#### 4.3.3 Tipos de Artesanías

a) **Artesanía Tradicional:** para su creación se utilizan materias primas de la región y herramientas de tipo rudimentario, conservando las raíces culturales transmitidas de generación en generación. Estas son creadas con fines utilitarios y decorativos.

b) **Artesanía Autóctona Aborigen:** es la que mantiene viva la producción artesanal de los pueblos y comunidades indígenas, usando para ello útiles, técnicas y demás elementos proporcionados por su entorno

c) **Artesanía de Proyección Aborigen:** como su nombre lo indica establece un vínculo con los diseños de origen, pero proyecta los mismos adecuándolos a las exigencias del mercado.

d) **Artesanía Típica Folclórica:** es la que permite diferenciarnos de los demás países del mundo, se identifica con nuestras sólidas raíces folclóricas, manteniendo nuestra identidad.

e) **Artesanía Urbana:** son aquellas que utilizan insumos y técnicas urbanas en respuesta a una necesidad de consumo, surgen del ingenio popular e inspirado en la universalidad de la cultura



f) **Artesanía Suntuaria:** como su nombre lo indica, son aquellas creadas únicamente con fines de lujo, utilizándose materias primas de alto valor brindadas por la naturaleza.

#### 4.3.4 DEFINICIÓN DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL ESMERALDEÑA.

La producción artesanal esmeraldeña es el arte en el cual se “tallan” las ideas, los sentimientos, triunfos, anhelos y vivencias cotidianas del hombre y la mujer afro descendiente actual con expresiones ancestrales, plasmada a través de las manos y con herramientas, materiales y técnicas rudimentarias autónomas de una comunidad.

#### 4.3.5 CLASIFICACIÓN DE LAS RAMAS ARTESANALES.

Productos alimenticios	Lácteos, Conservación de frutas, Panadería y pastelería, derivados de caña de azúcar.
Producción de textiles	Hilado y tejidos, Cordelería, Cerdas y crines.
Producción de prendas de vestir	Prendas de vestir,
Productos de curtiduría	Curtiduría, cuero y afines.
Elaboración en madera	Carpintería, Carrocería.
Producción de muebles	Ebanistería, Calado musicales, Tapicería.
Producción de papel	Encuadernación y sellos de oficina, Trabajos en papel, Cirios, velas y afines.
Artículos de minería no metálicos	Productos de barro, loza, porcelana, vidrio.



<p>Producción de artículos metálicos</p>	<p>Artículos de metal, joyas y conexos. Producción de instrumentos musicales. <b>Otros artículos artesanales no especificados</b>, como: Juguetería, bisutería, Floristería, adornos para el hogar, pintura en tela, cuero, tagua, miniatura en madera, etc.</p>
<p>Artesanías de servicios</p>	<p>Mecánica, eléctrica, dental, automotriz, motos, bicicletas, vulcanización, tipografía, fotomecánica, litografía, serigrafía, imprenta, fotografía, diseño gráfico, rotulación, peluquería, belleza, Refrigeración , radio y tv, albañearía, gasfitería, decorado, relojería, etc.</p>
<p>Pesca artesanal</p>	<p>Cuando se utiliza artes manuales y pequeñas embarcaciones.</p>

#### 4.3.6 DIVERSIDAD DE LAS ARTESANÍAS ESMERALDEÑAS.

Las etnias y nacionalidades asentadas en la provincia de Esmeraldas, elaboran una variedad de artesanías que reflejan la cultura de este rincón de la patria.

Los Chachis que viven en el norte de la provincia, elaboran artesanías como: abanicos, tapetes, collares con productos naturales, cerbatanas, petates, arpones de concha para la pesca fluvial, canoas, canastos, sombreros de paja toquilla. Etc.



Los afros que viven en el norte de la provincia, elaboran artesanías con la corteza del coco, la damajua que es una corteza de árbol con el que se elabora una tela para la confección de vestidos, bolsos, y otros artículos. Además han surgido las peinadoras de trenzas que realizan decoraciones en el pelo de las cabelleras de los jóvenes.

Los afros que viven en el sur de la provincia realizan una variedad de artesanías, en las que se destacan los trabajos en coral negro de collares, pulseras, dado que el coral se encuentra en las aguas del mar no muy alejadas de las playas de esta zona. También se elaboran artesanías en coco como bisutería, estatuillas con motivos marinos de la flora y la fauna de la región, empleando tagua, rocas, conchas.

**Diversidad de la artesanía esmeraldeña por Etnias y Nacionalidades.**

Etnias y Nacionalidades	Productos	Materiales
Afros y mestizos	Vestidos, bolsos, marimbas, cununos, guasás, bombos, maracas, peinadoras de trenzas, collares, pulseras, aretes, estatuillas, pinturas, adornos del hogar, etc.	Coco, damajagua, bambú, madera, coral negro, tagua, roca, conchas marinas, hojas de árboles, mate
Awás, Éperas, Calabas, Chachis.	Abanicos, tapetes, collares, cerbatanas, arpones, canoas, sombreros, cestos, etc.	Coral, conchas marinas, paja toquilla, damajagua, madera, mate



#### 4.4 DIAGNÓSTICO SOCIO ECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS EN RELACIÓN A LAS ARTESANÍAS, SU CULTURA Y FOLKLOR.

El Ecuador un país democrático y republicano, cuya división política administrativa está dada por provincias, cantones y parroquias. El país tiene una gran diversidad étnica y cultural, en la cual viven más de 17 nacionalidades y pueblos. El asentamiento de las nacionalidades y pueblos no siempre coincide con la división política administrativa: así por ejemplo analizando los asentamientos de la provincia de Esmeraldas, los Awás viven en tres provincias, en varios cantones y un número más grande de parroquias. Los Afros originalmente se radicaron en dos provincias y en varios cantones. Los Chachis igualmente viven en dos provincias y varios cantones, etc.

El Ecuador tiene aproximadamente 12 millones de habitantes, de los cuales 4.551.611 forman la población económicamente activa, es decir el 37% de dicha población.

En el mapa del Ecuador que se muestra en la figura N° 1, se puede observar la ubicación de la provincia fronteriza de Esmeraldas, lugar donde se desarrolla el presente estudio de mercado sobre las artesanías de la cultura afro e indígena.





La provincia de Esmeraldas está localizada en el extremo noroccidental de la República del Ecuador, tiene un área de 17.807 Km<sup>2</sup> equivalente al 6.3% del territorio nacional, limita al norte con la República de Colombia, al sur con las provincias de Manabí y Pichincha, al oeste con el Océano Pacífico, y al este con las provincias de Carchi e Imbabura. El territorio geográfico esmeraldeño es plano, con unas pocas elevaciones al sur de la provincia, la zona costera presenta diversos relieves, puntas, cabos y ensenadas que favorecen la actividad turística, navegación marítima y pesca.

La división política administrativa está conformada por ocho cantones, que son: Esmeraldas, Quinindé, Eloy Alfaro, San Lorenzo, Muisne, Atacames, Río Verde y la Concordia de reciente creación. Cuenta con un sistema vial estable de circulación durante todo el año solo entre las cabeceras cantonales y provinciales, no ocurre lo mismo con las carreteras entre comunidades y parroquias, las mismas que generalmente son caminos veraneros de escaso acceso vehicular.

La provincia tiene una población de 385.223 habitantes, de los cuales 197.150 son hombres, el 51.18%, y 188.073 son mujeres, el 48.82%. De esta población 228.000 habitantes viven en el área rural, el 59%. El 54% de la población es afro, 40% mestizos y el 6% indígenas.

El cuadro que se muestra a continuación, contiene la distribución comparada por cantones de la población económicamente activa en la provincia de Esmeraldas.

### TABLA 1



PEA TOTAL	123.859	%	Población	%
Esmeraldas	51.289	41,41%	157.792	32,50%
Quinindé	28.994	23,41%	88.337	32,82%
Eloy Alfaro	10.363	8,37%	33.403	31,02%
Atacames	9.944	8,03%	30.267	32,85%
San Lorenzo	9.482	7,66%	28.180	33,65%
Muisne	7.436	6,00%	25.080	29,65%
Río Verde	6.351	5,13%	22.164	28,65%

FUENTE: INFOPLAN v.2 2004  
ELABORACIÓN SAFEDATOS CONSULT CIA LTDA

De la población total se observa que el 32,15% es el promedio definido de la población económicamente activa ocupada en la provincia, aunque es interesante anotar que dicho porcentaje baja en más de dos puntos en los cantones de Muisne y Río Verde, es decir los cantones con mayor necesidad de producción y empleo.

Para complementar esta importante información, obsérvese el cuadro que se muestra a continuación, el mismo que indica la población económicamente activa por sectores en la provincia en el área urbana y rural.

**TABLA 2:**

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA, POR SECTOR ECONOMICO						
CATEGORIAS	ESMERALDAS	%	URBANA	%	RURAL	%
TOTAL	129.655	100,0%	36.712	100,0%	76.249	100,0%
SECTOR PRIMARIO	50.220	38,7%	7.575	20,6%	42.645	55,9%
SECTOR SECUNDARIO	14.640	11,3%	7.716	21,0%	6.924	9,1%
SECTOR TERCIARIO	64.795	50,0%	21.421	58,3%	26.680	35,0%

FUENTE: INEC, Resultados Definitivos, VI Censo de Población y V de Vivienda 2001  
ELABORACION: SAFEDATOS CONSULT CIA LTDA.



Queda claro que el área rural contiene la mayor población económicamente activa, destacándose el sector primario de la economía, es decir la agricultura, pesca, ganadería. Solamente en el sector secundario de la industria, sobrepasa levemente el área urbana de la rural.

La elaboración y comercialización de artesanías esta estrechamente relacionada con los tres sectores económicos de la población económicamente activa de la provincia.

Al sector primario le corresponde las actividades productivas agrícolas, ganaderas y pesca, una gran parte de esta población combina estas actividades con la elaboración de artesanías, utilizando materia prima del medio agrícola, ganadero y de pesca. Es evidente que el 55.9% de esta actividad esta en la zona rural.

La elaboración de artesanías por ser una actividad de transformación de la materia prima corresponde al sector secundario. Como es conocido en Esmeraldas no hay un desarrollo industrial, los porcentajes que muestra el cuadro anterior, corresponden en su gran mayoría a las actividades artesanales, el 21% en la zona urbana y el 9.1% a la zona rural.

La comercialización de las artesanías está vinculada al sector terciario de la economía, en la prestación de servicios de turismo como la principal fuente de ingresos de la población, con el 50% de la población económicamente activa de la provincia.

Estos datos no estarían completos, si no se visualiza la distribución de la población económicamente activa por sector productivo a nivel de cantones cual consta en la figura 2.



Sector / Indicador	Esmeraldas	Quinindé	Eloy Alfaro	Sn Lorenzo	Río Verde	Atacames	Muisne
<b>PEA</b>	<b>53.458</b>	<b>29.732</b>	<b>10.578</b>	<b>9.688</b>	<b>6.554</b>	<b>10.278</b>	<b>7.628</b>
% Trab. en Sector Primario PEA	15,97%	57,53%	56,20%	47,96%	64,06%	31,01%	58,86%
% Trab. Públicos en la PEA	18,16%	5,30%	6,69%	10,92%	3,59%	4,15%	5,46%
% Trab. Manufactureros en la PEA	6,45%	4,74%	5,13%	5,62%	3,81%	6,13%	3,61%
% Trab. Sector Terciario en la PEA	67,42%	33,33%	34,94%	39,68%	28,62%	49,89%	33,03%
<b>Población ocupada en la PEA</b>	<b>51.289</b>	<b>28.994</b>	<b>10.363</b>	<b>9.482</b>	<b>6.351</b>	<b>9.944</b>	<b>7.436</b>
Trab. Sector Primario en la PEA	8.539	17.105	5.945	4.646	4.200	3.187	4.489
Trab. Públicos en la PEA	9.708	1.576	708	1.058	235	427	416
Trab. Manufactureros en la PEA	3.446	1.408	543	544	250	630	275
Trab. Sector terciario en la PEA	36.040	9.911	3.696	3.844	1.876	5.128	2.519
ELABORACION SAFEDATOS CONSULTA LTDA							

Figura N° 2

**Del cuadro se puede concluir:**

- ✓ El sector primario tiene una incidencia promedio y superior al 59% de la PEA ocupada en el siguiente orden de cantones: Río Verde, Muisne, Quinindé, Eloy Alfaro, y San Lorenzo en una proporción del 48%, con estos datos se puede afirmar la vocación agrícolas, ganadera y de pesca de la provincia. Sin embargo si estos porcentajes se comparan con el número de trabajadores, es el cantón Quinindé quién ocupa el primer lugar con más de 17.000 personas de la población económicamente activa en este sector, los demás cantones están en los límites de 6.000 a 4.000 personas.
- ✓ El empleo público es un indicador importante en los cantones de Esmeraldas y San Lorenzo, con un 18.16% y 10.92 respectivamente.
- ✓ El sector manufacturero e industrial, no tiene realmente una mayor incidencia en todos los cantones de la provincia, con un promedio del 5%. Lo más representativo esta en el cantón Esmeraldas, con más o menos 3.000 personas vinculadas laboralmente a este sector, le sigue el cantón Quinindé con unas 1.400 personas, y en los demás cantones, la población económicamente activa en este sector es menor a 550 personas.



- ✓ El sector terciario sumados los empleo público, es el de mayor importancia en el cantón Esmeraldas con el 85% de PEA, siguiendo Atacames con el 54% de la PEA. Este análisis de acuerdo al número de pobladores en el cantón Esmeraldas existen más de 45.700 personas vinculadas a estas actividades, le sigue el cantón Quinindé con 11.400 personas y luego el cantón Atacames con 5.500 personas del sector terciario y público.

Estos datos demuestran o indican indicios de una especialización o vocación regional y cantonal, o se pueden considerar como tendencias claras que confirman hechos conocidos de la importancia de los sectores primarios y extractivos en la economía esmeraldeña, además se demuestra la baja incidencia del sector fabril o industrial a nivel general.

También se destaca la elevada incidencia mayoritaria del sector servicios en los casos de los cantones Esmeraldas y Atacames, sin embargo que estas actividades no apoyan a la generación de una “economía productiva”, bajo el concepto de movilidad de factores industriales, pero si generan movilidad de la economía a través del turismo, servicios públicos, bancarios y elaboración y comercialización de artesanías.

**TABLA 4**

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA, POR PERFILES DE OCUPACION, COMPARADA URBANA RURAL.							
PERFILES DE OCUPACIÓN	ESMERALDAS	%	URBANA	%	RURAL	%	
<b>TOTAL</b>	<b>129.655</b>	<b>100,0%</b>	<b>53.406</b>	<b>100,0%</b>	<b>76.249</b>	<b>100,0%</b>	
TRABAJADORES CALIFICADO NO	32.859	25,3%	9.364	17,5%	23.495	30,8%	
TRABAJADORES AGRICOLAS	30.538	23,6%	4.946	9,3%	25.592	33,6%	
TRABAJADORES DE SERVICIOS	16.607	12,8%	10.188	19,1%	6.419	8,4%	
OFICIALES, OPER. y ARTESANOS	16.466	12,7%	9.004	16,9%	7.462	9,8%	
NO DECLARADO	10.258	7,9%	5.746	10,8%	4.512	5,9%	
PROFESIONALES INTELEC. E	6.592	5,1%	4.546	8,5%	2.046	2,7%	



OPERADORES DE MAQUINARIAS	5.258	4,1%	2.717	5,1%	2.541	3,3%
EMPLEO DE OFICINA	5.098	3,9%	3.411	6,4%	1.687	2,2%
TECNICOS DEL NIVEL MEDIO	2.258	1,7%	1.476	2,8%	782	1,0%
MIEMBROS PODER EJECUTIVO	1.779	1,4%	1.170	2,2%	609	0,8%
TRABAJADOR NUEVO	1.152	0,9%	591	1,1%	561	0,7%
FUERZAS ARMADAS	790	0,6%	247	0,5%	543	0,7%
<b>FUENTE: INEC, Resultados Definitivos, VI Censo de Población y V de Vivienda 2001</b>						
<b>ELABORACION: SAFEDATOS CONSULT CIA LTDA.</b>						

Si a los datos anteriores se efectúa una exposición de la PEA, tomando en cuenta los niveles formativos y de especialización en las zonas rurales y urbanas, surgen algunos elementos muy importantes que permiten determinar nuevas estrategias de acciones dinamizadoras para la población de este rincón de la patria.

El cuadro anterior hace ver que singularmente los trabajadores No calificados ocupan el primer lugar de la población económicamente activa, en el segundo lugar están los trabajadores agrícolas con un porcentaje del 33.6% ubicados en el área rural, esto implica que 5 de cada 13 esmeraldeños incluidos en la PEA, no son calificados y agrícolas.

Se ubican en tercer lugar los trabajadores de servicios, localizados con una relación de 2 a 1 en el sector urbano, activado especialmente por el turismo, esta clase de trabajadores no tienen un nivel de formación elevado a nivel de educación superior.

Ocurre lo mismo con los trabajadores artesanales en cuanto a que no han alcanzado un nivel formativo superior, no obstante han aprendido un oficio, así lo indica el censo de población y vivienda del año 2001 realizado por el INEC; los trabajadores artesanales ocupan el cuarto lugar de las necesidades formativas y de capacitación, la mayor concentración poblacional dedicada a esta actividad esta en la zona urbana.



