



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Artesanías de cerámica de Mujeres Emprendedoras de la parroquia
Taquil, año 2015. Un estudio exploratorio.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORAS: Ludeña Pardo, Lizbeth Carlyne.
Morales Campana, María Soledad.

DIRECTORA: Ramón Jaramillo, Sandra Elizabeth, Econ.

LOJA – ECUADOR

2016



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Septiembre, 2016

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Econ.

Sandra Elizabeth Ramón Jaramillo.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN.

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: “Artesanías de cerámica de Mujeres Emprendedoras de la parroquia Taquil, año 2015. Un estudio exploratorio” realizado por Ludeña Pardo Lizbeth Carolyne y Morales Campana María Soledad, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, junio de 2016

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Ludeña Pardo Lizbeth Carlyne y Morales Campana María Soledad, declaramos ser autoras del presente trabajo de titulación: “Artesanías de cerámica de Mujeres Emprendedoras de la parroquia Taquil, año 2015. Un estudio exploratorio”, de la Titulación Administración de Empresas, siendo Econ. Sandra Elizabeth Ramón Jaramillo directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.
Ludeña Pardo Lizbeth Carlyne
Cédula: 1103980593

f.
Morales Campana María Soledad
Cédula : 0704391713

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios por darme la vida y la fortaleza para culminar mis metas, a mis padres: Cnel. Willian Ludeña Celi y Carmen Lida Pardo por ser mi apoyo fundamental en todo momento, a mis hermanos por estar siempre presentes en este logro tan importante en mi vida, a mis familiares y amigos que de una u otra forma me ayudaron a culminar el presente trabajo.

Lizbeth Carolyne.

Dedico mi tesis principalmente a Dios por haberme brindado la oportunidad de llegar a este momento tan importante en mi vida. A mi familia por haber sido un apoyo incondicional y brindarme todo el cariño y paciencia que necesito, sobre todo a mis padres que son los seres más valiosos e importantes en mi vida, siendo mi sustento e inspiración para alcanzar mis metas propuestas.

María Soledad.

AGRADECIMIENTO

Nuestro profundo agradecimiento a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus docentes que han sido parte fundamental en nuestro proceso educativo. De manera especial agradecemos a nuestra directora de tesis Econ. Sandra Elizabeth Ramón Jaramillo por sus conocimientos impartidos que fueron fundamentales para el desarrollo de la tesis.

De igual manera agradecemos a Dios por la sabiduría emanada a nosotras para culminar este trabajo investigativo. A nuestros apreciados familiares que incondicionalmente han apoyado cada momento de estudio y sacrificio a lo largo de nuestra carrera universitaria.

Las autoras

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE ABREVIATURAS	x
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	5
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN ARTESANÍAS DE CERÁMICA DE MUJERES EMPREENDEDORAS DE LA PARROQUIA TAQUIL	5
1.1. Antecedentes de las artesanías de cerámica en la Zona 7 y en la parroquia Taquil	6
1.2. Definición del problema de las artesanías de cerámica en la parroquia Taquil	8
1.3. Importancia e interés del tema.....	9
1.4. Objetivo general	9
1.5. Objetivos específicos	10
1.6. Estructura del trabajo de Titulación	10
1.7. Metodología.....	11
CAPÍTULO II.....	13
ANÁLISIS DE LAS ARTESANÍAS DE CERÁMICA DE MUJERES EMPREENDEDORAS DE LA PARROQUIA TAQUIL	13
2.1. Información de la parroquia Taquil (Cera y Cachipamba)	14
2.2. Análisis de las asociaciones existentes en la zona relacionadas a la producción de artesanías de cerámica.....	16
2.3. Antecedentes de artesanías de cerámica elaboradas en la parroquia Taquil.....	18
2.4. Matriz de artesanías de cerámica que se producen en la zona (Cera y Cachipamba)	19
CAPÍTULO III.....	22
DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y PRODUCTIVO	22
3.1. Antecedentes para desarrollar el reglamento interno y el manual de procesos para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil	23

3.2.	Reglamento interno para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil	25
3.3.	Manual de procesos para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil	26
CAPÍTULO IV		28
ANÁLISIS DEL DESARROLLO COMERCIAL DE LAS ARTESANÍAS DE CERÁMICA DE LA PARROQUIA TAQUIL.....		28
4.1.	Antecedentes de la comercialización de artesanías de cerámica en la parroquia Taquil.....	29
4.2.	Identificación de canales de comercialización para las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.....	29
4.3.	Diseño del sistema de comercialización de las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil, según Ludeña & Morales.....	33
4.3.1	Explicación del diseño del sistema de comercialización de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.....	35
4.3.2	Recursos de apoyo para la comercialización de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.	35
4.4.	Investigación de mercado para venta de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.....	37
4.4.1	Análisis del mercado de artesanías de cerámica.....	37
4.4.2	Planteamiento de objetivos de la investigación de mercado.	39
4.4.3	Elección del método de investigación.....	39
4.4.4	Análisis del focus group realizado a los principales restaurantes de la ciudad de Loja.....	40
4.5.	Uso de las tecnologías de información y comunicación para promocionar las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil	41
4.5.1	Diseño del catálogo de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.....	41
4.5.2	Desarrollo del blog y uso de redes sociales para promocionar las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.....	42
4.5.3	Video promocional invitando a comprar artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.....	44
CONCLUSIONES.....		46
RECOMENDACIONES		47
BIBLIOGRAFÍA.....		48
ANEXOS.....		51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Proyección de la población de la Zona 7.....	6
Tabla 2. Descripción de la Zona 7.	7
Tabla 3. Métodos, técnicas y fuentes aplicadas en el proyecto.....	11
Tabla 4. Técnicas de recopilación de datos aplicadas en el proyecto.	12
Tabla 5. Fuentes de recolección de información aplicadas en el proyecto.	12
Tabla 6. Asociaciones del barrio Cera.	17
Tabla 7. Asociaciones del barrio Cachipamba.	17
Tabla 8. Datos generales de las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.	18
Tabla 9. Análisis de la Matriz BCG de artesanías de cerámica de los barrios Cera y Cachipamba.	20
Tabla 10. Base legal que protege a los artesanos en Ecuador.....	23
Tabla 11. Resumen del contenido del reglamento interno propuesto para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.	26
Tabla12. Recursos de apoyo para la comercialización de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.	31
Tabla13. Tipos de comercialización según Fisher y Espejo.	33
Tabla 14. Recursos de apoyo para la comercialización de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.	36
Tabla 15. Análisis del mercado de artesanías de la parroquia Taquil.	38
Tabla 16. Criterios para segmentar el mercado de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de la Zona 7	6
Figura 2. Ubicación de la parroquia Taquil.	14
Figura 3. Principal información de los barrios Cera y Cachipamba	16
Figura 4. Matriz BCG de artesanías de cerámica de los barrios Cera y Cachipamba.	20
Figura 5. Lista de productos de la parroquia Taquil - Cera y Cahipamba- (Ver Anexo N° 6).21	
Figura 6. Clasificación de canales de comercialización según Fisher y Espejo.....	30
Figura 7. Clasificación de canales de comercialización de artesanías de cerámica adaptada a la parroquia Taquil.....	32
Figura 8. Diseño del sistema de comercialización para las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.	34
Elaboración: Las autoras.....	34
Figura 9. Blog de las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.	43
Figura 10. Fanpage de las artesanías de cerámica elaboradas en la parroquia Taquil.....	44
Figura 11. Video promocional de las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.	45

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

EPS: Economía Popular y Social

GPL: Gobierno Provincial de Loja

IEPS: Instituto de Economía Popular y Solidaria

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Matriz BCG: Matriz Boston Consulting Group

MIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social

MIPRO: Ministerio de Industrias y Productividad

SEPS: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

SRI: Servicio de Rentas Internas

UTPL: Universidad Técnica Particular de Loja

RESUMEN EJECUTIVO

Al sur del Ecuador en la provincia de Loja se encuentran 124 mujeres emprendedoras que mantienen la tradición de elaborar artesanías de cerámica desde hace más de 104 años, siendo la parroquia Taquil un sector destacado en el arte de producir artículos elaborados con arcilla. Actualmente 80% de habitantes de los barrios Cera y Cachipamba se dedican a la actividad alfarera, organizándose en 5 asociaciones, representado y liderado por las mujeres, que hacen de esta actividad productiva la segunda fuente de ingresos para sus hogares, mientras que los hombres se dedican a la obtención de la materia prima y a la agricultura.

Se realizó un estudio exploratorio al sector, permitiendo levantar información sobre la actividad artesanal, procesos, sistemas de comercialización y la organización de las asociaciones. Como respuesta a lo encontrado se propuso manuales, reglamentos, publicidad, uso de TIC's y se organizó la forma de comercialización las artesanías de cerámica.

La investigación permite que los actores interesados conozcan de manera formal al grupo investigado.

PALABRAS CLAVES: Ecuador, artesanas, Loja, turismo, ancestral.

ABSTRACT

South of Ecuador in the province of Loja, there are 124 women entrepreneurs who maintain the tradition of making ceramic handicrafts. The Taquil parish has been prominent in the art of producing items made from clay for over one hundred years. Currently 80% of the inhabitants of the Cera and Cachipamba neighborhoods are engaged in pottery making and have organized five associations which are represented and led by women.

This provides a second source of income for their households while the men obtain raw materials and work in agriculture.

An exploratory study was conducted in this region to gather information on the craft process systems and possible organization of marketing partnerships. In response finding they proposed manual regulations, advertising, the use of TICS and a discovery of how marketing handicrafts ceramic was organized.

The research allows to the history and objectives manner.

KEYWORDS: Ecuador, artisans, Loja, Tourism, Ancient.

INTRODUCCIÓN

Las artesanías ecuatorianas se caracterizan por su diversidad, tradición y entorno geográfico. Se diferencian específicamente por tipo de material empleado en la confección y autenticidad del diseño creado por las manos del artesano.

Dentro de la provincia de Loja, aproximadamente a una distancia de 24,5 km al noroeste de la ciudad de Loja, se encuentra la parroquia Taquil, reconocido por su actividad artesanal, realizada en los barrios Cera y Cachipamba. Las mujeres del sector son las que se dedican a esta actividad, manteniendo esta tradición cultural que ha sido transmitida de generación en generación.

El presente proyecto es de vinculación social, entre la Universidad Técnica Particular de Loja y el Gobierno Provincial de Loja, en el que por parte de la UTPL participan las titulaciones de Administración de Empresas, Banca y Finanzas, Contabilidad y Auditoría, Arte y Diseño, Geología y Minas, en apoyo a la labor de cinco asociaciones de mujeres artesanas, siendo tres en el Barrio Cera, denominadas “Unión Artesanal Divino Niño de Cera”, “Artesanas Divino Niño” y “Manos Hábiles”; y en el Barrio Cachipamba conformado por dos asociaciones, denominadas “Las Rositas” y “Reina del Cisne”.

Con el propósito de levantar información relevante del sector se plantea la tesis titulada: “Artesanías de cerámica de Mujeres Emprendedoras de la parroquia Taquil, año 2015. Un estudio exploratorio” con el fin de mejorar la productividad de las artesanas del sector, fortalecer la cadena de valor, generar estrategias comerciales y promocionar las artesanías de cerámica. Esta investigación, contempla cuatro capítulos. En el primer capítulo se iniciará con una introducción del proyecto, luego se definirá el problema y la importancia del tema basándose en los objetivos generales y específicos de la investigación. En el segundo capítulo se levantará información relevante de la comunidad Taquil (Cera y Cachipamba), la misma que permitirá obtener antecedentes de la producción de artesanías permitiendo elaborar la matriz BCG que servirá para identificar los productos líderes y que tienen un mejor crecimiento en el mercado. En el tercer capítulo se propondrá un reglamento interno para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil, la misma que permitirá establecer políticas para mantener una mejor organización. También se elaborará un manual de procesos que permitirá direccionar las actividades llevadas a cabo durante la elaboración de artesanías de cerámica. En el cuarto capítulo se realizará un estudio de mercado, a través de un focus group, que permitirá conocer el mercado potencial y los canales de comercialización. Se promocionará las artesanías mediante las tecnologías de información como estrategias para dar a conocer el producto.

Con el desarrollo del presente trabajo de investigación, se pretende implementar estrategias para beneficio personal y desarrollo económico para las artesanas. Se pudo resolver el problema planteado aportando con el manual de procesos que detallará la información organizada y clasificada del proceso de producción de artesanías de cerámica.

La presente investigación tiene como objetivo general: analizar la información existente sobre las artesanías de cerámica de mujeres emprendedoras de la parroquia Taquil, con el fin de reorganizar y potenciar la actividad emprendedora de la zona, para lograr su consecución tenemos los siguientes objetivos específicos; analizar la problemática existente en la zona; recolectar información existente sobre las artesanías de cerámica de las mujeres emprendedoras de la parroquia Taquil; establecer procesos productivos generales de las artesanías de cerámica de la Parroquia, utilizando métodos y herramientas administrativas; impulsar la comercialización de artesanías de cerámica elaboradas por las mujeres emprendedoras de la parroquia Taquil. Para el cumplimiento de cada uno de estos objetivos se contó con recursos como materiales técnicos y económicos.

