



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL

E INFORMÁTICA

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO DEL TRABAJO

**ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ARTESANÍAS EN LA
MEJORA DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS HERMANAS
CLARISAS DEL SANTUARIO DE LOURDES DEL CANTÓN SAN MIGUEL
PROVINCIA BOLÍVAR AÑO, 2018.**

AUTORA:

FERNANDA ELIZABETH GUEVARA LEÓN

Guaranda, julio 2019



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL

E INFORMÁTICA

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO DEL TRABAJO

**ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ARTESANÍAS EN LA
MEJORA DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS HERMANAS
CLARISAS DEL SANTUARIO DE LOURDES DEL CANTÓN SAN MIGUEL
PROVINCIA BOLÍVAR AÑO, 2018.**

**Informe final de Investigación presentado como requisito parcial para aprobar el
trabajo de titulación, para optar el Título de:**

Ingeniera Comercial.

AUTORA:

FERNANDA ELIZABETH GUEVARA LEÓN

DIRECTOR:

DR. CARLOS RIBADENEIRA

PARES ACADÉMICOS

DR. DIOMEDES NÚÑEZ

ING. MONICA MOYANO

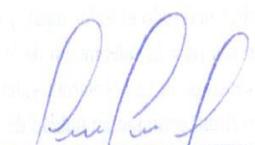
Guaranda, julio 2019.

DERECHOS DE AUTOR

Yo **FERNANDA ELIZABETH GUEVARA LEÓN** con C.I: 020211508-5, en calidad de autora del trabajo de investigación: **“ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ARTESANÍAS EN LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS HERMANAS CLARISAS DEL SANTUARIO DE LOURDES DEL CANTÓN SAN MIGUEL PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2018.”**, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Asimismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.


FERNANDA ELIZABETH GUEVARA LEÓN

C.I. N°: 020211508-5



20190201002P01004
DECLARACION JURAMENTADA
OTORGA: FERNANDA ELIZABETH GUEVARA LEÓN
CUANTIA: INDETERMINADA
DI 2 COPIAS

En la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día jueves veinticuatro de julio de dos mil diecinueve, ante mí DOCTOR HERNÁN RAMIRO CRIOLLO ARCOS, NOTARIO SEGUNDO DE ESTE CANTÓN, comparecen la señora Fernanda Elizabeth Guevara León, por sus propios derechos. La compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, de estado civil soltera, domiciliada en barrio Paraiso de los Andes, cantón San Miguel, provincia Bolívar, y de tránsito por este lugar, con celular número: cero nueve cinco nueve uno cuatro uno nueve seis tres, correo electrónico: fernanda7721@hotmail.com, a quien de conocerla doy fe en virtud de haberme exhibido su cédula de ciudadanía en firme a la que procedo a obtener su certificado electrónico de datos de identidad ciudadana, del Registro Civil, mismo que agrego a esta escritura como documentos habilitados; bien entrada por mí el Notario en el objeto y resultados de esta escritura de Declaración Juramentada que a celebrada proceden, libre y voluntariamente. En efecto juramentado que fue en legal forma previn las advertencias de la gravedad del juramento, de las penas de perjurio y de la obligación que tienen de decir la verdad con claridad y exactitud, declaran lo siguiente: “Que previo a la obtención del Título de Ingeniera Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática, otorgado por la Universidad Estatal de Bolívar, manifiesto que el criterio e ideas emitidas en el presente Proyecto de Investigación: “ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ARTESANÍAS EN LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS HERMANAS CLARISAS DEL SANTUARIO DE LOURDES DEL CANTÓN SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2018”, es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autora, es todo cuanto tengo que decir en honor a la verdad”. Hasta aquí la declaración juramentada que junto con los documentos anexos y habilitados que se incorporan queda elevada a escritura pública con todo el valor legal, y que a los comparecientes aceptan en todas y cada una de sus partes, para la celebración de la presente escritura se observaron los preceptos y requisitos previstos en la Ley Notarial, y, leída que le fue a la compareciente por mí el Notario, se ratifica y firma conmigo en unidad de acto quedando incorporada en el Protocolo de esta Notaría, de todo cuanto DOY FE.

Srta. Fernanda Elizabeth Guevara León
C. C. 0202115085




DR. HERNÁN RAMIRO CRIOLLO ARCOS
NOTARIO SEGUNDO DE CANTÓN GUARANDA

se otorgó ante mí y en fe de ello
confiero esta escritura en copia
certificada, firmada y sellada en fe,
Guaranda, E.E. de del 20 .



DR. CARLOS RIBADENEIRA EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, A PETICIÓN DE PARTE INTERESADA

CERTIFICO:

Que la señorita FERNANDA ELIZABETH GUEVARA LEÓN estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, carrera de INGENIERÍA COMERCIAL dentro de la modalidad de titulación (Proyecto de investigación); ha cumplido con el ingreso de sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito a su proyecto denominado **“ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ARTESANÍAS EN LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS HERMANAS CLARISAS DEL SANTUARIO DE LOURDES DEL CANTÓN SAN MIGUEL PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2018.”** En tal virtud, faculto a la interesada, seguir el trámite legal pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar,

Guaranda a los 17 días de julio del 2019

Atentamente,



DR. CARLOS RIBADENEIRA
Cd. N°: 0200965556

DIRECTOR

Dr. NUÑEZ MINAYA DIOMEDES GUADALUPE EN CALIDAD DE PAR ACADÉMICO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, A PETICIÓN DE PARTE INTERESADA

CERTIFICO:

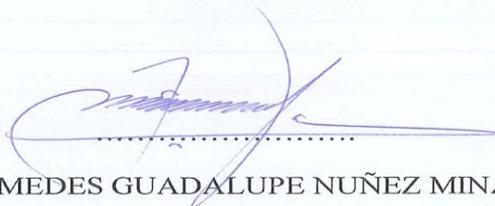
Que la señorita FERNANDA ELIZABETH GUEVARA LEÓN estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión empresarial e informática, carrera de INGENIERÍA COMERCIAL dentro de la modalidad de titulación (Proyecto de investigación); ha cumplido con el ingreso de sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito a su proyecto denominado **“ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ARTESANÍAS EN LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS HERMANAS CLARISAS DEL SANTUARIO DE LOURDES DEL CANTÓN SAN MIGUEL PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2018.”**

En tal virtud, faculto a la interesada, seguir el trámite legal pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar,

Guaranda a los 17 días del mes de julio del 2019

Atentamente,



Dr. DIOMEDES GUADALUPE NUÑEZ MINAYA

C.I. N°:0200506764

PAR ACADÉMICO

**ING. MOYANO AGUAY MÓNICA FERNANDA EN CALIDAD DE PAR
ACADÉMICO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, A PETICIÓN DE
PARTE INTERESADA**

CERTIFICO:

Que la señorita FERNANDA ELIZABETH GUEVARA LEÓN estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión empresarial e informática, carrera de INGENIERÍA COMERCIAL dentro de la modalidad de titulación (Proyecto de investigación); ha cumplido con el ingreso de sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito a su proyecto denominado **“ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ARTESANÍAS EN LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS HERMANAS CLARISAS DEL SANTUARIO DE LOURDES DEL CANTÓN SAN MIGUEL PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2018.”**

En tal virtud, faculto a la interesada, seguir el trámite legal pertinente.

Es todo cuanto puedo certificar,

Guaranda a los 17 días del mes de julio del 2019

Atentamente,



ING. MONICA FERNANDA MOYANO AGUAY

C.I. N°: 0604123307

PAR ACADÉMICO

DEDICATORIA

A Dios, por la protección y las bendiciones diarias por la guía y protección recibida, a mi amado hijo por ser la fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más, y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

A mi madre Marcia; por haber sido la promotora de mis sueños por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios inculcados.

A mis hermanos quien con sus palabras de aliento no me permitieron decaer para que siguiera adelante y sea perseverante para que cumpliera con mis ideales.

Fernanda Guevara

RECONOCIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecir la vida, por guiarme a lo largo de la existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

A la Universidad Estatal de Bolívar, centro de educación superior que me acogió y en el que adquirí los conocimientos necesarios que me servirán en mi vida profesional.

A mi director de tesis Ing. Carlos Ribadeneira, que con su paciencia y rectitud supo guiarme en la construcción del presente trabajo de investigación.

Fernanda Guevara

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
DERECHOS DE AUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	III
APROBACIÓN DEL PAR ACADÉMICO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	IV
APROBACIÓN DEL PAR ACADÉMICO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	V
DEDICATORIA.....	VI
RECONOCIMIENTO.....	VII
DEDICATORIA	VI
RECONOCIMIENTO	VII
RESUMEN	XI
INTRODUCCIÓN	2
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA A INVESTIGAR.....	4
ANTECEDENTES	4
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	6
Subproblemas	6
Alcance	6
Árbol de problemas.....	7
PREGUNTAS DIRECTRICES	7
OBJETIVOS.....	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos.....	8
JUSTIFICACIÓN	9
MARCO REFERENCIAL	11
MARCO TEÓRICO.....	11
COMERCIALIZACIÓN ARTESANAL.....	11
Industria y comercialización artesana.....	12
Gestión comercial artesanal.....	14
Beneficio vs costo.....	15
Importancia de un canal de comercialización.....	16
El poder de la Marca	16
ARTESANÍAS	17

Clasificación y descripción de artesanías	17
Textiles	18
Materiales	18
Cerámica.....	19
Cestería.....	20
Imaginería.....	20
Productos Metálicos.....	21
Cerería	21
Trabajos en Cuero	22
Vidrio Soplado	22
Calidad y comercialización	23
MARCO LEGAL	25
Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad.....	25
Ley de Defensa del Artesano.....	26
Ley de Fomento Artesanal	30
MARCO REFERENCIAL	33
Historia del Santuario de la Virgen de la Lourdes	33
Organigrama Administrativo del Monasterio	34
Servicios ofertados en el monasterio.....	34
Fechas de mayor afluencia turística.....	35
MARCO GEO-REFERENCIAL	36
METODOLOGÍA.....	38
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	38
Análisis de la entrevista.....	38
DISCUSIÓN.....	41
DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	48
TEMA	48
INTRODUCCIÓN	48
OBJETIVOS	49
OBJETIVO GENERAL.....	49
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	49
IDENTIFICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN	50
DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	51
ALCANCE.....	51

BENEFICIARIOS	51
• Beneficiarios directos:.....	51
• Beneficiarios Indirectos:.....	51
IDENTIFICACIÓN DEL ÁREA DE MEJORA.....	52
Causa:	53
ACCIONES DE MEJORA	53
ANÁLISIS DE RENTABILIDAD ECONÓMICA (ACTUAL- PROYECCIÓN).....	56
IMPACTO	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58

ÍNDICE DE ANEXOS

1 Anexo: Programación de capacitaciones.....	1
2 Anexo: Modelo de inventario.....	2
3 Anexo: Santuario de la Virgen de Lourdes	4
4 Anexo: Realización de Entrevistas y Análisis de Inventario	5
5 Anexo: Tabla de comercialización del año 2018	1

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Título del trabajo de titulación

Análisis de la Producción y Venta de Artesanías en la Mejora de la Rentabilidad Económica de las Hermanas Clarisas del Santuario de Lourdes del Cantón San Miguel Provincia Bolívar, Año 2018.

Autora: Fernanda Elizabeth Guevara León

Director: Dr. Carlos Napoleón Ribadeneira Zapata

14, mayo del 2019

RESUMEN

El presente trabajo de investigación brindará el verdadero enfoque sobre la comercialización de artesanías, ya que se han convertido en la única fuente de ingresos económicos para las “Hermanas Clarisas” que son las principales administradoras del santuario, el concepto procura el análisis de costo y producción aquí comercializados, para el efecto lo que se pretende es calcular las proyecciones financieras y económicas del santuario, se asumen que los costos del mismo y los precios de venta, se mantendrán constantemente, bajo el presupuesto de que si suben los costos, subirán los precios.

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se procedió a realizar la presentación del tema, luego se elabora el perfil y el documento final; con la consulta del material bibliográfico, entrevista, utilización de herramientas investigativas, procesamiento de datos de la encuesta aplicada, para llegar a la propuesta que dará solución al problema, las conclusiones y recomendaciones respectivas con relación a la venta y producción de artesanías.

Con la ayuda de las técnicas de investigación se procedió a recolectar la información necesaria, cumpliendo con el objetivo de la presente investigación.

Palabras claves: Comercialización, Producción, Economía, Artesanía.

STATE UNIVERSITY OF BOLIVAR

FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES BUSINESS AND COMPUTER MANAGEMENT

CAREER OF COMMERCIAL ENGINEERING.

Title of the degree work

Analysis of the Production and Sale of Crafts in the Improvement of the Economic Profitability of the Poor Clares Sisters of the Shrine of Lourdes of Cantón San Miguel Provincia Bolívar, Year 2018.

Author: Fernanda Elizabeth Guevara León

Director: Dr. Carlos Napoleón Ribadeneira Zapata

14, May 2019

SUMMARY

The present research work will provide the true focus on the commercialization of handicrafts, since they have become the only source of economic income for the "Poor Clares" who are the main administrators of the sanctuary, the concept seeks cost and production analysis here marketed, for this purpose what is intended is to calculate the financial and economic projections of the sanctuary, it is assumed that the costs thereof and the sale prices, will be maintained constantly, under the assumption that if costs go up, prices will rise .