De las 16.466 personas dedicadas a labores artesanales, se estima que un 10% elaboran artesanías que expresan la cultura y el folklor esmeraldeño utilizando materia prima del medio.

Por otro lado, solamente el 6,8% de los esmeraldeños son profesores, intelectuales, o profesionales de nivel superior, lo que implica que 1 de cada 14 personas de los integrantes de la PEA son profesionales de nivel superior.

Con los datos y elementos expuestos, se observa el grado de emprendimiento de la población esmeraldeña, sumada las cuatro primeras actividades ocupacionales de las personas, las mismas que no alcanzan un nivel de formación superior, es interesante conocer que integran el 74.40% de la PEA.

Para complementar estos datos, obsérvese el cuadro expuesto a continuación, en el que se establecen algunos elementos positivos, como la proporción de personas que tienen disposición a trabajar privadamente, y por otro lado los que tienen relación laboral con la estructura de gobierno, sea local o nacional.

**TABLA 6:**

<b>POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA, POR OCUPACION Y AREA.</b>						
	<b>ESMERALDAS</b>	<b>%</b>	<b>URBANA</b>	<b>%</b>	<b>RURAL</b>	<b>%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>129.655</b>	<b>100,0%</b>	<b>53.406</b>	<b>100,0%</b>	<b>76.249</b>	<b>100,0%</b>
CUENTA PROPIA	51.154	39,5%	17.316	32,4%	33.838	44,4%
DEL SECTOR PRIVADO	31.741	24,5%	13.076	24,5%	18.665	24,5%
DEL ESTADO	11.752	9,1%	7.386	13,8%	4.366	5,7%
PATRONO O SOCIO ACTIVO	11.491	8,9%	5.694	10,7%	5.797	7,6%
TRABAJO FAM. SIN REMUNERACIÓN	10.528	8,1%	2.367	4,4%	8.161	10,7%
NO DECLARADO	9.461	7,3%	5.310	9,9%	4.151	5,4%
DEL MUNICIPIO Y GOBIERNO PROV.	2.376	1,8%	1.666	3,1%	710	0,9%
TRABAJADOR NUEVO	1.152	0,9%	591	1,1%	561	0,7%
<b>FUENTE: INEC, Resultados Definitivos, VI Censo de Población y V de Vivienda 2001</b>						
<b>ELABORACION: SAFEDATOS CONSULT CIA LTDA.</b>						



El censo arrojó que el 81% de la población económicamente activa esmeraldeña, trabaja por cuenta propia, como dependiente del sector privado, o como patrono y trabajador sin remuneración, y su mayor presencia esta en la zona rural con un 51%, lo cual cruzado con la distribución sectorial de la mano de obra, nos hace deducir que se trabaja en campo agropecuario y de prestación de servicios fundamentalmente.

La relación de la PEA con el sector público, asciende al 10.9%. Existe además un alto porcentaje de personas que no declaran ninguna actividad.

## **4.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **4.5.1 ANALISIS DE LAS ENCUESTAS**

Para proceder a realizar las encuestas , se tomo la población de turistas que visitan las playas de la ciudad principalmente al Cantón Atacames, debido que de conocimiento general el turista es el que gusta de comprar artesanías en general , se estableció una población de 120000 visitantes que ingresan al cantón de Atacames , fuente que fue tomada de la cámara de turismo de Atacames . Estableciendo una muestra de 383 personas de la población total .

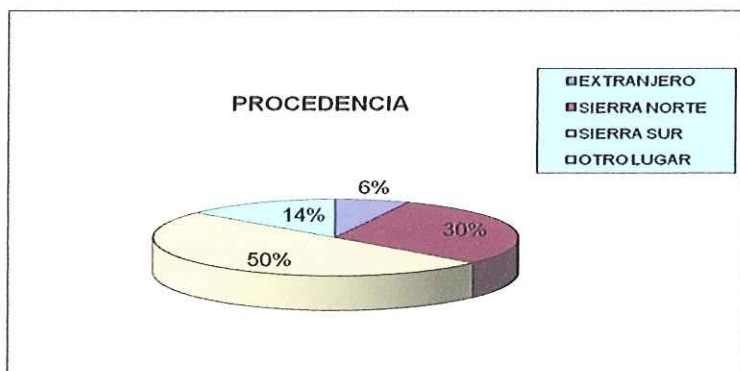


## INFORMACIÓN ENCUESTADA Y TABULADA

### 1. ¿Cuál es su procedencia?

PROCEDENCIA	FRECUENCIA	%
EXTRANJERO	27	7
SIERRA NORTE	115	30
SIERRA SUR	<b>187</b>	49
OTRO LUGAR	53	14
TOTAL	<b>383</b>	<b>100</b>

### GRÁFICO



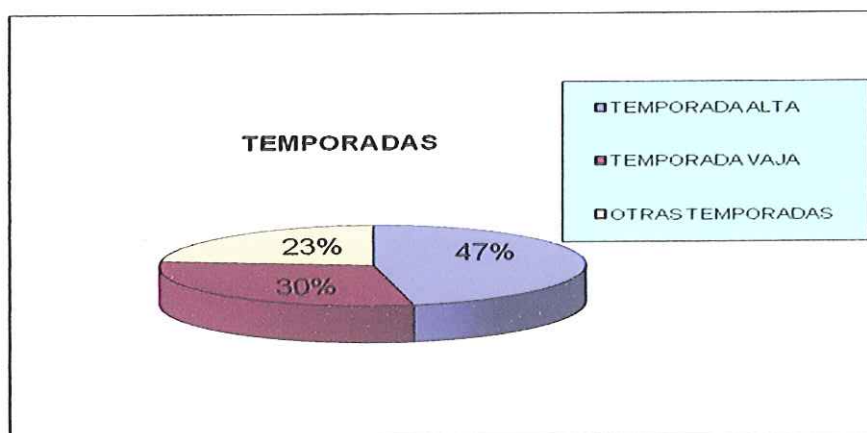
**ANALISIS** : Se determina que los turistas que más visitan la ciudad de esmeraldas son los procedentes de la sierra sur es decir, Ambato, Riobamba, Pichincha.



**2. ¿ En qué temporada visita las playas de la ciudad de Esmeraldas ?**

TEMPORADAS	FRECUENCIA	%
TEMPORADA ALTA	180	47
TEMPORADA BAJA	115	30
OTRAS TEMPORADAS	88	23
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO:**



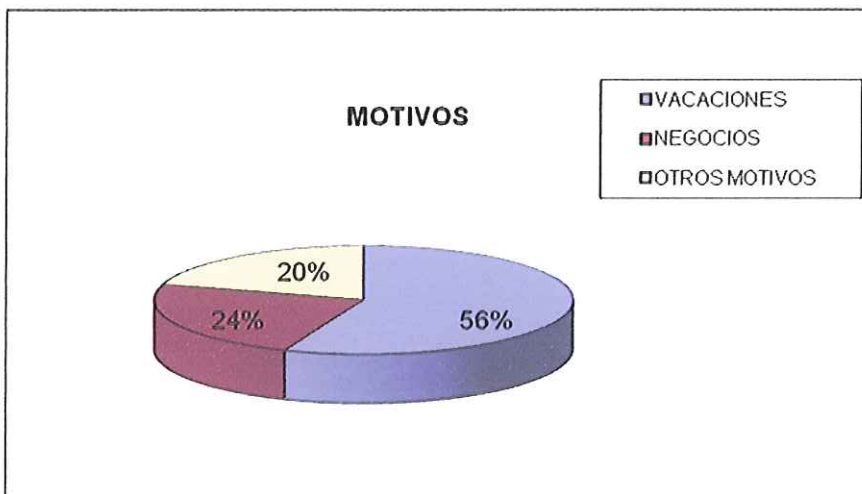
**Análisis:** Se establece que los turistas prefieren visitar a la ciudad en las temporadas altas, decir en los feriados determinados por el gobierno, por otro lado en menos porcentaje se inclina por temporadas bajas los fines de semanas de cualquier mes.



**3. ¿Cuáles son los motivos por los cual viaja a la ciudad?**

MOTIVOS	frecuencia	%
VACACIONES	215	57
NEGOCIOS	90	23
OTROS MOTIVOS	78	20
TOTAL	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO:**



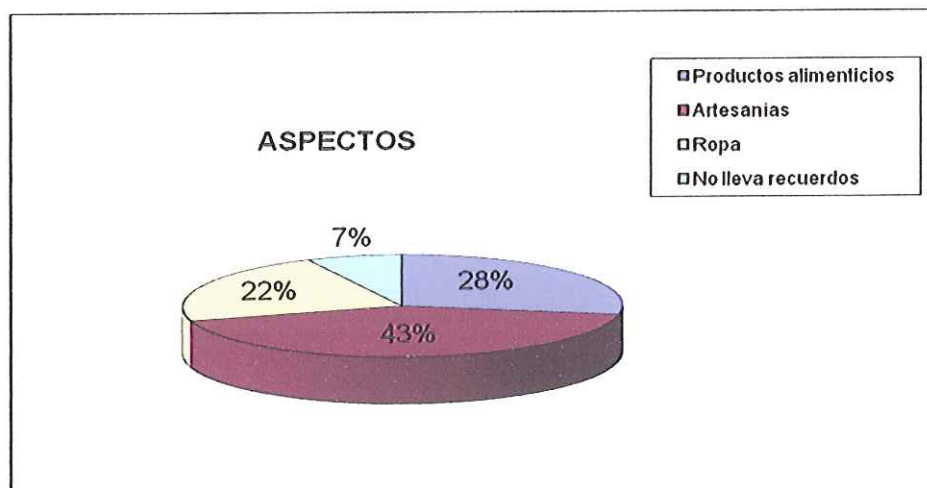
**ANÁLISIS** : Se obtuvo que los turistas visitan las hermosas playas de esmeraldas cuando disfrutan de sus vacaciones y en menos porcentaje lo hace por motivos de negocios.



**4. ¿ Qué acostumbra llevar como recuerdo vacacional?  
Señale dos aspectos**

ASPECTOS	FRECUENCIA	%
Productos alimenticios	200	28
Artesanías	304	43
Ropa	160	22
No lleva recuerdos	50	7
	<b>714</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO:**



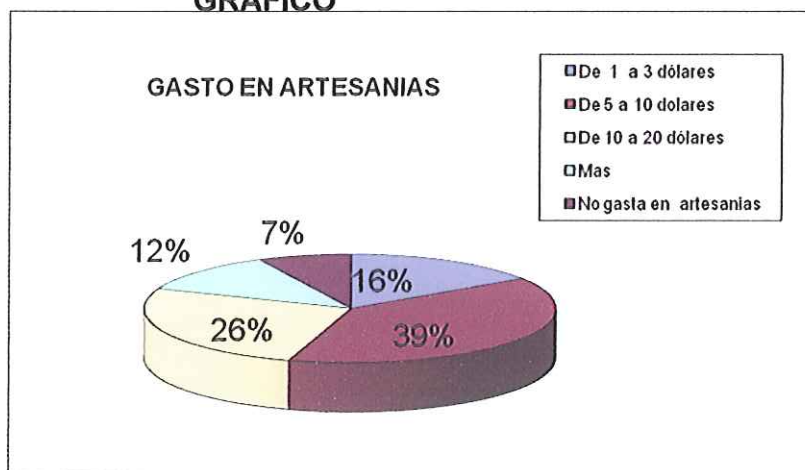
**ANÁLISIS:** Se demuestra mediante la encuesta que el turista acostumbra llevar artesanías como recuerdo a su lugar de origen. Mientras otros optan por los productos alimenticios como frutas.



**5. ¿ Cuánto gasta usted usualmente en la compra de Artesanías?**

GASTO	frecuencia	%
De 1 a 3 dólares	60	16
De 5 a 10 dólares	150	40
De 10 a 20 dólares	100	26
Mas	45	11
No gasta en artesanías	28	7
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRAFICO**



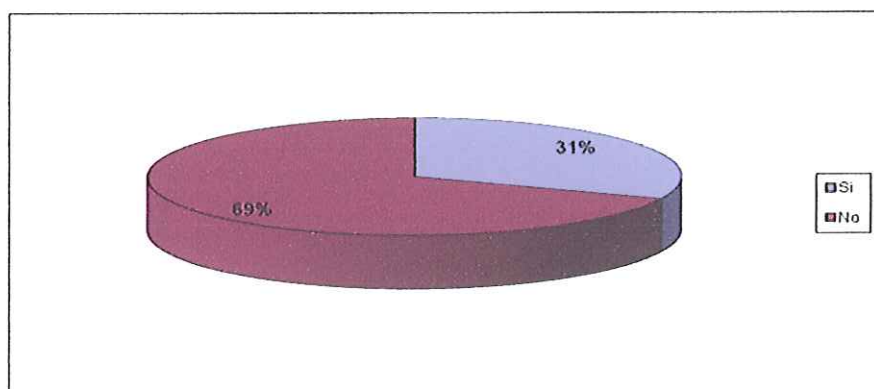
**ANALISIS** : En su mayoría los turistas optan por gastar entre \$ 5 a \$10 dólares en la compra de artesanías. Y en poco menos proporción se inclina por gastar entre \$ 10 a \$20. dólares.



**6. ¿ Ha usted adquirido artesanías hechas a base del casco del coco?**

Opciones	Frecuencia	%
Si	120	31,0
No	263	69,0
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRAFICO**



**ANALISIS:** Se determina en mayor porcentaje que los turistas no han adquirido en sus visitas a la ciudad artesanías hechas con el casco del coco.



**7. ¿De las siguientes artesanías cuáles le gustaría adquirir hecha a base del casco del coco?**

<b>ASPECTOS</b>	<b>FRECUENCIA ASPECTOS</b>
Floreros	130
Candelabros	20
Ceniceros	112
Lamparas de mesa	30
Lápiceros	29
Aretes de todos los modelos	149
Collares	92
Pulseras	80
Anillos	70
Juegos de Cucharones	95
Cucharas	81
Trinches	38
Bandejas	79
<b>TOTAL</b>	<b>1005</b>

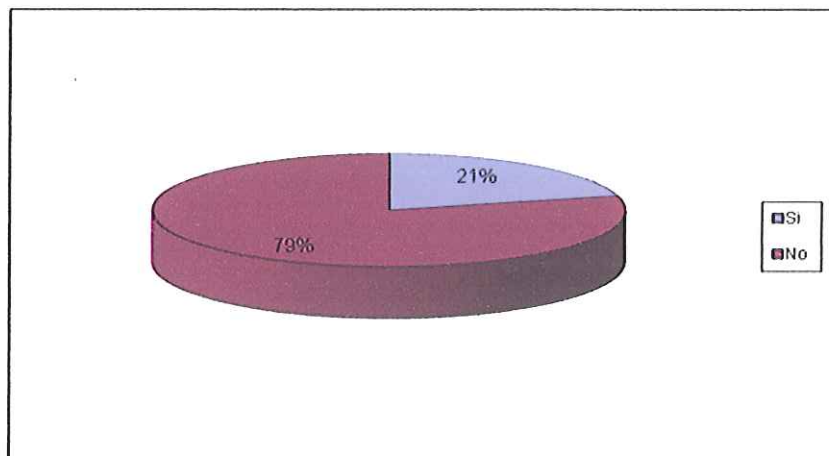
**ANALISIS** : Mediante los resultados obtenidos se establece que las turistas prefieren comprar entre los productos señalados en la encuesta, en su mayoría compraría floreros y aretes de todos los modelos hechos con el casco del coco.



**8.¿ Conoce de la existencia en la ciudad de un lugar donde se pueda comprar todas las artesanías hechas del casco del coco?**

Opciones	Frecuencia	%
Si	80	21
No	303	79
	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRAFICO**



**ANALISIS:** Se determino que la mayoría de turistas encuestados desconocen de un lugar donde se pueda adquirir artesanías en dicho material.



#### 4.5.2 ANÁLISIS GENERAL DE ENCUESTA

Una vez desarrolladas las encuestas que fueron aplicadas a los turistas que ingresan a la ciudad de Atacames, se podría indicar que los visitantes que están constantemente viajando a la ciudad son provenientes de la sierra sur y sierra norte, a la vez ellos los hacen en temporada de feriados y vacaciones.

Gustan de llevar la mayoría como recuerdo para su lugar de procedencia, las artesanías dentro de las más compradas están las hechas en Coral y tagua. Cabe recalcar que estas artesanías por lo general llevan también concha de coco en sus diseños. Otro de los productos que el visitante prefiere llevar son los productos alimenticios del coco.

El turista gasta un promedio de 5\$ a 10\$ dólares en la compra de las diferentes artesanías representado por un 40% debido que hay variación de precios en los lugares donde adquieren, Pero otro grupo con el 26% esta dispuesto a gastar de 10\$ a 20\$ en productos artesanales, es importante mencionar que estas compran las hacen en cada viaje realizado a nuestra provincia.

Si el turista pudiera escoger entre los productos hechos del coco, claramente hay inclinación por la bisutería en general como aretes, anillos, collares, pulseras. Este producto es el más aceptado puesto que para el turista son los que en poco porcentaje conocen que hay en este material.

Otro punto relevante encontrado es que la mayoría de los turistas en un 69 % representado por 263 personas, no conocen que del casco del coco se pueda producir artesanías en diferentes modelos, lo que conlleva al desconocimiento de un lugar que oferte artesanías netamente proveniente del coco. Ellos conocen del lugar llamado los Corales ubicado en el malecón donde hay variedad en ropa artesanías, y demás productos.