CAPÍTULO I
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN ARTESANÍAS DE CERÁMICA DE MUJERES
EMPRENDEDORAS DE LA PARROQUIA TAQUIL

1.1. Antecedentes de las artesanías de cerámica en la Zona 7 y en la parroquia Taquil

La Zona 7 está conformada por la provincia de Loja, Zamora Chinchipe y El Oro. Su sede administrativa es la ciudad de Loja. Su población para el 2016 según proyecciones del INEC es de 1'240.233 habitantes.

Tabla 1. Proyección de la población de la Zona 7.

Provincias	Número de habitantes proyectado para el 2016	Porcentaje
Loja	481.028	38,79%
Zamora Chinchipe	102.777	8,29%
El Oro	481.028	52,93%
Total	1'240.233	100,00%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Elaboración: Las autoras

A continuación se muestra el mapa de la Zona 7, donde se identifica los cantones que se dedican a la elaboración de artesanías de cerámica.



Figura 1. Mapa de la Zona 7

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Elaboración: Las autoras

Tabla 2. Descripción de la Zona 7.

Zona 7	Descripción	Productos que elaboran	Lugares productores de artesanías
Loja	Cuenta con 136 talleres que representa el 8.08% de la actividad ceramista y alfarera de la Sierra.	Se elaboran ollas arroceras, cantaros, cazuelas, olletas, platos, tazas y jarras.	Ciudad de Loja, cantones Catamayo y Saraguro, y la parroquia Taquil, barrios: Cera y Cachipamba.
Zamora Chinchipe	La Amazonía cuenta con 76 talleres que representan el 4.52% de producción de barro, loza y porcelana. La existencia de talleres artesanales en fibras vegetales es solo el 0.91%. Los pueblos más representativos del Oriente ecuatoriano en elaboración de artesanías están en Napo, Morona Santiago y Zamora Chinchipe.	Se elaboran redes, cestería, vestimenta, bisutería, arcos para la caza.	Zamora y Yacuambi, donde su producción artesanal más representativa es la elaboración de aretes, collares y adornos hechos de barro.
El Oro	Cuenta con el 14.05% de talleres de producción de joyas y otros artículos.	La producción artesanal se concentra especialmente en la elaboración de sombreros de paja toquilla, bolsos, hamacas, cestería, sombreros de palma de coco, etc.	Machala, Las Lajas, Chilla y Pasaje, en donde se elaboran pequeñas artesanías de barro como adornos para regalar.

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Elaboración: Las autoras

La parroquia rural Taquil, objeto de estudio de la presente investigación, es una zona eminentemente productiva (hortalizas, hierbas aromáticas, lácteos y artesanía de cerámica) tiene una proyección estimada para el año 2016 de 3.825 habitantes según el INEC y se encuentra a 24,5 km de la ciudad de Loja, dicha Parroquia tiene 104 años de parroquialización y está conformada por 12 barrios, La Aguangora, Chinchaca, Cera, Naranjito, Cachipamba, Macainuma, Paja Blanca, Duraznillo, El Limón, Cenén Alto, Cenén Bajo y Gonzabal.

Taquil es reconocido por su actividad artesanal de elaboración de utensilios de arcilla, la misma que se realiza en el barrio Cera y Cachipamba, llevada a cabo en mayor proporción por mujeres del sector cuyas edades fluctúan entre 17 y 94 años, existen muy pocos hombres relacionados con la actividad directamente, pero son un aporte fundamental en el proceso de obtención de la materia prima.

La materia prima obtenida para la producción de artesanías de cerámica se consigue únicamente en el barrio Cera, muy cerca del centro cívico, yacimiento denominado “Caña brava”, con una extensión aproximada de 10.000 metros cuadrados y se encuentra a 3 metros de profundidad, de la misma que derivan dos tipos de arcilla, diferenciándose por su consistencia, una es más plástica y útil que la otra, variando así la calidad y precios de sus productos finales. La mina de arcilla de Cera es de fácil acceso y toda la población de este sector tiene derecho a esta tierra.

Las artesanas de Cera y Cachipamba obtienen poca rentabilidad de esta actividad debido a varios factores como son: uso ineficiente de recursos por desorganización en la comercialización ya que sus canales de distribución y venta son limitados, realizándola de manera informal, compitiendo en precios con los productos de la zona, la producción de sus artesanías es empírica y no sigue un control de calidad, los procesos requieren el uso de nuevas técnicas que reduzcan tiempo de elaboración para sus productos y que garantice una mejor calidad para comercializar a mercados específicos, estas carencias reducen ingresos, causando necesidades básicas insatisfechas debido a la pobreza que caracteriza a estas zonas, a la vez existen problemas de carácter social como: maltrato intrafamiliar, consumo excesivo de alcohol, etc.

1.2. Definición del problema de las artesanías de cerámica en la parroquia Taquil

Las mujeres artesanas de la parroquia Taquil, no disponen de información organizada y clasificada sobre la producción de artesanías a pesar de ser una actividad característica y tradicional de la zona.

Causas:

- Uso ineficiente de recursos.
- Desunión y desorganización entre artesanas de la parroquia Taquil (Cera y Cachipamba).
- Comercialización tradicional (venta informal).
- Poca innovación en sus productos y mínimo control de la calidad.
- Escasa información de la zona y publicidad de las artesanías.

Efectos:

- Productos de baja calidad.
- Desarrollo lento de las organizaciones.
- Ingresos bajos por ventas en mercados limitados.
- Productos de diferente calidad y no apto para ingresar a mercados formales.
- Desconocimiento de la tradición y cultura de la zona.

1.3. Importancia e interés del tema

El proyecto tiene como fin, contar con información organizada sobre las artesanías de cerámica que se producen en la parroquia Taquil, identificar la problemática de la zona; generar información sobre las organizaciones, la producción y presentar ideas para comercializar.

El presente estudio exploratorio recopila resultados y muestra información de las artesanas, su historia y sobre todo el proceso de elaboración y comercialización de artesanías de cerámica que tienen actualmente, el mismo que servirá para tomar decisiones e identificar sus potencialidades con el objeto que las personas o instituciones puedan conocer y apoyen para resolver necesidades específicas del sector.

La necesidad de la presente investigación nace en base al proyecto de vinculación planteado por la Titulación de Administración de Empresas de la UTPL. El mismo que cuenta con el apoyo de cinco titulaciones. (Ver Anexo N° 1).

1.4. Objetivo general

Analizar información existente sobre las artesanías de cerámica de mujeres emprendedoras de la parroquia Taquil, con el fin de reorganizar y potenciar la actividad emprendedora de la zona.

1.5. Objetivos específicos

1. Analizar la problemática existente en la zona.
2. Recolectar información existente sobre las artesanías de cerámica de las mujeres emprendedoras de la parroquia Taquil.
3. Establecer procesos productivos generales de las artesanías de cerámica la parroquia Taquil, utilizando métodos y herramientas administrativas.
4. Impulsar la comercialización de artesanías de cerámica elaboradas por las mujeres emprendedoras de la parroquia Taquil.

1.6. Estructura del trabajo de Titulación

El trabajo está dividido en los siguientes capítulos:

Capítulo 1. Diseño de investigación artesanías de cerámica de mujeres emprendedoras de la parroquia Taquil: En este capítulo se iniciará con una introducción del proyecto, luego se definirá el problema y la importancia del tema basándose en el objetivo general y específicos de la investigación.

Capítulo 2. Análisis de las artesanías de cerámica las mujeres emprendedoras de la parroquia Taquil: Se obtendrá información relevante de la comunidad Taquil (Cera y Cachipamba), la misma que permitirá obtener antecedentes de la producción de artesanías de cerámica, permitiendo elaborar la matriz Boston Consulting Group (BCG) que servirá para identificar los productos líderes y que tienen un mayor crecimiento en el mercado.

Capítulo 3. Desarrollo organizacional y productivo: Se propondrá un reglamento interno para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil, la misma que permitirá establecer políticas para mantener una mejor organización. Se elaborará un manual de procesos que permitirá direccionar las actividades llevadas a cabo durante la elaboración de artesanías de cerámica.

Capítulo 4. Análisis del desarrollo comercial de las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil: Se realizará una investigación de mercado, utilizando herramientas como observación directa, entrevistas y encuestas a las artesanas del sector para recolectar información, además se empleará un focus group, método que permitirá conocer el mercado potencial, los canales y sistemas de comercialización. También se promocionará las

artesanías de cerámica mediante las tecnologías de información y comunicación (TIC's), haciendo uso de redes sociales, blogs, catálogo de productos y un video promocional, que permitirán relacionar a las artesanas con los consumidores y servirá como estrategia para dar a conocer el producto en el mercado.

1.7. Metodología

Se realizará un estudio de campo aplicando métodos y técnicas de investigación en la parroquia Taquil, en los barrios Cera y Cachipamba, con el fin de recolectar, analizar y clasificar información para lograr los objetivos planteados.

Los métodos y técnicas aplicadas en la investigación son:

Tabla 3. Métodos, técnicas y fuentes aplicadas en el proyecto.

Capítulos	Métodos empleados	Propósito
Capítulo 1.	Método exploratorio o formulativo:	Este método servirá para familiarizar con la comunidad y obtener información para la investigación completa e identificar problemas existentes, levantando información para posteriores investigaciones.
Capítulo 2.	Método abstracto:	Se utilizará para indagar información de antecedentes de los barrios Cera y Cachipamba.
Capítulo 3.	Método deductivo:	Consiste en partir de información general para llegar a un análisis específico, que indique los principales problemas que afectan a los procesos productivos y de comercialización.
Capítulo 4.	Método analítico:	Sirve al momento de realizar el diseño de comercialización, permitirá explicar, hacer analogías, comprender mejor el comportamiento de productores y mercado, establecer nuevas teorías e implementarlas en la realidad.

Fuente: Galán, M, Libro de Metodología de la Investigación.

Elaboración: Las autoras

Tabla 4. Técnicas de recopilación de datos aplicadas en el proyecto.

Técnicas	Propósito
Técnicas de la observación.	Permitirá recolectar datos sobre las preferencias de los consumidores al momento de elegir las artesanías de cerámica y se aplicará en el capítulo 2 en la matriz BCG.
Técnica de campo.	Se cumplirá con esta técnica con las salidas de campo que se realizará a la parroquia Taquil y permitirá obtener información básica de los barrios Cera y Cachipamba, para poder realizar un análisis del desarrollo comercial y productivo, lo que permitirá tomar decisiones y solucionar problemas existentes.

Fuente: Galán, M, Libro de Metodología de la Investigación.

Elaboración: Las autoras

Tabla 5. Fuentes de recolección de información aplicadas en el proyecto.

Fuentes	Propósito
Fuentes primarias	Se aplicará mediante la observación a los artesanos, al mercado de venta de artesanías, procesos de comercialización y aplicación de formatos específicos.
Fuentes secundarias	Se analizará información existente en proyectos realizados al sector. Uso de revistas, documentales, papers, Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) e Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS).

Fuente: Galán, M, Libro de Metodología de la Investigación.

Elaboración: Las autoras

CAPÍTULO II
ANÁLISIS DE LAS ARTESANÍAS DE CERÁMICA DE MUJERES EMPRENDEDORAS DE
LA PARROQUIA TAQUIL

2.1. Información de la parroquia Taquil (Cera y Cachipamba)

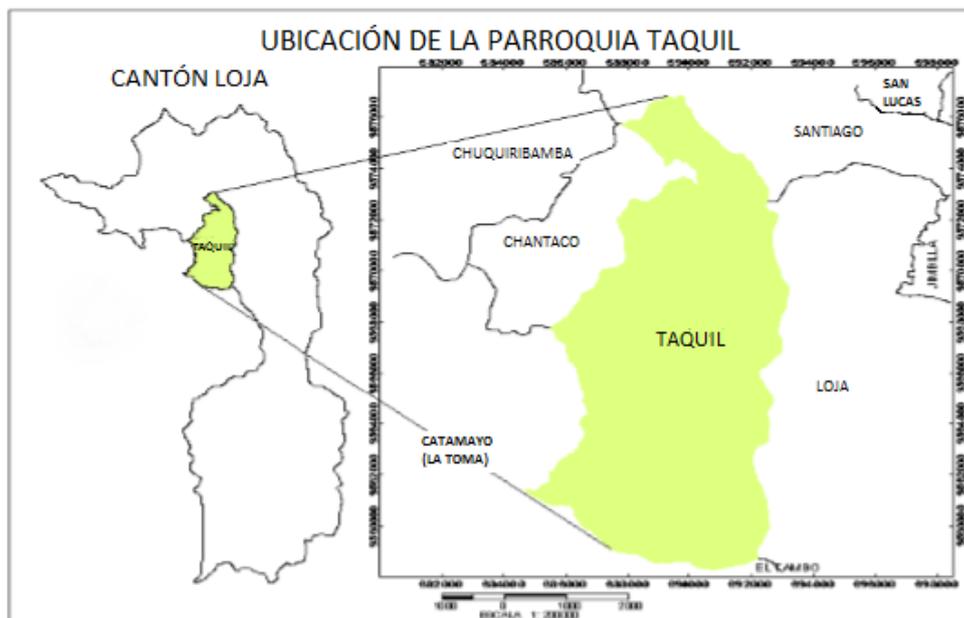


Figura 2. Ubicación de la parroquia Taquil.

Fuente: Sistemas de Información Geográfica, 2010.

Elaboración: Las autoras

La parroquia Taquil fue fundada el 16 de abril de 1911, es una palabra quechua, que proviene del Wanka, primer idioma de la humanidad, esta palabra se compone de dos monosílabos – taqui-, cuyo significado es granero o troje de granos. Luego de la colonización, algún letrado le agregó la consonante -L- y desde entonces, al hermoso pueblo se le conoce como Taquil, taquiles o taquilenses.