For the development of this research work proceeded to make the presentation of the topic, then the profile and the final document are elaborated; with the consultation of the bibliographic material, interview, use of investigative tools, data processing of the applied survey, to arrive at the proposal that will solve the problem, the respective conclusions and recommendations regarding the sale and production of handicrafts.

With the help of the research techniques, the necessary information was collected, complying with the objective of the present investigation.

Keywords: Marketing, Production, Economy, Crafts.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación demuestra la importancia de incorporar nuevas técnicas comerciales al proceso de comercialización de artesanías dentro del Santuario de Lourdes con el afán de obtener mayores réditos económicos que les permitan el desarrollo del monasterio además de la necesidad de rescatar las artesanías únicas elaboradas y comercializadas en este lugar.

En el presente trabajo de investigación se evidencian dos tipos de beneficiarios dentro de los cuales tenemos como directos a las Hermanas Clarisas, que una vez aplicadas al plan de mejoras incrementarían de sobre manera la producción, hallando mayores réditos económicos. Como beneficiarios indirectos a las personas aledañas a la comunidad ya que servirán con intermediarios al proceso de comercialización artesanal.

Es necesario la realización de este estudio ya que no se ha observado un incremento en la producción y venta, ni el aumento de réditos económicos que permitan el correcto desarrollo del monasterio si bien es cierto que la estrategia de la venta de artesanías a simple vista se ve manifestando como una organización mixta entre lo religioso y lo turístico, debería ir aumentando con el paso de los años como se espera, a lo mucho ha logrado satisfacer de cierta forma las necesidades básicas de las personas que dependen de esta producción.

Este trabajo contiene un análisis sobre el proceso de comercialización de artesanías para mejorar la rentabilidad económica de las Hermanas Clarisas del Santuario de Lourdes, cantón San Miguel de Bolívar, provincia Bolívar año 2018, explorando los historiales de venta encontrando algunas irregularidades como la falta de capacitación tanto en técnicas de mercadeo como en atención al cliente. Realizar un estudio sobre los productos artesanales que producen para la venta las Hermanas Clarisas en el cantón San Miguel Provincia de Bolívar concluyendo que dentro de los productos artesanales comercializados a los cuales para mejor contabilización se los clasifiqué en 4 grupos entre los cuales dominan los productos para fines alimenticios ya que anualmente son vendidas miles de unidades, demostrando su aceptación entre los consumidores, el producto que le continúa es el de insumos religiosos con 6550 unidades vendidas al año, si bien es una menor cantidad abarca una mayor ganancia económica en vista que los precios oscilan entre los 10 dólares hasta los 90, los productos en cera llegan a la

cantidad de 2046 además es una cantidad continua ya que son las utilizadas para primeras comuniones bautizos y confirmaciones algo muy riguroso entre la religión católica y por ultimo las bebidas entre las cuales se encuentra la chicha y el vino consagrado en sus diferentes presentaciones con la cantidad de 852 unidades vendidas en el año 2018.

Se analizó la producción y los costes reales de producción artesanal dentro del monasterio de las Hermanas Clarisas del santuario de Lourdes, lo que se realizó una comparación entre los costos de fabricación y de adquisición en los casos de las artesanías que no se fabricaban en el monasterio y el precio de venta al público multiplicándolo por el número de piezas vendidas allanado el valor real de costos y ganancias, además se ha realizado un estudio de los principales ingresos económicos con los cuenta el monasterio como lo son Catequesis, Retiros espirituales, Liturgias eclesíásticas (misas), Comuniones, Confirmaciones, Bautizos, Bodas que también generan una retribución económica, con esto se ha demostrado que entre todas la venta de artesanías es la que más dinero genera.

Se ha formulado una propuesta de incremento de la producción y venta de artesanías para la mejora de la rentabilidad económica a través de la creación de un plan de mejoras el cual se espera brinde una mejora en el incremento de las ventas y manteniendo la estabilidad de los productos artesanales en el mercado con la aplicabilidad de técnicas y procedimientos básicos de mercadeo.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA A INVESTIGAR

ANTECEDENTES

La falta de conocimientos sobre técnicas de comercialización dentro del santuario de Lourdes en el Cantón de San Miguel de Bolívar ha llevado a que se evidencie una disminución en la comercialización, lo que ha levantado una señal de alerta entre las administradoras ya que es la principal fuente de obtención de recursos económicos para el monasterio y el santuario, obligándolas a reducir servicios y a reducir el personal laboral, haciendo que muchos de ellos tengan que dedicarse a otras actividades u otros negocios extras en su mayoría a la agricultura para poder sustentarse y sobrevivir ante la crisis.

El nivel de turismo y de visitantes que se dirigen al monasterio es considerado alto en especial en las fechas de mayo y septiembre cuyo número sobrepasan las 5600 personas razón por la cual no existe suficiente impulso en la comercialización de los productos artesanales, haciendo evidente la falta de estrategia a nivel regional que vincule a la organización con mayores fuentes de comercialización.

El término artesanía se refiere comúnmente al trabajo realizado por el artesano y que además se ha realizado de una forma manual con la ayuda de materiales obtenidos de la naturaleza es decir sin la ayuda de maquinaria industrializada o automática, con el único objetivo que cada pieza obtenida sea única e inigualable.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y Cultura, UNESCO, ha sido la primera organización internacional en poner una visión global de la artesanía como factor importante de progreso socio cultural y económico.

El Santuario de la Virgen de Lourdes es un atractivo de San Miguel de Bolívar, esta gruta es una réplica auténtica de la que existe en Francia en los Perineos conocida con el nombre de Lourdes en cuya gruta se apareció la Madre de Dios a una humilde campesina llamada Bernardita Zubiru, es un monasterio cuya estructura física llama la atención, fue diseñado un largo pasillo que describe las 14 estaciones hasta llegar a la Gruta y en los alrededores esta un pequeño bosque que lo adorna, el monasterio se encuentra ubicado en la zona céntrica y está dirigido por la Madre Piedad Prado (Viajando, 2018)

La provincia Bolívar tiene un santuario célebre dedicado a la Santísima Virgen bajo el título de "Nuestra Señora de Lourdes", que data de los tiempos de la Colonia, se encuentra ubicada a 7 km del cantón San Miguel; en los meses de mayo y septiembre genera más de 5600 visitas de feligreses por año. La sagrada imagen que allí existe, fue traída en el año de 1902 por el venerable cura párroco Dr. Leónidas Verdezoto Rivadeneira, quien el 2 de febrero del mismo año en compañía de Don Juan Pío de Mora quien fue un hombre muy devoto, eligieron este sitio con una gruta formada al natural por enormes bloques de piedra y variados riscos que le dan a esta cima, un lugar vistoso, y agradable que domina el paisaje señorial de San Miguel.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera el análisis de la producción y venta de artesanías ayuda al desarrollo socioeconómico de las Hermanas Clarisas del Santuario de Lourdes del cantón San Miguel provincia Bolívar año 2018?

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La falta de conocimientos sobre técnicas de comercialización dentro del santuario de Lourdes en el Cantón de San Miguel de Bolívar ha llevado a que se evidencie una disminución en la comercialización, lo que se percibe una señal de alerta entre las administradoras ya que es la principal fuente de ingresos económicos para el monasterio y el santuario, obligándolas a reducir al personal laboral y otros servicios, haciendo que muchos de ellos tengan que dedicarse a otras actividades u otros negocios extras en su mayoría a la agricultura para poder sustentarse y sobrevivir ante la falta de empleo.

El nivel de turismo y de visitantes que se dirigen al monasterio es considerado alto en especial en las fechas de mayo y septiembre cuyo número sobrepasan los 5600 visitantes, razón por la cual no existe suficiente capacitación o técnicas en la comercialización para que motiven a la compra inmediata por parte de los turistas.

Sub problemas

- Desconocimiento sobre los modelos de comercialización y financieros.
- Falta de desarrollo Organizacional de la parte administrativa.
- Falta de conocimientos de estrategias en mercadeo que incentiven a la comercialización de las artesanías.
- Falta de asesoría comercial que motive el aumento de la producción para el desarrollo socioeconómico.

Alcance

Campo: Comercial

Área: Estratégico

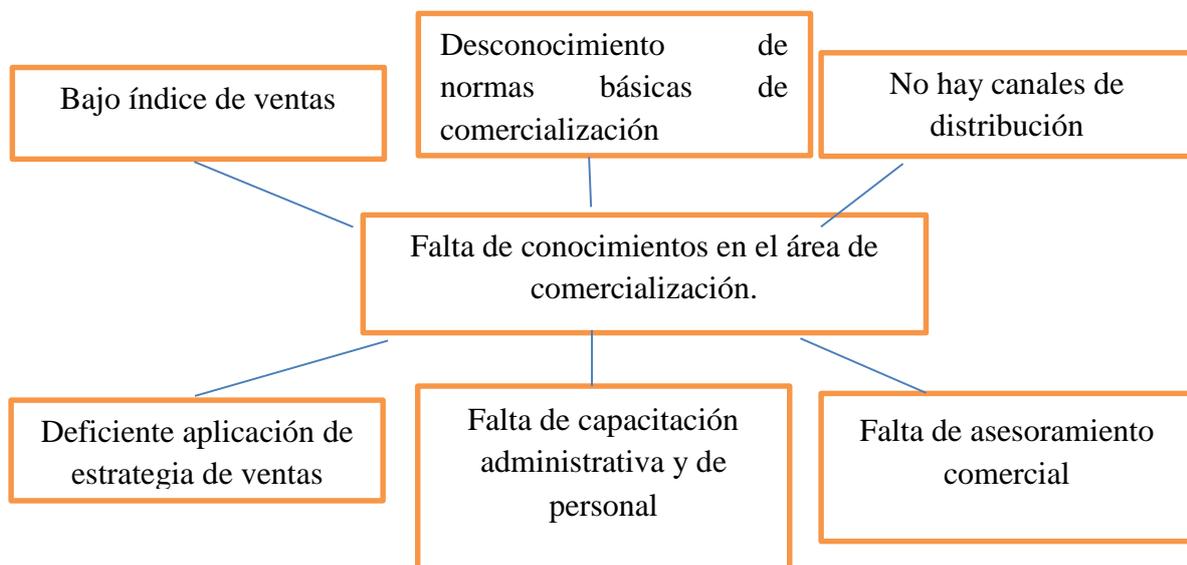
Aspecto: Creación de un plan de mejora comercial y publicitaria

Tema: Análisis de la producción y venta de artesanías en la mejora de la rentabilidad económica de las Hermanas Clarisas del santuario de Lourdes del cantón San Miguel provincia Bolívar año 2018.

Delimitación Temporal: 2018

Delimitación Espacial: Santuario de la Virgen de Lourdes San Miguel de Bolívar.

Árbol de problemas



PREGUNTAS DIRECTRICES

- ¿Cómo incide el desconocimiento de las normas básicas de comercialización en la venta de artesanías?
- ¿Cómo ha perjudicado el bajo nivel de ventas en la economía de las Hermanas Clarisas del santuario de la Virgen de Lourdes en el periodo 2018?

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un análisis sobre el proceso de comercialización de artesanías para mejorar la rentabilidad económica de las Hermanas Clarisas del Santuario de Lourdes, cantón San Miguel de Bolívar, provincia Bolívar año 2018.

Objetivos Específicos

- Efectuar un estudio sobre los productos artesanales que producen para la venta las Hermanas Clarisas en el cantón San Miguel Provincia de Bolívar.
- Analizar la producción y los costes reales de producción artesanal dentro del monasterio de las Hermanas Clarisas del santuario de Lourdes.
- Formular una propuesta de incremento de la producción y venta de artesanías para la mejora de la rentabilidad económica a través de la creación de un plan de mejoras.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación demuestra la importancia de incorporar nuevas técnicas comerciales al proceso de comercialización de artesanías dentro del santuario de Lourdes con el afán de obtener mayores réditos económicos que les permitan el desarrollo del monasterio además de la necesidad de rescatar las artesanías únicas elaboradas y comercializadas en este lugar.

En el presente trabajo de investigación se encuentra dos tipos de beneficiarios dentro de los cuales tenemos como directos a las Hermanas Clarisas, que una vez aplicadas al plan de mejoras incrementarían de sobre manera la producción, hallando mayores réditos económicos. Como beneficiarios indirectos a las personas aledañas de la comunidad ya que servirán con intermediarios al proceso de comercialización artesanal.

Es necesario la realización de este estudio ya que no se ha observado un incremento en la producción y venta, ni el aumento de réditos económicos que permitan el correcto desarrollo del monasterio si bien es cierto que la estrategia de la venta de artesanías a simple vista se ve manifestando como una organización mixta entre lo religioso y lo turístico, debería ir aumentando con el paso de los años como se espera, a lo mucho ha logrado satisfacer de cierta forma las necesidades básicas de las personas que dependen de esta producción.