## **4.6 ANALISIS DEL MERCADO**

El universo considerado cubre las playas del cantón Atacames puesto que es la ciudad como mayor afluencia de turistas de todas las regiones del país. El universo establecido cubre 120.000 en temporada alta y 40.000 en temporada baja, según datos de la Cámara Provincial de Turismo capítulo Atacames a marzo del 2007.

En la población hay talleres donde se elaboran joyas y objetos decorativos en coral negro y rojo obtenidos del océano, además de artesanías elaboradas con material típico de la zona

Atacames cuenta con un pintoresco patio de comidas y un mercado artesanal provisto de ropa, artesanías locales y los infaltables collares, pareos y pañuelos

### **4.6.1 RESEÑA HISTÓRICA DEL DESARROLLO DE LAS ARTESANÍAS EN LA PROVINCIA**

Es conocido que con el trabajo artesanal se inició el sistema de organización de las civilizaciones antiguas y primitivas, la historia y la ciencia han determinado que en el proceso evolutivo del hombre, una de sus primeras creatividades atendiendo el instinto de supervivencia, fue la elaboración de herramientas, obviamente de tipo artesanal, con los recursos que el medio permitía, como la piedra, el palo, huesos, etc. cada pequeño grupo humano se unía para satisfacer sus necesidades domésticas, elaborando las herramientas para sobrevivir, como la flecha, la lanza, el hacha, etc.

Luego vino la esclavitud, en la cual la mano de obra era gratuita y coercitiva en beneficio de los grupos dominantes para las construcciones de sus civilizaciones. En los primeros tiempos del desarrollo del hombre y sus civilizaciones, la producción era



eminentemente agrícola, y todo se hacía mediante el trabajo artesanal, a partir de la edad media, aparecieron los primeros talleres asociativos de artesanos.

Siguiendo el desarrollo de la historia en lo que tiene relación al territorio que hoy conocemos como la provincia de Esmeraldas, los primeros artesanos fueron las culturas asentadas en esta zona : La Tolita, Atacames, sus descendientes aún los conocemos como los Chachis, Éperas, Awás, Calabas, a los que los españoles sin ninguna distinción de nombre les llamaron “cayapas”, Ellos al igual que en los viejos tiempos, en la actualidad siguen elaborando una variedad de artesanías que se detallan a continuación en este documento.

Si bien las artesanías que inicialmente eran herramientas y utensilios de uso personal y familiar para atender y complementar sus necesidades, como por ejemplo en la alimentación y defensa, se elaboraron lanzas, hachas, flechas, ollas, platos, jarrones; para el transporte de agua y alimentos, se elaboraron canastos, vasijas y bateas; para la apariencia personal se elaboraron collares y anillos; y para la expresión musical y de la cultura, se elaboraron la marimba, el guasá, los cununos, las maracas y los bombos; entre otros.

A medida del desarrollo de los pueblos, todos estos instrumentos fueron objeto del comercio a través del sistema de trueque, hoy mantienen su importancia a pesar de la diversidad de actividades y profesiones del hombre, dado que más que nunca, el arte está inmerso en el desarrollo de las sociedades, optando varias expresiones y especialidades que posibilitan el desarrollo socio económico de los pueblos.

Se está afirmando con este comentario, que las expresiones del arte y la cultura de los pueblos tienen un valor incalculable, que se puede utilizar hoy más que nunca para su propio desarrollo.



Dentro del sector turístico por ejemplo, las artesanías son la carta de presentación de los pueblos, reflejando en ella su cultura y la formación de sus ancestros, dando la posibilidad de emprender actividades productivas y de comercialización que posibilitan el mejoramiento de los ingresos económicos de las familias productoras.

Las artesanías esmeraldeñas de las etnias afros e indígenas que actualmente se elaboran, llevan inmersas sus creencias, músicas, versos y los recursos naturales que el medio ofrece.

Los afros que en su mayoría se dedican a la pesca, agricultura, explotación de la madera, entre otras actividades productivas, conjugan en sus artesanías muchas manifestaciones culturales, como la poesía, décimas, arrullos, danzas, a través de elaboración de instrumentos musicales, como la marimba, el bombo, el cununo y el guasá; en estas artesanías utilizan los recursos naturales del medio, como la madera, tagua, balsa, coral, conchas del mar, etc, en la gastronomía son incomparables en la preparación de platos típicos a base de coco siendo de gran aceptación nacional el *"encocao"* (*mariscos con coco*).

Los Chachis o mal llamados "Cayapas" son comunidades nativas que viven al margen de los ríos Santiago, Cayapas, Onzole, San Miguel y sus afluentes, se calcula una población de 9.000 Chachis. Sus tradiciones y costumbres se mantienen, su idioma es el Chapalache, se dedican a las actividades agrícolas, caza, pesca, que realizan con instrumentos originales de fabricación artesanal, como el sarabishu, tsubero, y el pajberu.

Los Éperas es un grupo étnico de origen colombiano, se localizan frente a la parroquia de Borbón, en el río Santiago, su actividad principal es la confección de canastos, petates, sombreros de fibra de una palmácea llamada rampira tinturada con vegetales provenientes del bejuco de yare y juanquereme, su idioma es el Épera.



Los Awá son comunidades ubicadas en el cantón San Lorenzo principalmente, dedicadas a labores forestales, su idioma es el Awá pi, elaboran artesanías como cestas de fibra de rampira.

## 4.6.2 ESTUDIO DE LA OFERTA

### 4.6.2.1 TIPOS DE ARTESANÍAS QUE SE OFERTAN

En la provincia de Esmeraldas, se elaboran una variedad de artesanías, las mismas que se pueden clasificar de diferentes maneras, por ejemplo: por el uso o finalidad, por la materia prima con la cual se elaboran, por los grupos étnicos que la elaboran, por la cultura y tradiciones que expresan, por las ramas o tipos de acuerdo a la Ley de Fomento Artesanal, etc.

Obsérvese a continuación una clasificación de las artesanías esmeraldeñas, en virtud del uso y finalidad de las mismas, los productos que se indican en el cuadro es el resultado de las 175 encuestas realizadas de acuerdo a la segmentación de la Muestra de los artesanos ( **FUENTE CAMARA DE ARTESANOS**)

Por ahora se puede apreciar, que son muy variados los grupos de artesanías que expresan la cultura y el folklor esmeraldeño, así como dentro de cada grupo son variados los productos que se elaboran.

El uso de artículos de bisutería, hoy al igual que ayer, mantienen una alta demanda, lo mismo ocurre con los adornos y muebles para la casa, la gastronomía típica es uno de los atractivos más importantes preparando los productos del mar en coco, adornados con las frutas tropicales.



No se queda atrás la elaboración de instrumentos musicales autóctonos, como la marimba, las maracas, el cununo y el guasá, los artículos de caza y pesca se elaboran generalmente para uso personal en estas actividades.

Otro grupo importante son las artesanías de uso personal y de embellecimiento, como las cachimbas (pipas), esferos, llaveros, las trenzas para el cabello, etc.

**TABLA 7**

<b>Grupos de artesanías esmeraldeñas clasificadas por el uso y finalidad.</b>			
<b>GRUPOS DE ARTESANÍA</b>	<b>PRODUCTOS</b>	<b># ARTESANOS</b>	<b>%</b>
<b>BISUTERIA</b>	Anillos, aretes, brazaletes, collares, dijes, juegos, pulseras.	38	18.54
<b>ADORNOS</b>	Botellas, barcos, ceniceros, jarrones, floreros, lámparas, figuras de todo tipo, instrumentos musicales y de pesca en miniatura, manteles.	33	16.10
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	Camas, canastos, candelabros, bateas, mesas, sillas, frutas, estereras, perezosas, utensilios de cocina.	27	13.17
<b>GASTRONOMÍA TÍPICA</b>	Cocadas, conservas, chocolates, encocao, tapao, manjares, dulces.	29	14.15
<b>ARTES DE PESCA Y CAZA</b>	Atarrayas, arpones, catangas, canoas, canaletes, redes,	13	06.34
<b>TEJIDOS AUTÓCTONOS</b>	Blusas, faldas y vestidos para baile autóctono, camisetas con motivos folklóricos.	8	03.90
<b>UTILITARIOS PERSONALES</b>	Bolsos, billeteras, cachimbas, esferos, llaveros, pipas, sombreros, vinchas.	14	06.83
<b>INSTRUMENTOS MUSICALES TÍPICOS</b>	Bombos, cununos, guasá, marimbas, maracas,	16	07.80
<b>ESTILISTAS</b>	Trenzas y decoraciones del cabello con bolitas de coco.	14	06.83
<b>PINTURA ARTÍSTICA</b>	Cuadros y pinturas con motivos autóctonos	10	04.88
<b>PRODUCTOS MEDICINA NATURAL</b>	Preparados de plantas medicinales, aceites de coco y otros productos del mar.	3	01.46
<b>TOTAL ARTESANOS CONSULTADOS</b>		<b>205</b>	<b>100%</b>



### **4.6,3 ARTESANÍAS EN COCO**

#### **4.6.3.1 MATERIA PRIMA:**

En la producción de artesanías, la parte más apetecida del coco es su cáscara. De ella se elaboran vasijas, salseras, cucharas, collares, aretes, anillos, pulseras, ganchos de cabello, tarjeteros, cinturones, bandejas, portavasos, copas, azucareras, lámparas y muchos productos más.

Pero para que la corteza de coco se convierta en una pieza artesanal, es indispensable preparar la cáscara de coco. Para esto, se dejan las cáscaras en un recipiente con agua por unos 10 - 15 minutos hasta que el agua las penetre bien. Luego, con un cuchillo o con una cuchara, se limpia la parte externa de la cáscara. Más adelante, empieza el proceso de lijado manual para llegar a una cáscara absolutamente lisa y brillante.

La creatividad sorprende a la hora de realizar artesanías con el coco.

Cuando la cáscara ya esté preparada, de cartón cartulina se recortan los moldes de piezas y con ellos se marca el coco. Finalmente, se corta la cáscara y allí inicia el diseño de la artesanía.

Los artesanos no solamente cada día sorprenden con nuevos diseños, sino cada vez tratan de combinar el coco con otros materiales naturales y ecológicos propios de Colombia, tales como madera, cuero, cerámica, semillas, tagua, plata, etc., dándole, con esto, una nueva dimensión artesanal a sus productos

#### **4.6.3.2 VARIEDADES DE ARTESANÍAS EN EL CASCO DEL COCO**



**Anillos:** Son los más comunes en el medio, presentados en colores de opacos sencillos pero a la vez tallados en el centro o en su alrededor.

**Aretes:** Estos son elaborados principalmente con modelos de hojas, estrellas, flores, triángulos, óvalos y de más diseños creativos y colores del color natural del casco o variados, presentados en ganchos prácticos para la utilización, en todos los tamaños, pero cabe resaltar que generalmente los aretes con diseños son en tamaños grandes.

**Pulseras:** Estas son de tamaños ajustables a la muñeca del consumidor, para uso femenino – masculino, se los presentan en broche o hilo para su ajuste, se pueden utilizar en la confección elementos adicionales como es la tagua, madera, coral en diferentes colores.

**Collares:** Estos son de tamaños ajustables, se trabaja con mayor diseño en el casco del coco y en diferentes tamaños, colores son utilizados por consumidores femeninos o masculinos, son poco conocidos por lo que se utilizan otros materiales para su confección como es la tagua y coral.

**Recuerdos:** Estos generalmente se los encuentra en modelos que identifican a la ciudad como hojas de coco.

**Accesorios para cocina:** De todo tipo especialmente juego de cucharones en tamaños variados, cuchara, bandejas demostrando la creatividad del artesano.

**Adornos para casa:** Artesanías variada tales como los ceniceros, floreros en todos los colores lámparas, utilizando accesorios adicionales en su elaboración.

Todos estos productos artesanales están hechos por manos del artesano que busca presentar nueva diversidad de productos para el consumidor local y nacional. Cabe recalcar que del casco se pueden obtener más variedad de productos en artesanías, se describieron los más importantes a ofertar.



#### 4.6.4.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

De acuerdo al censo de población y vivienda del año 2001 realizado por el INEC, se dedican a actividades artesanales 16.466 personas, de esta cifra se estima que el 10% se dedica a la elaboración de artesanías que expresan la cultura y el folklor esmeraldeño, es decir 1.646 artistas, los afiliados a la Cámara Artesanal de Esmeraldas, son 450 artistas, de este dato se parte en la determinación del universo de los productores.

Según la oficina del Ministerio de Turismo en Esmeraldas, los turistas que visitaron la provincia en el año 2007 fueron 50.000 personas, Ellos son una buena parte de la demanda de las artesanías. La población económicamente activa de la provincia de Esmeraldas es de 129.914 personas, quienes también demandan productos y servicios artesanales referentes a la cultura y folklor afro. Ecuatoriana.

#### Segmentación de la toma de muestras de productores de artesanía.

	<b>Criterios Segmentación</b>	<b>Segmentos típicos del Mercado</b>	<b>Muestras</b>
<b>Geográfico</b>	Región, localización	Cantón Esmeraldas	69%
		Cantón Atacames	05%
		Cantón Río Verde	07%
		Cantón Eloy Alfaro	04%
		Cantón San Lorenzo	04%
		Cantón Quinindé	08%
		Cantón Muisne	03%



<b>Demográfico</b>	Actores Directos	Artesanos productores	175
		Turistas	171
		Demanda local	320
	Origen étnico	Afros y mestizos esmeraldeños	90%
		Indígenas esmeraldeños	06%
		Otros	04%
	Género	Hombre	90
		Mujeres	85
	Clase Social	Baja	100%

FUENTE : "CAMARA DE ARTESANOS DE ESMERALDAS"

#### 4.6.5 ANÁLISIS EN LA PROYECCIÓN DE LAS VENTAS

Para realizar un análisis de los resultados de las encuestas relevantes, se procedió a tomar la fluctuación diaria de turistas que varía entre los 20000 a 30000 turistas (FUENTE CÁMARA DE TURISMO DE ATACAMES).



De los cuales aproximadamente el 50% equivalente a 15000 turistas opta por disfrutar de las playas de Atacames, mientras que el resto visita los demás balnearios que se encuentran al sur de la ciudad como Sua, Same, Tonchigue, Muisne.

De los **15000** turistas que se quedan en Atacames, se determinó que está representado por grupos familiares, a la vez éstos estarían conformados por 5 personas por cada grupo. Es decir se analizaron **3000** visitantes que serían los consumidores de la Comercializadora, se tomó el resultado de la pregunta N° 6 donde se obtuvo que el 31% de personas hayan adquirido artesanías hechas a base del coco representado en **934 personas**.

Se aplicaron los porcentajes de la pregunta N° 5 , debido que determinan la cantidad en dinero que gasta el turista en la compra de Artesanías especificado de la siguiente manera.

- 40% ..... 5 a 10 dólares**
- 26%.....10 a 20 dólares**
- 16%.....1 a 3 dólares**
- 18 %..... mas**

Al analizar la pregunta No 7, se hace la relación de acuerdo a los productos que gustarían adquirir hechos a base del coco, con lo cantidad de dinero a gastar de los turistas en artesanías.



**REPRESENTADO DE LA SIGUIENTE MANERA:**

40% de las 934 personas:

ALTERNATIVAS	372 TURISTAS GASTAN DE \$5 - 10	MEDIA	VALOR EN CONSUMO
FLOTEROS	48	7	336
CANDELABROS	7	7	49
CENICEROS	41	7	287
LAMPARAS DE MESA	11	7	77
LAPICEROS	11	7	77
ARETES DE TODOS LOS MODELOS	56	7	392
COLLARES	33	7	231
PULSERAS	30	7	210
ANILLOS	26	7	182
JUEGO DE CUCHARONES	33	7	231
CUCHARAS	30	7	210
TRINCHES	15	7	105
BANDEJAS	30	7	210
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2597</b>



26% de 934 personas

ALTERNATIVAS	242 TURISTAS GASTA DE 10 \$ - 20 \$	MEDIA	VALOR EN COSUMO
FLOREROS	31	15	471,9
CANDELABROS	5	15	72,6
CENICEROS	27	15	399,3
LAMPARAS DE MESA	7	15	108,9
LAPICEROS	7	15	108,9
ARETES DE TODOS LOS MODELOS	36	15	544,5
COLLARES	22	15	326,7
PULSERAS	19	15	290,4
ANILLOS	17	15	254,1
JUEGO DE CUCHARONES	22	15	326,7
CUCHARAS	19	15	290,4
TRINCHES	10	15	145,2
BANDEJAS	19	15	290,4
	<b>TOTAL</b>		<b>\$3630</b>



16% de 934 personas

ALTERNATIVAS	149 TURISTAS GASTA DE 1 \$ - 3 \$	MEDIA	VALOR DE CONSUMO
FLOTEROS	19	2	38,74
CANDELABROS	3	2	5,96
CENICEROS	16	2	32,78
LAMPARAS DE MESA	4	2	8,94
LAPICEROS	4	2	8,94
ARETES DE TODOS LOS MODELOS	22	2	44,7
COLLARES	13	2	26,82
PULSERAS	12	2	23,84
ANILLOS	10	2	20,86
JUEGO DE CUCHARONES	13	2	26,82
CUCHARAS	12	2	23,84
TRINCHES	6	2	11,92
BANDEJAS	12	2	23,84
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 298</b>



18% de 934 personas

ALTERNATIVAS	167 TURISTAS GASTA MAS VALOR	MEDIA	VALOR DE CONSUMO
FLOTEROS	22	35	759,85
CANDELABROS	3	35	116,9
CENICEROS	18	35	642,95
LAMPARAS DE MESA	5	35	175,35
LAPICEROS	5	35	175,35
ARETES DE TODOS LOS MODELOS	25	35	876,75
COLLARES	15	35	526,05
PULSERAS	13	35	467,6
ANILLOS	12	35	409,15
JUEGO DE CUCHARONES	15	35	526,05
CUCHARAS	13	35	467,6
TRINCHES	7	35	233,8
BANDEJAS	13	35	467,6
	<b>167</b>		<b>\$ 5845</b>



**4.6.5.1 CALCULO DE LAS UNIDADES A VENDER**

**TABLA 8 Precios establecidos por la empresa,**

ARETES SIMPLES SIN DISEÑO 0.75	ARETES CON DISEÑO 1.25
Pulseras 1.25	Collares 2.00
Collares con diseño 3.25	Anillos 0.50
Anillos con diseño 1.50	Conjuntos de aretes, pulsera y collares simples sin diseño 3.50
Conjunto de aretes, pulsera y collares con diseño 3,25	
<b>Adornos de para casa en general:</b>	Lapiceros 2.50
Ceniceros 2.50	Floreros 3.00
Vasijas 2.50	Bandejas 3.50
Cucharas 1.50	Lámparas 4.00

**Análisis:**

Se procedió a sumar el gasto que el turista estaría dispuesto a demandar para satisfacer su necesidad de compra en cada producto artesanal y queda de la siguiente manera, multiplicado por el precio de venta se obtendrán las unidades a vender.