Dicha Parroquia, cuenta con una latitud de 3° 53' 28" Sur y una longitud de 79° 15' 20" oeste, tiene una extensión de 90.26 km² de superficie (9,026 hectáreas) y su población proyectada para el 2016 es de 3825 habitantes, ubicada al noroeste del Cantón y al noreste de la provincia de Loja, región sur del Ecuador. (Municipio de Loja, 2011)

Sus límites son:

Norte: Parroquia San Pablo de Tenta y parte de las parroquias San Lucas y Gualiel.

Sur: Parroquia Jimbilla y parroquia urbana de Loja El Valle.

Este: Parroquia San Lucas.

Oeste: Parroquias de Chantaco, Chuquiribamba y Gualiel.

Taquil está conformado por 12 barrios, La Aguangora, Chinchaca, Cera, Naranjito, Cachipamba, Macainuma, Paja Blanca, Duraznillo, El Limón, Cenén Alto, Cenén Bajo y Gonzabal. Posee gran extensión de cultivos, convirtiéndose así la agricultura en la principal

actividad económica de su población, sus ingresos per-cápita giran alrededor de la producción y comercio de plantas medicinales, frutales, cereales y legumbres (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Taquil, 2015).

La producción ganadera de este sector, también es una actividad importante para esta parroquia, está dada principalmente por el ganado vacuno y aves de corral, mientras que a menor escala se da la producción porcina.

La actividad artesanal en la parroquia Taquil es la segunda fuente de ingresos en el sector, sin embargo, es realizada únicamente en los barrios Cera y Cachipamba, siendo una actividad que caracteriza a esta zona, es elaborada desde los más jóvenes hasta los más antiguos del hogar, siendo trascendental en el tiempo y formando parte de la historia y cultura de Loja.

La elaboración de artesanías nació antes del período incaico, pero sucumbió a partir de la colonia, cuando se exterminó a la población de este sector convirtiéndola en esclava para la explotación minera, para esta tarea los varones de los hogares eran separados de sus familias a temprana edad, obligando a las mujeres que asuman este trabajo para el sustento de sus hogares. Esta realidad dejó secuelas, razón por la cual, las mujeres del sector son las que se dedican a esta actividad.

A continuación se detalla información que fue levantada en base al estudio de campo realizado para comparar la actividad artesanal en los dos barrios. (Ver Anexo N° 4 y 5).

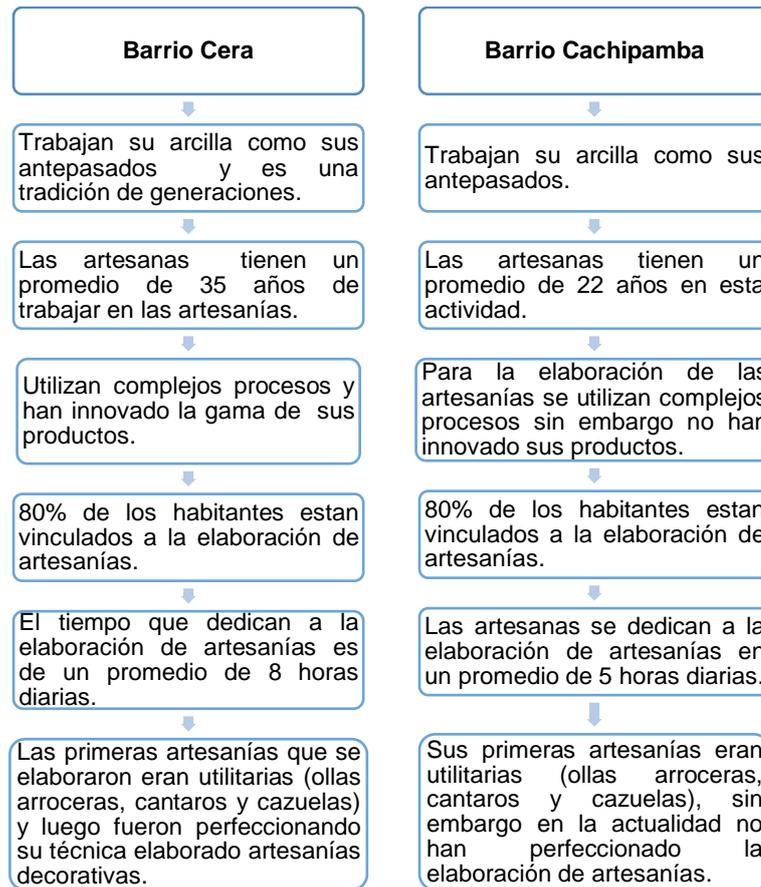


Figura 3. Principal información de los barrios Cera y Cachipamba

Fuente: Entrevista directa con las artesanas de Cera y Cachipampa.

Elaboración: Las autoras

2.2. Análisis de las asociaciones existentes en la zona relacionadas a la producción de artesanías de cerámica

En la parroquia Taquil existen 5 asociaciones de artesanas; están legalizadas ante el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), Ministerio de Inclusión Economía y Social (MIES), y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), las mismas que están reguladas bajo la Ley Orgánica de la EPS, que ampara a los ciudadanos que desean emprender en procesos de desarrollo productivo, apoyando a los artesanos y fomentando el desarrollo de estas actividades, con el fin de buscar el Buen Vivir y el bienestar común, por esta razón las asociaciones de artesanas de los barrios Cera y Cachipamba se han asociado aproximadamente hace 15 años y pretenden constituirse legalmente mediante el MIES. A continuación se muestra las asociaciones por barrio:

Tabla 6. Asociaciones del barrio Cera.

Nombre de las Asociaciones	Año de inicio de sus actividades artesanales	Líderes	Número de personas que conforman las asociaciones	Observaciones
Asociación Unión Artesanal Divino Niño de Cera.	1999	Lida Estela Uzho Rubalino.	4 personas	No se encuentra legalizado bajo los estatutos jurídicos del MIES.
Asociación de mujeres artesanas Divino Niño.	2004	Carmen Lapo.	22 personas	Está legalizada bajo los estatutos jurídicos del MIES.
Asociación Manos Hábiles.	2011	Luz Mafalda Guamán.	26 personas	Se encuentra legalizada bajo los estatutos jurídicos del MIES.
Total			52 personas	

Fuente: Entrevista directa con artesanas del barrio Cera.

Elaboración: Las autoras

Tabla 7. Asociaciones del barrio Cachipamba.

Nombre de las Asociaciones	Año de inicio de sus actividades artesanales	Líderes	Número de personas que conforman las asociaciones	Observaciones
Asociación Las Rositas.	2010	Rosa Esterfilia Padilla.	20 personas	No se encuentra legalizado bajo los estatutos jurídicos del MIES.
Asociación Reina del Cisne.	2014	Rosa Laura Malla Padilla.	52 personas	En proceso de legalización ante el MIES.
Total			72 Personas	

Fuente: Entrevista directa con artesanas del barrio Cachipamba.

Elaboración: Las autoras

Tabla 8. Datos generales de las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.

Barrios	Número de Asociaciones	Número de artesanas	Porcentaje
Cera.	3	52	42%
Cachipamba.	2	72	58%
Total	5	124	100%

Fuente: Entrevista directa.

Elaboración: Las autoras

Son 124 mujeres emprendedoras las que se dedican formalmente a la actividad de producir artesanías de cerámica.

El estar asociadas les ha permitido obtener beneficios de parte de las diferentes instituciones gubernamentales, como el Gobierno Provincial de Loja, vinculándose con proyectos sociales de empresas privadas como CERART y la UTPL, que han formado parte de los proyectos de desarrollo social del sector, también se han desarrollado actividades como capacitaciones, ferias y exposiciones artesanales, estrategias que les permite comercializar fácilmente sus productos.

2.3. Antecedentes de artesanías de cerámica elaboradas en la parroquia Taquil

Las artesanías de cerámica que se elaboran en los barrios Cera y Cachipamba representan una manifestación cultural y un aporte económico significativo para estos pueblos, esta actividad subsiste en el seno familiar, llevada a cabo desde sus antepasados, siendo una actividad tradicional que hereda técnicas ancestrales para las nuevas generaciones; todos los integrantes del hogar, sin importar la edad, están involucrados y familiarizados con este actividad, especialmente las mujeres, sin embargo los hombres son los encargados de la obtención de la materia prima, como lo es la arcilla, arena y tierra colorada, las mismas que son obtenidas en Taquil, siendo la arcilla extraída de la mina denominada “caña brava” y la arena de la quebrada “el molino”, donde se requiere el uso de lampones y lampas para poder extraerla. La tierra colorada se encuentra al pie del cerro Tunduranga, y es usada como “engome” o pintura de olla, antes de entrar al horno.

La producción es artesanal y se la realiza en los mini talleres ubicados en las viviendas de cada artesana. Los hornos son realizados manualmente con barro y ladrillo. En el interior se enciende carbón o se quema leña para la quema de las piezas artesanales. Las artesanías de cerámica son elaboradas para la preparación de alimentos y decoración, se realizan en

diferentes tamaños, modelos y colores (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Taquil, 2015).

Las artesanas vinculan su trabajo artesanal con las actividades hogareñas siendo un apoyo económico para sus familias, dicha actividad ha evolucionado con el tiempo según las necesidades de los consumidores, debido a que elaboran diferentes piezas y diseños artesanales de acuerdo a los pedidos del cliente, haciéndolas competitivas en el mercado, sin embargo se ha visto la necesidad de implementar diferentes técnicas, capacitándose para ser más eficientes y productivas al momento de elaborar sus productos.

Según la investigación realizada, las artesanías son comercializadas en el mismo sector y otras son vendidas por intermediarios a precios más elevados en los mercados de Loja y otras ciudades como Quito, Riobamba y Cuenca.

2.4. Matriz de artesanías de cerámica que se producen en la zona (Cera y Cachipamba)

La elaboración de las artesanías de cerámica ha cambiado con el tiempo al igual que las necesidades del consumidor, las artesanas de Taquil han visto la necesidad de innovar, ya que el mercado es cambiante y cada vez es mayor la competencia que existe, por esa razón han visto oportuno capacitarse para mejorar la calidad del producto y elaborar nuevos diseños.

Las artesanías de cerámica son elaboradas en los hogares, usando los espacios de las casas de las artesanas para la producción y almacenamiento de los productos, la mayoría tiene sus propios hornos para la quema. En la salida de campo se identificó la gama de artesanías que producen las artesanas, detallando los 4 tipos de productos que conforman la matriz Boston Consulting Group (BCG), a continuación se presenta la matriz BCG.

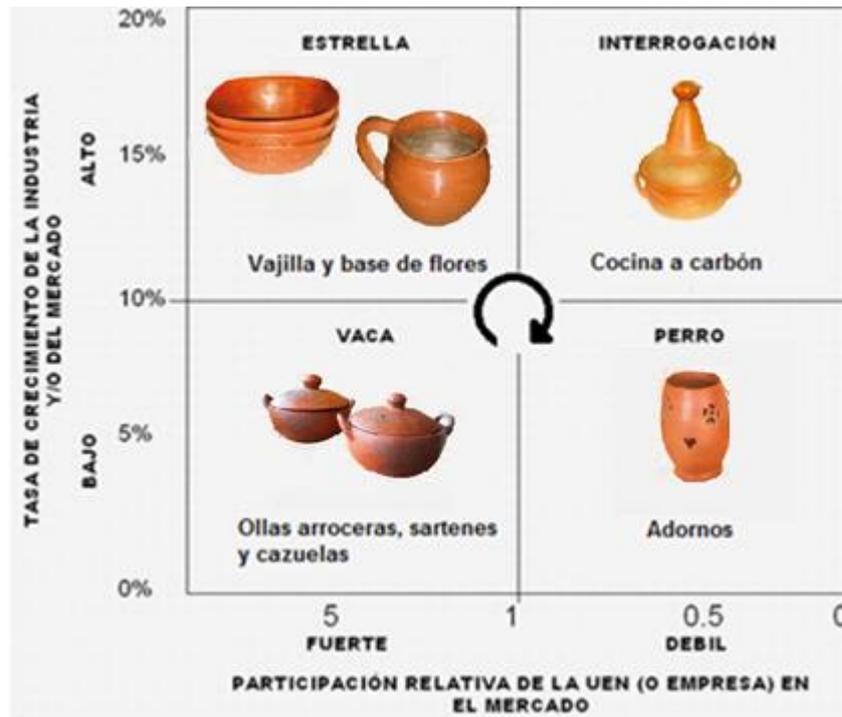


Figura 4. Matriz BCG de artesanías de cerámica de los barrios Cera y Cachipamba.

Fuente: Entrevista directa y encuestas.

Elaboración: Las autoras

Tabla 9. Análisis de la Matriz BCG de artesanías de cerámica de los barrios Cera y Cachipamba.

Estrella	Interrogación
Se considera productos estrella a la vajilla y las bases de flores por ser los productos que tienen una alta participación en el mercado y crecimiento por la accesibilidad en su precio.	Se considera producto interrogación a las cocinas a carbón, producto que necesita una alta inversión, en la actualidad la participación de este producto es casi nula ya que no genera grandes ingresos por su venta esporádica.
Vaca	Perro
Los productos vaca son las ollas arroceras, sartenes y cazuelas, siendo hasta ahora los productos que generan a las artesanas ingresos constantes.	Se considera producto perro a los floreros, debido a la baja participación y crecimiento en el mercado, ya que la demanda prefiere otro tipo de materiales.