Debido al reciente incremento del 15% en la industria del turismo es oportuno realizar un estudio que permita el aumento en la comercialización de artesanías ya que la actividad económica artesanal no es importante solo por sí misma, sino que permite la inclusión de personas originando mayores ofertas laborales, incluyendo al artesano en el ámbito laboral desarrollando la actividad económica de una región.(MINTUR, 2018)

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

MARCO TEÓRICO

COMERCIALIZACIÓN ARTESANAL

Concepto

Según (Rivera, Las Artesanías, 2010, pág. 4)

Las artesanías de ninguna manera son una fuente nueva de comercialización, ya desde muchos años atrás se ha convertido en una forma de sustento para el hombre, son objetos necesarios para la vida, pero se hacen con el deseo de que sean bellos, aparecieron entre el pueblo para llenar sus necesidades religiosas, para el uso en la casa o para decorar, combinan la utilidad y la belleza y forman parte de las artes que conocemos como artes populares.

La elaboración y comercialización de los productos artesanales se ha convertido en una fuente de ingresos para las familias ecuatorianas su inicio es meramente religioso y se usa principalmente en la decoración.

La comercialización artesanal ha servido de punto de apoyo dentro de la productividad ecuatoriana, incrementando los ingresos de cada hogar que practica esta actividad.

La satisfacción de los clientes conlleva importantes consecuencias tales como el incremento del consumo, la recomendación de los servicios de la empresa a clientes potenciales, la posibilidad de realizar proyectos comunes con beneficios mutuos y, sobre todo, la seguridad empresarial que todo ello representa.

La gran aceptación por los productos artesanales ha servido de ayuda para su expansión permitiendo cierta facilidad en el momento de su distribución dentro del mercado internacional.

Por otra parte (Alvares, 2006, pág. 7) manifiesta que:

La satisfacción del personal se transforma en un elevado grado de implicación del mismo, un incremento de su productividad, así como en una mayor calidad del trabajo

realizado. Para intervenir en la mantención del producto en el mercado se recomienda la continua mejora en la calidad de trabajo realizado.

Según; (Quiñonez, 2003, pág. 23)

La producción artesanal se caracteriza por la elaboración de objetos únicos e inigualables, que permiten la construcción de objetos parecidos, pero nunca iguales atrayendo aún más el interés de quien los adquiere.

Los productos artesanales se caracterizan por ser objetos únicos, surgen a partir de modelos que se conservan en la memoria del colectivo \desde allí se repiten, lo cual permite la incorporación de algunas modificaciones dando como resultado objetos similares pero no iguales, esto es posible porque la artesanía es el resultado del trabajo de un ser humano en un tiempo y espacio determinado, donde pueden suceder múltiples circunstancias que determinan que los objetos producidos presenten variaciones.

Con el afán de protección en pro defensa del comerciante y entre ellos del artesano, el gobierno ecuatoriano crea una reglamentación que regula las acciones de comercio e inversiones incluyendo la producción artesanal, con el propósito de dar normas y procedimientos en el proceso de comercialización.

Industria y comercialización artesana

En la actualidad reconocemos distintas formas de producir objetos materiales, y la artesanía es una de ellas, pero además deberíamos mencionar la artística y la industrial. Con estas modalidades, la forma de producción artesanal admite coincidencias, y más importante aún, presenta diferencias insalvables, si detenemos nuestro foco de atención en el análisis del ámbito productivo formas de organización laboral, relaciones de producción, complejidad de las herramientas de trabajo, encontraremos aquellos rasgos que distinguen lo artesanal de lo industrial y lo artístico; al mismo tiempo, visualizaremos semejanzas que a veces tienden a confundirlas. Pero las diferencias aludidas también deben ubicarse en las esferas de circulación, la actividad artesanal forma un de expresión del ser humano, pero además se materializa en la producción artística e industrial asegurando los procesos de participación artesanal de una manera más ágil sencilla y profesional.

(Kotler, 2011, pág. 31) Manifiesta que:

Los profesionales del marketing deben ser cuidadosos cuando analizan el comportamiento del consumidor. En muchas ocasiones, los consumidores rechazan lo que a priori parece ser una oferta con muchas posibilidades de éxito. Cuando los directivos creen comprender a sus clientes, estos toman decisiones de comportamiento que podrían tildarse de irracionales, Pero lo que parece comportamiento irracional para un directivo es completamente racional para un consumidor. El comportamiento de compra nunca es sencillo. Se ve afectado por muchos factores diferentes, cuya comprensión representa la tarea fundamental de la dirección de marketing.

El análisis de técnica de marketing dentro del proceso de comercialización debe ser un proceso sumamente investigado por las personas encargadas de la distribución del producto ya que de pequeños errores puede ocurrir el éxito o el fracaso de la industria y por ende de la empresa.

(Angelotty, Artesanía Prohibida , 2004, pág. 39) Dice que:

El artesano es, al mismo tiempo, productor directo y propietario de los medios de producción.

El artesano dispone de poco capital y de pocos trabajadores, familiares o no familiares (aprendices u operarios).

El factor laboral prevalece sobre el factor capital y, dentro de esta relación, prevalece el trabajo manual sobre la producción mecanizada.

El artesano gobierna su herramienta y no a la inversa. Toda alienación que pudiera existir entre el artesano y su producto se disipa por un juicio artístico: un juicio inherente a la factura del objeto.

Las artesanías son elaboradas con técnicas de trabajo tradicionales transmitidas de una generación a otra, de padres a hijos.

Dentro los problemas con los que debe afrontar el artesano para poder llevar a cabo su producción se encuentran, la de encontrar los canales adecuados de distribución y saber distribuir los pocos recursos con los que cuenta incluyendo con el factor laboral

haciendo que sus actividades sean dificultosas de realizar, demostrando el amor que repercute en cada obra.

Gestión comercial artesanal

El Ecuador ha creado una serie de normas que debe seguir el artesano para someterse a la calificación comercial artesanal, gestión que debe cumplir a cabalidad y se detallan a continuación:

1. Que la actividad sea eminentemente artesanal.
2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayores de cinco.
3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley.
4. Que la Dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller.
5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

El estado ecuatoriano ha creado una serie de requerimientos que debe cumplir el artesano para la realización de actividades de comercio, como lo es la existencia de un taller artesanal y en base a la actividad realizada.

(Tribe, 2007, pág. 20) Describe que:

El entorno económico afecta a las empresas de dos formas: en primer lugar, los cambios de entorno económico pueden afectar a la demanda de los productos de una empresa, en segundo lugar, los cambios pueden afectar a los costes de una empresa. Además, factores secundarios como los precios del suelo puede afectar a las empresas, especialmente a las del sector dividiéndolas en áreas:

- El consumo
- La demanda de exportación
- La demanda de inversión
- El gasto total

El entorno económico de la demanda define los factores macroeconómicos que afectan a la demanda de productos por una parte el consumo se define como la disminución

total de bienes y servicios. Así, el nivel de consumo es un factor clave a la hora de determinar la demanda de bienes y servicios.

Beneficio vs costo

(Parking, 2015, pág. 38) Dice que:

El beneficio de algo es la ganancia o el placer que ofrece, y está determinado por las preferencias, es decir, por los gustos y las aversiones de la gente, y por la intensidad de esos sentimientos.

El costo de oportunidad de algo es la alternativa de más alto valor que se debe ceder para obtenerlo.

Para comprender este concepto de manera más concreta, piense en el costo de oportunidad en que usted incurre por asistir a la escuela. En este caso consta de dos componentes: todo aquello que no es asequible para usted, y todo lo que no puede hacer por falta de tiempo.

(Parking, 2015, pág. 40)

Comencemos por las cosas que no puede darse el lujo de comprar. Usted ha gastado todos sus ingresos en pagar colegiatura, libros, una computadora y quizás un lugar en donde vivir. Si no asistiera a la escuela habría gastado ese dinero en boletos para ir al fútbol o al cine, o en comprar todo aquello que disfruta. Pero esto es tan sólo una parte de su costo de oportunidad. También está sacrificando la posibilidad de obtener un empleo. Suponga que el mejor trabajo que podría tener si no estuviera en la escuela es como cajero bancario en Citibank, con un salario de 25 000 dólares al año. Otra parte del costo de oportunidad en que usted incurre por ir a la escuela está constituida por todas las cosas que. Podría comprar con los 25 000 dólares extra que tendría.

La (Junta de defenza del artesano , 2008, pág. 2) Manifiesta que:

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta ley.

Si bien es cierto para la calificación artesanal se exige la existencia de un taller previo a su fabricación las artesanías no deben ser comercializadas en su preferencia dentro de estas instalaciones, mas entonces el punto de elaboración (taller) y el punto de venta serán consideradas como un solo cuerpo miembros de una misma institución.

Importancia de un canal de comercialización

(Del Bosque, 2005) Indica que:

La palabra canal puede evocar imágenes de una vía fluvial nuestra exploración de Austria a principios del siglo XX invoca imágenes del río Danubio (Las aguas del Danubio, el segundo río más largo de Europa, cruzan nueve países. Es una importante vía comercio que conecta Austria, Bulgaria, Croacia, Alemania, Hungría, Eslovaquia, Rumania, Ucrania y Yugoslavia. Históricamente, el Danubio servía como un mecanismo para el intercambio, pero también ofrecía una frontera política entre grandes imperios.) Del mismo modo, podría imaginar el Canal de la Mancha, una formidable barrera geográfica que ha mantenido a Inglaterra segura contra la invasión extranjera desde el año 1066.

No obstante, la imagen, cada una implica la presencia de un pasaje, un conducto real o imaginario que permite que ocurran ciertos procesos. Tal imagen ofrece una descripción sorprendentemente precisa. Se utilizó por vez primera el término canal de mercadotecnia para describir la existencia de un canal de comercio que sirve como puente entre productores y usuarios Los primeros escritores compararon los canales de mercadotecnia con caminos por los cuales podían pasar bienes o materiales de productores a usuarios.

El poder de la Marca

Los productos de consumo suelen clasificarse en función de dos características del proceso de compra: el grado de conocimiento que tiene el comprador sobre la categoría de producto y el esfuerzo que está dispuesto a hacer para obtener el producto.

(Montaña & Moll, 2013, pág. 41) Comenta que:

Hay productos que el comprador potencial conoce y por los que está dispuesto a realizar un gran esfuerzo económico o de otro tipo (en su búsqueda, mantenimiento, montaje, etc.) para adquirirlos. Son los bienes de especialidad. El comprador suele conocer las

marcas y las características de los distintos productos. Tiene abundante información, compara los productos y elige con conocimiento de causa. Tiene bastante clara la imagen de cada una de las marcas en competencia, entre los casos que hemos estudiado serían productos o servicios de especialidad s ofrecidos por el restaurante el Bullí, los productos de FERRAN ADRIA, una tetera Nespresso o un MINI. En ellos es muy importante que el diseño del producto dé la imagen de marca «especial». Los precios son, por lo general, relativamente altos en comparación con otros productos o servicios de categorías. La distribución, cuando no es directa, es muy selectiva y la presentación del producto muy cuidada. En la comunicación, aunque pueda contener mensajes positivos, suelen destacar los elementos funcionales haciendo más atractivo dicho producto.

La marca tiene la propiedad de hacer que los productos sean aún más atractivos para los consumidores haciendo que los adquieran a ojos cerrados incrementando la confianza y consigo el nivel de ganancias.

ARTESANÍAS

Clasificación y descripción de artesanías

Debido a esa conjunción de estilos, diseños, formas de trabajo y materiales utilizados para la confección de las artesanías, se han encontrado no pocas dificultades para establecer un marco de clasificación general de las artesanías que facilite su estudio y comprensión. Es Porfirio Martínez Peñaloza (op. Cit.: 48) quien nos remite a Rubín de la Borbolla como uno de los primeros autores que realizaron un ejercicio cognitivo de esta magnitud. Según él, las artesanías podrían distribuirse en tres grupos característicos:

- Arte popular tradicional,
- Arte popular aplicado (grupo al que oíros expertos denomina artesanías artísticas),
- Curiosidades

(Angelotty, Artesania Prohibida, 2004, pág. 43) Manifiesta que:

En el primero de éstos, el autor incluye aquellos artefactos elaborados desde los tiempos más antiguos, que se ajustan al diseño, normas y usos también antiguos, mientras que dentro del arte popular aplicado consideraba aquellos objetos provenientes del grupo

anterior pero que poseen una calidad técnica superior, representando una evolución de los caracteres culturales. Por último, en el tercer grupo designaba aquellos objetos que suelen ser de calidad técnica y artística muy baja.

En vista de la gran cantidad de objetos artesanales existentes se crea la necesidad de obtener algún tipo de clasificación general que permita una organización más exacta como lo es el arte popular tradicional en el que se encuentran los objetos que se elaboran desde hace muchos años atrás y permiten cierta línea de homogeneidad en su estructura, el arte popular aplicado el cual requiere en su mayoría algún tipo de estudio previo por quien lo realiza, y las curiosidades que son las más comunes y las que se encuentran con mayor facilidad.