Cabe recalcar que las unidades a vender obtenidas, serian determinadas por las temporadas consideradas de mayor afluencia turística detallada en la tabla siguiente.

**TABLA 9: UNIDADES A VENDER**

ALTERNATIVAS	DINERO EN VENTAS	PRECIO DE VENTAS	UNIDADES A VENDER	TEMPORADAS DE COMPRAS 6
<b>FLOTEROS</b>	1391,91	3,25	464	2784
<b>CANDELABROS</b>	214,14	7	31	186,00
<b>CENICEROS</b>	1177,77	2,5	471	2826,00
<b>LAMPARAS DE MESA</b>	321,21	4	80	480,00
<b>LAPICEROS</b>	321,21	2,5	161	966
<b>ARETES DE TODOS LOS MODELOS</b>	1606,05	1,25	1606	9636
<b>COLLARES</b>	963,63	3,25	321	1926
<b>PULSERAS</b>	856,56	1,25	857	5142
<b>ANILLOS</b>	749,49	0,75	1499	8994
<b>JUEGO DE CUCHARONES</b>	963,63	2,75	385	2310,00
<b>CUCHARAS</b>	856,56	1,5	714	4284
<b>TRINCHES</b>	428,28	1,25	428	2568
<b>BANDEJAS</b>	856,56	3,5	286	1716
<b>TOTAL</b>	<b>10707</b>	<b>34,75</b>	<b>7303</b>	<b>43818</b>

ELABORADO POR:

El autor Geovana Lopez Bone

**DETERMINACION DEL PRONÓSTICO DE VENTAS**



Una vez establecidas las unidades a vender se procede a realizar el pronóstico de ventas mensual, para lo cual se considera las 6 temporadas altas que los turistas visitan la ciudad, por el precio establecido para ventas, se obtienen el total de ventas al mes .

**TABLA 10 VENTAS PROYECTADAS DE ARTESANÍAS MENSUAL**

ARTUCULOS	CANTIDAD ANUAL	PROMEDIO P. VTA.	VENTA DE TOTAL
<b>FLOTEROS</b>	2784	3	8.352,00
<b>CANDELABROS</b>	186	6,5	1.209,00
<b>CENICEROS</b>	2826	2,5	7.065,00
<b>LAMPARAS DE MESA</b>	480	4	1.920,00
<b>LAPICEROS</b>	966	2	1.932,00
<b>ARETES DE TODOS LOS MODELOS</b>	9636	1,25	12.045,00
<b>COLLARES</b>	1926	3,25	6.259,50
<b>PULSERAS</b>	5142	1,25	6.427,50
<b>ANILLOS</b>	8994	0,75	6.745,50
<b>JUEGO DE CUCHARONES</b>	2310	2,75	6.352,50
<b>CUCHARAS</b>	4284	1,5	6.426,00
<b>TRINCHES</b>	2568	1,25	3.210,00
<b>BANDEJAS</b>	1716	3,5	6.006,00
		<b>TOTAL</b>	<b>73.950,00</b>

ELABORADO POR:

El autor Geovana Lopez Bone



ELABORADO POR: El autor Geovana Lopez Bone

4.6.5.2 TABLA 11. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA PROYECTADA DE ARTESANIAS EN 10 AÑOS

ALTERNATIVAS	VENTAS AÑO 1	VENTAS AÑO 2	VENTAS AÑO 3	VENTAS AÑO 4	VENTAS AÑO 5	VENTAS AÑO 6	VENTAS AÑO 7	VENTAS AÑO 8	VENTAS AÑO 9	VENTAS AÑO 10
FLOREROS	8.352,00	9210	10157	11201	12352	13621	15021,40	16565,22	18267,70	20145,15
CANDELABROS	1.209,00	1333	1470	1621	1788	1972	2174,43	2397,91	2644,35	2916,13
CENICEROS	7.065,00	7791	8592	9475	10449	11522	12706,68	14012,60	15452,74	17040,89
LAMPARAS DE MESA	1.920,00	2117	2335	2575	2840	3131	3453,20	3808,10	4199,47	4660,01
LAPICEROS	1.932,00	2131	2350	2591	2857	3151	3474,78	3831,90	4225,72	4660,01
ARETES DE TODOS LOS MODELOS	12.045,00	13283	14648	16154	17814	19644	21663,41	23889,85	26345,12	29052,72
COLLARES	6.259,50	6903	7612	8395	9257	10209	11257,96	12414,99	13690,93	15098,01
PULSERAS	6.427,50	7088	7817	8620	9506	10483	11560,11	12748,20	14058,39	15503,23
ANILLOS	6.745,50	7439	8203	9046	9976	11001	12132,05	13378,91	14753,92	16270,25
JUEGO DE CUCHARONES	6.352,50	7005	7725	8519	9395	10360	11425,22	12599,44	13894,34	15322,33
CUCHARAS	6.426,00	7086	7815	8618	9504	10480	11557,42	12745,22	14055,11	15499,61
TRINCHES	3.210,00	3540	3904	4305	4747	5235	5773,31	6366,66	7020,99	7742,57
BANDEJAS	6.006,00	6623	7304	8055	8882	9795	10802,03	11912,20	13136,47	14486,56
<b>TOTAL</b>	<b>73950</b>	<b>81550,16</b>	<b>89931,43</b>	<b>99174,08</b>	<b>109367</b>	<b>120606,73</b>	<b>133002,01</b>	<b>146671,21</b>	<b>161745,26</b>	<b>178368,53</b>



**ANÁLISIS:** Como se demuestra en la tabla 11 , se determinan las ventas anuales de artesanías, las cuales tienen un incremento cada año, basado en la fluctuación de turistas al año del 1.33% (Fuente Cámara de Turismo) y cabe recalcar que los precios también sufren un crecimiento en inflación del 8.83 % en el 2008, la cual fue considerada para el estudio del proyecto.

#### 4.6.6 ESTUDIO DE LA DEMANDA.

Esmeraldas posee un sector turístico muy competitivo a nivel nacional. Por lo que según estadísticas ingresan a sus playas Atacames 120000 turistas, quienes serían los demandantes las artesanías hechas del coco.

En los datos analizados de la encuestas los turistas en un 43% demanda artesanías que llevan como recuerdos a sus lugares de origen.

Dentro de las artesanías más demandadas tenemos a las elaboradas en coral esto se debe que es un producto tradicional de todas las playas a nivel nacional y es llamativo para todos los turistas.

Como ya se detallo en la propuesta de la Comercializadora de artesanías, se espera dar conocer el gran potencial que se puede obtener del casco del coco como es la elaboración de las Artesanías, por lo que la población consumidora la hemos determinado de la siguiente manera:

Conforme a las estadísticas publicadas por el Ministerio de Turismo, CETUR, y Municipalidad de Atacames, tenemos que los visitantes de fines de semana según el lugar visitado son: 9558 personas de Quito que han visitado Atacames, del resto del país no se registran visitantes de fines de semana a Atacames específicamente sino a



Esmeraldas 1430 y Tonsupa 910 de Santo Domingo de los Colorados, y de Quevedo 2356 personas a Esmeraldas.

En cuanto a personas que han visitado Atacames en el año 2006 y el primer trimestre del 2007 feriado (carnaval) tenemos:

### **AÑO 2006**

- Residentes de Quito 86.806
- Residentes de Cuenca 1360
- Residentes del resto de la Sierra 45.691

### **FERIADO DE CARNAVAL**

(Datos proporcionados por la Cámara Provincial de turismo de Atacames)

- Sábado 17 de febrero 10.000 personas
- Domingo 18 de febrero 50.000
- Lunes 10 de Febrero 10000

Además se evidencia, que la mayor afluencia de turistas corresponde a los residentes de Quito que se trasladan a Atacames.

Naturalmente debemos mencionar que existen turistas extranjeros que visitan las playas, pero el segmento de interés del presente trabajo está constituido básicamente por personas residentes en la Sierra, especialmente Quito.



#### 4.6.6.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS DEMANDANTES

El Turista: Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

Clase Privilegiada: son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito Nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo.

##### Características

- Elevado gasto por día. Estancias o permanencias prolongadas.
- Utilización de los servicios guías, interpretes, etc.
- Utilización de los medios de transporte más rápidos.
- Ocupación de los hoteles más selectos. Recorridos extensos de cada país.

Clase Burguesa: son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura.

##### Características:

- Invierten en turismo todos sus ahorros. Utilizan el automóvil propio.
- Servicios de primera categoría, pero no de lujo.
- Estancias cortas, según la relación del nivel de precios del país visitado.
- Visita a los lugares turísticos. Viajes en épocas de vacaciones.

Clase Juvenil: son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas.

**Características:**

- Utilización de medios de transportes económicos.
- Alojamiento de tiendas de campañas, refugios, posadas y otros.
- Preferencia por los lugares naturales. Estancias breves en cada punto.
- Nula utilización de agencias de viajes. Menosprecios por lugares mundanos.
- Poco gasto por día. Itinerarios largos. No usan guías ni interpretes.

Clase Popular: constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación, la turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas.

**Características:**

- Es de carácter vacacional. Brevedad de tiempos en los viajes.
- Especiales ventajas por parte de los gobiernos y compañías ferroviarias.
- Obtienen contribución de las empresas del Estado y las asociaciones.
- Creación de alojamientos especiales por las instituciones gubernamentales.
- Carácter colectivo, estancias en una sola localidad, lugares de descanso.
- Nula intervención de las agencias de viajes.

Cabe destacar que para este tipo de turistas se han creado una infinidad de ventajas que obedecen al desarrollo del Turismo Social en los países

**4.6.6.2 ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN EN COMPRAS DE ARTESANÍAS**

La comercializadora de artesanías, realizará sus compras igual que las ventas tomando en cuenta las 6 temporadas altas en que los turistas visitan la ciudad, se considera el precio establecido para comprar y se obtiene las compras totales de los diferentes artículos al mes a realizarse.



**TABLA 12**

ARTESANIAS	CANTIDAD ANUAL	P. COMPRA	COMPRA TOTAL
FLOREROS	2784	2	5.568,00
CANDELABROS	186	5	930,00
CENICEROS	2826	2	5.652,00
LAMPARAS DE MESA	480	3	1.440,00
LAPICEROS	966	1	966,00
ARETES DE TODOS LOS MODELOS	9636	0,50	4.818,00
COLLARES	1926	2	3.852,00
PULSERAS	5142	0,50	2.571,00
ANILLOS	8994	0,30	2.698,20
JUEGO DE CUCHARONES	2310	2,00	4.620,00
CUCHARAS	4284	0,80	3.427,20
TRINCHES	2568	0,80	2.054,40
BANDEJAS	1716	2	3.432,00
<b>TOTAL ANUAL \$</b>		-	<b>42.028,80</b>

ELABORADO POR : El autor Geovana Lopez Bone



**TABLA 13 DEMANDA PROYECTADA POR UN PERIODO DE 10 AÑOS**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ALTERNATIVAS										
FLOREROS	5568	6140	6771	7467	8235	9081	10014,27	11043,48	12178,47	13430,1
CANDELABROS	930	1026	1131	1247	1375	1517	1672,64	1844,55	2034,12	2243,1
CENICEROS	5652	6233	6873	7580	8359	9218	10165,35	11210,08	12362,19	13632,7
LAMPARAS DE MESA	1440	1588	1751	1931	2130	2349	2589,90	2856,07	3149,60	3473,3
LAPICEROS	966	1065	1175	1295	1429	1575	1737,39	1915,95	2112,86	2330,0
ARETES DE TODOS LOS MODELOS	4818	5313	5859	6461	7125	7858	8665,36	9555,94	10538,05	11621,0
COLLARES	3852	4248	4684	5166	5697	6282	6927,97	7639,99	8425,19	9291,0
PULSERAS	2571	2835	3127	3448	3802	4193	4624,05	5099,28	5623,35	6201,2
ANILLOS	2698	2976	3281	3619	3990	4401	4852,82	5351,57	5901,57	6508,1
JUEGO DE CUCHARONES	4620	5095	5618	6196	6833	7535	8309,25	9163,23	10104,98	11143,5
CUCHARAS	3427	3779	4168	4596	5069	5589	6163,96	6797,45	7496,06	8266,4
TRINCHES	2054	2266	2498	2755	3038	3351	3694,92	4074,66	4493,43	4955,2
BANDEJAS	3432	3785	4174	4603	5076	5597	6172,59	6806,97	7506,55	8278,0
<b>TOTAL</b>	<b>42029</b>	<b>46348</b>	<b>51112</b>	<b>56365</b>	<b>62158</b>	<b>68546</b>	<b>75590</b>	<b>83359</b>	<b>91926</b>	<b>49350,8</b>

ELABORADO POR : El autor Geovana Lopez Bone

**ANALISIS:** Se puede observar que las compras van ha ir creciendo debido que los precios cada año tienden a subir para la cual se utilizo la inflación del 8.83% , y la fluctuación de turistas al año que también se la considera al igual que en las ventas del 1.33%.



#### 4.6.7 DEMANDA INSATISFECHA.

Para analizar la demanda insatisfecha de toma como referencia la pregunta N° 6 donde los turistas un 69% dijo no haber adquirido artesanías hechas del casco del coco , se puede determinar por los siguientes factores la no compra de artesanías en este material :

- **DECONOCIMIENTO DEL PRODUCTO SU PROCEDENCIA**
- **LOS COSTOS Y CALIDAD**
- **FALTA DE LUGARES DONDE SE OFERTE EL PRODUCTO**

#### ANÁLISIS

- 20000 a 30000 turistas ingresan en la Provincia de Esmeraldas
- El 50% opta por visitar los balnearios de Atacames
- De los 15000 turistas que se quedan en Atacames, estaría determinado por grupos de familias, que por lo general los conforman 5 personas, dando como resultado 3000 grupos de visitantes.
- Se analizaron 3000 visitantes, aplicando el 69% que nos da **2070** turistas que serian los turistas que no han tenido al acceso a artesanías.



## 4.7 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN o DISTRIBUCIÓN

### EL PRODUCTOR

Su sistema de producción en el cultivo del COCO está Orientado al mercado, es decir produce para generar ingresos que le permitan cubrir sus necesidades básicas de subsistencia, sin embargo sus condiciones son precarias y no cuenta con asistencia técnica especializada.

### ACOPIADOR RURAL MINORISTA

Es el primer eslabón de la cadena, pues compra el coco directamente en finca, es además comerciante de otros productos que produce la finca, compra todo lo que el productor está dispuesto a vender para luego revender estos productos en los centros urbanos.

### MAYORISTA URBANO

Es el principal comerciante de coco para los volúmenes de fruta que comercializa

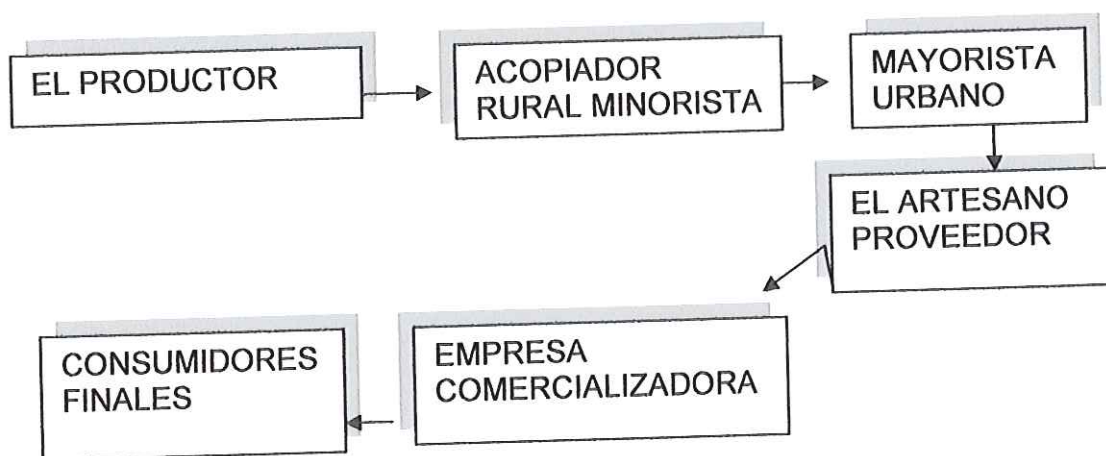
**EL ARTESANO PROVEEDOR,** Es quien compra los desechos para proceder a la confección de artesanías.