Fuente: Entrevista directa y encuestas- (Ver Anexo N° 4 y 5).

Elaboración: Las autoras

En la actualidad las artesanas de la parroquia Taquil no cuentan con medios publicitarios y los talleres son rudimentarios, sin embargo, los precios en el sector son bajos comparados a los que se venden en mercados y almacenes de la ciudad de Loja.

A continuación se detallará el listado de artesanías de cerámica de los barrios Cera y Cachipamba. En el Anexo N° 6 se muestra las fotografías de las piezas artesanales.

Artesanías de cerámica del barrio Cera.	Artesanías de cerámica del barrio Cachipamba.
<ul style="list-style-type: none"> • Ollas arroceras. • Vajilla. • Jarrones. • Cacerolas. • Cocinas a carbón. • Sartenes. • Tortilleras. • Cazuelas. • Esculturas. • Ollas encantadas. • Adornos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ollas arroceras. • Pailas. • Sartenes. • Platos. • Bases de flores. • Maseteros. • Esculturas.

Figura 5. Lista de productos de la parroquia Taquil - Cera y Cahipamba- (Ver Anexo N° 6).

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Las autoras

De la entrevista realizada a las artesanas de la parroquia Taquil, afirman que algunas piezas de cerámica también son diseñadas y elaboradas bajo pedido de algunos turistas y clientes.

Existen algunas artesanas que han elaborado hornos pequeños para quemar artesanías en pequeñas cantidades.

Las artesanas de la parroquia Taquil tienen una variedad en modelos, diferenciando al barrio Cera por su representativa producción e innovación de piezas artesanales, mientras que el barrio Cachipamba produce en menor cantidad a precios más bajos.

CAPÍTULO III
DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y PRODUCTIVO

El desarrollo organizacional y productivo en la parroquia Taquil se encuentra presente pero no ha sido documentado por ninguna de las artesanías. Es por ello la importancia de generar un reglamento interno y documentar el proceso.

El presente capítulo está compuesto por un reglamento interno, basado en las leyes que amparan a los artesanos, con artículos que promueven una mejor convivencia y organización dentro de las asociaciones. El reglamento será usado voluntariamente por las artesanías de las asociaciones de la parroquia Taquil.

En el manual de procesos se detalla las actividades realizadas para la elaboración de artesanías de cerámica.

3.1. Antecedentes para desarrollar el reglamento interno y el manual de procesos para las asociaciones de artesanías de la parroquia Taquil

Para implementar el reglamento interno y manual de procesos se revisó lo dispuesto en la Ley de Fomento Artesanal, Ley de la Economía Popular y Solidaria, Código Orgánico de la Producción y Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador, que establecen artículos que sirven de soporte legal para las artesanías de la parroquia Taquil. A continuación se muestra la base legal.

Tabla 10. Base legal que protege a los artesanos en Ecuador.

Artículos	Referencia
Ley de Fomento Artesanal, artículo 1.	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, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.
Ley de la Economía Popular y Solidaria, artículo 2.	Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como,

	<p>microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el Sector Asociativo.</p>
<p>Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, artículo 2.</p>	<p>Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.</p>
<p>Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, artículo 53.</p>	<p>La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicio, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.</p> <p>En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.</p>
<p>Ley de Régimen Tributario Interno, artículo 19.</p>	<p>Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades.</p> <p>También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.</p> <p>Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.</p>

Ley de Régimen Tributario Interno, artículo 56.	El impuesto al valor agregado IVA, grava a todos los servicios, entendiéndose como tales a los prestados por el Estado, entes públicos, sociedades, o personas naturales sin relación laboral, a favor de un tercero, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual, a cambio de una tasa, un precio pagadero en dinero, especie, otros servicios o cualquier otra contraprestación. Los prestados personalmente por los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. También tendrán tarifa cero de IVA los servicios que presten sus talleres y operarios y bienes producidos y comercializados por ellos.
Ley de Régimen Tributario Interno, artículo 188.	Los artesanos para que en la venta de los bienes y en la prestación de los servicios, producidos y dados tanto por ellos como por sus talleres y operarios, emitan comprobantes de venta considerando la tarifa 0% del Impuesto al Valor Agregado.

Fuente: Código Orgánico de la Producción, Ley de Fomento Artesanal y Ley de Régimen Tributario Interno.

Elaboración: Las autoras

3.2. Reglamento interno para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil

El reglamento interno, propone a las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil, regular mediante normas el comportamiento de los integrantes que conforman las asociaciones, de tal forma que pueda crearse un ambiente propicio para la convivencia y fortalecimiento productivo.

Se pretende que el presente reglamento interno sea usado manteniendo la independencia de las diferentes asociaciones existentes en la parroquia Taquil. (Ver Anexo N° 7).

Tabla 11. Resumen del contenido del reglamento interno propuesto para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.

Títulos	Componentes
Consideraciones	Las consideraciones son una breve introducción al reglamento interno, está conformado por: La primera consiste en las instituciones involucradas. La segunda parte explica las asociaciones que harán uso del presente reglamento interno. Finalmente la tercera parte especifica en las leyes que se basa el reglamento.
Título I: Disposiciones generales	El título I está conformado por tres artículos, que hablan concisamente sobre las generalidades, objeto y definiciones del reglamento interno.
Título II: De la comercialización	El título II está distribuido por 4 artículos, que hablan brevemente sobre los precios, canales de comercialización, promoción, y responsabilidad del artesano.
Título III: De la estructura administrativa	El título III está distribuido por 3 artículos, que consisten en el nombramiento de líderes para representar a las asociaciones, la asociatividad y atribuciones de las representantes de la asociación:
Título IV: De la operatividad	El título IV está conformado por 3 artículos, que son el objeto de operatividad, tiempos de producción, política institucional de capacitación.
Disposición Final	Este título consiste en la vigencia y aprobación de las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.

Fuente: Reglamento interno para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil. (Ver Anexo N° 7).

Elaboración: Las autoras

3.3. Manual de procesos para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil

Realizado el estudio de campo en la parroquia Taquil y en base a los resultados obtenidos, ninguna de las asociaciones cuenta con un registro por escrito de los procesos a desarrollar en la actividad artesanal, se plantea el diseño de un manual de procesos para la elaboración de artesanías de cerámica, documento que mostrará políticas, funciones, procedimientos de producción y actividades que realizan las artesanas al momento de elaborar sus artesanías de cerámica.

Dicho manual puede ser utilizado voluntariamente y de manera individual por cualquiera de las asociaciones de los barrios de Cera y Cachipamba, se podrá ir modificando según el tipo

de innovación o nuevo proceso que se presente. Se entregará una versión impresa y digital a los representantes de cada asociación artesanal del sector. (Ver Anexo N° 9).

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS DEL DESARROLLO COMERCIAL DE LAS ARTESANÍAS DE CERÁMICA DE
LA PARROQUIA TAQUIL

En el presente capítulo se realizará un análisis del desarrollo comercial de las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil, con la finalidad de obtener información para mejorar la comercialización de las piezas artesanales.

4.1. Antecedentes de la comercialización de artesanías de cerámica en la parroquia Taquil

La elaboración de artesanías de cerámica en la parroquia Taquil es importante para su comunidad, según el MIPRO al menos 80% de habitantes de este sector se dedican a la elaboración y venta de artesanías hechas a base de arcilla, sus precios son muy variados encontrando artesanías desde \$3,00 hasta \$120,00 dólares dependiendo del color y diseño de las piezas artesanales.

Según la investigación de campo y observación directa realizada, el barrio Cera se caracteriza por mayor participación en la elaboración de artesanías de cerámica en la ciudad de Loja, las artesanas comercializan sus productos en pequeños talleres artesanales y hogares, participando en ferias organizadas por el Gobierno Provincial de Loja, el GAD Municipal y UTPL, con el fin de promocionar sus productos, venden dentro y fuera de la ciudad de Loja a distribuidores directos, siendo una actividad importante para la economía del sector.

El barrio Cachipamba elabora artesanías en menores cantidades que el barrio Cera, comercializando sus productos en sus propios hogares, ferias y tiendas artesanales de la ciudad de Loja, sin embargo, sus piezas son menos costosas por el tipo de terminado y calidad.

4.2. Identificación de canales de comercialización para las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil

El canal de comercialización es un grupo de intermediarios relacionados entre sí que llevan los productos y servicios a los consumidores y usuarios finales (Fisher & Espejo, 2011).

A continuación se presentará el canal de comercialización según Fisher & Espejo, que ha sido el modelo para diseñar el canal de comercialización adaptado a las asociaciones de la parroquia Taquil.

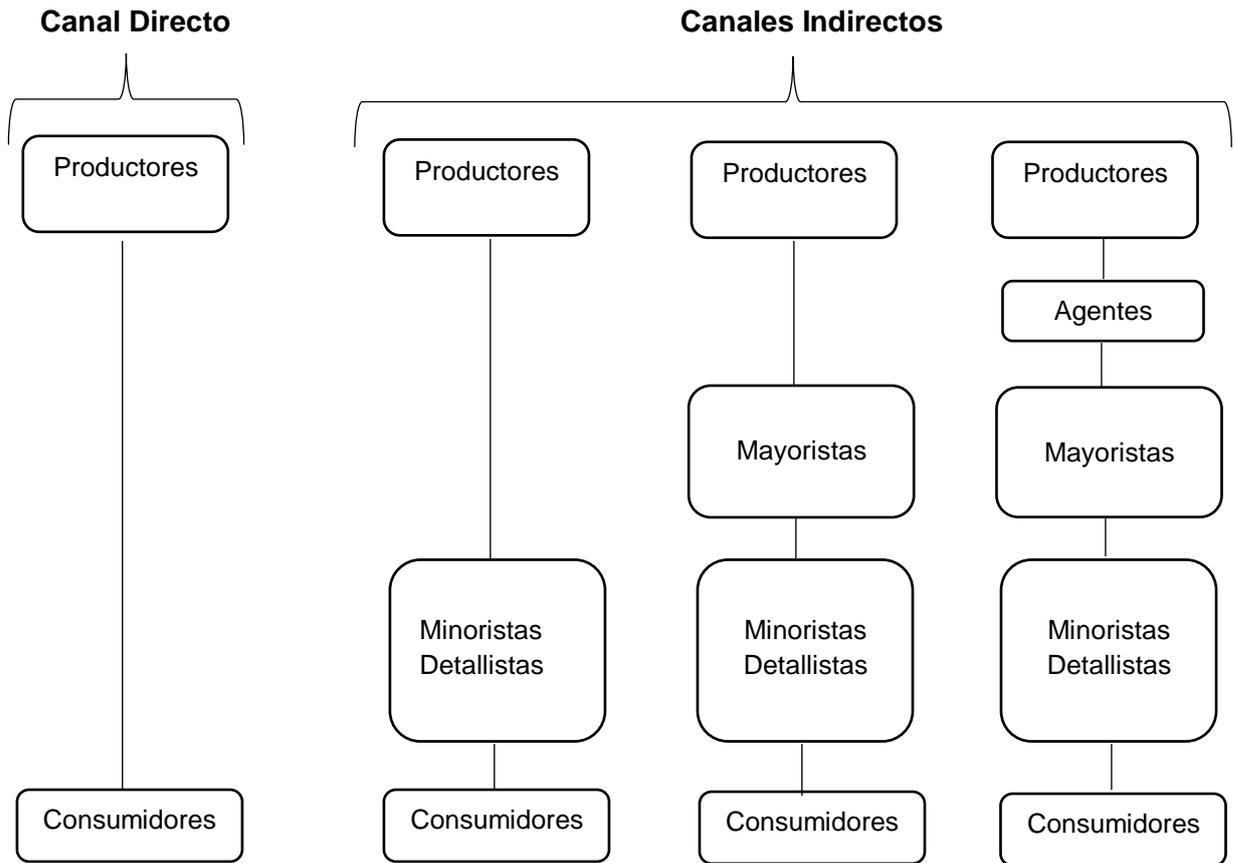


Figura 6. Clasificación de canales de comercialización según Fisher y Espejo.

Fuente: Fisher, Laura y Espejo Jorge, Mercadotecnia, 4ª ed.

Elaboración: Las autoras

Según Fisher & Espejo el canal de comercialización se divide en dos circuitos, canal directo e indirecto.

La comercialización directa es únicamente del productor al consumidor, siendo la vía más corta. Los intermediarios quedan fuera de este canal.

La comercialización indirecta de artesanías de cerámica se clasificará en 3 formas:

Tabla12. Recursos de apoyo para la comercialización de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

Actores:	Definición:
Productores-minoristas-consumidores:	Siendo el sistema más conocido y utilizado, debido a que los consumidores finales tienen contacto directo con los minoristas, como tiendas artesanales y mercados, caracterizándose por comprar en grandes cantidades para luego vender las artesanías por unidades al consumidor.
Productores-mayoristas-minoristas-consumidores:	Este circuito es empleado cuando se distribuye productos en gran volumen. Generalmente se lo requiere cuando existe una gran demanda y las artesanas, como productoras, no tienen la capacidad de llevar sus productos a todo el mercado consumidor.
Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores:	Este tipo de canal es el más largo y menos utilizado, debido a que implica contratar agentes, que muchas veces son empresas independientes cuyos vendedores se encargan de buscar una amplia red de contactos para distribuir el producto por zonas o sectores, haciendo que el precio final de las artesanías varíe debido a los costos y riesgos que implica la logística del producto.