Textiles

(Naciones Unidas, 2005, pág. 77) Manifiesta que:

Esta división abarca la preparación e hilatura de fibras textiles, además de la tejedura de productos textiles, el acabado de productos textiles y prendas de vestir, la fabricación de artículos confeccionados de materias textiles, excepto prendas de vestir (por ejemplo, ropa de casa, frazadas, alfombras, cuerdas, etcétera) y la fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo (por ejemplo, calcetines y jerscys). El cultivo de fibras naturales se clasifica en la división 01, mientras que la fabricación de fibras sintéticas constituye un proceso químico que se clasifica en la clase 2430. La fabricación de prendas de vestir se clasifica en la división.

La elaboración textil en su mayoría se ve manifestada a través de dos tipos de artes como la hilatura y la tejedura que es el arte de la manufacturación en hilo y en estambre por la técnica del uso del punto y ganchillo en muchos de los casos con la utilización de materia prima de origen natural.

Materiales

Dentro de los principales materiales encontrados dentro de la industria textil se encuentran principalmente las siguientes:

Las fibras son estructuras unidimensionales, largas y delgadas, las cuales tienen como propósito principal la creación de los tejidos.

Las fibras naturales, se pueden obtener tanto de animales, como son: la lana, la seda y el cuero, o de las plantas, como son, el lino, el algodón y el cáñamo, entre otros. Estas en su estado natural desempeñan una función específica, como, por ejemplo, el caso de la seda, la cual realiza la función de proteger el capullo, o como en el caso de las fibras de origen vegetal como es el caso del cáñamo, que sirve como refuerzo de su estructura de soporte.

También se encuentran las fibras artificiales, como son el rayón viscoso, el acetato (seda artificial), entre otras, que se emplean al igual que las naturales para la fabricación de textiles, con la diferencia de que estas fibras han sido creadas por un instrumento o maquinaria industrial.

(Sanchez, 2018, pág. 6) Comenta que:

Finalmente, se encuentran las fibras sintéticas, como son, el nailon, el poliéster, el elastómero, el acrilán, entre otras, las cuales no existen en la naturaleza, sino que han sido creadas manufacturando la materia prima adecuada.

Para la fabricación de textiles se ocupa como principal materia prima se utiliza tanto fibras sintéticas como naturales y de allí existe la variación de costos entendiendo que los naturales son los más costosos y difíciles de obtener, muy por el contrario, la utilización de textiles sintéticos que abaratan los costos de producción.

Cerámica

(Perez R. , 2006, pág. 91) Comenta que:

La materia prima principal del proceso de fabricación de la cerámica, es la arcilla que dará lugar a las pastas cerámicas. existen gran variedad de arcillas utilizadas en la fabricación de cerámica, las diferencias se reflejan en su composición química que afecta directamente en las propiedades físico-químicas de los productos obtenidos y en las emisiones residuales, generadas durante todo el proceso. Podemos señalar a demás se utilizan, aunque en una menor proporción otras sustancias tales como: cuarzo arena feldespatos, granito etc.

Al ser la arcilla el punto de inicio para la fabricación de la cerámica ha incentivado a que el artesano demuestre la necesidad de estudiarla tanto en su estructura y su

manifestación en los acabados de su obra haciendo que busque mezclas con otros elementos para hacerlas aún más especiales.

Cestería

Los materiales más utilizados por nuestros maestros artesanos son el mimbre y el junco, en especial para la cestería tradicional. Sin embargo, si observamos con atención los jardines, los campos, las riberas, los bosques y los parques podemos descubrir varias plantas aptas para realizar diversos trabajos. De ellas se pueden aprovechar las ramas, las raíces, las cortezas, los sarmientos, los tallos y las hojas.

La materia prima utilizada en el campo de la cestería preferente por los artesanos tradicionales es el mimbre y el junco, aunque también son aptas para la realización de este arte otros tipos de productos como plantas o raíces que daría un resultado parecido, aplazando la utilización del recurso inicial por otro que se encuentre con mayor facilidad.

El teñido de los materiales que utilizaremos como relleno, es decir, para entretejer los canastos, puede hacerse con anilinas de uso comercial y agua, siguiendo las instrucciones de los envases. Esto vale tanto para los materiales naturales como para los textiles.

(Lopez M. , Cesteria, 2006, pág. 7) Comenta que:

El hilo de papel, los hilos de fibras y textiles (lino, cáñamo, algodón), adquieren diferentes tonalidades al sumergirlos en las anilinas comunes y también en las anilinas que se usan para el teñido de la madera (cedro, roble, nogal, etc.).

La coloración de las cestas se ha venido realizando dependiendo de la técnica con la que haya decidido trabajar el artesano y del acabado que decida asignar a cada pieza.

Imaginería

La palabra IMAGINERO, según el Diccionario de la Lengua Española es “estatuario o pintor de imágenes” Como a su vez la palabra IMAGEN, tiene como segunda acepción la de Estatua, efigie o pintura de Jesucristo, de la Virgen o de un santo, se deduce que el Imaginero es aquel que hace esculturas, efigies o pinturas sagradas.

(Gañan, 1999, pág. 24) Comenta que:

Por otro lado, el concepto de IMAGINERÍA, siguiendo al Diccionario en su tercera acepción, es el de la Talla o pintura de efigies sagradas. Puede parecer desprenderse de aquí que al Pintor que hace pinturas de Jesucristo, de la Virgen o de un santo se le llame Imaginero, dando lugar a confusión.

El artesano imaginero es la persona encargada en la realización una inmortalización de una figura humanoide sea está plasmada tanto en una pintura como en una imagen, en sus inicios se manifestó desde la creación de esfinges sagradas hasta la época actual que se manifiesta con la creación de imágenes religiosas entre ella se santos y vírgenes.

Productos Metálicos

(Mikell, 1998, pág. 12) Comenta que:

Los procesos de manufactura pueden dividirse en dos tipos básicos: 1) Las operaciones de proceso y 2) operaciones de ensamble. Una operación de proceso transforma un material de trabajo de una etapa a otra más avanzada, que lo sitúa cerca del estado final deseado para el producto. Esto le agrega valor al cambiar la geometría, las propiedades o la apariencia del material inicial. Por lo general, las operaciones de proceso se ejecutan sobre partes discretas de trabajo, pero algunas de ellas se aplican también a artículos ensamblados.

La realización de esta técnica abarca dos tipos de elaboración que van desde la elaboración total de la pieza hasta el simple proceso de ensamblarla ya que la fase inicial de elaboración completa asume mayores trabajos para el artesano que la fábrica.

Cerería

(Moreno A. , 2003, pág. 26) Opina que:

En la actualidad la mayoría de productos grasos como betunes, ceras para pisos y cremas para piel se producen con ceras y parafinas derivados del petróleo, estas materias primas pueden ser remplazadas por ceras vegetales Las ceras vegetales se pueden extraer de plantas como el laurel de cera (fruto), la palma de cera (el tallo) y el biao (parte inferior de la hoja).

La utilización de cerería en la actualidad es más común de lo se creyera ya que se encuentra en el 100% de los hogares ya sea en productos como jabones, velas y cremas

usados tanto en productos de uso femenino como masculino haciendo esta una de las artes más ofertadas.

(Cumplido, 1843, pág. 25) Comenta que:

Hace mucho tiempo se han manifestado excelentes disposiciones para imitar, por medio de la escultura en cera, todos los objetos de la naturaleza, y los grandes modelos de las artes. A proporción que el buen gusto se ha ido perfeccionando, y que se ha comercializado más el estudio del diseño, las obras de cerería han ido mejorando, hasta llegar en el día a un grado de perfección, que verdaderamente admira.

La disposición por adquirir este producto se ha visto tan aceptada que ha manifestado la cualidad de reproducirse, introduciendo la idea que quien lo adquiere es sujeto de buen gusto, y que son objetos infaltables en cualquier hogar.

Trabajos en Cuero

(Songia, 2019, pág. 13) Dice que:

Para trabajar el cuero se requieren numerosos instrumentos, siendo la mayor parte específicos del sector. Por consiguiente, para conseguirlos hay que dirigirse a centros especializados en la venta de herramientas para manipular el cuero.

La realización de este arte depende de una rigurosa capacitación ya que al trabajar con material de origen animal requiere un conocimiento específico para su adecuada realización tanto como por lo delicado del material como para el uso de los instrumentos.

Vidrio Soplado

(Spielman, 2010, pág. 10) Describe que:

La artesanía del vidrio soplado, es de las más recientes de trabajarse en nuestro país, antes el vidrio soplado se usaba para fabricar objetos de uso diario, como platos y tazones. Hoy en día algunos objetos de vidrio soplado aún se utilizan así, pero muchos son verdaderas obras de arte. Además, se ha logrado combinar el vidrio con cerámica y hierro como faroles y candeleros.

Este tipo de práctica artesanal a pesar de su reciente aparición ha permitido captar a atención del mercado haciendo que este tipo de habilidad se mantenga y sean consideradas como verdaderas obras de arte, y más aún al combinarse con el arte de la fabricación de cerámica obteniendo piezas únicas e invaluables.

Calidad y comercialización

(Stenr, 2009, pág. 3) Comenta que:

Los consumidores, ya sean individuos o empresas, saben muy bien que el mercado les brinda literalmente miles de bienes y servicios por medio de una enorme cantidad de establecimientos de distribución. Pero quizá no sepan que la estructura de canal de distribución, esto es. El conjunto de instituciones, entidades y establecimientos que los productos atraviesan hasta llegar hasta ellos puede ser enormemente complejo. Por lo general, las entidades especializadas en la producción, en la venta mayorista y al por menor y en muchas otras áreas conjugan sus esfuerzos para organizar canales de marketing que permitan el suministro de bienes a sus clientes, ya sean individuos o empresas, y a los consumidores finales.

La importancia de la aceptación de un producto por parte de los consumidores garantiza la estabilidad de una empresa en el mercado, para esto la empresa se ve en la obligación de realizar ciertos tipos de estudios como del canal de comercialización y estudios del mercado de una manera paulatina y rutinaria.

(San Miguel, 2009, pág. 2) Opina que:

Se puede decir que la calidad es algo que va implícito en los genes de la humanidad, es la capacidad que tiene el ser humano por hacer bien las cosas. Antes de la implantación de los sistemas de producción industrial, los artesanos se las arreglaban para realizar todo el proceso por ejemplo de un alfarero, lo primero que hacía es averiguar las necesidades de sus clientes y elaborar cazuelas y cantaros; él mismo se encargaba de adquirir la arcilla más adecuada en función de su calidad, precio y mercancía.

La importancia de la calidad de cada producto que se encuentra en el mercado es el punto que garantiza su mantención en el mismo, ya que si bien el producto cuenta con reconocimiento y aceptación y si no cuenta con la calidad suficiente no se mantendrá por mucho tiempo y las personas dejarán paulatinamente de consumirlo.

(Perez J. :, 1994, pág. 54) Indica que:

Mejorar la calidad equivale a obtener ventajas competitivas a través de las siguientes acciones:

- Satisfacer nuevas necesidades de los clientes adaptando las características de productos y servicios.
- Responder a tiempo con profesionalidad a todas sus expectativas.
- Innovar, aumentar el valor que el cliente recibe con el producto o servicio que se le suministra, lo que permitirá aumentar el precio de venta.
- Disminuir los costos, principalmente los asociados a la mala calidad. Si para ello fuera necesario modificar los procesos operativos, no se ha de olvidar actualizar el procedimiento correspondiente.

Racionalizar la organización, haciéndola más flexible, mejorando los procesos operativos y de gestión; reducir el plazo de entrega o tiempo de ciclo.

Mejorar la calidad del producto o servicio si ésta es la decisión empresarial para reubicarlo o acceder a nuevos segmentos de clientes.

La importancia de la calidad en un producto se manifiesta de una forma imperativa convirtiéndose en la carta de presentación de cada producto hablando por sí mismo aumentando cada vez más el número de los clientes.

Sistemas de gestión de calidad

(Lopez S. , 2006, pág. 12) Describe que:

Un sistema de calidad es la estructura organizativa, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de la calidad. Se aplica en todas las actividades realizadas en una empresa y afecta a todas las fases, desde el estudio de las necesidades del consumidor hasta el servicio posventa.

Los sistemas de calidad de una empresa a otra, pues están claramente influenciados por las prácticas específicas de cada organización, se traducen a las organizaciones internas de cada cuerpo productivo y de las actividades de gestión que realiza para llevar a cumplir con sus objetivos.

MARCO LEGAL

Dentro de las reglamentaciones legales existentes en el Ecuador que regulan la actividad y calidad en la elaboración artesanal tenemos:

Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad

Objetivo

Esta Ley tiene como objetivo establecer el marco jurídico del sistema ecuatoriano de la calidad, destinado a:

1. Regular los principios, políticas y entidades relacionados con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad, que facilite el cumplimiento de los compromisos internacionales en ésta materia.
2. Garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad, la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente, la protección del consumidor contra prácticas engañosas y la corrección y sanción de estas prácticas.
3. Promover e incentivar la cultura de la calidad y el mejoramiento de la competitividad en la sociedad ecuatoriana.

Principios

Se establecen como principios del sistema ecuatoriano de la calidad, los siguientes:

1. Equidad o trato nacional. - Igualdad de condiciones para la transacción de bienes y servicios producidos en el país e importados.
2. Equivalencia. - La posibilidad de reconocimiento de reglamentos técnicos de otros países, de conformidad con prácticas y procedimientos internacionales, siempre y cuando sean convenientes para el país.
3. Participación. - Garantizar la participación de todos los sectores en el desarrollo y promoción de localidad.