**EMPRESA COMERCIALIZADORA;** compra las artesanías en base a pedido.

**CONSUMIDOR FINAL;** Es el que adquiere el producto para uso personal. (Turista local turista nacional)



## FORMA GRÁFICA DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN



### 4.8 PRECIO DEL MERCADO

Según estudio realizado a los turistas ellos estarían dispuestos a gastar en la compra de cualquier tipo de artesanías de 5 a 10 dólares determinando un 40% de la población establecida.

Los precios de las artesanías se encuentran variables de acuerdo a la demanda por las temporadas turísticas en el cantón. Debido a que en días normales de playa son bajos por las pocas afluencias de turistas, pero en las temporadas consideradas altas, se opta por una mala costumbre de incrementar el precio al cliente. Por lo que lo detallamos a continuación.



**TABLA : 14**

ARTESANÍAS	PRECIO
ARETES EN TODOS LOS MODELOS.	Entre \$ 0.50 - \$ 1.00
PULSERAS	Entre \$ 1.00 - \$ 2.00
COLLARES	Entre \$ 2.00 - \$ 3.50
ANILLOS	Entre \$ 0.50 - \$ 1.00
ADORNOS DE TODO TIPO	Entre \$ 2.50 - \$ 3.50 - \$ 5.00

#### 4.9 TÉRMINOS DE VENTA.

Actualmente, se pueden determinar dos formas de comercializar las artesanías

##### **Al contado.-**

Es la más utilizada, la mecánica es entregar la producción y recibir el dinero en efectivo. En este caso no hay acuerdos verbales que garanticen la venta del producto y no hay prórrogas de tiempo en el pago.



### **A crédito.-**

Son casos especiales, generalmente se da entre negociantes con experiencia y conocidos en el mercado.

La particularidad de esta transacción es que el demandante y el oferente trabajan de forma pactada o comprometida; es decir el demandante hace convenios con el oferente, en dónde se acuerda que el demandante debe pagar el 50% como anticipo antes de recibir el producto y el resto del pago dos semanas después de la entrega del producto.

### **4.10 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

Con el objeto de lograr un posicionamiento interno de las artesanías hechas de coco, el proyecto busca ofrecer un producto de calidad en forma permanente, que permite ganar confianza y prestigio en el ámbito de comercializadores locales y nacionales.

La campaña de promoción del proyecto tendrá los siguientes componentes:

- ✓ Las artesanías serán ofertadas en vitrinas y ganchos, donde estarán divididos de acuerdo a modelos y colores.
- ✓ Se creara catálogos de Artesanías detalladas de las que se encuentran en stop.
- ✓ Se participara en las ferias locales, para dar a conocer las artesanías y la empresa en general.



- ✓ Promocionar en el Internet, mediante la publicación en sitios de ventas.
- ✓ Contratar promotores en las temporadas altas como feriados y vacaciones de la Región Sierra.

#### 4.10.1 PROMOCIONES:

Básicamente se aplicarán en temporadas altas de turistas en el cantón.

- ✓ Por la compra de un monto establecido de artesanías, se obsequiara un conjunto.
- ✓ Obsequiar catálogos en donde se detallen todas las artesanías a ofertar.

#### LOGO DE LA EMPRESA

#### ARTESANIAS EN SU COCO

**CREATIVIDAD  
PARA EL VISITANTE  
LOCAL Y NACIONAL**





## 4.11 MERCADO COMPETIDOR

### 4.11.1 ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS

El comercio en esta provincia es muy dinámico ya que posee varias fuentes de ingresos. Por la gran producción agropecuaria y la riqueza del suelo, se han establecido industrias de aceite, jabones, implementos agrícolas, caucho, tagua, cemento, carbón. Además existen industrias manufactureras, madereras, de productos químicos y derivados de petróleo.

El rubro turístico se lo puede considerar de vital importancia para la economía de la provincia; se puede admirar los sobrios trabajos de los antepasados indígenas de Esmeraldas, en cuanto a cerámica y minerales.

En Esmeraldas casi no hay i locales que oferten artesanías, se conocen :

#### FAUNA DEL CORAL:

Lugar que vende productos variados de artesanías en coral y otros materiales como tallados en madera, en coco, en tagua y demás materiales a usar. Además oferta vestimentas culturales y variadas, se encuentra ubicada en la calle Olmedo entre Ricaurte y Salinas,

#### LA FEDERACIÓN DE ARTESANOS:

Se encuentra ubicado en las calles Sucre entre Juan Montalvo y Rocafuerte, aquí se ofertan artesanías y vestimentas afro ecuatorianas .Las autoridades y Universidades



## MERCADO ARTESANAL

Es una iniciativa del gobierno municipal en crear varios locales para dar oportunidad a los propios artesanos en ofertar su arte en artículos de diversos materiales usados para su elaboración.

Las autoridades y Universidades han realizados exposiciones de artesanías en la Plaza Cívica, con el fin de dar a conocer la diversidad de habilidades que pose los artesanos y que por falta de oportunidad no obtienen los lucros necesarios para seguir en la actividad.

### 4.11.2 MERCADO DE ATACAMES.

Atacames es el balneario más visitado en la provincia de Esmeraldas.

Atacames se encuentra a 30 km suroeste de Esmeraldas, se puede llegar con buses directos desde Quito, Santo Domingo y Esmeraldas.

En la ciudad y en la playa se puede encontrar todas las facilidades para las vacaciones playeras. Hay hoteles, hostales y restaurantes de todas las categorías a la disposición.

**Las comidas más destacadas son entre otras:**

Langostas

Cebiches de camarón, de concha y de pescado

El famoso plato marinero

Encocados

Bolas de verde



y obviamente pescados y mariscos en diferentes variantes.

En la playa invitan los cabañas típicas con música, danza y bebidas tropicales. Se puede alquilar unas sillas, hamacas y parasoles.

Hay la posibilidad de disfrutar una vuelta encima de las olas con el "banano", dar una vuelta en caballos, o leer un libro.

Atacames se encuentra abastecido por el mercado artesanal en donde se ofertan artesanías hechas en distintos materiales como en coral, madera, tagua, plásticos, coco entre otros , que son adquiridas por residentes de la ciudad y los turistas . Este mercado es conocido como los "Corales" ubicado en el malecón de la playa cuenta aproximadamente con 50 locales pequeños"

Dentro de este grupo de comerciantes hay los artesanos que con el arte crean las artesanías y son los proveedores de sus compañeros. Se encuentran legalmente constituidos en COOPERATIVAS .



## CAPITULO V

### ESTUDIO DE TAMAÑO LOCALIZACIÓN Y TÉCNICO

#### 5.1 ANÁLISIS DEL TAMAÑO.

Una Fábrica Comercializadora requiere de un espacio físico no muy amplio, que permita distribuir adecuadamente las vitrinas y demás equipos en la área establecida y lo más importante es que el personal pueda laborar y el demandante pueda divisar todos los productos. Es por ello que se requerirá de un área de  $17 \text{ m}^2 \times 10 \text{ m}^2$  cual estará diseñada y distribuida de la siguiente manera:

La Fábrica tendrá dos áreas, la primera es donde se ofertan los productos en los diferentes muestrarios y el área administrativa de la empresa. En la segunda área estará ubicada la bodega de almacenamiento de las artesanías.

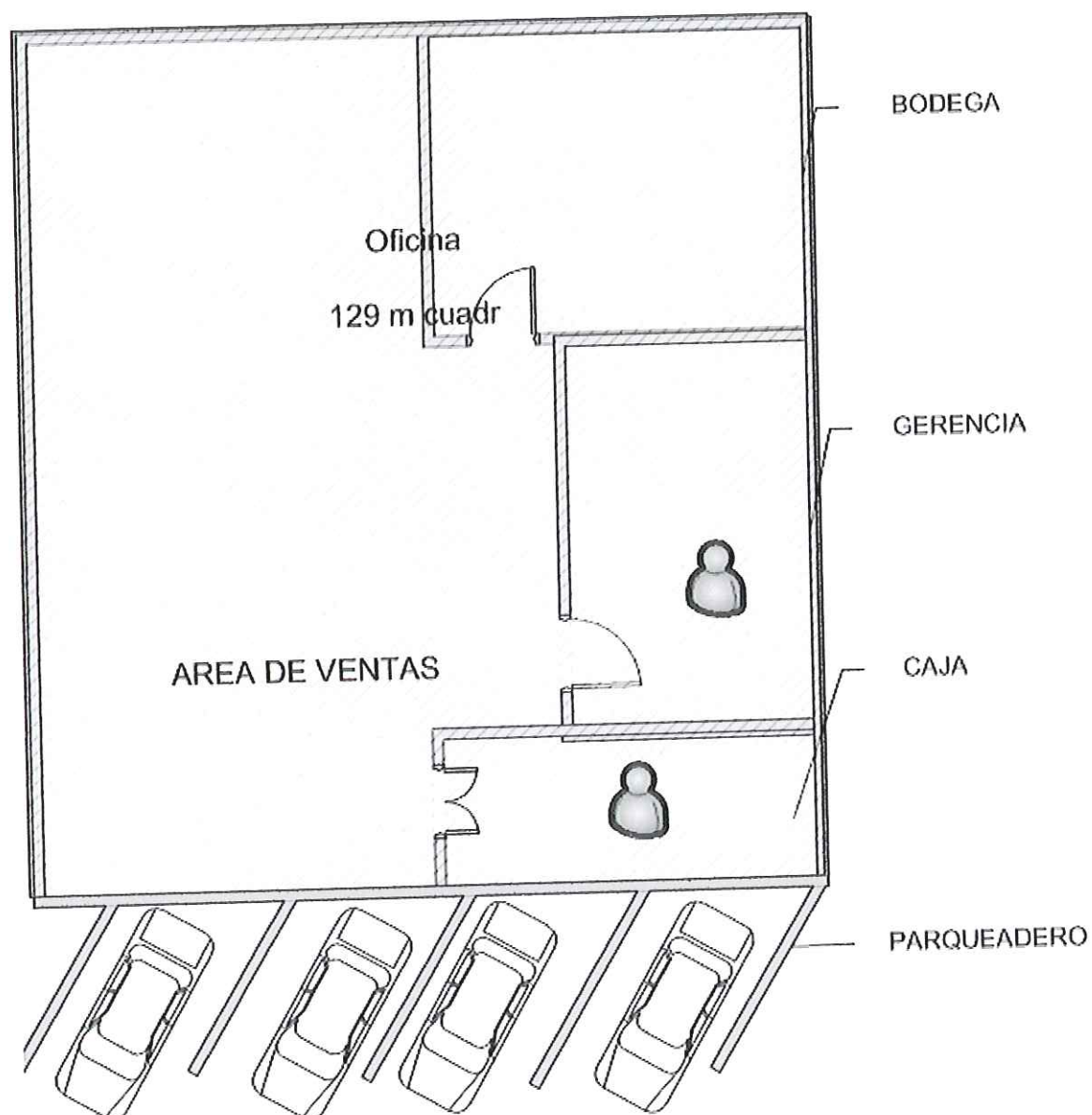
##### 5.1.1 DISTRIBUCIÓN GRÁFICA DE LA EMPRESA AREA 1.

- Ganchos para aretes
- Ganchos de pulseras
- Vitrinas de collares y anillos
- Vitrinas de adornos de todo tipo
- Vitrinas para conjuntos
- Área administrativa
- Caja
- Parqueadero



### AREA 2.

Estará distribuida en perchas y cajas para guardar la mercadería de artesanías





## 5.2 LOCALIZACIÓN DE LA FÁBRICA COMERCIALIZADORA

La Comercializadora, estará ubicada en la vía Atacames en la parroquia Vuelta Larga sector la Cananga , frente al colegio Carlos Concha , por ser un lugar estratégico para el estudio, por la facilidad y cercanía para conseguir la mercadería de los proveedores que en primera estancia serian los artesanos de Atacames y la mano de obra calificada.

### 5.2.1 GRÁFICO DE UBICACIÓN:

Además la comercializadora contará con todos los servicios básicos como son:

- Agua potable.
- Energía eléctrica
- Teléfono y Fax para la comunicación nacional e intercantonal.
- Aire acondicionado.
- Baterías sanitarias

## 5.3 REQUERIMIENTO DEL PROYECTO

La creación de una comercializadora de artesanías en el casco del coco demanda





requerimientos de infraestructura de adecuación del establecimiento, recursos materiales, humanos y económicos, que se detallan a continuación.

#### 5.4.1 Distribución Área de Trabajo.

Como se ha establecido la empresa constará de dos áreas: un bloque de ventas y un bloque de bodega almacenamiento.

En el bloque de ventas estará conformado de la siguiente manera:

- ✓ Gerente Propietario
- ✓ Secretaria- Cajera
- ✓ Vendedor
- ✓ Guardián

### 5.4 PROCESO PRODUCTIVO

**LA FIBRA** que recubre el coco llamada comúnmente “bonete” se teje para fabricar cuerdas, esteras, tapices, tapetes y como abono en jardinería.



Corteza del Coco

**LA CORTEZA** dura generalmente es desechada, se recicla este material y de allí se obtiene la materia prima para elaborar las artesanías en coco, como: collares de coco,



anillos de coco, pendientes de coco, pulseras de coco, gancho de cabello de coco entre otras. Antes de convertirse la corteza en una pieza de joyería artesanal o bisutería artesanal ecológica requiere un arduo proceso de lijado manual hasta llegar a la textura ideal y que el brillo de este material embellezca el accesorio, luego cada curva, forma y diseño se debe cortar manualmente hasta obtener una bella pieza .

#### **5.4.1 EL ARTESANO y SU PRODUCCIÓN**

Las manos de los artesanos de las costas de Esmeraldas, solo ellos han sabido transformar este sabroso fruto en ingeniosos objetos decorativos que son la delicia de coleccionistas y conocedores de arte popular del cantón y esperan poder ampliar mercado a todo el país.

Para trabajar se requiere de jícaras, cuchillos de diversos tamaños, navajas, lijas de varios grosores, ralladores, bruñidores, serruchos y puntas de machete.

#### **PASOS**

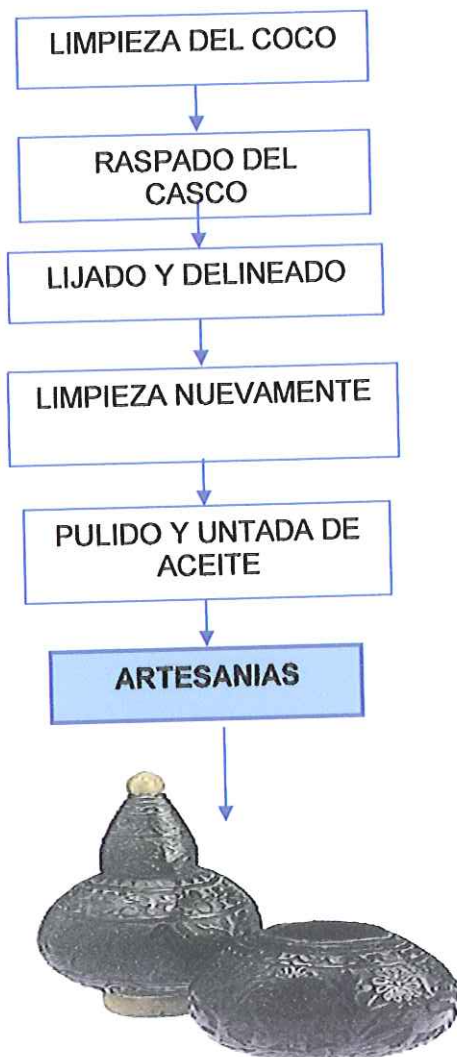
- 1 Limpia el coco hasta dejarle "el casco" limpio,
2. Lo raspa para quitarle lo poroso,
3. Lo lija y delinea el contenido con el rallador.

#### **En el paso siguiente,**

4. Limpia la superficie nuevamente y empieza el rayado, entresacando varios niveles de la cáscara, para dar profundidad y resaltar los motivos.
5. Después, vuelve a lijar muy minuciosamente, pule y bruñe para dar brillo, unta aceite de coco y humea con la finalidad de lograr ese acabado oscuro, característico de los productos que elabora.
6. El resultado final es una pieza con un trabajo exquisito.