Elaboración: Las autoras

Mediante la observación directa en la zona, se afirma que la comercialización actual de artesanías es básica, debido a que los talleres no son tecnificados, sus piezas son poco innovadoras, no se producen grandes cantidades y no tienen empaque de presentación que asegure al producto y proporcione una presentación vendible y fácil de transportar, razones que dificultan la expansión a otros mercados. Las artesanas efectúan la venta y entrega de las piezas artesanales al consumidor con un mercado limitado al que pueden llegar con los medios básicos.

En base a la clasificación de canales de comercialización planteada por Fisher & Espejo se propone una clasificación para artesanías de cerámica producidas por las mujeres de la parroquia Taquil.

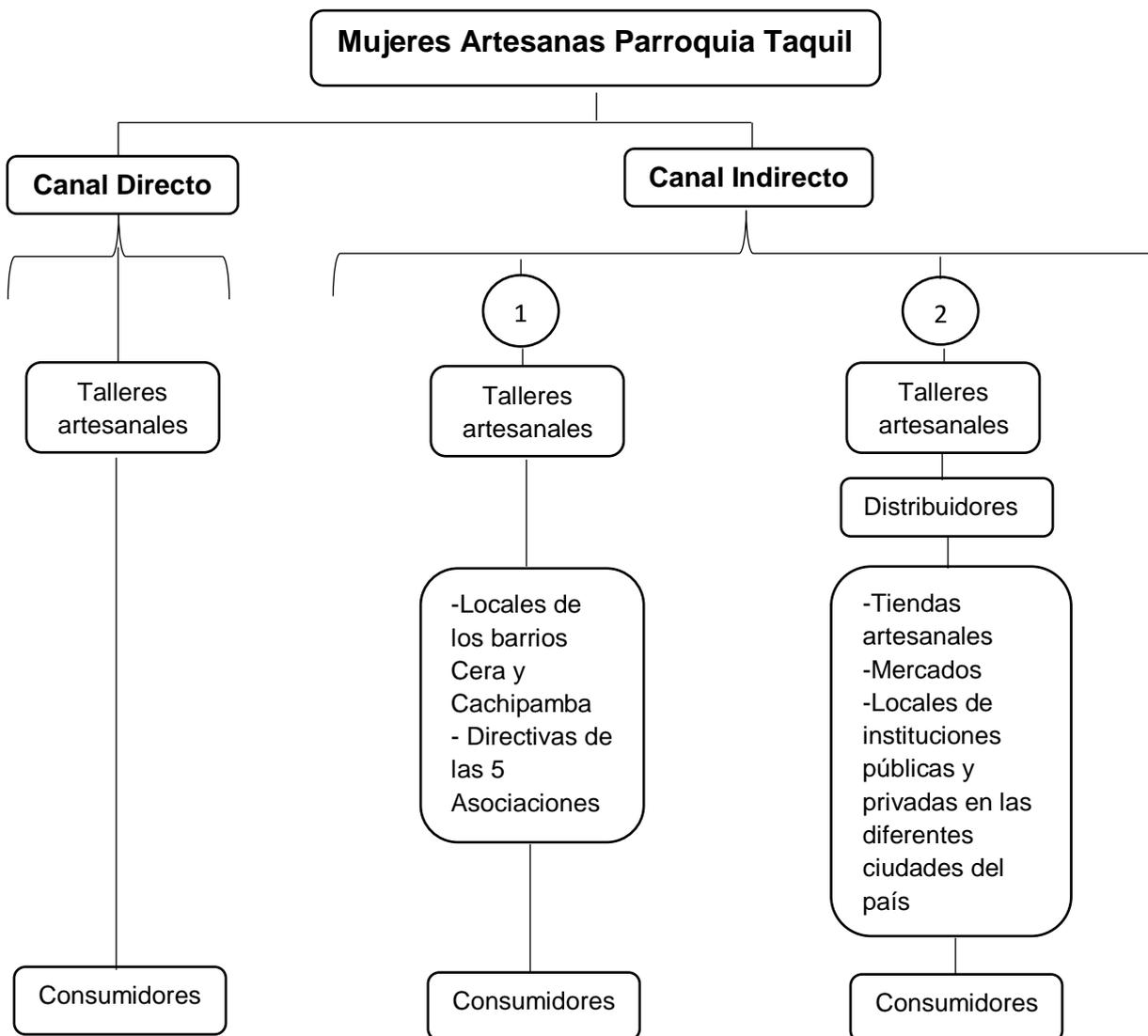


Figura 7. Clasificación de canales de comercialización de artesanías de cerámica adaptada a la parroquia Taquil.

Fuente: Fisher, Laura y Espejo Jorge, Mercadotecnia, 4ª ed.

Elaboración: Las autoras

La venta de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil cuenta con dos tipos de canales de comercialización, directo e indirecto como se aprecia en la tabla 13.

Tabla13. Tipos de comercialización según Fisher y Espejo.

Tipos de canales de comercialización	
Comercialización directa	Es únicamente de la artesana al consumidor y se puede utilizar herramientas para la comercialización como venta online, a través de catálogos y ferias.
Comercialización indirecta	<p>La primera forma de comercialización indirecta está conformada por las artesanas, asociaciones y consumidores, donde el producto se comercializa en el mismo sector, siendo las cinco asociaciones las que venden directamente las piezas artesanales al consumidor.</p> <p>La segunda forma de comercialización indirecta está conformada por artesanas, distribuidores, tiendas artesanales y consumidores, consiste en hacer uso de intermediarios para que distribuyan el producto expandiendo el mercado, también en hacer que las artesanas hagan alianzas estratégicas con locales y tiendas artesanales, como el almacén artesanal del Municipio de Loja para exhibir y comercializar su producto, haciendo que el consumidor tenga fácil acceso al mismo.</p>

Fuente: Fisher, Laura y Espejo Jorge, Mercadotecnia, 4ª ed.

Elaboración: Las autoras

4.3. Diseño del sistema de comercialización de las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil, según Ludeña & Morales

A partir del estudio de campo realizado en el sector se vio la necesidad de proponer un sistema de comercialización para las mujeres artesanas de la parroquia Taquil, que sirva para planificar, promover y comercializar las piezas artesanales, con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores actuales y potenciales, incrementando la cuota de mercado y rentabilidad para las artesanas del sector, de este modo, los procesos de comercialización se ocupan de analizar y estudiar las oportunidades de mercado.

Para comercializar las artesanías de cerámica es básico que se establezca una marca que permita reconocer y posicionar el producto en mercados locales y nacionales, también es necesario que lleven un empaque adecuado para su transportación y presentación.

A continuación, se presenta el sistema de comercialización para las artesanías de cerámica del sector:

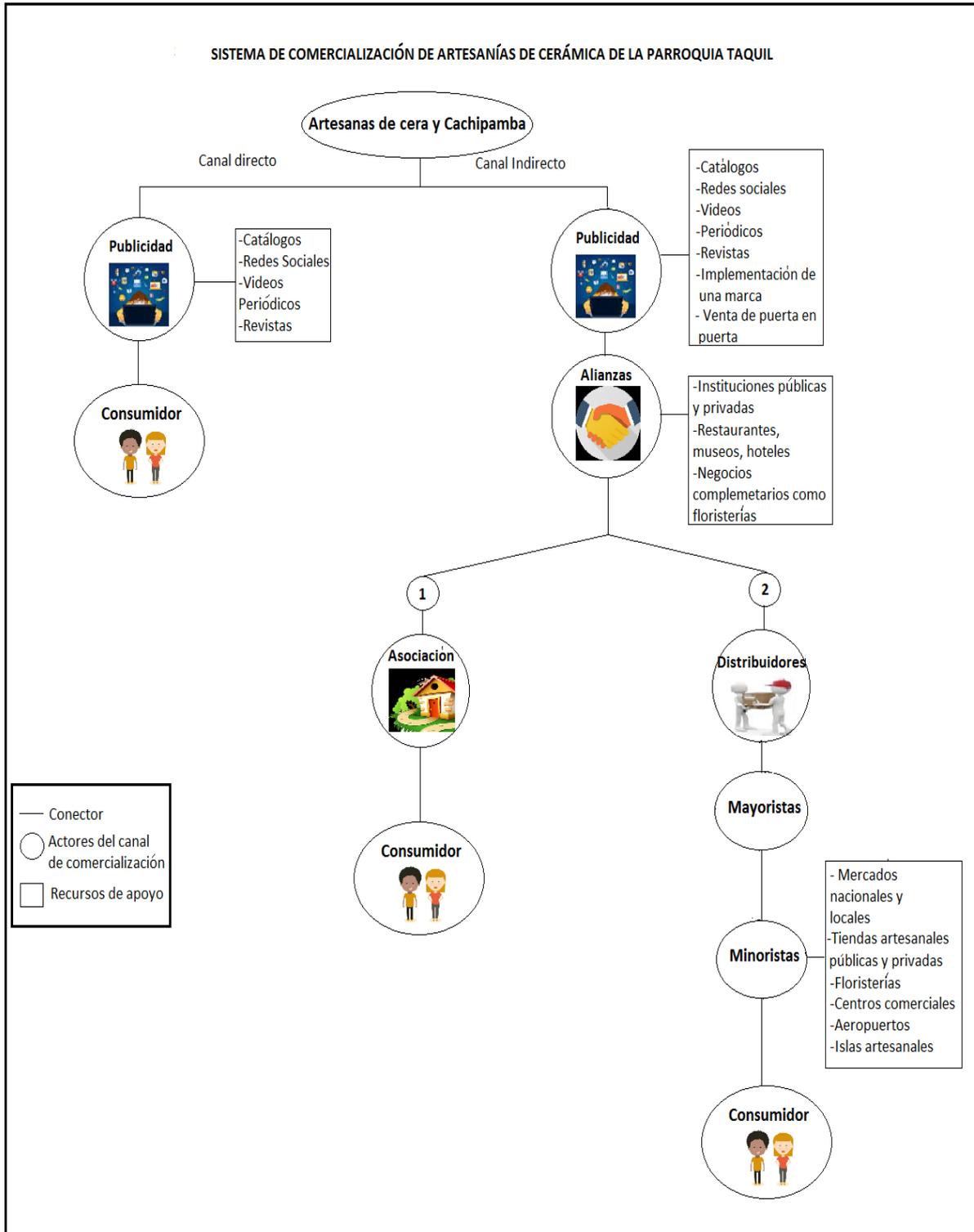


Figura 8. Diseño del sistema de comercialización para las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

Elaboración: Las autoras.

4.3.1 Explicación del diseño del sistema de comercialización de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

El presente sistema estará conformado por canales de comercialización y recursos de apoyo, que servirá para diseñar la forma de expender las piezas de cerámica, consiste en un canal directo en donde interactúa las artesanas de Cera y Cachipamba directamente con el consumidor, haciendo uso de publicidad como catálogos, redes sociales, videos, periódicos y revistas, para promocionar productos.

El canal indirecto está conformado por dos opciones de venta, los mismos que se pretende promocionar a través de publicidad y alianzas estratégicas con instituciones públicas o privadas, restaurantes, museos, hoteles y negocios complementarios como floristerías.

La primera opción consiste en vender las artesanías dentro de las 5 asociaciones, mejorando los espacios de los talleres artesanales para que sea llamativo para los clientes y turistas. Esta opción pretende disminuir costos elevados de logística e interactuar directamente con los consumidores a través de las asociaciones.

La segunda opción consiste en comercializar las piezas de cerámica con distribuidores o intermediarios, quienes serán los encargados de vender a los mayoristas dentro y fuera de la ciudad de Loja, los mismos que distribuirán el producto a los minoristas como mercados en diferentes ciudades del país y mercados locales como el “Centro Comercial Ciudad de Loja”, “Pequeño productor”, “Gran Colombia”, “Mayorista”, también en tiendas artesanales públicas y privadas, floristerías, centros comerciales, aeropuertos e islas o bazares artesanales, permitiendo que el consumidor tenga un fácil acceso al producto.

4.3.2 Recursos de apoyo para la comercialización de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

Para llevar a cabo la comercialización de artesanías de cerámica se propone a las artesanas del sector utilizar los siguientes recursos:

Tabla 14. Recursos de apoyo para la comercialización de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

Recursos de apoyo	Recursos a emplear
Feria virtual de artesanías	Participación en ferias virtuales como “Su Mercado Artesanal”, que se lo encuentra en el siguiente link, www.sumercadoartesanal.com . Exhibiendo las artesanías de cerámica realizadas en los barrios Cera y Cachipamba. Por otro lado, el visitante puede obtener información sobre las cinco asociaciones de artesanas, incluidos los contactos, breve historia de las asociaciones y un catálogo de productos.
Venta online	Aplicación de las nuevas tecnologías de información y comunicación, a los sistemas de venta a través de la creación e implantación de un espacio Web, creación del catálogo electrónico de productos.
Promoción de las piezas artesanales en redes sociales	<p>Consiste en la utilización de la tecnología 2.0 para que a través de los medios y las redes sociales más utilizadas en la web se pueda promocionar, comercializar y brindar información de las piezas artesanales a los clientes potenciales. Se recomienda utilizar las siguientes redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook: Fan page • Instagram y Pinterest: Fotos de artesanías de cerámica. • Youtube: Videos promocionales. • Twitter y Blog: Promocionando las artesanías a través de información.
Ruta artesanal en la Provincia de Loja	Diseñar y crear una ruta de la artesanía en la parroquia Taquil, a través del recorrido de los barrios Cera y Cachipamba permitiendo que el turista recorra y conozca el sector y su actividad artesanal.
Asociaciones	Venta de piezas de cerámica mediante alianzas con instituciones públicas, privadas y ferias artesanales.
Instituciones públicas y privadas	Estas instituciones buscan formas de ayudar a los emprendimientos artesanales apoyando con recursos tecnológicos y capacitaciones.
Mercados artesanales	Se pretende expandir el producto en mercados nacionales, ampliando los puntos de venta del artesano.