4. Excelencia. - Es obligación de las autoridades gubernamentales propiciar estándares de calidad, eficiencia técnica, eficacia, productividad y responsabilidad social.

5. Información. - Responsabilidad de las entidades que conforman el sistema ecuatoriano de la calidad en la difusión permanente de sus actividades.

Estructura

El sistema ecuatoriano de la calidad se encuentra estructurado por:

- a) Comité Interministerial de la Calidad.
- b) El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN.
- c) El Organismo de Acreditación Ecuatoriano, OAE.
- d) Las entidades e instituciones públicas que, en función de sus competencias, tienen la capacidad de expedir normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad.
- e) Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), será la institución rectora del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. (Constituyente A. , LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE LA CALIDAD, 2007)

Ley de Defensa del Artesano

Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieron posteriormente.

Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

- a) Actividad Artesanal: La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas.

b) Artesano: Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual, aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios.

c) Maestro de Taller: Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos; d) Operario: Es la persona que sin oinar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller.

e) Aprendiz: Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo; y, f) Taller Artesanal: Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:

1. Que la actividad sea eminentemente artesanal.
2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayores de cinco
3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley.
4. Que la Dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller.
5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley.

La Junta Nacional de Defensa del Artesano estará integrada por los siguientes miembros:

- a) Un representante del Presidente de la República.
- b) Un diputado, con su respectivo suplente, elegido por el Congreso Nacional en Pleno.
- c) El Director General del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) o su delegado.
- d) Cuatro delegados de las asociaciones de artesanos simples o compuestas legalmente constituidas, con sus respectivos suplentes.

Estos delegados, que serán elegidos de conformidad con el correspondiente reglamento, necesariamente deberán ser artesanos calificados. Durarán dos años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez.

Deberes

Son deberes y atribuciones de la Junta Nacional de Defensa del Artesano:

- a) Velar por el estricto cumplimiento de la Ley y demás leyes conexas relacionadas con el desarrollo de la artesanía y la defensa de los artesanos.
- b) Formular, de acuerdo con las Juntas Provinciales de Defensa del Artesano, los reglamentos correspondientes para la agremiación de las diversas ramas de artesanos; reglamentos que serán aprobados por el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, dentro del plazo improrrogable de treinta días contados desde su presentación y entrarán en vigencia a partir de su promulgación en el Registro Oficial.

c) Implementar las acciones necesarias para que las entidades financieras públicas y privadas del país, conforme a lo dispuesto en esta Ley, establezcan las líneas de crédito para el fomento y desarrollo de la actividad artesanal.

d) Crear, con sujeción a las leyes vigentes, un banco de crédito artesanal.

e) Promover, conjuntamente con el Gobierno Nacional y los organismos seccionales, la creación de almacenes o parques artesanales destinados a la comercialización de sus productos.

f) Coordinar con las juntas provinciales la organización de ferias y exposiciones artesanales para incrementar la comercialización de sus productos en el mercado interno y externo.

g) Elaborar proyectos de reglamentos para la expedición de títulos de maestros artesanos en sus distintos niveles y modalidades y someterlos para aprobación de los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos, según corresponda.

Los citados ministerios aprobarán los reglamentos a los que se refiere el presente literal, dentro del plazo máximo de treinta días, transcurrido el cual y de no haber sido aprobados, entrarán en vigencia, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

h) Organizar y mantener, bajo la supervisión de los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos, establecimientos de enseñanza artesanal, así como establecer convenios con las universidades y escuelas politécnicas y demás organismos nacionales e internacionales para la realización de cursos especializados en las diversas ramas artesanales y de administración de sus talleres.

i) Prestar toda clase de ayuda y estímulo a las organizaciones clasistas de artesanos y supervisar especialmente lo relacionado al cumplimiento del límite de inversión asignado por esta Ley para el taller artesanal.

j) Las demás que le asignen esta Ley y su Reglamento.(Constituyente A. , Ley de Defensa del Artesano, 2008)

Ley de Fomento Artesanal

Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndolos terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

Beneficios

Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, se considera:

- a) Artesano Maestro de Taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público.
- b) Artesano Autónomo, aquél que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos de trabajo.
- c) Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos, que conformen unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

Para la aplicación y concesión de beneficios que otorga esta Ley, se establece el Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal, que estará integrado por:

- 1. El Ministro de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, o su delegado, quien lo presidirá.
- 2. El Ministro de Finanzas, o su delegado.
- 3. Un delegado del Presidente del CONADE.
- 4. Nota: Numeral derogado por Decreto Ley de Emergencia No. 2, publicado en Registro Oficial.

Suplemento 930 de 7 de mayo de 1992, Art. 166 Nro. 8.

5. Un delegado del Banco Nacional de Fomento.

Intervendrán como miembros del Comité, sin voto:

Un representante de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Un representante de las Confederaciones de Artesanos Profesionales del Ecuador, y

Un representante de la Federación Nacional de Cámaras Artesanales.

Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios:

1. Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales.

Para la importación de maquinarias, equipos auxiliares y herramientas, usados y reconstruidos, se requerirá carta de garantía de funcionamiento de la casa o empresa vendedora y se concederá la importación en las mismas condiciones establecidas en el inciso anterior.

2. Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fue reemplazada en la elaboración de productos que se exportaren, previo dictamen favorable del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca.

Sin embargo, tanto en el numeral 1. Como el de este numeral 2., seguirá vigente la reducción del 35% del valor de las exoneraciones a los impuestos a las importaciones, establecida mediante Ley.

3. Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía.

4. Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro.

5. Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, inclusive los de alcabala y de timbres, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, ampliación o mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades.
6. Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad con la Ley.
8. Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materiales de embalaje y, de acuerdo con el Reglamento, similares, cuando las necesidades de los artículos o producción artesanal lo justifiquen, siempre que no se produzcan en el país.
9. Exoneración total de los derechos, timbres e impuestos que graven los actos constitutivos.
10. Las personas naturales o jurídicas acogidas a esta Ley percibirán hasta el 15% en general como Abono Tributario o sobre el valor FOB de las exportaciones, y, como adicional, por razones de difícil acceso a mercados externos, licencias, permisos previos, competencia en el mercado, costos y fletes y lo que representan los nuevos mercados, hasta el 10% de los porcentajes que se establecieren legalmente.
11. Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas para la obtención de la patente municipal y permisos de funcionamiento.
(Constituyente A. , Ley de Fomento Artesanal, 2003)

MARCO REFERENCIAL

Historia del Santuario de la Virgen de la Lourdes

Según versiones de personas que vivieron a fines del siglo XVIII, manifiestan haber conocido a un pastor, el mismo que vio en una cueva situada en este lugar, por tres ocasiones, a una Señora alta, hermosa, vestida de blanco y con un rosario en las manos.

Unos jóvenes de aquella época, en uno de sus viajes de cacería a aquella montaña, se encontraron en dicha gruta. Sorprendidos de aquel lugar agreste y a la vez muy atractivo, buscaron afanosamente al pastor para que les contara sobre la aparición de la mencionada Señora. Los llevó al sitio exacto de las apariciones.

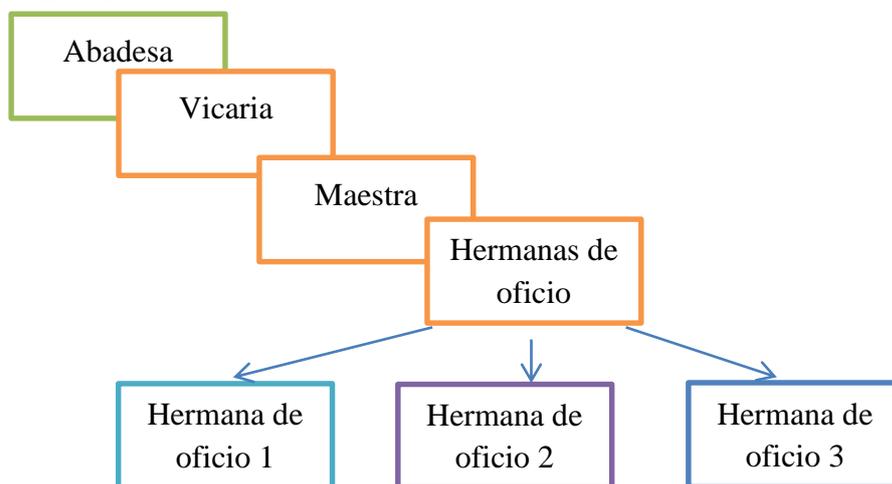
Con esta novedad, dichos jóvenes se acercaron al Padre Soñé, Párroco de San Miguel a quien le cuentan sobre la aparición. El Padre Soñé, de origen francés, lleno de entusiasmo se traslada hasta la cueva, constatando la presencia de la imagen en la rajadura de la piedra, y conocedor de la existencia de la Gruta de Lourdes en Francia, ofreció traer la Réplica de la Santísima Virgen, por considerar a nuestra Gruta en San Miguel de Bolívar, desde todo punto de vista, superior, por su ubicación natural.

Las autoridades de ese entonces y el sacerdote, Dr. Leónidas Verdezoto Rivadeneira, Párroco, realizan la petición a fin de que la Sagrada Imagen de la Virgen de Lourdes, fuera traída desde Francia y llegara a nuestro cantón el 2 de febrero de 1902. En compañía de toda la ciudadanía fue ubicada en la Gruta Natural, la misma que es formada con grandes piedras y variados riscos que le dan a esta cima un aspecto vistoso, agradable y que domina el paisaje señorial de San Miguel. Desde entonces, este lugar se denominada "GRUTA DE LOURDES".

Los milagros empezaban a florecer y nuestros habitantes emocionados comentaban las gracias recibidas. La visión de la fe de las personas que visitan este lugar manifiesta haber visto a la Virgen y haber recibido sus bendiciones. De igual forma que el agua existente desde el interior de las rocas, al ser bañados y beber sienten despojarse de los males y ser curados de sus enfermedades. En este lugar se da la verdadera fe y el encuentro personal con Dios.

Actualmente, junto a la gruta de Lourdes, existe una Fraternidad de Hermanas Clarisas, que se iniciaron el 19 de Marzo de 1986, inspiración extraordinaria del Sanmigueleño Sr. José Quintiliano Coloma, desde donde las Hermanas dan una calurosa Bienvenida a Todos.(Clarisas, 2015)

Organigrama Administrativo del Monasterio



Fuente: Hermanas Clarisas

Servicios ofertados en el monasterio

Dentro de los servicios ofertados por las Hermanas Clarisas se manifiestan los siguientes:

Venta de artesanías

Catequesis

Retiros espirituales

Colaboración del grupo juvenil

Liturgias eclesíásticas (misas)

1.- Comuniones

2.- Confirmaciones

3.- Bautizos

4.- Bodas

5.- Confesiones entre otros

Invitaciones a instituciones públicas

Venta de refrigerios

Fechas de mayor afluencia turística

Una tradición no solo del pueblo sanmiguelero, sino de todos los devotos de la Virgen de Lourdes, que hacen sus peregrinaciones durante el mes de mayo hacia el Santuario que se encuentra en la elevación más alta de San Miguel.

2 DE FEBRERO: Conmemoración del Aniversario de la Llegada de la imagen a este lugar.

11 DE FEBRERO: Día del enfermo, celebración eucarística

MES DE MAYO: Mes de María: Peregrinaciones diarias hasta su Santuario, realizadas con devoción y cariño a la Madre de Dios; por las Parroquias, Instituciones, Centros Educativos, Barrios y Recintos de nuestra querida Provincia de Bolívar como también: diferentes grupos y familias de todo el país.

8 DE SEPTIEMBRE: Fiesta en Honor a la Virgen María De Lourdes

MARCO GEO-REFERENCIAL

SANTUARIO DE LA VIRGEN DE LOURDES



Fuente: GoogleMap
Elaborado Por: La Autora

Longitud:	1°42'19.2"S 79°04'33.6"W
Latitud:	-1.705345, -79.076000
Zona De Vida Según Holdridge:	Bosque Seco Montano Bajo
Temperatura promedio	11 °C
Ubicación	A 7 Km del cantón San Miguel de Bolívar
Creación	2 de febrero de 1902
Fiestas populares	segundo domingo de mayo, 8 de septiembre
Visitantes al año	Se asume un promedio de 5600 visitantes al año.
Moradores permanentes	12

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

La presente investigación tuvo como principal mecanismo un enfoque cualitativo de observación y comparación, consideradas como las más apropiadas para obtener una visión clara sobre la problemática objeto de estudio. La modalidad bajo la que se dirigió fue el procedimiento inductivo a través de la realización de una base analítica de lo general a lo particular esquematizando la producción desde el resultado de la venta hacia el inicio de la elaboración y producción permitiendo conocer aspectos fundamentales de las causas y efectos a través de los instrumentos y estrategias utilizadas para la obtención de la información, de esa manera analizar los elementos necesarios para dar una solución al problema.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis de la entrevista

La entrevista se la realizó a la máxima autoridad de la institución la madre Piedad Prado, con el objetivo principal de verificar el nivel de rentabilidad económica con el que cuenta el monasterio como resultado de la venta de artesanías, la cual está estructurada con preguntas fáciles de entender y de responder, mismas que originaron un relato más detallado por la parte entrevistada, haciendo que se incremente la información.