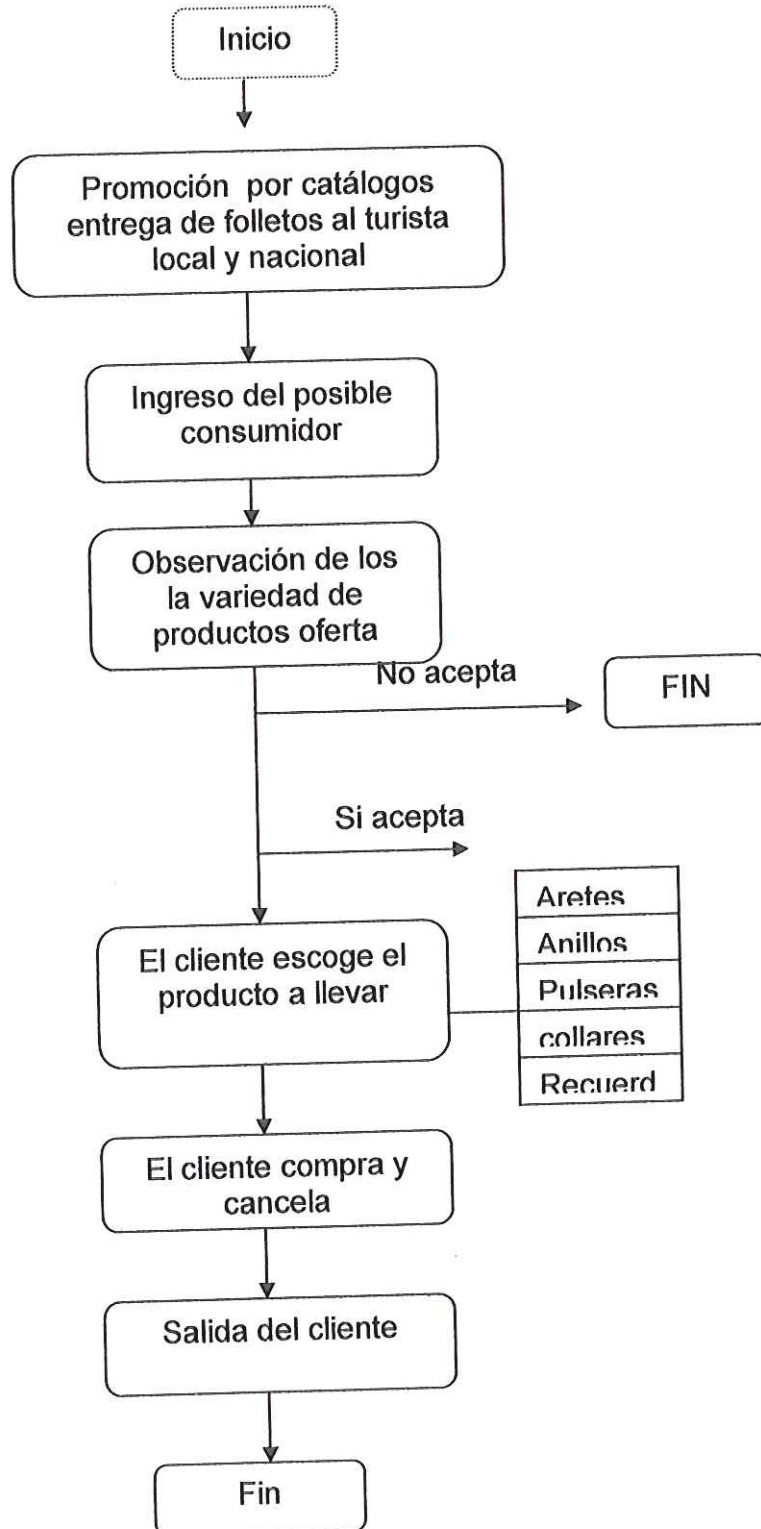


### 5.4.2 PROCESO DE LAS ARTESANIAS SIMPLES





5.4.3 PROCESO DE VENTA





#### 5.4.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO:

- **PROMOCIÓN:** Para una empresa es necesario contar con una publicidad que la de ha conocer en el mercado que quiere ingresar como nuevo, para ello se contara con la entrega de folletos que contendrán dirección, el nombre de la empresa y los modelos de artesanías a ofertar, se lo realizara en la vía Atacames desde la entrada de la ciudad.
- **INGRESO DEL CONSUMIDOR:** Se espera que de la publicidad el turista local o nacional se acerque a la empresa para conocer de cerca los productos innovadores que se pueden obtener del coco.
- **OBSERVACIÓN:** El cliente observa las diferentes vitrinas, perchas y ganchos que contienen los diferentes productos, si no son de su agrado el cliente saldrá del establecimiento
- **PRODUCTO A ESCOGER:** El cliente escoge el producto que desee de acuerdo a las características consideradas para su uso.
- **COMPRA Y PAGO:** Una vez ya escogido el producto se procede a la compra y pago del bien.
- **SALIDA DEL CLIENTE:** El cliente procede a salir del establecimiento recibiendo como obsequio un catálogo de artesanías.



## 5.5 CAPACIDAD DE LA EMPRESA:

De acuerdo a la necesidad de la empresa y para la adecuada atención al consumidor se requiere de un espacio cómodo, que permita ubicar las oficinas y área de ofertas que seria elemental equiparla con todos los accesorios que permita la observación rápida del cliente hacia la variedad de productos a ofertar.

**5.5.1 : COSTO DE VENTA:** Se detalla los productos que se requieren comprar a la empresa, cabe recalcar el total a demandar seria dividido para las 6 temporadas consideradas como altas de ingreso de turistas.

### COSTOS

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
FLOREROS	2784	2,00	5.568,00
CANDELABROS	186	5,00	930,00
CENICEROS	2826	2,00	5.652,00
LAMPARAS DE MESA	480	3,00	1.440,00
LAPICEROS	966	1,00	966,00
ARETES DE TODOS LOS MODELOS	9636	0,50	4.818,00
COLLARES	1926	2,00	3.852,00
PULSERAS	5142	0,50	2.571,00
ANILLOS	8994	0,30	2.698,20
JUEGO DE CUCHARONES	2310	2,00	4.620,00
CUCHARAS	4284	0,80	3.427,20
TRINCHES	2568	0,80	2.054,40
BANDEJAS	1716	2,00	3.432,00
		\$	<b>42.028,80</b>

Elaborado: Por el Autor Geovana Lopez Bone

De los 42028,80 se divide para las 6 temporadas consideradas altas en visitas en el año del turista.



### 5.5.2 MAQUINARIA Y EQUIPO:

Para poner en marcha el proceso de ventas en la empresa se requerirán los siguientes equipos que permitirán un adecuado sistema de ofertas al cliente.

#### Equipos para el área administrativa

- Equipos de Oficina
- Muebles de Oficina
- Equipo de computación

### 5.5.3 INVERSIÓN FIJA.

La Inversión Fija, estará determinada por:

- **EQUIPOS PRINCIPALES** .- Constituyen las vitrinas , perchas, tableros, ganchos y demás accesorios que ocupan la área de ofertas de la empresa
- **OTROS ACTIVOS**.- Gastos de Constitución, Equipos y Muebles de Oficina, y otros Activos Fijos.

### 5.5.4 CAPITAL DE OPERACIÓN.

- **COMPRA DEL PRODUCTO FINAL**.- Adquisición de los productos a los artesanos.
- **GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS**.- Representará todo lo concerniente a los sueldos del personal administrativo y a los gastos de suministros de oficina y



publicidad, entre otros, que serán estimados durante un año en base a la venta estimada.

CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		1.150,00
SUELDOS Y REMUNERACIONES		1.455,85
Sueldos y salarios del personal fijo	1.455,85	
Sueldos y salarios del personal eventual		
SERVICIOS BÁSICOS		85,00
Energía Eléctrica	45,00	
Agua	15,00	
Telecomunicación	25,00	
SUMINISTROS DE OFICINA		6,25
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		10,98
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		40,00
SUMINISTROS DE SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO		61,67
SERVICIO BANCARIO		27,51
OTROS		
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.837,25</b>
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>2.837,25</b>

Nota: El capital de trabajo ha sido provisionado para tres meses

RESUMEN DE INVERSION TOTAL				
DESCRIPCION				TOTAL
Recursos materiales y equipos			3.552,66	3.552,66
Recurso Humano	3,00	1.455,85		4.367,54
Gastos de Constitución				1.150,00
Capital de Trabajo	3	231,40		796,20
COSTOS DE VENTAS				7.004,80
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>				<b>16.871,20</b>



En el recurso humano se coloca un apoyo para dos meses de sueldo , hasta que el funcionamiento del negocio sea normal.

Se establece el valor de los costos, que se requiere para arrancar el negocio, el cual esta detallado en función a las compras realizadas en las temporadas altas que los turistas visitan la ciudad.

**“NOTA:** EL CAPITAL DE TRABAJO ESTA PROVISIONADO POR TRES MESES Y ESTAN CONSIDERADOS LOS SERVICIOS, LOS GASTOS DE SUMINISTROS, SERVICIOS BANCARIOS Y PUBLICIDAD.”

LOS COSTOS DE



## CAPITULO VI

### ESTUDIO ORGANIZATIVO

#### 6.1 Razón Social y Objetivos de la Empresa.

##### **Comercializadora “Artesanías en su Coco”**

La Comercializadora “Artesanía en su Coco”, nace como una alternativa de solución a los problemas de la comunidad de artesanos, pretendiendo ser una fuente de empleo y ayudar al incremento de ingresos para dicha comunidad. Cambiando de esta manera la cultura mediocre del pueblo, enseñándoles que el trabajo no solo consiste en realizar artesanías simples y esperar que el turista lo compre a precios módicos, sino que lo más importante es crear, porque la mente del hombre está diseñada para eso, para dar sentido y vida a la naturaleza, desarrollando su imaginación y creatividad a través de su arte y habilidad de sus manos.

“Artesanías en su Coco”, contará con espacio suficiente para la oferta de la variedad de productos que se pretende dar conocer, contara con seguridad las 24 horas del día, equipos adecuados y personal capacitado que cuidará todos los detalles, para que el consumidor se sienta contento de recibir un producto de excelente calidad y creatividad. .

##### **Misión.**

La misión de la Comercializadora de “ARTESANIAS EN SU COCO” , es ofertar productos innovadores para satisfacer al cliente local y nacional, pretendiendo generar



empleo e ingresos para la comunidad artesana a través de la fabricación de artesanías en todos los modelos.

### **Visión.**

“Artesanías en su Coco”, se proyectará para ser una de las mejores fábricas comercializadoras de la provincia, ya que contará con productos de calidad y un personal eficiente, que trabajará sin escatimar esfuerzos para ofertar al consumidor y mantenerse en el mercado local y con el pasar del tiempo crear otras sucursales.

### **Objetivos.**

- ♣ Comprar y vender el producto en grandes volúmenes, sin descuidar la calidez, para poder abastecer a todo el mercado local y nacional.

### **Objetivos Específicos.**

- ♣ Generar fuentes de empleo al artesano.
- ♣ Incentivar a la comunidad artesana a formar microempresas, que ayuden a reactivar su economía.
- ♣ Operar legal y eficientemente para la comunidad, desarrollando un producto de buena calidad y competente en el mercado.
- ♣ Generar un rendimiento económico tanto para los dueños de la fábrica, como para los proveedores (artesanos) y para el personal que laborará en la empresa.



- ♣ Colaborar en la capacitación constante a los artesanos para la innovación de productos.

### **Políticas.**

- ♣ “Artesanía en su Coco”, se compromete a brindar un producto competitivo, de excelente calidad, de acuerdo a las exigencias del mercado.

## **6.2 Organización Estructural y Funcional de la Empresa.**

La Comercializadora “Artesanías en su coco”, será constituida como Sociedad Anónima, con vida jurídica de 10 años legalmente registrada y controlada por la autoridad competente.

Pretende lograr sus objetivos, aprovechando el recurso humano de la mejor manera, sin explotarlo, y motivándolo para que aporten lo mejor con eficiencia y agilidad, en el desarrollo de sus actividades laborales de la empresa, con las respectivas exigencias que el puesto o cargo exige.

La Empresa comercializadora, tendrá la siguientes Área administrativa siguientes personal.-

- Gerente - Propietario
- Secretaria- Cajera
- Vendedor
- Guardián

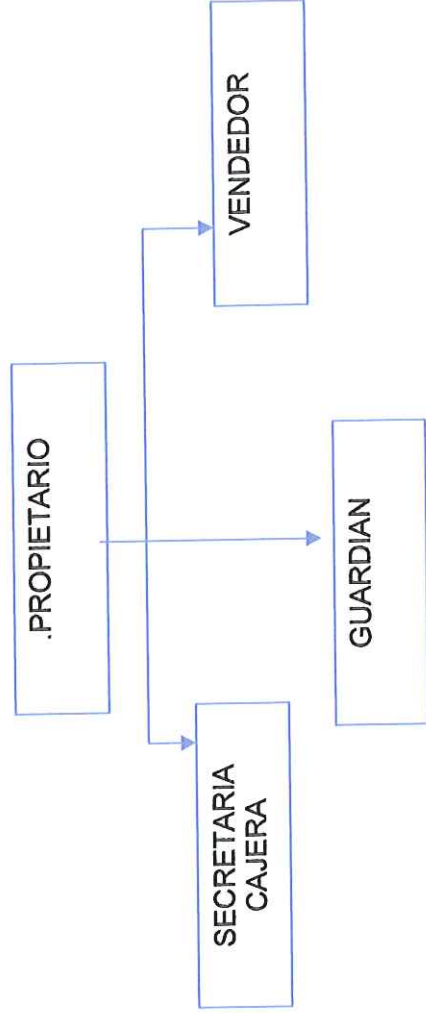


## **GERENTE- PROPIETARIO**

El propietario, se ocupará de organizar la actividad administrativa de la Fábrica, e impartir órdenes de trabajo a los Empleados y manejará los fondos y bienes de la empresa, en base a los registros y documentos que lleve el Contador para el buen funcionamiento de la misma.



### 6.3 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA FÁBRICA COMERCIALIZADORA DE "ARTESANIAS HECHAS EN EL CASCO DEL COCO"



### 6.4 MODELO DEL ROL DE PAGOS

EJEMPLO:

CANTIDAD	FUNCION	REMUNERACION UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDO DE RESERVA (A PARTIR DEL 2DO. AÑO)	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL SUELDO Y BENEFICIOS
1	0											
1												



## 6.5 MANUAL DE FUNCIONES

### GERENCIA

:Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.

- ☞ Dirigir la empresa, en torno a la misión y objetivos de la misma.
- ☞ Establecer, desarrollar y liderar permanentemente el sistema de control interno ajustándolo a las características de la empresa y de su entorno.
- ☞ Realizar la gestión necesaria para lograr el desarrollo de la empresa, de acuerdo con los planes y programas establecidos.
- ☞ Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente.
- ☞ Velar por el cumplimiento de las leyes y reglamentos que rigen la empresa
- ☞ Rendir informes económicos sobre el funcionamiento de la empresa.
- ☞ Nombrar y remover los funcionarios bajo su dependencia, de acuerdo con las normas que rigen para las diferentes categorías de empleos.
- ☞ Velar por la utilización eficiente de los recursos financieros y humano de la empresa.
- ☞ Fomentar el trabajo en equipo en coordinación con todas las áreas.
- ☞ Celebrar o suscribir los contratos de la empresa.



- ☞ Desarrollar objetivos, estrategias y actividades conducentes a mejorar las condiciones laborales, el clima organizacional y el nivel de capacitación.

## SECRETARIA- CONTABLE

- ☞ Recibir, revisar, registrar, clasificar, organizar y distribuir toda la información que ingrese a la empresa.
- ☞ Redactar y transcribir documentos de acuerdo a las instrucciones.
- ☞ Llevar los documentos para que sean firmados.
- ☞ Revisar y preparar la documentación antes que salga de la empresa.
- ☞ Archivar y llevar un control actualizado de los documentos de la empresa.
- ☞ Llevar un listado actual de todos los clientes y proveedores de la empresa.
- ☞ Comunicar al Gerente de las diferentes situaciones que pasen en la empresa.
- ☞ Solicitar y distribuir los útiles de oficina.
- ☞ Recibir llamadas y llevar un registro de las mismas.
- ☞ Atender a los proveedores y al público en general.
- ☞ Recaudar

## VENDEDOR

- ☞ Atender a los clientes
- ☞ Ofertar los productos de manera detallada
- ☞ Empacar el producto vendido

## GUARDIAN

- ☞ Velar por la seguridad de la empresa



**CAPITULO VII**

**ESTUDIO FINANCIERO**

**7.1 INVERSION FIJA.**

En el presente capítulo se detallarán cada uno de los rubros que forman parte de la Inversión Inicial y Fija que se requerirá para la instalación de la Comercializadora de artesanías hechas en el casco del coco, la misma que se considerará en el flujo de caja propuesto para el respectivo cálculo de los indicadores.