Alianzas estratégicas con portales y empresas turísticas.	Alianza orientada a vender los productos artesanales como souvenir en hoteles, restaurantes, museos y diferentes páginas web para promocionar y comercializar productos.
Acuerdos comerciales	Se realizarán acuerdos con aeropuertos, islas o bazares artesanales en centros comerciales y floristerías, que permitirá relacionarse directamente con los clientes potenciales.

Elaboración: Las autoras

4.4. Investigación de mercado para venta de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil

La recopilación de información es parte fundamental en la investigación de mercado, por esta razón se planificó un estudio exploratorio al sector, obteniendo información documental e histórica en la zona, utilizando métodos investigativos para obtener datos importantes de las artesanas de la parroquia Taquil y de sus clientes potenciales. (Ver Anexo N°4 y N°15).

Con información recolectada se identificó que los mini talleres artesanales son rudimentarios, la producción es limitada por lo que se debe buscar mercados locales, sin embargo se pretende comercializar las piezas artesanales a potenciales consumidores con el uso de nuevas tecnologías, que por el momento existen, de esta manera se identificó la necesidad de realizar un focus group a los restaurantes de la ciudad de Loja, para estudiar el mercado que se pretende introducir el producto y analizar las necesidades del consumidor.

4.4.1 Análisis del mercado de artesanías de cerámica.

El mercado de artesanías de cerámica está determinado por la oferta, demanda, competencia y productos sustitutos, factores que influyen en el momento de comercializar artesanías en la ciudad de Loja.

Tabla 15. Análisis del mercado de artesanías de la parroquia Taquil.

Análisis del mercado	
Oferta de artesanías de cerámica de los barrios Cera y Cachipamba.	Según la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, la ciudad de Loja representa el 8,08% de la actividad ceramista y alfarera de la sierra, porcentaje que corresponde a los 136 talleres existentes en la ciudad. Cera y Cachipamba está conformado por cinco asociaciones de artesanas, que representan 124 mujeres dedicadas a la actividad artesanal, comercializando su producto en el mismo sector y en los mercados de la ciudad de Loja.
Demanda de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.	Para comprender la demanda se hizo referencia a la cantidad de cerámicas en barro que los intermediarios ubicados en la ciudad de Loja y consumidores están dispuestos a comprar a las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil, tomando en cuenta la frecuencia de adquisición de las piezas artesanales, en base a la investigación de mercado realizada en la ciudad de Loja, se determinó que las artesanas del sector elaboran un promedio de 200 piezas de cerámica por quema, realizada generalmente cada tres meses, vendiendo un promedio de 47 artesanías de cerámica al mes afirmando que la demanda de artesanías incrementan en fechas especiales, como día de la madre, navidad, entre otras. Ver Anexo N° 4 Los clientes potenciales de artesanías de cerámica son amas de casa y turistas, mientras que restaurantes y hoteles las adquieren como souvenir, según el focus group aplicado.
Competencia y sustitutos de artesanías de cerámica.	Existe una gran producción de artesanías de cerámica en la provincia de Loja y sus cantones como Catamayo y Saraguro, que son los principales competidores de las artesanas de las parroquia Taquil dentro de la ciudad de Loja, sin embargo, existen otros proveedores de este tipo de productos, siendo China el mayor exportador de artesanías mundiales. Los productores de artesanías de cerámica destacan que los productos fabricados en masa son su mayor competencia, debido a que los potenciales clientes de este tipo de artículos prefiere adquirirlos a base de materiales sintéticos por las variadas formas, texturas y ornamentación complementaria que se logra a nivel industrial, además de ser productos estandarizados y a bajos precios, sin embargo una de las fortalezas que presenta las piezas de cerámica elaboradas en este sector es el método artesanal tradicional, utilizados en los procesos de

	<p>fabricación que dan como resultado productos exclusivos, únicos y de calidad.</p> <p>Los productos sustitutos de artesanías utilitarias, son vajillas de porcelana, loza, cristal y vidrio, mientras que los sustitutos de las artesanías decorativas más conocidos son de materiales como la madera, yeso, vidrio, cobre, metal y plástico, siendo una variable importante según la preferencia y gusto de los consumidores.</p>
--	--

Elaboración: Las autoras

4.4.2 Planteamiento de objetivos de la investigación de mercado.

Al investigar el mercado y en base al tamaño; productos disponibles; conocimientos de las artesanas, se propone conocer el mercado local. Para ello se realizó la investigación en los restaurantes afiliados al Ministerio de Turismo. (Ver Anexo N° 10).

La investigación de mercado realizada en la ciudad de Loja, permitirá cumplir con los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Realizar una investigación de mercado de artesanías de cerámica en los restaurantes de la ciudad de Loja.

Objetivos específicos:

- Identificar clientes potenciales de artesanías de cerámica.
- Analizar las necesidades de los restaurantes de la ciudad de Loja en relación a las piezas artesanales para proponer una mejora e introducir el producto en este mercado.
- Aplicar métodos de investigación para determinar la oferta y demanda de las artesanías de cerámica en la ciudad de Loja.

4.4.3 Elección del método de investigación.

La presente investigación se fundamentó en métodos investigativos como la observación directa a los mini talleres artesanales, entrevistas y encuestas a las artesanas, herramientas que sirvieron de apoyo para levantar información relevante antes de realizar la investigación de mercado, partiendo de eso se llevó a cabo un focus group a los restaurantes de la ciudad de Loja, con la finalidad de hacer una propuesta para la implementación de piezas artesanales

en sus locales y así identificar el mercado potencial de artesanías de cerámica dentro de la Ciudad.

El focus group (o sesiones de grupo), es el método más popular de la investigación exploratoria, consiste en discusiones a fondo, que por lo general se componen de 8 a 12 participantes, guiados por un moderador y se limitan a un concepto, idea o tema particular. La idea general es hacer que lo que dice una persona genere pensamientos y comentarios de los demás, creando así una dinámica de grupo. Es decir, la interacción de las respuestas producirá más información que las entrevistas individuales (McDaniel, 2011).

4.4.4 Análisis del focus group realizado a los principales restaurantes de la ciudad de Loja.

Se establecieron algunos criterios que influyeron para la segmentación de mercado del focus group propuesto, los mismos que sirvieron para obtener un conocimiento del mercado potencial y determinar el perfil del consumidor.

Tabla 16. Criterios para segmentar el mercado de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

Geográficas	Demográficas	Psicográficas	Posición del usuario
Ubicación: Loja- Ecuador	Edad: 30-75	Beneficio del producto: -Por salud -Mejor sabor -Decorativo	No usuario
	Sexo: femenino y masculino	Motivos de compra: -Obsequios -Precios -Adornos -Diseño -Utilidad -Calidad	Ex usuarios
	Ocupación: propietarios de restaurantes.	Conocimiento del producto: -Todos conocen las artesanías de cerámica	Usuarios potenciales
	Nacionalidad: ecuatorianos	Uso de producto: -Artesanías decorativas y utilitarias.	Usuarios primera vez
	Ingresos: 360-1.000 mensuales		

Fuente: Fisher, Laura y Espejo Jorge, Mercadotecnia, 4ª ed.

Elaboración: Las autoras.

Después de identificar el perfil de los participantes del focus group, se realizó la invitación correspondiente, donde participaron ocho representantes de los restaurantes tradicionales y no tradicionales de la ciudad de Loja, investigación que permitió determinar que la

implementación de artesanías utilitarias en los restaurantes no es factible porque se maneja mucha rotación de vajilla, el material de las artesanías es muy frágil y más costoso que otros materiales. (Ver Anexo N°13).

Las ollas de barro a pesar de dar un buen sabor a la comida, por su tamaño no abastece a la demanda que requieren los restaurantes, debido a que utilizan ollas industriales de gran capacidad, además por la implementación de cocinas de inducción no es una inversión a largo plazo, también la inspectoría de higiene realiza controles y señalan que es necesario el uso de utensilios de acero inoxidable, porque consideran que las piezas artesanales son antihigiénicas por su dificultosa limpieza.

Sin embargo, los representantes de los restaurantes opinaron que implementar artesanías en sus negocios como adornos para darle una decoración tradicional a sus locales es buena opción, también señalaron que las artesanías de cerámica deben llevar su respectivo empaque para asegurar el producto y dar una mejor imagen de presentación.

El mercado potencial de artesanías utilitarias de cerámica está enfocado en el mercado del consumidor es decir para el uso personal, mientras que las artesanías decorativas tienen un mercado potencial amplio porque pueden ser adquiridas con diferentes fines como obsequios, souvenir y decoración.

Según el focus group realizado los motivos de compra de los potenciales consumidores de artesanías de cerámica son diseño, precio, calidad y utilidad, características que le dan un valor agregado al producto y que es importante en el momento de compra. (Ver Anexo N°15).

4.5. Uso de las tecnologías de información y comunicación para promocionar las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil

En la actualidad las tecnologías de información y comunicación son una herramienta fundamental para comercializar, aportando grandes ventajas a la hora de promocionar las piezas artesanales, posibilitando la venta de artículos de una manera directa y a bajos costos, por dicha razón se ha propuesto hacer el uso de TIC's y difundir las artesanías en este medio, también se presenta un catálogo de artesanías de cerámica, con el fin de crear y utilizar herramientas adecuadas para promocionar la venta de estos productos.

4.5.1 Diseño del catálogo de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

De acuerdo al estudio de campo y observación directa realizada a los mini talleres artesanales de la parroquia Taquil, se identificó un potencial de mercado en souvenirs para turistas y la

necesidad de difusión y promoción de los productos, por esta razón se propuso la implementación de un catálogo de artesanías de cerámica para las cinco asociaciones, con el fin de dar a conocer el producto en el mercado y comercializarlas, fortaleciendo la actividad artesanal sin perder la identidad y oficios ancestrales, que representan uno de los mayores retos del desarrollo sostenible de la actual sociedad.

La oferta que exhibe el catálogo mantiene vivo el espíritu empresarial de las artesanas, siendo así un instrumento útil para promocionar las piezas artesanales y cumplir con sus propósitos comerciales. (Ver Anexo N°16).

4.5.2 Desarrollo del blog y uso de redes sociales para promocionar las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

Actualmente, según el INEC, el 41,4% de la población en el Ecuador posee al menos una red social, por esta razón se pretende promocionar los productos mediante difusión web.

Los blogs son sitios en la red frecuentados por individuos con un interés común, considerándolos como una red alternativa por servir como medio de difusión web, por ser conocidos únicamente como una página informativa, donde puede anunciar desde contactos hasta opiniones y experiencias personales, están surgiendo como fuentes nuevas y sofisticadas de información para promocionar los productos, por esta razón el 8,8% de ecuatorianos que utilizan redes sociales hacen uso de este medio.

El blog será una herramienta que permita la interacción con otros artesanos y clientes, utilizándolo como estrategia para mantener una mejor comunicación y estar actualizados con las nuevas exigencias de los consumidores.

El blog “Artesanías de Cerámica de Taquil”, es un sitio web personalizado con el fin de dar información sobre la historia, cultura, arte y la actividad del sector, también ha servido como medio de difusión para promocionar las piezas de cerámica con el propósito de expandir el emprendimiento de las artesanas a nivel nacional e internacional.

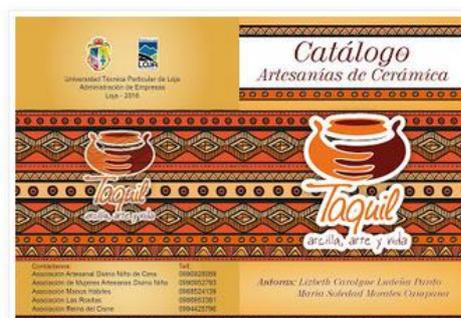
Artesanías de Cerámica Taquil

jueves, 12 de mayo de 2016

Catálogo de artesanías de cerámica de la Parroquia Taquil.

El presente catálogo tiene el fin de promocionar hermosas piezas artesanales elaboradas en las Parroquia Taquil, barrios Cera y Cachipamba, con el propósito de mantener la identidad lojana y los oficios ancestrales.

La oferta que exhibe el presente catálogo mantiene vivo el espíritu empresarial de las cinco asociaciones artesanales.



Datos personales



Artesanías de Cerámica Taquil

Ver todo mi perfil

Archivo del blog

▼ 2016 (3)

▼ mayo (1)

Catálogo de artesanías de cerámica de la Parroquia...

► abril (1)

► enero (1)

► 2015 (1)

Figura 9. Blog de las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

Elaboración: Las autoras

Enlace: <http://artesanistaquil.blogspot.com/>

Las redes sociales son un vínculo para transmitir el proceso creativo de las artesanas, así como para establecer una relación directa con el internauta, por esta razón se propone el uso de una fanpage en Facebook, debido a que el 97,9% de los ecuatorianos que utilizan redes sociales cuentan con esta página, siendo un medio estratégico para promocionar y posicionar el producto en el mercado, con el fin de vender artesanías online y generar mayores ingresos a las artesanas del sector.