Llegando a evidenciar la falta de una organización comercial.

Análisis de la encuesta

La encuesta se realizó en su totalidad al cuerpo administrativo del monasterio “Las Hermanas Clarisas” la cual fue programada y autorizada por la Hermana Carmen Prado siendo esta la Abadesa y máxima autoridad de la institución.

Existió el cien por ciento de la predisposición por parte del cuerpo administrativo ya que permitieron la recopilación de datos a través de sus respuestas y el acceso a sus libros y material contable.

Previamente se realizó una guía de preguntas y se obtuvo un trabajo ordenado evitando confusiones al momento de escuchar las respuestas obteniendo un mayor entendimiento y mayor calidad en la recopilación de datos.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

Dentro de la presente investigación se logró estudiar la producción artesanal del monasterio de la Virgen de Lourdes desde el enfoque de producción, esto gracias a la ayuda de la aplicación de: entrevista, encuesta y la observación facilitando la obtención de datos.

Como resultado del acercamiento se logró determinar que en el monasterio no se había tomado conciencia de la importancia del proceso de comercialización artesanal como apoyo para mejorar la rentabilidad económica, haciendo que pase por desapercibido y no se demuestre la correcta importancia, mas sucede que al hablar con la administradora principal ella mostro interés por el tema planteado ya que al mejorar la rentabilidad económica se lograra apoyar a un mayor número de beneficiados.

La satisfacción de los compradores que adquieren los productos dentro del monasterio es evidente ya que cumple con sus expectativas, lo que se hace evidente que el problema no es la calidad del producto sino más bien el canal en el que son comercializados, es por eso que el punto máximo sucede en los meses de mayo y septiembre fechas festivas en las que los consumidores se acercan al producto y no lo contrario como sería lo ideal.

El Monasterio de las Hermanas Clarisas no ha llevado un adecuado proceso de comercialización evidenciado por la falta de control en la venta y la idea errónea de no expandirse ni trasladar el producto hacia los compradores ya que se ha demostrado que si existe aceptación por parte de los consumidores como se demuestran en los meses de mayo y septiembre, meses en los cuales la afluencia de visitantes es exorbitante permitiendo la comercialización logrando que se complete el proceso de compra, razón por la cual se plantea equiparar los consumos producidos en mayo y septiembre por todos los meses del año o por lo menos incrementar en un 25% las ganancias cada año hasta conseguirlo.

Con respecto al precio tanto de elaboración como de venta se logra observar un desbalance y esto puede deberse a: 1) La compra minoritaria de materia prima, ya que es adquirida fuera del monasterio y en muchos de los casos con intermediarios haciendo que baje el margen de ganancia. 2) falta de consideración de la mano de obra, en el monasterio dentro de la producción y elaboración de artesanías se pasa por alto el

margen de costo de la mano de obra, logrando que no sea indemnizada a pesar de que realice por las mismas hermanas y debería tener algún reconocimiento.

Otro punto que se logró evidenciar es la falta de conocimientos comerciales necesarios por parte del cuerpo comercial en vista que solo el 9% de las encuestadas manifiesta contar con el conocimiento necesario para realizar o supervisar el proceso de comercialización por ende el restante debería someterse a capacitaciones que les permita contar con una nueva visión estratégica de comercialización. La falta de conocimientos es un problema evidentemente complejo ya que no se explota todo el potencial que debería tener la venta artesanal oponiéndose al progreso de los beneficiarios actuales y futuros.

RESULTADOS

Como resultado de la aplicación de la entrevista, se ha logrado realizar un análisis sobre el proceso de comercialización de artesanías para mejorar la rentabilidad económica. de las Hermanas Clarisas del Santuario de Lourdes, cantón San Miguel de Bolívar, provincia Bolívar año 2018, explorando los historiales de venta encontrando algunas irregularidades como la falta de capacitación tanto en técnicas de mercadeo como en atención al cliente.

Se logró la realización un estudio sobre los productos artesanales que producen para la venta las Hermanas Clarisas en el cantón San Miguel Provincia de Bolívar concluyendo que dentro de los productos artesanales comercializados a los cuales para mejor contabilización se los clasifico en 4 grupos entre los cuales dominan los productos para fines alimenticios ya que anualmente son vendidas 17354 unidades, demostrando su aceptación entre los consumidores, el producto que le continua es el de insumos religiosos con 6550 unidades vendidas al año, si bien es una menor cantidad abarca una mayor ganancia económica en vista que los precios oscilan entre los 10 dólares hasta los 90, los productos en cera llegan a la cantidad de 2046 además es una cantidad continua ya que son las utilizadas para primeras comuniones bautizos y confirmaciones algo muy riguroso entre la religión católica y por ultimo las bebidas entre las cuales se encuentra la chicha y el vino consagrado en sus diferentes presentaciones con la cantidad de 852 unidades vendidas en el año 2018.

Se analizó la producción y los costes reales de producción artesanal dentro del monasterio de las Hermanas Clarisas del santuario de Lourdes, lo que se realizó una comparación entre los costos de fabricación y de adquisición en los casos de las artesanías que no se fabricaban en el monasterio y el precio de venta al público multiplicándolo por el número de piezas vendidas allanado el valor real de costos y ganancias, además se ha realizado un estudio de los principales ingresos económicos con los cuenta el monasterio como lo son Catequesis, Retiros espirituales, Liturgias eclesíásticas (misas),Comuniones, Confirmaciones, Bautizos, Bodas que también generan una retribución económica, con esto se ha demostrado que entre todas la venta de artesanías es la que más dinero genera.

En base a la interpretación y análisis se ha formulado un plan de mejora con el fin de incrementar la producción y venta de artesanías para la mejora de la rentabilidad económica a través de la creación de un plan de mejoras el cual se espera brinde una mejora en el incremento de las ventas y manteniendo la estabilidad de los productos artesanales en el mercado con la aplicabilidad de técnicas y procedimientos básicos de mercadeo.

CONCLUSIONES

- Se ha conseguido investigar el proceso de comercialización de artesanías para mejorar la rentabilidad económica.
- Se realizó un estudio sobre los productos artesanales que producen para la venta las Hermanas Clarisas en el cantón San Miguel Provincia Bolívar.
- Se ha realizado un análisis de la producción y los costes reales de producción artesanal dentro del monasterio de las Hermanas Clarisas del Santuario de Lourdes.
- Se ha formulado una propuesta de incremento de la producción y venta de artesanías para la mejora de la rentabilidad económica.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar una gestión con los gobiernos autónomos descentralizados cantonales y provinciales a fin de encontrar un patrocinio que permita realizar un mejor proceso de comercialización.
- Realizar invitaciones en escuelas y colegios dentro y fuera de la provincia para atraer al mercado potencial logrando tener una publicidad viva por los visitantes.
- Ampliar y mejorar el inventario de aquellos productos de mayor venta y a su vez disminuir los que por uno u otro motivo no han logrado comercializarse.
- Impulsar la producción de artesanías involucrando a mujeres y personas vulnerables del sector con la finalidad de que puedan incrementar la elaboración y la calidad artesanal.
- Implementar un sistema de inventarios que cumpla con los estándares requeridos específicamente en la producción artesanal.

CAPÍTULO V

DISEÑO DE LA PROPUESTA

Con el propósito de encontrar una solución a los problemas encontrados en la presente investigación se ha creado el siguiente plan de mejoras, con la finalidad de incrementar las ventas y así las ganancias que proceden de la comercialización de artesanías.

TEMA

Propuesta para incrementar la producción y venta de artesanías de las Hermanas Clarisas del Santuario de Lourdes mediante la creación de un plan que pretende mejorar su rentabilidad económica del Cantón San Miguel Provincia Bolívar.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende impulsar un nuevo proceso de comercialización, con el único fin de impulsar la rentabilidad económica de las Hermanas Clarisas, así mismo hace énfasis en la aplicación de nuevas técnicas básicas en la comercialización a través de capacitaciones, enfoques publicitarios entre otros.

Además, se demuestra que no es necesario diseñar complejos diseños operativos, de estrategia y mejora continua que forzosamente deberían ser dirigidos por eruditos del tema o expertos que analicen cada uno de los procesos, sino que se puede realizar en una forma más sencilla y a un bajo costo, simplemente trabajando con el proceso administrativo y de distribución.

JUSTIFICACIÓN

La mejora continua supone la superación de cada empresa, de allí su permanencia el éxito y el fracaso de la misma, este plan se crea bajo la necesidad de describir los problemas existentes y los potenciales dentro del Santuario de la Virgen de Lourdes.

El presente plan de mejoras se crea bajo la necesidad de impulsar un nuevo enfoque comercial para los productos elaborados y distribuidos dentro del Monasterio de las Hermanas Clarisas, enseñándoles el verdadero sentido de la comercialización que es la captación de ganancias, permitiendo no solamente aumentar la producción si no también generar nuevas fuentes de empleo para la ciudadanía.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Implementar técnicas de comercialización para incrementar la producción y venta de artesanías de las Hermanas Clarisas del Santuario de Lourdes que pretende mejorar su rentabilidad económica del Cantón San Miguel provincia Bolívar.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proponer un adecuado proceso de comercialización de artesanías en el Santuario de la Virgen de Lourdes.
- Concientizar sobre la importancia de los beneficios que trae la mejora de la comercialización.
- Contribuir en la creación de sistemas comerciales y publicitarios en beneficio de las Hermanas Clarisas.

IDENTIFICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

País: Ecuador
Provincia: Bolívar
Cantón: San Miguel
Dirección: 7 km del cantón San Miguel vía a la costa
Razón Social: Santuario de la Virgen de Lourdes
Producción: Venta de artesanías

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

ALCANCE

Campo: Comercial

Área: Estratégico

Aspecto: Creación de un plan de mejoras.

Tema: Propuesta para incrementar la producción y venta de artesanías de las Hermanas Clarisas del Santuario de Lourdes que pretende mejorar su rentabilidad económica del Cantón San Miguel Provincia Bolívar.

Delimitación Temporal: 2019 - 2020

Delimitación Espacial: Santuario de la Virgen de Lourdes San Miguel de Bolívar.

BENEFICIARIOS

Se determina dos tipos de beneficiarios que se detallaran a continuación:

- **Beneficiarios directos:** Las principales beneficiarias serán las hermanas Clarisas que al incrementar el volumen de ventas obtendrán mayores réditos económicos
- **Beneficiarios Indirectos:** Poblaciones cercanas ya que incrementara nuevas fuentes de empleo apoyando a la rentabilidad económica de cada hogar.

IDENTIFICACIÓN DEL ÁREA DE MEJORA

Una vez que se ha logrado realizar el análisis de la rentabilidad económica en el Santuario de la Virgen de Lourdes, se ha identificado las siguientes áreas a mejorar.

- 1.- Falta de un inventario.
- 2.- Falta de un registro y bitácora de producción
- 3.- Falta de capacitación e inducción comercial.
- 4.- Falta de cuerpo laboral.

Causa:

El desconocimiento y la falta de organización en las técnicas comerciales han ocasionado a que en el monasterio no se lleve un adecuado manejo sistema comercial haciendo que no ocurra un apropiado proceso de comercialización.

ACCIONES DE MEJORA

Entre las acciones planificadas para incrementar la producción artesanal se puede detallar las siguientes:

Actividades	Prioridad	Responsables	Tiempo	Gasto	Propósito
Capacitaciones	Alta	Expertos y conocedores en la materia	22 Horas	20 dólares/hora 440	Con el fin de cultivar conocimientos sobre el proceso de comercialización entre las Hermanas Clarisas, se realizara dos tipos de enfoques: el primero estará dirigido al cuerpo administrativo y el segundo a los miembros de elaboración y comercialización su principal objetivo será encontrar las falencias y corregirlas.