**Componentes de la Inversión Fija.**

**EQUIPOS INFORMATICOS**

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	COMPUTADORAS PENTIUM 4	915,00	915,00
			-
	<b>TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS</b>		<b>915,00</b>

**EQUIPO DE OFICINA**

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	AIRE ACONDICIONADO de 12.000 BTU GE	650,00	650,00
1	TELÉFONOS GENERAL ELECTRIC	55,00	55,00
1	TELEFAX PANASONIC KX-FT21	250,00	250,00
1	TELEVISOR LG 21'	450,00	450,00
2	SUMADORAS	90,00	180,00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>1.585,00</b>

**MUEBLES Y ENSERES**

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	SILLAS EJECUTIVAS GIRATORIAS	28,00	56,00
1	ESCRITORIOS DE UN PEDESTAL	165,00	165,00
1	ESCRITORIO EJECUTIVO DE DOS PEDESTAL	250,00	250,00
3	SILLAS DE VISITAS	25,00	75,00
4	SILLAS PLÁSTICAS	5,00	20,00
1	ARCHIVADORE AÉREO	80,00	80,00
	<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>646,00</b>



**SUMINISTRO DE OFICINA**

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
3	Resmas de papel	3,85	11,55
12	Esferos	0,25	3,00
6	Lápices	0,25	1,50
3	Correctores	0,80	2,40
12	Carpetas	0,20	2,40
1	Perforadora	6,00	6,00
1	Grapadoras	8,00	8,00
2	Cajas de clips	0,50	1,00
1	Pisapales	1,50	1,50
1	Agenda telefónica	4,00	4,00
4	Factureros	6,00	24,00
1	Cientos de tarjetas de presentación	5,00	5,00
3	Libretines	0,40	1,20
2	Resaltadores	0,30	0,60
2	Borradores	0,40	0,80
3	Cajitas de memorandum	0,50	1,50
	<b>TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA</b>		<b>74,45</b>

**INVENTARIOS DE CONSUMO**

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
4	Herramienta manual menor	10,00	40,00
1	Par de botas	35,00	35,00
1	Uniforme para guardia de seguridad	60,00	60,00
1	Extintor	65,00	65,00
	<b>TOTAL INVENTARIOS DE CONSUMO</b>		<b>200,00</b>

**SUMINISTRO DE LIMPIEZA**

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
2	Fundas de Deja de 2 Kilos	3,80	7,60
3	Jabones de tocador	0,15	0,45
3	Trapeadores	3,00	9,00
6	Viledas de limpieza	1,40	8,40
1	Ciento de Papel Higiénico	24,00	24,00
2	Escobas	2,00	4,00
1	Pala	2,50	2,50
1	Cepillo de baño	1,40	1,40
12	Pato tanque	2,43	29,16
6	Ambientadores	0,85	5,10
2	Toallas medianas	4,00	8,00



2	Galones de Pinoklin	11,20	22,40
2	Galones de Cloro	1,20	2,40
2	Cestos de basura	3,65	7,30
<b>TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>			<b>131,71</b>

**GASTO DE CONSTITUCION**

Honorarios de abogado	500,00
Constitución en la Notaría pública	150,00
Gastos de Tramitación	150,00
Inscripción Sociedad de Hecho	100,00
Registro en la Camara de Turismo	80,00
Inscripción en el Registro Mercantil	60,00
Permisos municipales, Direc. Salud, Bomberos y otros	110,00
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION</b>	<b>1.150,00</b>

**TOTAL INVERSION FIJA**

**4.702,16**



**7.2 REQUERIMIENTO DEL RECURSO HUMANO.**

FUNCION	REMUNERACION UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDO DE RESERVA (A PARTIR DEL 2DO. AÑO)	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL SUELDOS Y BENEFICIOS
GERENTE -PROPIETARIO	300,00		300,00	25,00	20,00	36,45	25,00	6,25	12,50	125,20	425,20
SECRETARIA-CONTABLE	240,00		240,00	20,00	20,00	29,16	20,00	5,00	10,00	104,16	344,16
VENDEDOR	240,00		240,00	20,00	20,00	29,16	20,00	5,00	10,00	104,16	344,16
GUARDIAN	240,00		240,00	20,00	18,17	29,16	20,00	5,00	10,00	102,33	342,33
<b>TOTAL</b>	<b>1020,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1020,00</b>	<b>85,00</b>	<b>78,17</b>	<b>123,93</b>	<b>85,00</b>	<b>21,25</b>	<b>42,50</b>	<b>435,85</b>	<b>1.455,85</b>
				765,00	703,50						
										<b>ANUALMENTE \$</b>	<b>17.470,16</b>

Esto es el requerimiento humano que se necesita y son los valores que reciben los trabajadores durante el año considerando sueldos y los diferentes beneficios que reciben. Como se podrá observar está el valor mensual y el valor anual.



**7.3 DEPRECIACIONES:**

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE COMPUTACION	
COSTO		915,00	
VIDA UTIL		3 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10% 91,50	
DEPRECIACION ANUAL		274,50	
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			915,00
1	274,50	274,50	640,50
2	274,50	549,00	366,00
3	274,50	823,50	91,50
	<b>823,50</b>		

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE OFICINA	
COSTO		1.585,00	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10% 158,50	
DEPRECIACION ANUAL		142,65	
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			1.585,00
1	142,65	142,65	1.442,35
2	142,65	285,30	1.299,70
3	142,65	427,95	1.157,05
4	142,65	570,60	1.014,40
5	142,65	713,25	871,75
6	142,65	855,90	729,10



7	142,65	998,55	586,45
8	142,65	1.141,20	443,80
9	142,65	1.283,85	301,15
10	142,65	1.426,50	158,50
	<b>1.426,50</b>		

TABLA DE DEPRECIACION ANNUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		MUEBLES Y ENSERES	
COSTO		646,00	
VIDA UTIL		10	AÑOS
VALOR RESIDUAL		10%	64,60
DEPRECIACION ANNUAL			58,14
V.U.	DEPRECIACION ANNUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			646,00
1	58,14	58,14	587,86
2	58,14	116,28	529,72
3	58,14	174,42	471,58
4	58,14	232,56	413,44
5	58,14	290,70	355,30
6	58,14	348,84	297,16
7	58,14	406,98	239,02
8	58,14	465,12	180,88
9	58,14	523,26	122,74
10	58,14	581,40	64,60
	<b>581,40</b>		

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION	VALOR DE
				ANNUAL	SALVAMENTO
MUEBLES Y ENSERES	10	646,00	4,85	58,14	64,60
EQUIPOS DE OFICINA	10	1.585,00	11,89	142,65	158,50
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	915,00	22,88	274,50	91,50
<b>TOTAL</b>		<b>3.146,00</b>	<b>39,61</b>	<b>475,29</b>	<b>314,60</b>



## 7.4 COSTOS OPERACIONALES

7.4.1 RESUMEN DE GASTOS MENSUALES	
DESCRIPCION	VALOR
Sueldos	1.143,93
Arriendo	200,00
Luz	45,00
Agua	15,00
Teléfono	25,00
Publicidad	40,00
Pago de intereses crédito	17,51
Útiles de Aseo y Limpieza	10,98
Útiles de Oficina	6,25
Manten. De Maquinarias y equipos	16,67
Material de Consumo	45,00
Depreciación de Activos Fijos	39,61
Servicios Bancarios	10,00
Décimo Tercer Sueldo	85,00
Décimo Cuarto Sueldo	78,17
provisión Años de Servicio	63,75
Fondo de Reserva	85,00
<b>TOTAL GASTOS MENSUALES</b>	<b>1.926,86</b>

7.5 FUENTES DE FINANCIAMIENTO						
COSTO DE CAPITAL PONDERADO						
INVERSION INICIAL	16.871,20	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
TOTAL APORTE DE SOCIOS	10.122,72	0,6	Tasa Pasiva	6%	0,0006	0,00036
PRESTAMOS ENTIDAD FINANCIERA	6.748,48	0,4	TASA ACTIVA	13,23	0,1323	0,05292
		0	Tasa Activa		0	0,00000
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>16.871,20</b>	<b>1,00</b>	<b>TASA DE RENTABILIDAD</b>			<b>0,053280</b>



7.5.1 TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL CRÉDITO C.F.N.				
METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	7.106,65	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL	11,33%	PERIODOS	5	83
PLAZO	5	AÑOS		
PAGOS ANUALES	12			
INTERES	8,84%	PAGO PERIODICO		155,33
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				7.106,65
1	155,33	66,51	88,83	7.017,82
2	155,33	65,68	89,66	6.928,17
3	155,33	64,84	90,50	6.837,67
4	155,33	63,99	91,34	6.746,33
5	155,33	63,13	92,20	6.654,13
6	155,33	62,27	93,06	6.561,07
7	155,33	61,40	93,93	6.467,14
8	155,33	60,52	94,81	6.372,33
9	155,33	59,63	95,70	6.276,63
10	155,33	58,74	96,59	6.180,03
11	155,33	57,83	97,50	6.082,54
12	155,33	56,92	98,41	5.984,13
<b>TOTAL</b>	<b>1.863,99</b>	<b>741,47</b>	<b>1.122,52</b>	
13	155,33	56,00	99,33	5.884,80
14	155,33	55,07	100,26	5.784,54
15	155,33	54,13	101,20	5.683,34
16	155,33	53,19	102,15	5.581,19
17	155,33	52,23	103,10	5.478,09
18	155,33	51,27	104,07	5.374,02
19	155,33	50,29	105,04	5.268,98
20	155,33	49,31	106,02	5.162,96
21	155,33	48,32	107,02	5.055,95
22	155,33	47,32	108,02	4.947,93
23	155,33	46,30	109,03	4.838,90
24	155,33	45,28	110,05	4.728,85
<b>TOTAL</b>	<b>1.863,99</b>	<b>608,71</b>	<b>1.255,27</b>	
25	155,33	44,25	111,08	4.617,77
26	155,33	43,21	112,12	4.505,66
27	155,33	42,17	113,17	4.392,49
28	155,33	41,11	114,23	4.278,26
29	155,33	40,04	115,29	4.162,97
30	155,33	38,96	116,37	4.046,60



31	155,33	37,87	117,46	3.929,13
32	155,33	36,77	118,56	3.810,57
33	155,33	35,66	119,67	3.690,90
34	155,33	34,54	120,79	3.570,11
35	155,33	33,41	121,92	3.448,19
36	155,33	32,27	123,06	3.325,12
<b>TOTAL</b>	<b>1.863,99</b>	<b>460,26</b>	<b>1.403,73</b>	
37	155,33	31,12	124,21	3.200,91
38	155,33	29,96	125,38	3.075,53
39	155,33	28,78	126,55	2.948,98
40	155,33	27,60	127,73	2.821,25
41	155,33	26,40	128,93	2.692,32
42	155,33	25,20	130,14	2.562,18
43	155,33	23,98	131,35	2.430,83
44	155,33	22,75	132,58	2.298,24
45	155,33	21,51	133,82	2.164,42
46	155,33	20,26	135,08	2.029,34
47	155,33	18,99	136,34	1.893,00
48	155,33	17,72	137,62	1.755,38
<b>TOTAL</b>	<b>1.863,99</b>	<b>294,25</b>	<b>1.569,74</b>	
49	155,33	16,43	138,90	1.616,48
50	155,33	15,13	140,20	1.476,27
51	155,33	13,82	141,52	1.334,76
52	155,33	12,49	142,84	1.191,92
53	155,33	11,15	144,18	1.047,74
54	155,33	9,81	145,53	902,21
55	155,33	8,44	146,89	755,32
56	155,33	7,07	148,26	607,06
57	155,33	5,68	149,65	457,41
58	155,33	4,28	151,05	306,36
59	155,33	2,87	152,47	153,89
60	155,33	1,44	153,89	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.863,99</b>	<b>108,60</b>	<b>1.755,38</b>	

Es la tabla de amortización que se va a aplicar al crédito que se vaya solicitar a la financiera o banco, la cual se construye bajo la modalidad de tabla fija, es donde el interés del préstamo es de 11.23% , con pagos mensuales de capital e interés de \$ 1.863,99  
 Como se puede observar la construcción de la tabla es considerada a 10 años.



**7.6 CUADRO PARA EL CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	1.143,93		1.143,93	13.727,16		13.727,16
Arriendo	200,00		200,00	2.400,00		2.400,00
Luz	45,00		45,00	540,00		540,00
Agua	15,00		15,00	180,00		180,00
Teléfono	25,00		25,00	300,00		300,00
Publicidad	40,00		40,00	480,00		480,00
Pago de intereses crédito	17,51		17,51	210,17		210,17
Útiles de Aseo y Limpieza	10,98		10,98	131,71		131,71
Útiles de Oficina	6,25		6,25	74,95		74,95
Manten. De Maquinarias y equipos	16,67		16,67	200,00		200,00
Manterial de Consumo	45,00		45,00	540,00		540,00
Depreciación de Activos Fijos	39,61		39,61	475,29		475,29
Servicios Bancarios	10,00		10,00	120,00		120,00
Décimo Tercer Sueldo	85,00		85,00	1.020,00		1.020,00
Décimo Cuarto Sueldo	78,17		78,17	938,00		938,00



Provisión Años de Servicio	63,75		63,75	765,00	765,00
Fondo de Reserva	85,00		85,00	1.020,00	1.020,00
COSTOS DE VENTAS		3.502,40	3.502,40	42.028,80	42.028,80
<b>TOTAL</b>	<b>1.926,86</b>	<b>3.502,40</b>	<b>5.429,26</b>	<b>23.122,28</b>	<b>65.151,08</b>

**CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	6.162,50	73.950,00
COSTOS FIJOS TOTALES	1.926,86	23.122,28
COSTOS VARIABLES TOTALES	3.502,40	42.028,80
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>4.463,84</b>	<b>53.566,06</b>

148,79

SIGNIFICA QUE EL VALOR DE \$ <sup>4.463,84</sup> ES LO MÍNIMO QUE DEBE VENDER PARA NO PERDER NI GANAR MENSUALMENTE.



7.7 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA  
AL 31 DE MARZO DEL 2010

ACTIVO	PASIVO
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>
Bancos	Préstamos Bancarios por Pagar C/P
Inventarios de Materiales de Oficina	<b>1.065,95</b>
Inventarios de Suministros de Limpieza	<b>1.065,95</b>
Inventarios de consumo	<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	Préstamos Bancarios por Pagar L/P
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)</b>	5.682,53
Muebles y Enseres	<b>5.682,53</b>
Equipos de Oficinas	<b>6.748,48</b>
Equipos de Computación	6.340,38
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>TOTAL PASIVOS</b>
Gasto de Constitución	<b>PATRIMONIO</b>
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	Capital Social
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>
	6.340,38
	<b>PASIVO MAS PATRIMONIO</b>
	1.150,00
	<b>1.150,00</b>
	<b>13.088,86</b>
	<b>13.088,86</b>

**CAPITAL DE TRABAJO** **7.726,92** (ACTIVOS CORRIENTES - PASIVOS CORRIENTES)

**INVERSION FIJA** **3.146,00**

**GASTOS DE CONSTITUCION** **1.150,00**

Aquí aparece la construcción del primer Estado Financiero, que es la copilación de activos, inventarios, préstamos a corto plazo préstamos a largo plazo y capital propio que aportan los socios.

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

	VIDA UTIL DEL PROYECTO										TOTAL	
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9		AÑO 10
<b>INGRESOS</b>												
Ventas	6162,5	73.950,00	81.550,17	89.931,43	99.174,08	109.366,64	120.606,73	133.002,01	146.671,21	161.745,26	178.368,53	1.194.366,06
Recursos materiales y equipos	3.552,66											
Recurso Humano	4.367,54											
Gastos de Constitución	1.150,00											
Capital de Trabajo	796,20											
7.004,80												
<b>COSTOS DE VENTAS</b>												
Costo de producción	3.502,40	42.028,80	43.079,52	44.156,51	45.260,42	46.391,93	47.551,73	48.740,52	49.959,04	51.208,01	52.488,21	357.625,39
<b>COSTO DE VENTA</b>												
TOTAL COSTO DE VENTA		31.921,20	32.719,23	33.537,21	34.375,64	35.235,03	36.115,91	37.018,81	37.944,28	38.892,88	39.865,20	
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>												
GASTOS OPERACIONALES	1.143,93	13.727,16	14.070,34	14.422,10	14.782,65	15.152,22	15.531,02	15.919,30	16.317,28	16.725,21	17.143,15	151.799,49
Gastos de Administración	200,00	2.400,00	2.480,00	2.571,50	2.664,54	2.759,13	2.854,36	2.950,24	3.046,77	3.143,94	3.241,75	26.540,00
Sueldos	45,00	540,00	553,50	567,34	581,52	596,06	610,96	626,23	641,89	657,94	674,49	5.971,50
Luz	25,00	300,00	307,50	315,19	323,07	331,14	339,42	347,91	356,61	365,52	374,64	3.317,50
Agua	40,00	480,00	492,00	504,30	516,91	529,83	543,08	556,65	570,57	584,83	599,44	5.308,00
Teléfono	17,51	131,71	135,00	138,36	141,84	145,38	149,02	152,74	156,56	160,48	164,49	1.456,49
Pago de intereses crédito	10,98	74,95	76,82	78,74	80,71	82,73	84,80	86,92	89,09	91,32	93,60	928,82
Utilidades de Aseo y Limpieza	6,25	200,00	205,00	210,13	215,38	220,76	226,28	231,94	237,74	243,68	249,77	2.211,67
Utilidades de Oficina	16,67	540,00	553,50	567,34	581,52	596,06	610,96	626,23	641,89	657,94	674,49	5.971,50
Manten. De Maquinarias y equipos	45,00	540,00	553,50	567,34	581,52	596,06	610,96	626,23	641,89	657,94	674,49	5.971,50
Mantenimiento de Consumo	39,61	120,00	123,00	126,08	129,23	132,46	135,77	139,16	142,64	146,21	150,00	1.327,00
Depreciación de Activos Fijos	10,00	1.020,00	1.045,50	1.071,64	1.101,12	1.135,89	1.175,89	1.220,16	1.269,94	1.325,23	1.386,04	11.279,50
Servicios Bancarios	85,00	1.020,00	1.045,50	1.071,64	1.101,12	1.135,89	1.175,89	1.220,16	1.269,94	1.325,23	1.386,04	11.279,50
Décimo Tercer Sueldo	78,17	765,00	784,13	803,73	823,82	844,42	865,53	887,17	909,34	932,08	955,41	8.459,62
Décimo Cuarto Sueldo	63,75	765,00	784,13	803,73	823,82	844,42	865,53	887,17	909,34	932,08	955,41	8.459,62
Provisión Años de Servicio	85,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	2.400,00
Fondo de Reserva	22.122,11	22.122,11	22.122,11	22.122,11	22.122,11	22.122,11	22.122,11	22.122,11	22.122,11	22.122,11	22.122,11	243.571,30
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>												
Gastos Financieros		704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	7.041,00
Intereses Bancarios		704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	704,10	7.041,00
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>												
UTILIDAD OPERACIONAL		22.826,21	23.320,56	23.730,52	24.137,58	24.540,12	24.940,15	25.336,64	25.728,87	26.116,83	26.500,62	215.086,32
15% Participación trabajadores	15%	9.094,99	9.322,37	9.555,43	9.794,31	10.038,17	10.287,02	10.540,85	10.799,66	11.063,44	11.332,19	100.575,46
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	25%	1.364,25	1.398,36	1.433,31	1.469,15	1.505,88	1.543,52	1.582,11	1.621,66	1.662,21	1.703,72	15.086,88
25% Impuesto a la Renta		7.730,74	7.924,01	8.122,11	8.325,17	8.533,30	8.746,63	8.965,29	9.189,43	9.419,16	9.653,30	85.489,14
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		1.932,68	1.981,00	2.030,53	2.081,29	2.133,32	2.186,66	2.241,32	2.297,36	2.354,79	2.413,64	21.372,28
Pago de cuota bancaria		5.798,08	5.943,01	6.091,59	6.243,87	6.399,97	6.559,97	6.723,97	6.892,07	7.064,37	7.235,97	64.116,85
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS		1.065,95	1.192,01	1.332,98	1.490,63	1.668,91	1.859,91	2.064,35	2.284,30	2.528,42	2.797,65	24.255,43
Depreciación de Activos fijos		475,29	475,29	475,29	475,29	475,29	475,29	475,29	475,29	475,29	475,29	4.752,90
Gastos de Constitución		230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	2.400,00
<b>VALOR DE RESCATE</b>												
FLUJO NETO		5.437,40	5.456,23	5.463,69	5.468,54	5.471,54	5.473,66	5.474,91	5.475,29	5.475,79	5.476,34	63.271,27
RENTABILIDAD =		73.950,00	5.437,40	7.35%	1ER. AÑO							