Figura 10. Fanpage de las artesanías de cerámica elaboradas en la parroquia Taquil.

Elaboración: Las autoras

Enlace: <https://www.facebook.com/Cer%C3%A1mica-Parroquia-Taquil705321782932379/?fref=ts>

4.5.3 Video promocional invitando a comprar artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

El uso de videos ha revolucionado la forma de presentar los productos, ofreciendo información más detallada y eficaz, mediante la combinación de imágenes, sonidos y otros recursos audiovisuales. YouTube cuenta con más de mil millones de usuarios (casi un tercio de las personas conectadas a internet) en el mundo, que miran cientos de millones de horas de videos en YouTube y generan miles de millones de vistas todos los días. Según el INEC, en el Ecuador cerca del 12,1% de los internautas tienen una cuenta en este portal, sin embargo, más de 400,000 ecuatorianos visitan el portal, sin necesidad de tener una cuenta en YouTube. Por esta razón se vio la oportunidad de realizar un video que demuestre desde el proceso de elaboración de artesanías hasta el lugar donde se las produce, el mismo que ha sido denominado "Elaboración de ollas de barro-Taquil", realizándose en los barrios Cera y

Cachipamba, con la participación de las artesanas del sector. Para su elaboración se redactó un guión. (Ver Anexo N° 17).



Figura 11. Video promocional de las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

Elaboración: La Caja Roja Studios

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=R7u4-AcKTNU>

El principal reto al que se enfrentan las cinco asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil, es el de emplear estrategias para posicionar y promocionar sus productos, debido a que la difusión y publicidad de las artesanas es muy limitada, generando pocos resultados, por esta razón se propuso un análisis del desarrollo comercial de las artesanías de cerámica del sector, con el fin de buscar nuevas alternativas para dar a conocer el producto en el mercado, se emplearán herramientas administrativas con el afán de sustentar sus emprendimientos y potencializar al sector artesanal.

CONCLUSIONES

- Dado que el 80% de la población de Cera y Cachipamba se dedica a la actividad alfarera, es una labor tradicional del sector, por esa razón los procesos para la elaboración de artesanías de cerámica son rudimentarios y ancestrales. Se concluye que las artesanas del sector no tienen un estudio previo de la materia prima necesaria antes de producir sus piezas de cerámica e incluso carecen de herramientas tecnológicas que permita ahorrar procesos y hacer un uso eficiente de los recursos, provocando procesos productivos rudimentarios que no les permitirá crecer como asociación.
- El limitado conocimiento de leyes laborales, tributarias, medio ambientales que rigen la actividad artesanal son grandes impedimentos para ejercer una gestión administrativa dentro de las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil, por esta razón las instituciones públicas buscan fomentar sus emprendimientos basándose en leyes que amparan a los artesanos con el fin de obtener una mejor organización.
- Las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil no han realizado estudios de mercado para establecer gustos y preferencias de clientes por lo que no han diseñado una marca para sus artesanías encontrándose en desventaja con otras asociaciones de la provincia de Loja. Por lo manifestado estas asociaciones manejan un bajo nivel de gestión de mercado provocando incluso una tendencia a desaparecer como organización productora al no manejar formal y eficientemente sus canales de comercialización siendo vulnerables a intermediarios que no pagan precios justos; esta situación está provocando que muchas artesanas abandonen la actividad, perdiendo la tradición artesanal.
- Las asociaciones de artesanas no cuentan con publicidad que permita promocionar los productos artesanales del sector, por esta razón se usó tecnologías de información y comunicación (TIS's) e implementó un catálogo de productos para el consumidor, con la finalidad de expandirse y ser reconocidas en mercados locales y nacionales.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda establecer una marca para las artesanías de cerámica, que permita posicionar el producto en mercado y ser reconocido por sus potenciales clientes.
- Que las artesanas trabajen sus productos en una infraestructura adecuada, usando utensilios apropiados para la elaboración de artesanías de cerámica y que destinen un horario de trabajo para cumplir a tiempo con los pedidos de los clientes.
- Se recomienda a las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil implementar el reglamento interno y manual de procesos, con el objeto de fomentar la integración dentro de cada asociación y que las artesanas sean mucho más eficientes en la elaboración de artesanías.
- Que se haga uso de las tecnologías de información para promocionar las artesanías de cerámica, para conservar tradición y cultura del sector, e identificar sus potenciales consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, D. A. (2001). *Investigación de mercados*. México: Limusa, S.A.
- Ansary, A. C. (1999). *Canales de comercialización*. Madrid: Prentice Hall.
- Cleland, D. I. (1990). *Manual para la administración de proyectos* (Primera ed.). México: CECOSA.
- Código de Trabajo. (Marzo de 2010). *Régimen laboral ecuatoriano*. Obtenido de <http://www.drleyes.com/page/internacional/documento/4/180/310/Ecuador/Codigo-de-Trabajo/Artesanos/>
- Código Orgánico de la Producción, C. e. (Noviembre de 2013). *Reglamento a la estructura e institucionalidad de desarrollo productivo, de la inversión y de los mecanismos e instrumentos de fomento productivo*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/decreto-757.pdf>
- Corporación de estudios y publicaciones. (2011). *Legislación Tributaria*. Quito: Talleres de corporación de estudios y publicaciones.
- Dávila, Z. S. (s.f.). *Organización y procesos*. Quito: Consultora Empresarial.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2013). *Análisis del sector artesanal*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_ARTESANIAS.pdf
- Escuela superior de comercio y administración "Unidad Santo Tomas". (2011). *Propuesta de manual de procedimientos para una empresa textilera*.
- Feria de Artesanías del Mercosur. (7 de noviembre de 2015). *Obtenido de Cultura y patrimonio*. Obtenido de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/Reglamento-FAM-2015.pdf>
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México: McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A.
- Galán, M. (8 de enero de 2013). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2013/01/estudios-exploratorios-o-formulativos.html>
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (29 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/la-institucion/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Ley del Fomento Artesanal*. (06 de octubre de 2003). Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-DE-FOMENTO-ARTESANAL.pdf>
- McDaniels, C., & Gates, R. (2011). *Investigación de mercados*. México: Cengage Learning.

- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (julio de 2011).
Obtenido de Agendas para la transformación productiva territorial:
https://www.google.com.ec/?gws_rd=ssl#q=Seg%C3%BAAn+la+divisi%C3%B3n+pol%C3%ADtica+actual+esta+provincia%2C+tiene+14+catones+y+63+parroquias:+Mac+hala+%282parroquias%29%2C+Arenillas+%284parroquias%29%2C+&toJSON=undefined
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2011). *Ley de la Economía Popular y Solidaria*.
Obtenido de
http://www.economiasolidaria.org/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf
- Ministerio del Trabajo. (marzo de 2010). *Régimen laboral ecuatoriano*. Obtenido de
<http://www.drleyes.com/page/internacional/documento/4/180/310/Ecuador/Codigo-de-Trabajo/Artesanos/>
- Municipio de Loja. (2010). *Municipio de Loja*. Obtenido de
<http://www.loja.gob.ec/contenido/taquil>
- O'Guinn, T. C., & Semenik, R. J. (2007). *Publicidad y comunicación integral de marca*.
México: Cengage Learning.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Taquil. (Octubre de 2015).
Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Taquil. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160032280001_PDYOT%20TAQUIL%20Diagnostico%20_28-10-2015_10-16-40.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Rendición de cuentas*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/cuentas_zona7_Folleto3.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (21 de Febrero de 2014). *Dirección de métodos, análisis e investigación*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/11_LOJA.pdf
- Servicio de Rentas Internas. (31 de diciembre de 2008). *Ediciones legales. Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 498*. Ecuador. Obtenido de <http://www.edicioneslegales-informacionadicional.com/webmaster/directorio/ro-121018-0812-s.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (2013). *Guía del Artesano*. Mi Guía Tributaria.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (12 de junio de 2012). SEPS. Ecuador.
Obtenido de http://www.seps.gob.ec/web/guest/que_es_la_seps
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (octubre de 2014). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de
http://www.seps.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=d5176e77-0bd6-44e0-ba4f-aca5694cf172&groupId=613016

Thompson, I. (noviembre de 2006). *Promonegocios.net*. Obtenido de HYPERLINK:
<http://www.promonegocios.net/producto/ciclo-vida-producto.html>

Universidad de Los Andes. (2009). *Manual de Normas, Procesos y Procedimientos del departamento de carpintería de la dirección de servicios generales de a Universidad de Los Andes*. Merida.

ANEXOS

Anexo N° 1. Titulaciones y docentes que participan en el proyecto de vinculación UTPL.

Representantes del proyecto.		
UTPL	✓ Mgtr. María Dolores Mahuad.	
Gobierno Provincial de Loja	✓ Agustín Tene.	
Apoyo de investigación.		
Investigador Internacional.	✓ PHD. Valentín Martínez.	
Titulaciones UTPL.	Función.	Líder
Administración de Empresas.	Planificar, organizar y dirigir modelos de distribución y ventas que permitan mejorar los ingresos de las artesanas a través de la comercialización de sus productos.	✓ Eco. Sandra Ramón.
Banca y Finanzas.	Capacitar a las artesanas en economía comunitaria y uso de microcréditos.	✓ Ing. Elizabeth Salas.
Contabilidad y auditoría.	Analizar y evaluar costos e información financiera.	✓ Ing. María Fernanda Yaguachi
Arte y Diseño.	Optimizar los procesos de producción de las artesanías	✓ Lic. Marlon Chamba
Geología y Minas.	Estudiar y supervisar las diferentes etapas de operación en la mina.	✓ Mgtr. José Guartán

Fuente: Proyecto de vinculación UTPL.

Elaboración: Las autoras

Anexo N° 2. Respaldo Fotográfico – Visita barrio Cera.

Foto N° 1: Mina de Arcilla del Barrio Cera.



Foto N° 2: Primera reunión con las Asociaciones (23 de abril del 2015)



Foto N° 3: Recipiente donde se almacena la arcilla.



Foto N° 4: Demostración de la elaboración de las artesanías.



Foto N° 5: Artesanas de Cera.



Foto N° 6: Artesanas de Cachipamba.



Anexo N° 3. Respaldo Fotográfico – Visita a la fábrica CERART UTPL.

Foto N° 7: Elaboración de jarrones



Foto N° 8: Demostración de la elaboración de platos.



Foto N° 9: Demostración de los materiales aplicados en las artesanías.



Foto N° 10: Observación de la gama de productos de CERART.



Anexo N° 4. Informe encuestas parroquia Taquil, barrios Cera y Cachipamba.

El día 12 de junio del 2015 se realizó una salida de campo a los barrios de Cera y Cachipamba de la parroquia Taquil, con el propósito de obtener información a través de encuestas que ayude a la elaboración del trabajo de titulación, por la misma razón se involucró a los estudiantes de las áreas de ingeniería en contabilidad y auditoría, finanzas y administración de empresas, de esta manera se pudo conocer datos relevantes sobre las artesanas y su actividad, los mismos que sirvieron para levantar información del sector.

Parroquia Taquil	
Barrios.	Número de encuestados.
Cera.	7
Cachipamba.	8
Total	15

Para realizar este análisis se elaboraron las siguientes preguntas:

FORMULARIO:

1. ¿Hace qué tiempo empezó la elaboración de artesanías en este lugar?
2. ¿Cuáles son las personas que empezaron con esta actividad?
3. ¿Cómo se descubrió esta habilidad de elaborar artesanías?
4. ¿Cuántas horas al día dedican a la elaboración de artesanía?
5. ¿Quién elabora las artesanías?
Hombres () Mujeres ()
6. ¿En qué lugar venden sus artesanías?
7. ¿Cuáles son las artesanías que más se elaboran? Indique dos en orden de importancia.
8. ¿Cuáles son las artesanías que más se venden? Indique dos en orden de importancia.
9. ¿Cuáles son las artesanías que menos se venden?
10. ¿Qué tipo de capacitación requiere para mejorar la calidad de la artesanía que produce?
11. ¿Qué es lo que más necesitan para desarrollar mejor las artesanías?
12. ¿De qué lugar obtienen la arcilla o material para realizar las artesanías?
13. ¿Para la elaboración de artesanías, pesan la arcilla?
Si () No ()

14. ¿En promedio cuántas artesanías vende al mes?
Dólares () Unidades ()
15. En promedio ¿cuánto dinero obtiene al mes por la venta de artesanías?
16. Es beneficiaria del bono de desarrollo humano
Si () No ()
17. En el caso que la anterior respuesta sea positiva, ¿ha obtenido un crédito con el bono de desarrollo humano?
Si () No ()
18. Nombre y lugar del encuestado:

Tabulación de la encuesta.

1. ¿Hace qué tiempo empezó la elaboración de artesanías en este lugar?

La elaboración de artesanías es una actividad tradicional de este sector, llevada a cabo desde hace 500 años, ha sido sustento para muchas familias, por la misma razón se acostumbra a desempeñarla desde muy temprana edad, según las encuestas realizadas las artesanas de Cera tienen un promedio de 35 años de trabajar con artesanías, mientras que en Cachipamba tienen un promedio de 22 años.

2. ¿Cuáles son las personas que empezaron con esta actividad?

La elaboración de artesanías es una actividad tradicional realizada por los ancestros y han dejado como costumbre en las familias del sector, sobre todo en las mujeres.