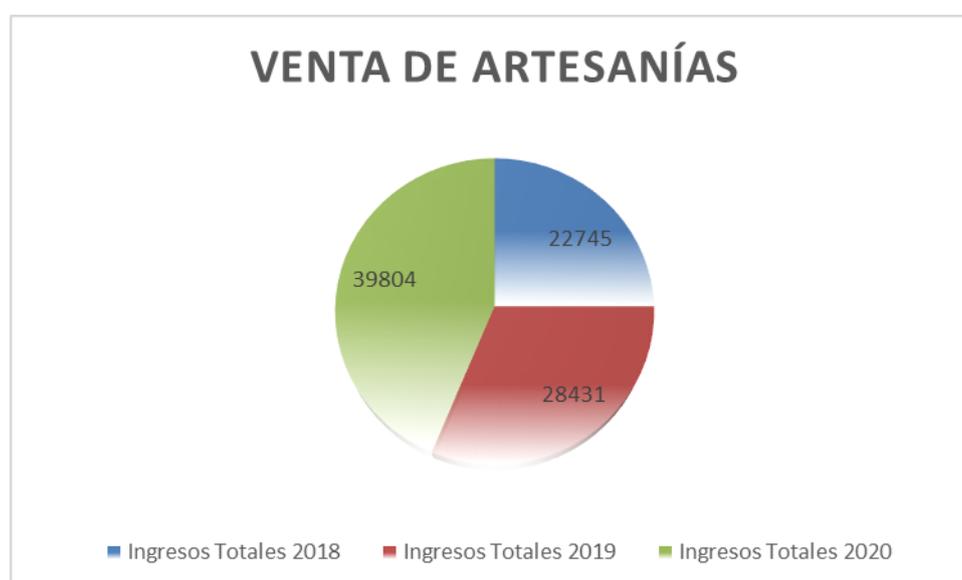
Creación de convenios institucionales	Media	Administradora	50 horas	0 dólares	Esto se realizara para atraer la afluencia de personas que no solamente disfrutaran del estupendo paisaje si no también adquirirán los productos artesanales originales y únicos.
Creación de convenios con gobiernos autónomos descentralizados cantonales y provinciales	Media	Administradora	50 horas	0 dólares	La creación de convenios nace de la necesidad de apoyar a la pequeña empresa en este caso el monasterio de las “Hermanas Clarisas”, lo que se pretende es la ayuda de los gobiernos autónomos en la financiación de transporte, protección, publicidad entre otros.
Implementación un sistema de inventario	Alta	Expertos y conocedores	50 horas	300 dólares	Se realizara con el fin de darle una mayor identificación a los productos.
Implementación de un anuncio publicitario.	Alta	Expertos y conocedores Radio Local	50 horas	300 dólares	Con el fin de dar a conocer los productos y servicios ofertantes, las publicidades se realizarán en un inicio a través del mayor canal publicitario de la zona en un intervalo de 3 por semana. Esto ayudara a la mayor afluencia de personas y por ende

					mayores ventas.
Inserción de un nuevo cuerpo laboral	Media	Expertos y conocedores Lugareños	40 horas a la semana	500/mes 394/mes	Se pretende la inserción de un nuevo cuerpo laboral desde dos tipos de perspectivas diferentes la primera, con el apoyo de un cuerpo especializado y la segunda con la inserción de la población aledaña para apoyar los procesos de elaboración.
Revisión de los procesos de producción	Alta	Expertos y conocedores	80 horas a la semana	200 Dólares	A través de un estudio se analizará los productos de mayor comercialización a fin de incentivar las ventas adicionalmente se buscará los de menor comercialización con el fin de suprimirlos.

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD ECONÓMICA (ACTUAL- PROYECCIÓN)

PROYECCIÓN AL AÑO 2020

Actividades	Ingresos Totales 2018	Ingresos Totales 2019	Ingresos Totales 2020
Venta de artesanías	22745	28431	39804
Catequesis	750	750	750
Retiros espirituales	1000	1000	1000
Liturgias eclesíásticas (misas)	3080	3080	3080
1.- Comuniones	1500	1500	1500
2.- Confirmaciones	1750	1750	1750
3.- Bautizos	1200	1200	1200
4.- Bodas	1500	1500	1500
Total	33525	39211,25	50583,75



La proyección pretende que luego de la ejecución del plan de mejoras se pueda incrementar la producción en un promedio de 25% por cada año de realización, es decir que dentro del periodo 2019 las ganancias pasarían de 22745 dólares a 28431 para el año 2019 y 39804 para el siguiente, con respecto a la venta de artesanías siendo este el principal enfoque de esta investigación. Claro está que la afluencia de personas se podría incentivar los réditos económicos resultantes de las demás actividades existentes dentro del monasterio de las Hermanas Clarisas.

El gran impacto que tendría la ejecución del plan de mejoras servirá de gran ayuda en el impulso de la gestión comercial no solamente para los beneficiarios directos e indirectos sino también para el desarrollo del Cantón San Miguel de Bolívar.

IMPACTO

El impacto que se espera obtener como resultado de la aplicación del plan de mejoras es la aplicación de nuevos programas y a la actualización de tendencias comerciales dentro del Santuario de la Virgen de Lourdes, consiguiendo un cambio radical en todo el proceso de producción y comercialización y así poder brindar mayores oportunidades laborales y económicas a toda la comunidad y esto generara mayores ganancias a las Hermanas Clarisas.

- Mayor aceptación por parte de los clientes
- Ganancias
- Trabajar en equipo
- Participar con la comunidad

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angelotty, G. (2004). *Artesania Prohibida*. Yucatan : Universidad Autonoma de Yucatan.
- Angelotty, G. (2004). *Artesania Prohibida* . Mexico: Universidad Autonoma de Yucatan.
- Clarisas, H. (2015). *Reseña Historica de Nuestra Señora*. San Miguel, Bolivar-Ecuador.
- Constituyente, A. (2003). *Ley de Fomento Artesanal*. Quito - Ecuador: LEXIS.
- Constituyente, A. (2007). *ley del sistema ecuatoriano de la calidad*. Quito-Ecuador: LEXIS.
- Constituyente, A. (2008). *Ley de Defensa del Artesano*. Montecristi - Ecuador: LEXIS.
- Constituyente, A. (2010). *Codigo Organico de la Produccion, Comercio e Inversiones*. Montecristi: Lexis.
- Costa, J. (2014). *Diceño y publicidad: nuevo reto de la comunicacion* . Mexico: Trillas, S.A.
- Cumplido, I. (1843). *El museo mexicano, ò, Miscelanea pintoresca*. Leon: Universidad Autonoma de Nuevo Leon.
- Del Bosque, R. (2005). *Canales de Marketing y Distribucion Comercial*. Mexico: Mag Graw Hill.
- Díaz, H. (03 de MARZO de 2016). *SITIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN SAN MIGUEL*. Recuperado el 06 de 12 de 2018, de <http://www.bolivar.gob.ec/gpbTuristico/index.php/es/layout/lugares-turisticos/123-turismo-en-san-miguel/331-sitios-turisticos-en-el-canton-san-miguel>
- Fidel,Lockuán. (2013). *La industria textil y su control de calidad*. E. Fidel, & L.
- Gañan, C. (1999). *Tecnicas y Evolucion de la Imagenaria* . Sevilla: Universidad de Sevilla.

- Gatti, S. (2009). La Importancia de la Calidad y su Relacion en el Desempeño de las Pymes Industriales de la Argentina. En D. Cerasani. Cordova : INCALIN.
- GoogleMap. (11 de junio de 2000). *Google Map*. Recuperado el 07 de Diciembre de 2018, de <https://www.google.com/maps/@-1.7076199,-79.0563104,15z>
- INEC, I. d. (2010). *Actividad Comercial y Productiva*. Quito.
- Junta de defenza del artesano . (2008). *Ley de defenza del artesano*. Montecristi.
- Kotler, P. (2011). *Marketing turistico,5. ed*. Madrid: PEARSON EDUCACION, S.A.,.
- Mikell, G. (1998). *Fundamento de la Manufactura Moderna*. Estado de Mexico: PEARSON PRENTICE HALL.
- MINTUR, M. d. (30 de Septiembre de 2018). *www.turismo.gob.ec*. Recuperado el 31 de Marzo de 2019, de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-muestra-un-crecimiento-del-15-en-la-industria-del-turismo/>
- MIPRO, M. d. (7 de Noviembre de 2012). *El Telegrafo*. Recuperado el 27 de Abril de 2019, de Artesanos contribuyen al desarrollo económico y preservan el patrimonio cultural: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/sector-artesanal-involucra-a-45-millones-de-ecuatorianos>
- MIPRO, M. d. (1 de Octubre de 2017). *www.industrias.gob.ec*. Recuperado el 27 de Abril de 2019, de Artesanos contribuyen al desarrollo económico y preservan el patrimonio cultural: www.industrias.gob.ec/
- Montaña, J., & Moll, I. (2013). *El poder de la marca*. Barcelona - España: Profit Editorial.
- Moreno, A. (2003). *Guia para procesos de cereria,jaboneria y cremas*. Bobota : Andres Bello.
- Moreno, M. (2003). *Guia para el proceso de cereceria, jabones y cremas*. Bobota: Andres Bello.
- Naciones Unidas. (2005). *Clasificacion Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades economicas*. Nueva York: Copyryght Naciones Unidas 2002.
- Nieto P, R. (2008). *Mexico en la mano: guia para el comercio, la industria y el turismo*. Mexico: Universidad de Texas.

- Parking, M. (2015). *Macroeconomía*. México: PEARSON EDUCACION .
- Perez, J. :. (1994). *Gestión de la Calidad Empresarial* . Madrid: ESIC.
- Perez, R. (2006). *Organización y gestión de la fabricación de pastas cerámicas*. Madrid: ELEARNING S.L.
- Quiñonez, A. (2003). *Reflexiones en torno a la artesanía y el diseño en Colombia*. Bobota: CEJA.
- Rivera, C. (2010). *Las Artesanías*. San Juan: Universidad de Puerto Rico.
- Rivera, C. (2010). *Las Artesanías*. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico.
- San Miguel, P. (2009). *Calidad*. Madrid: Parafino S.A.
- Sanchez, M. (2018). *Iniciación en materiales productos y procesos textiles*. Málaga: ICEDITORIAL.
- Songia, B. (2019). *Cuero y Piel* . VECCHIS.A.
- Spielman, M. (2010). *Todo acerca del vidrio soplado*. Huntington Beach: Teacher Created Drive.
- Stenr, L. (2009). *Canales de Comercialización*. Madrid: Prentice Hall.
- Toledo, R. (2008). *Jicaras y Guacales en la cultura mesoamericana* . San Luis Potosí: Subcentro Regional de Artesanías y Artes Populares,1986.
- Tribe, J. (2007). *Economía del ocio y el turismo* . Madrid: Síntesis, S.A.
- Vaderrey, P. (2010). *Investigación Comercial : Métodos y aplicaciones*. Barcelona: StarBook.
- Valerie, M. (2006). *Guía práctica e ilustrada de los trabajos en cuero*. Madrid: Acanto.
- Viajandox. (26 de Noviembre de 2018). *Santuario de la Virgen de Lourdes*. Recuperado el 06 de Abril de 2019, de ec.viajandox.com: <https://ec.viajandox.com/san-miguel/santuario-de-la-virgen-de-lourdes-A718>
- Zighelboim, A. (2002). *Industria Textil e Industria del Recuerdo de los Andes*. Quito - Ecuador: Abya - Yala.

ANEXOS

1 Anexo: Programación de capacitaciones

Programa de Capacitaciones				
Tema a tratar	Participantes	Fecha	Duración	Hora
La importancia de la calidad del Servicio al Cliente	12 Hermanas	11/07/2019	2 horas	13:00 15:00
Que es el Servicio al Cliente	12 Hermanas	12/07/2019	2 horas	13:00 15:00
La importancia de la Organización en su entorno	12 Hermanas	18/07/2019	2 horas	13:00 15:00
La importancia de la relación del empleado y su desempeño en la organización	12 Hermanas	19/07/2019	2 horas	13:00 15:00
Los momentos de verdad que se perciben en el Cliente Interno y externo	12 Hermanas	25/07/2019	2 horas	13:00 15:00
Características del empleado que se compromete con la Excelencia en el Servicio al cliente	12 Hermanas	26/07/2019	2 horas	13:00 15:00
Los indicadores de los logros alcanzados	12 Hermanas	01/08/2019	2 horas	13:00 15:00
Actitud crítica para el análisis de casos y problemas	Administradora	02/08/2019	2 horas	13:00 15:00
Responsabilidad individual y colectiva	Administradora	08/08/2019	2 horas	13:00 15:00
Características personales y aptitudes para las ventas	12 Hermanas	09/08/2019	2 horas	13:00 15:00
Fuerza de Ventas y el Vendedor Individual	12 Hermanas	15/08/2019	2 horas	13:00 15:00

Haciendo un total de 22 horas.