RENTABILIDAD = 73.950,00 5.437,40 7.35% 1ER. AÑO



### 7.9 INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO	10 AÑOS		TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO
		INVERSION INICIAL	TASA PASIVA REFERENCIAL			
0	-16.871,20	16.871,20	0,06%	0,1533		
1	5.437,40	0,0532800	0,1123%	0,1		
2	5.456,29	0,0532800				
3	5.463,89	0,0532800				
4	5.458,54	0,0532800				
5	5.438,35	0,0532800				
6	7.035,26	0,0532800				
7	7.199,26	0,0532800				
8	7.367,36	0,0532800				
9	7.539,66	0,0532800				
10	6.875,26	0,0532800				
	46.400,07					
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO						
INVERSION INICIAL						
VAN						
PRC						
TIR						
R.C.B.						
RENTABILIDAD SIMPLE						



**EXPLICACION DE LOS RESULTADOS FINANCIEROS**

TRAIDO EL DINERO DE LOS FLUJOS DE LOS 10  
AÑOS A LA ACTUALIDAD EL PROYECTO  
GANARÍA EL VALOR SEÑALADO

**VAN VALOR ACTUAL NETO**  
**PRC RECUPERACION DE CAPITAL**  
**TIR TASA INTERNA DE RETORNO**  
**RCB RECUPERACION COSTO BENEFICIO**  
**RENTAB. INDICE DEL MERCADO**

INDICE DEL MERCADO	
TASA ACTIVA	11,23

Al analizar los índices financieros, se puede establecer que el Proyecto es viable y factible, por tanto, dependerá de los



## CAPÍTULO VIII

### ANÁLISIS DE IMPACTOS

Después de dar cumplimiento a las fases iniciales del Estudio, el paso siguiente es realizar ciertos análisis que permitan dar un criterio más preciso de cómo esta investigación va afectar el entorno, es por ello que a continuación se analizará el proyecto en base a diferentes enfoques.

Para hacer mucho más fácil la interpretación del trabajo, se ha considerado una metodología sencilla de acuerdo a los instrumentos utilizados y, como se detalló en un inicio, para determinar los niveles de impacto se ha utilizado la información del texto guía.

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACIÓN
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No hay impacto
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

En la matriz de cada horizonte la matriz de cada área horizontalmente se ubica el rango de impactos establecido en el cuadro anterior mientras que verticalmente se ha determinado una serie de indicadores que determinan el nivel de impacto.

A cada indicador se le asignará un valor, para luego proceder a sumarlos y así dividirlos para cada uno de los indicadores que permitirá determinar el nivel de impacto de cada área.



Por años muchas personas han sido víctimas de la discriminación laboral por el simple hecho de pertenecer a una determinada región del país, en este caso positivamente en poco porcentaje beneficiara facilitando así el desarrollo de procesos legales y la contratación del trabajador esmeraldeño, insertándolo de esta manera en un mundo competitivo y moderno para mostrar el ingenio al artesano en especial

### 8.3 Impacto Económico.

IMPACTO INDICADOR	NIVELES DE							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
Fuentes de empleo							x	3
Inversión privada y financiamiento							x	3
Actividad autónoma						x		2
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>
<p><b>NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO =</b> <math>\frac{\text{SUMATORIA ( } \square \text{ )}}{\text{Número de Indicadores}}</math></p> <p><b>NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO =</b> <math>\frac{8}{3}</math></p> <p><b>NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO =</b> <b>2,67</b></p> <p><b>NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO =</b> <b>Alto Positivo</b></p>								

#### ANÁLISIS:

Uno de los objetivos principales de este proyecto es generar fuentes de empleo que permita la contratación de mano de obra local, la misma que será capacitada



La inversión de este proyecto será financiada con, préstamo de \$ para compra de maquinarias y equipos.

**8.4 Impacto Global del Proyecto.**

IMPACTO INDICADOR	NIVELES DE							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
SOCIAL						X		
CULTURAL						X		
ECONÓMICO						X		
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>6</b>		
<p><b>NIVEL DE IMPACTO GLOBAL =</b> <math>\frac{\text{SUMATORIA ( } \square \text{ )}}{\text{Número de Indicadores}}</math></p> <p><b>NIVEL DE IMPACTO GLOBAL =</b> <math>\frac{6}{3}</math></p> <p><b>NIVEL DE IMPACTO GLOBAL =</b> <b>1.67 = 2</b></p> <p><b>NIVEL DE IMPACTO GLOBAL =</b> <b>Medio Positivo</b></p>								

**ANÁLISIS**

Todo proyecto de inversión que este orientado a mejorar las condiciones de vida de una sociedad; y, fomente el cambio y desarrollo de la misma debe ser considerado **POSITIVO**, por cuanto demostrará que es un proceso de cambios que va más allá de ser un buen negocio.



## **CONCLUSIONES**

- ❖ Poner en marcha la ejecución de este proyecto resulta factible y rentable, ya que la inversión se recupera en corto plazo; es decir a partir del primer año ya se puede ir notando la rentabilidad del proyecto.
  
- ❖ Al existir personal calificado, los artesanos que son los primeros beneficiados de la comercializadora, será más fácil la ejecución este proyecto sin perder los lineamientos legales de constitución, funcionamiento y operación de la empresa.
  
- ❖ La Comercializadora de artesanías hechas en el casco del coco incidirá en el crecimiento y desarrollo comercial y artesanal, generando así más ingresos y fuentes de empleo para la población del cantón.



## RECOMENDACIONES

- ❖ Para que la empresa opere en su totalidad y cumpla con expectativas las actividades a desarrollarse deben hacerse de manera coordinada como se plantea en la propuesta.
  
- ❖ Que este proyecto no sea sólo un material bibliográfico que repose en la biblioteca de la universidad, sino que se convierta en un instrumento de inversión capaz de generar rentas y de promover el desarrollo provincial artesanal.
  
- ❖ La empresa debe funcionar los 365 días del año para obtener los niveles de ventas esperadas, y para abastecer al cliente cuando él lo desee.



## BIBLIOGRAFIA

OREJUELA Julio, Enciclopedia agropecuaria. Editorial oveja negra S.A. Tomo 2.

POSSO, Miguel. Manual de Investigación Científica

SIPPER, Planeación y Control de la Producción.

CHIAVENATO, Idalberto; **Administración de recursos humanos**; Ed. McGraw Hill, 1999, Quinta Edición, México; Paginas 127 a 172.

HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ Carlos, BAUTISTA Pilar, **“Metodología de la Investigación”**, segunda edición, 1999

LEIVA ZEA, Francisco, **“Nociones de Metodología de Investigación Científica”**, cuarta edición, Quito-Ecuador, 1999

CAMACHO, H. y MONTERO, J. Estudio técnico y económico para la producción de carbón activado a partir de la cáscara de coco. Curso – Seminario: Aprovechamiento de Residuos Agroindustriales. San José, Costa Rica.

FLORES, W. Generación de valor agregado a la producción agropecuaria a través de la pequeña agroindustria rural. Programa DAIR – CITA. San José, Costa Rica.

FLORES, W. y SOTO, W. Ficha técnica de elaboración de agua de pipa. Programa de Apoyo Tecnológico a la Industria. CITA – UCR. San José, Costa Rica.

FLORES, W. y CÁRDENAS, R. Ficha técnica de obtención de aceite de coco .Programa de Apoyo Tecnológico a la Industria. CITA – UCR. San José, Costa Rica.



FREMOND, Y. et al. El Cocotero. Colección Agrícola Tropical. Barcelona, España.

JUDD, I. et al. 1979. Temas de Orientación Agropecuaria. Bogotá, Colombia.

ORINWOOD, B. Los Productos del Cocotero. Colección FAO. Cuadernos de Fomento Agropecuario. FAO – Roma, Italia.

PINEDA, M. L. Desarrollo de un producto deshidratado a partir de coco. Tesis de Grado. Escuela de Tecnología de Alimentos. UCR. San José, Costa Rica.

VARGAS, A. Y MONTERO, J. Estudio técnico y económico para la producción de carbón activado a partir de la cáscara de coco. Curso – Seminario: Aprovechamiento de Residuos Agroindustriales. San José, Costa Rica.

VELAS, M. E IZURIETA, B. Estudio del aprovechamiento de algunos productos del coco a nivel industrial. En: Politécnica. Vol. XV # 1. Quito, Ecuador.

## PAGINAS WEB

- ✓ [www.municipioesmeraldas.com](http://www.municipioesmeraldas.com)
- ✓ [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- ✓ [www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com)
- ✓ [www.wikipediaenciclopedia.com](http://www.wikipediaenciclopedia.com)
- ✓ [www. Inec. gov.ec](http://www.Inec.gov.ec)
- ✓ [www.agronegocios.gob.ec](http://www.agronegocios.gob.ec)
- ✓ [www.fprodesa.com](http://www.fprodesa.com)
- ✓ [www.pgualc.org](http://www.pgualc.org)
- ✓ [www.ecuadoronline.com](http://www.ecuadoronline.com)
- ✓ [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)
- ✓ [www.secretariadeagriculturaganaderiapescayalimentos.gov.ec7proyectos.html](http://www.secretariadeagriculturaganaderiapescayalimentos.gov.ec7proyectos.html)



- ✓ [www.iniap-ecuador.gov.ec/estaciones/eeproyectos.html](http://www.iniap-ecuador.gov.ec/estaciones/eeproyectos.html)
- ✓ [www.fec.org.ec/espanio/proyectos/mapa/ag-0635.html](http://www.fec.org.ec/espanio/proyectos/mapa/ag-0635.html)
- ✓ [www.viveecuador.com/html2/esp/esmeraldas\\_eshtml](http://www.viveecuador.com/html2/esp/esmeraldas_eshtml)
- ✓ [www.elcomercio.com/noticiaEc.asp?id\\_noticia=146287&id\\_sección=15](http://www.elcomercio.com/noticiaEc.asp?id_noticia=146287&id_sección=15)
- ✓ [www.hoy.com.es/NoticiaNe.asp?row\\_id=281633](http://www.hoy.com.es/NoticiaNe.asp?row_id=281633)
- ✓ [www.ecuadorinmediato.com/servicios/turismo](http://www.ecuadorinmediato.com/servicios/turismo)
- ✓ [www.icex.es/ficherosEstaticos/auto/0806/turismo\\_24335\\_.pdf](http://www.icex.es/ficherosEstaticos/auto/0806/turismo_24335_.pdf)



## ANEXOS



**PONTIFICIE UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DEL ECUADOR SEDE EN ESMERALDAS**

**CUESTIONARIO DE ENCUESTAS PARA LOS CONSUMIDORES (TURISTAS)**

El presente cuestionario es realizado con la finalidad de conocer los posibles consumidores.

**1. ¿Cuál es su procedencia?**

- Extranjero ( )
- Sierra Norte ( )
- Sierra Sur ( )
- Otro Lugar ( )

**2. ¿En que temporada visita las playas de la ciudad de Esmeraldas?**

- Temporada alta (Feriados) ( )
- Temporada baja ( )
- Otras temporadas ( )

**3. ¿Cuáles son los motivos por los que viaja a la Ciudad?**

- Vacaciones ( )



Negocios ( )

Otros motivos ( )

**4. ¿Qué acostumbra llevar como recuerdo vacacional? Señales 2 aspectos**

Productos Alimenticios .....

Artesanías .....

Ropa .....

No lleva recuerdos .....

**6. ¿Cuánto gasta usted usualmente en la compra de artesanías?**

De 1 a 3 dólares .....

De 5 a 10 dólares .....

De 10 a 20 dólares .....

Más .....

No gasta .....

**7. ¿Ha usted adquirido artesanías hechas a base del casco del coco?**

Si ( )

No ( )

**8. ¿De las siguientes artesanías cuales le gustaría adquirir hecha a base del casco de coco?**

**a. Adornos para la Casa**

Floreros .....

Candelabros .....



- Ceniceros .....
  - Lámparas de mesa .....
  - Lapiceros .....
- **Bisuterías**
  - Aretes de todos los modelos .....
  - Collares .....
  - Pulseras .....
  - Anillos .....
- **Accesorios de Cocina**
  - Juegos de Cucharones .....
  - Cucharas .....
  - Trinches .....
  - Bandejas .....

**9. ¿Conoce de la existencia en la ciudad de un lugar donde se pueda comprar todas las artesanías hechas del casco del coco?**

Si ( )

No ( )



**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

AÑO MES ACTIVIDADES Y SEMANAS	2009												2010												
	DICIEMBRE			ENERO			FEBRERO			MARZO			ABRIL			MAYO			JUNIO						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>1.- MARCO TEORICO</b>																									
1.1. Adquisición de Bibliografía																									
1.2. Análisis de la Información																									
1.3. Redacción del Marco Teórico																									
<b>2.- DIAGNOSTICO</b>																									
2.1. Diseño de Instrumentos																									
2.2. Aplicación de Instrumentos																									
2.3. Tabulación de la Información																									
2.4. Análisis de la Información.																									
<b>3. PROPUESTA</b>																									
3.1. Administrativa																									
3.2. Operativo																									
3.3. Legal																									
<b>4. PRESUPUESTO</b>																									
4.1. Obtención Proformas y Costos																									
4.2. Elaboración del Presupuesto																									
4.3. Resumen de Inversiones																									
4.4. Preparación de Flujos																									
<b>5.- ANALISIS DE IMPACTOS</b>																									
5.1. Social																									
5.2. Cultural																									
5.3. Económico																									
5.4. Educativo																									
<b>5.- CONCLUSIONES</b>																									
<b>6.- RECOMENDACIONES</b>																									
<b>7.- PRESENTACION DEL INFORME FINAL</b>																									

# **MODELOS DE ARTESANÍAS**



***Hermosas artesanías elaboradas en coco, con excelentes acabados. Todos estos productos son hechos a mano, decorativos, y funcionales.***

***Productos son diseños únicos en el país, elaborados solamente por artesanos esmeraldeños , tenemos gran variedad de referencias y modelos:***



### ***Cocos pulidos***

Juego de Cucharón, Cuchara y Trinche.  
Juego de tres piezas para decoración  
Elaboradas en Coco y madera ideal  
para la Cocina.



### ***Bandejas Barú.***

Bandejas con base en madera  
pulida de 1 a 6 puestos en Coco.





### **Tarjeteros.**

Porta tarjetas elegante y funcional elaborado en madera y terminaciones en Coco. .

### **Copas**

Elegante copas hechas en coco y madera



### **Lapiceros**

Hechos en diferentes colores y formas en sus tapas, con la posibilidad de grabarlos con su nombre o el de su empresa, elaborados en coco v quadua..



### **Anillos en coco**

Hechos de pura materia prima del coco

### **Collar y pendientes de Coco Lamina**



### **Cinturón de coco y flores**