2 Anexo: Modelo de inventario

Microsoft Excel - resultados - Microsoft Excel

Herramientas de tabla

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Complementos Diseño

Calibri 11 Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

Portapape... Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

G19 =C19+D19-E19

Columna1	INVENTARIO INICI	Columna3	Columna4	Columna5	Columna6	Columna7
INVENTARIO INICIAL						
Codigo del Producto	Descripcion	Existencia Inicial	Entradas	Salidas		Stock
A-001	Productos en Cera	50	25	10		65
A-002	Productos en Cera	55	30	15		70
A-003	Productos en Cera	60	35	20		75
A-004	Productos en Cera	65	40	25		80
A-005	Productos en Cera	70	45	30		85
B-001	Insumos Religiosos	75	50	35		90
B-002	Insumos Religiosos	80	55	40		95
B-003	Insumos Religiosos	85	60	45		100
B-004	Insumos Religiosos	90	65	50		105
B-005	Insumos Religiosos	95	70	55		110
C-001	Alimentos	100	75	60		115
C-002	Alimentos	105	80	65		120
C-003	Alimentos	110	85	70		125
C-004	Alimentos	115	90	75		130
C-005	Alimentos	120	95	80		135

SALIDAS

Nº DE FACTURA	FECHA	CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	F. ELABORACION	F. EXPIRACION
F-001	01/07/2019	A-001	Productos en Ce	50		

Microsoft Excel - resultados - Microsoft Excel

Herramientas de tabla

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Complementos Diseño

Calibri 11 Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

Portapape... Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

G40 08/06/2022

Nº DE FACTURA	FECHA	CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	F. ELABORACION	F. EXPIRACION
F-001	01/07/2019	A-001	Productos en Cera	50		
F-002	02/08/2019	A-002	Productos en Cera	55		
F-003	03/09/2019	A-003	Productos en Cera	60		
F-004	05/10/2019	A-004	Productos en Cera	65		
F-005	06/11/2019	A-005	Productos en Cera	70		
F-006	08/12/2019	B-001	Insumos Religios	75		
F-007	09/01/2020	B-002	Insumos Religios	80		
F-008	10/02/2020	B-003	Insumos Religios	85		
F-009	13/03/2020	B-004	Insumos Religios	90		
F-010	14/04/2020	B-005	Insumos Religios	95		
F-011	16/05/2020	C-001	Alimentos	100	10/05/2018	10/05/2020
F-012	17/06/2020	C-002	Alimentos	105	01/06/2018	02/06/2022
F-013	19/07/2020	C-003	Alimentos	110	02/06/2018	03/06/2022
F-014	20/08/2020	C-004	Alimentos	115	03/06/2018	04/06/2022
F-015	21/09/2020	C-005	Alimentos	120	04/06/2018	05/06/2022
F-016	23/10/2020	C-006	Productos en Cera	125	05/06/2018	06/06/2022
F-017	24/11/2020	C-007	Productos en Cera	130	06/06/2018	07/06/2022
F-018	26/12/2020	C-008	Productos en Cera	135	07/06/2018	08/06/2022

Microsoft Excel - resultados

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Complementos

Calibri 11 Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

Portapape... J69

ENTRADAS

Nº DE FACTURA	FECHA	CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	F. ELABORACION	F. EXPIRACION	D. RESTANTES
F-001	01/07/2019	A-001	Productos en Cer	50			
F-002	02/08/2019	A-002	Productos en Cer	55			
F-003	03/09/2019	A-003	Productos en Cer	60			
F-004	05/10/2019	A-004	Productos en Cer	65			
F-005	06/11/2019	A-005	Productos en Cer	70			
F-006	08/12/2019	B-001	Insumos Religios	75			
F-007	09/01/2020	B-002	Insumos Religios	80			
F-008	10/02/2020	B-003	Insumos Religios	85			
F-009	13/03/2020	B-004	Insumos Religios	90			
F-010	14/04/2020	B-005	Insumos Religios	95			
F-011	16/05/2020	C-001	Alimentos	100	01/05/2020	10/05/2020	9
F-012	17/06/2020	C-002	Alimentos	105	01/06/2018	02/06/2022	1462
F-013	19/07/2020	C-003	Alimentos	110	02/06/2018	03/06/2022	1462
F-014	20/08/2020	C-004	Alimentos	115	03/06/2018	04/06/2022	1462
F-015	21/09/2020	C-005	Alimentos	120	04/06/2018	05/06/2022	1462
F-016	23/10/2020	C-006	Productos en Cera				
F-017	24/11/2020	C-007	Productos en Cera				
F-018	26/12/2020	C-008	Productos en Cera				

inventario ingresos comparacion preguntas Hoja1 Hoja2 Hoja3 inv

Microsoft Excel - resultados

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Complementos

Calibri 11 Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

Portapape... I81

ANALISIS DE PRODUCCION

MESES	DESCRIPCION	CANTIDAD	P. VENTA UNI	P. ELAB-UNI	GANANCIAS
	Productos en Cera	50	80	40	2000
	Insumos Religiosos	55	60	40	1100
Enero	Alimentos	60	50	40	600
	Productos en Cera	50	90	40	2500
	Insumos Religiosos	55	80	40	2200
Febrero	Alimentos	60	60	40	1200
	Productos en Cera	59	50	40	590
	Insumos Religiosos	50	90	40	2500
Marzo	Alimentos	55	80	40	2200
	Productos en Cera	60	60	40	1200
	Insumos Religiosos	50	50	40	500
Abril	Alimentos	55	90	40	2750
	Productos en Cera	60	80	40	2400
	Insumos Religiosos	59	60	40	1180
Mayo	Alimentos	50	50	40	500
	Productos en Cera	55	90	40	2750
	Insumos Religiosos	60	80	40	2400
Junio	Alimentos	50	60	40	1000
	Productos en Cera	55	50	40	550
	Insumos Religiosos	60	90	40	3000
Julio	Alimentos	59	80	40	2360
	Productos en Cera	50	60	40	1000
	Insumos Religiosos	55	50	40	550
Agosto	Alimentos	60	90	40	3000

inventario ingresos comparacion preguntas Hoja1 Hoja2 Hoja3 inv

3 Anexo: Santuario de la Virgen de Lourdes



FUENTE: <http://www.bolivar.gob.ec> (Díaz, 2016)

FUENTE: <http://www.bolivar.gob.ec> (Díaz, 2016)

4 Anexo: Realización de Entrevistas y Análisis de Inventario



Elaborado por: La autora

5 Anexo: Tabla de comercialización del año 2018

Inventario	Precio Inicial	Precio de venta	Ventas 2018					Ganancias
			Mayo	Ganancias	Septiembre	Ganancias	Resto de año	
Velas de colores T1	2,2	3	58	46	96	77	25	20
Velas de colores T2	1,25	1,5	62	16	95	24	28	7
Velas de colores T3	1	1,2	87	17	35	7	36	7,2
Velas Blancas T1	2,5	3	52	26	22	11	78	39
Velas Blancas T2	2,2	3	156	125	12	10	65	52
Velas Blancas T3	1,25	1,5	21	5	78	20	98	24,5
Velas Blancas T4	1	1	52	0	48	0	58	0
Velas Decorativas T1	3	3	25	0	45	0	56	0
Velas Decorativas T2	1,75	2	68	17	12	3	84	21
Cirios Rojos	6	6,5	75	38	25	13	75	37,5
Cirios Blancos	6	6,5	85	43	28	14	42	21
Cirios Verdes	6	6,5	71	36	8	4	85	42,5
Vino Consagrado T1	17	18	17	17	15	15	16	16
Vino Consagrado T2	16	17	83	83	24	24	31	31
Vino Consagrado T3	14	15	98	98	25	25	69	69
Vino Consagrado T4	11	12	95	95	33	33	17	17
Chicha T1	5	5,25	62	16	29	7	16	4
Chicha T2	3	3,25	86	22	3	1	11	2,75
Chicha T3	1	1,2	64	13	58	12	54	10,8
Servilleta T1	5	5,5	35	18	62	31	20	10
Servilleta T2	1	1,2	85	17	87	17	15	3
Denarios T1	20	22	12	24	10	20	16	32
Denarios T2	18	20	96	192	156	312	36	72

Denarios T3	15	16	98	98	21	21	41	41
Denarios T4	10	10,5	96	48	52	26	68	34
Denarios T5	7	8	55	55	25	25	78	78
Rosarios T1	19	20	6	6	12	12	15	15
Rosarios T2	15	15,5	13	7	75	38	18	9
Rosarios T3	13	14	65	65	85	85	19	19
Rosarios T4	10	11	78	78	71	71	36	36
Rosarios T5	7	8	45	45	17	17	45	45
Rosarios T6	5	5,5	15	8	83	42	50	25
Rosarios T7	3	3,8	85	68	98	78	75	60
Imág Virgen T1	45	48	15	45	19	57	10	30
Imág Virgen T2	22	23	96	96	62	62	26	26
Imág Virgen T3	19	20	95	95	86	86	58	58
Imág Virgen T4	15	16	35	35	64	64	68	68
Imág Div Niño T1	45	46	22	22	18	18	12	12
Imág Div Niño T2	22	23	12	12	17	17	36	36
Imág Div Niño T3	19	20	78	78	82	82	48	48
Imág Div Niño T4	15	16	48	48	83	83	55	55
Imág Div Niño T5	9	10	45	45	9	9	102	102
Imág Ultm Cena T1	75	76	12	12	95	95	5	5
Imág Ultm Cena T2	47	48	25	25	62	62	10	10
Imág Ultm Cena T3	30	32	28	56	86	172	16	32
Imág Cristo Crucificado T1	45	47	8	16	12	24	2	4
Imág Cristo Crucificado T2	22	23	35	35	35	35	30	30
Imág Cristo	19	20	24	24	85	85	45	45

Crucificado T3								
Imág Cristo Crucificado T4	15	18	25	75	32	96	60	180
Imág Cristo Crucificado T5	10	12	33	66	96	192	61	122
Imág Cristo Crucificado T6	7	8	55	55	98	98	68	68
Nacimiento T1	69	71	3	6	5	10	1	2
Nacimiento T2	60	65,3	58	307	55	292	3	15,9
Nacimiento T3	50	55	62	310	58	290	1	5
Pulseras T1	10	12	5	10	9	18	6	12
Pulseras T2	12	14,3	52	120	65	150	15	34,5
Pulseras T3	9	10,5	56	84	78	117	12	18
Pulseras T4	7	10	21	63	85	255	1	3
Pulseras T5	5	7	52	104	15	30	1	2
Pulseras T6	3	4	25	25	96	96	1	1
Pulseras T7	2	3,2	68	82	95	114	6	7,2
Pulseras T8	1	1,5	75	38	35	18	8	4
Pulseras T9	0,5	0,65	85	13	22	3	5	0,75
Reloj T1	18	20	17	34	12	24	3	6
Reloj T2	11	15	82	328	78	312	5	20
Reloj T3	8	13	83	415	48	240	7	35
Collar T1	36	50	9	126	15	210	6	84
Collar T2	30	47	95	1615	12	204	4	68
Collar T3	22	25	62	186	25	75	2	6
Collar T4	20	21	86	86	28	28	1	1
Cuadros Religiosos T1	68	72	12	48	10	40	1	4

Cuadros Religiosos T2	52	58	35	210	56	336	2	12
Cuadros Religiosos T3	41	52	85	935	21	231	8	88
Cuadros Religiosos T4	19	22	32	96	52	156	6	18
Miel T1	10	13	96	288	25	75	40	120
Miel T2	5	7	98	196	68	136	25	50
Miel T3	4	5	96	96	75	75	30	30
Turrone T1	45	50	55	275	85	425	60	300
Turrone T2	23	25	58	116	17	34	55	110
Turrone T3	12	15	33	99	82	246	38	114
Turrone T4	6	7	65	65	83	83	16	16
Turrone T5	0,75	1	578	145	689	172	168	42
Galletas Unidad	0,5	0,6	1652	165	2595	260	1258	125,8
Pan	0,25	0,3	1551	78	3862	193	2589	129,45
Bombones T1	10	12	85	170	68	136	54	108
Bombones T2	1,2	1,5	85	26	12	4	10	3
Caramelos T1	5	7	96	192	81	162	18	36
Caramelos T2	3,6	4	95	38	75	30	11	4,4
Caramelos T3	2,9	3,5	68	41	79	47	8	4,8
Caramelos T4	1	1,5	106	53	125	63	136	68
TOTAL	1399	1564	8734	9525	11518	7754	6741	3473

A PETICION DE LOS INTERESADOS

CERTIFICO:

Que los señores **FERNANDA ELIZABETH GUEVARA LEON** , estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, Carrera de Ingeniería Comercial, dentro de la modalidad de Titulación (Proyecto de Investigación): han cumplido con la revisión a través de la herramienta URKUND, el día 14 de junio del 2019, del Informe Final del Proyecto de Investigación denominado “**ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ARTESANÍAS EN LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS HERMANAS CLARISAS DEL SANTUARIO DE LOURDES DEL CANTÓN SAN MIGUEL PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2018.**”, dando como resultado el 8% de coincidencia: porcentaje que se encuentra dentro del parámetro legal establecido

Es todo cuanto puedo certificar.


Dr. C. Carlos Ribadeneira
DIRECTOR

Lista de fuentes **PROCESAR LA NUEVA BETA DE URKUND**

Documento Fernanda Urkund Informe.docx (D53857301)

Presentado por 2019-06-14 10:21 (-05:00)

Rectificado cribadeneira (cribadeneira@ueb.edu.ec)

Mensaje cribadeneira.ueb@analysis.arkund.com

Mensaje Fernanda Informe **Mostrar el mensaje completo**

8% de estas 37 páginas, se componen de texto presente en 6 fuentes.

🔍 95 🔍 ⏪ ⏩ 📄 Exportar 📄 Compartir 🔄 0 Advertencias. 🔄 Reiniciar

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL
TITULO DEL TRABAJO ANALISIS DE LA
PRODUCCION Y VENTA DE ARTESANIAS EN
LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD
ECONOMICA DE LAS HERMANAS CLARISAS
DEL SANTUARIO DE LOURDES DEL CANTON
SAN MIGUEL PROVINCIA BOLIVAR, AÑO
2018.

AUTORA: FERNANDA ELIZABETH GUEVARA
LEÓN

Guaranda, Mayo 2019.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL
TITULO DEL TRABAJO ANALISIS DE LA
PRODUCCION Y VENTA DE ARTESANIAS EN
LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD
ECONOMICA DE LAS HERMANAS CLARISAS
DEL SANTUARIO DE LOURDES DEL CANTON