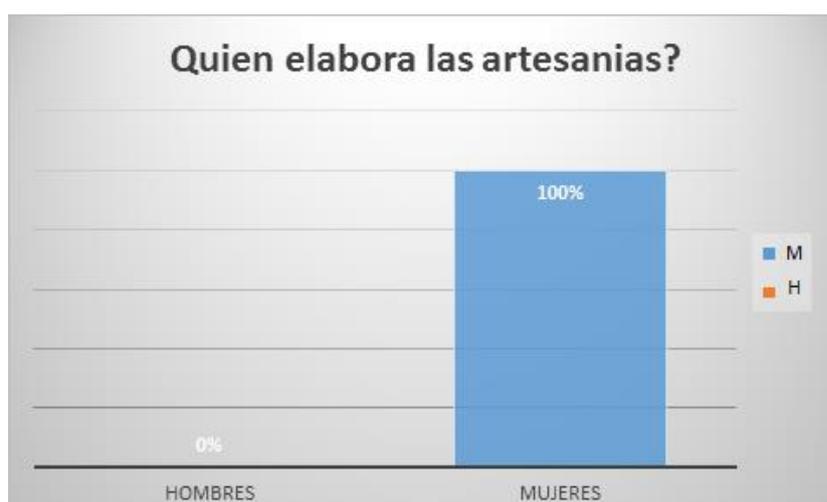
3. ¿Cómo se descubrió esta habilidad de elaborar artesanías?

Según las encuestas realizadas a los barrios Cera y Cachipamba, esta actividad nació de la necesidad de obtener una herramienta para el trabajo y para el hogar, emprendiendo en artículos que faciliten las actividades diarias, con el tiempo se observó que era un producto que podría ser comercializado y obtener ganancias de esta actividad y de esta manera ser un sustento de las familias, por lo que los hombres se dedicaron a la agricultura y las mujeres a la elaboración de artesanías además de sus labores del hogar.

4. ¿Cuántas horas al día dedican a la elaboración de artesanías?

Las artesanas del barrio Cera dedican un promedio de 8 horas al día para la elaboración de artesanías, mientras que en el barrio Cachipamba las artesanas dedican 5 horas a esta actividad. Es necesario señalar que en los dos barrios las artesanas no tienen un horario establecido, sin embargo dedican todo el tiempo que tengan disponible a la producción de artesanías ya que de eso dependen los ingresos que ellas tengan.

5. ¿Quién elabora las artesanías?



Según las encuestas realizadas en Cera y Cachipamba, el total de encuestados afirmo que esta actividad es realizada por las mujeres del sector siendo el 100% de la totalidad, sin embargo, señalaron que los hombres también se involucran de una manera indirecta en la elaboración, debido a que ellos realizan la extracción de la materia prima, también ayudan al quemado de las artesanías.

6. ¿En qué lugar vende sus artesanías?

Según las encuestadas sus artesanías son comercializadas en el mismo sector, con pequeños locales en la vía, en el mercado mayorista y ferias de la ciudad de Loja, también este producto es comercializado en otras ciudades como Quito y Cuenca.

7. ¿Cuáles son las artesanías que más se elaboran? Indique dos en orden de importancia.

Según los datos obtenidos de las encuestas en el barrio Cera los productos que más elaboran son las ollas arroceras y vajilla, mientras que en Cachipamba los productos más elaborados además de las ollas arroceras son las bases para las flores.

8. ¿Cuáles son las artesanías que más se venden? Indique dos en orden de importancia.

Según las encuestadas de Cera y Cachipamba los productos más comercializados son las ollas arroceras y vajilla según la demanda del cliente.

9. ¿Cuáles son las artesanías que menos se venden?

Las artesanías que menos se venden en Cera son los jarrones y esculturas, mientras que en Cachipamba sus productos menos vendidos son las ollas redondas y artesanías decorativas.

10. ¿Qué tipo de capacitación requiere para mejorar la calidad de la artesanía que produce?

Se analizó que en Cera las artesanas solicitan capacitaciones de acabado y diseño para innovar sus artesanías, mientras que en Cachipamba la mayoría de las artesanas prefieren capacitación para la comercialización de sus productos.

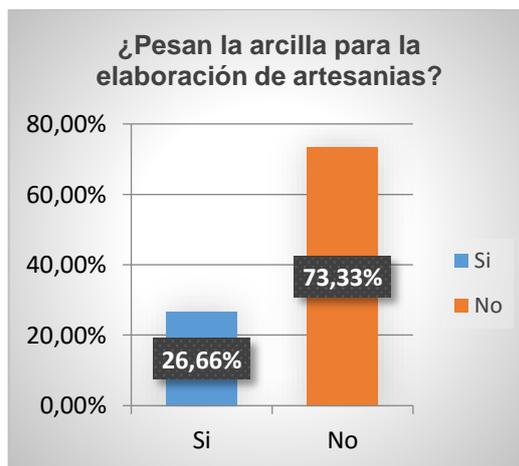
11. ¿Qué instrumentos necesita para desarrollar mejor las artesanías?

Según las encuestadas de Cera y Cachipamba requieren en general maquinaria (molino, tornetes) para disminuir el tiempo y trabajo para la elaboración de las artesanías.

12. ¿De qué lugar obtienen la arcilla o material para realizar la artesanía?

La arcilla es obtenida de la mina ubicada en Cera, mientras tanto la tierra colorada es obtenida de la hacienda de Don Guillermo Gudillas cercana a Cachipamba.

13. ¿Pesan la arcilla para la elaboración de artesanías?



Según las encuestas realizadas el 73,33% de las artesanas no pesan la arcilla, mientras que el 26,66% que si lo hace se ubican únicamente en el barrio Cera, donde 4 de 7 artesanas prefieren pesarla ya que así pueden obtener un producto del mismo tamaño.

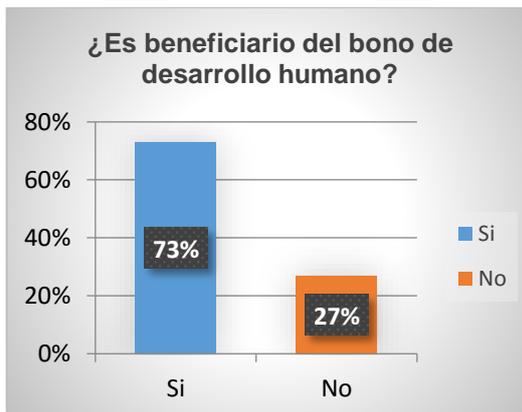
14. ¿En promedio cuántas artesanías vende al mes?

Las artesanas de los barrios Cera y Cachipamba producen un promedio de 200 piezas de cerámica por quema, proceso que se lo realiza generalmente cada 3 meses, vendiendo alrededor de 47 artesanías de cerámica al mes.

15. ¿En promedio cuánto dinero obtiene al mes por la venta de artesanías?

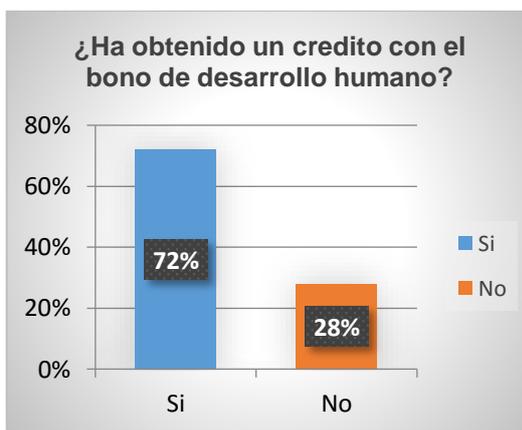
Según las encuestas, las artesanas del Cera tienen un promedio de 113 dólares, mientras tanto las artesanas de Cachipamba tienen un ingreso promedio de 166 dólares al mes por la venta de las artesanías.

16. ¿Es beneficiaria del bono de desarrollo humano?



Según las artesanas encuestadas, el 73% de ambos sectores son beneficiarios del bono y un 27% no lo es.

17. En el caso que la anterior respuesta sea positiva, ¿ha obtenido un crédito con el bono de desarrollo humano?



Del 73% de artesanas beneficiarias del bono de desarrollo humano el 72% de esta totalidad ha obtenido un crédito mientras que el 28% restante no lo ha hecho.

Anexo N° 5. Lista de docentes y estudiantes involucrados en la realización de las encuestas.

Nombre	Cargo
Econ. Sandra Ramón	Docente
María Soledad Morales	Estudiante de Administración de Empresas
Lizbeth Carlyne Ludeña	Estudiante de Administración de Empresas
Nube Asitimbay	Estudiante de Administración de Empresas
Richard Antonio Torres	Estudiante de Administración de Empresas
Avigail Imaicela	Estudiante de Administración en banca y finanzas
Jefferson Paul Rodríguez	Estudiante de contabilidad y auditoría
Oscar Gustavo Muñoz	Estudiante de contabilidad y auditoría

Anexo N° 6. Fotos de las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil, barrios Cera y Cachipamba. Tomadas por las autoras.

Productos del barrio Cera.	
<p><i>Foto N° 11: Vajilla.</i></p> 	<p><i>Foto N° 12: Plato.</i></p> 
<p><i>Foto N° 13: Sartén.</i></p> 	<p><i>Foto N° 14: Cazuela.</i></p> 
<p><i>Foto N° 15: Jarra</i></p> 	<p><i>Foto N° 16: Ollas arrocera.</i></p> 
<p><i>Foto N° 17: Plato plano.</i></p> 	<p><i>Foto N° 18: Platos hondos.</i></p> 

Foto N° 19: Olla con parrilla.



Foto N° 20: Cocina a carbón



Fuente: Fotos de las artesanías de cerámica del barrio Cera.

Elaboración: Las autoras

Productos del barrio Cachipamba.

Foto N° 21: Cuadro.



Foto N° 22: Palla.



Fuente: Fotos de las artesanías de cerámica del barrio Cachipamba.

Elaboración: Las autoras

Anexo N° 7. Reglamento interno.

Se propondrá un reglamento interno para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil, con el propósito de fomentar una mejor organización y fortalecer el funcionamiento dentro las mismas.

Reglamento interno para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.

CONSIDERACIONES:

PRIMERO.- El presente reglamento será llevado acabo con el fin de establecer relaciones interinstitucionales y ejecutar un proyecto de vinculación con la sociedad, enfocado al fortalecimiento del negocio de artesanas, por la misma razón la UTPL firmó un convenio con el Centro de Acción Social del Gobierno Provincial de Loja, el mismo que busca mejorar la calidad de las artesanías que se producen en los barrios Cera y Cachipamba, así como transferir conocimientos sobre tecnología, productividad y mercadeo, fortaleciendo sus habilidades, liderazgo y el apoderamiento organizativo.

SEGUNDO.-Dicho reglamento es elaborado únicamente para el uso de las 5 asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil de los barrios Cera (Asociación “Unión Artesanal Divino niño de Cera”, Asociación “Mujeres Artesanas Divino Niño”, Asociación “Manos Hábiles”) y Cachipamba (Asociación “Las Rositas” y Asociación “Reina del Cisne”), donde se ha realizado un estudio exploratorio a este sector, el mismo que será socializado con la finalidad que se adopte y cumpla según lo establecido permitiendo mejorar las relaciones dentro de cada asociación respetando los artículos planteados en el presente.

TERCERO.- El presente reglamento será elaborado en base al Código Orgánico de Producción, Ley de Fomento Artesanal y Ley de Régimen Tributario Interno, siendo un aporte para mejorar la calidad de vida de las artesanas de la parroquia Taquil.

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Generalidades

Toda asociación de mujeres emprendedoras que laboren en el ámbito de acción de las artesanías de cerámica realizadas en la parroquia Taquil, de los barrios Cera y Cachipamba,

podrán hacer uso del presente reglamento elaborado en base a un estudio exploratorio, que permitirá brindar información organizada y clasificada sobre la producción de artesanías.

Artículo 2.- Objeto.- El presente reglamento tiene por objeto regular los procedimientos de comercialización, administración y operatividad de las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil, con el propósito de optimizar recursos, proponer normas para mejorar el ambiente laboral y establecer precios justos.

Artículo 3.- Definiciones.-

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 (Ley de fomento artesanal, 2003).

b) Artesanía:

Actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y esta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, intrínsecas al bien final ya sea en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético, que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción. De ser producidos industrialmente estos bienes pierden su condición de artesanía (Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal, 2008).

c) Artesano:

Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios (Código de Trabajo, 2010).

TITULO II DE LA COMERCIALIZACIÓN

Artículo 4.- Precios.- Los precios establecidos a las artesanías de la parroquia Taquil se constituirán haciendo una sumatoria de los costos totales para la elaboración de artesanías más una utilidad no menor a la del 30% y el mismo variará de acuerdo al tamaño, diseño y arreglos que tenga la artesanía.

Artículo 5.- Canales de comercialización.- Los canales de comercialización de las artesanías se clasificaran en los siguientes:

a.- Comercialización directa: Las artesanas de la parroquia Taquil podrán, sin la intervención de intermediarios, comercializar directamente sus artesanías. Para los efectos de esta disposición, se considerará como comercialización directa aquellas actividades destinadas a la promoción, oferta y en general, de una forma vertical que solo participe la artesana y el cliente.

b.- Comercialización indirecta: Las artesanas de la parroquia Taquil podrán vender sus artesanías a través de uno o más intermediarios.

- *Comercialización por asociaciones:* En el caso que las artesanas decidan vender sus piezas a través de las asociaciones se destinará el 5% de las ganancias a la asociación que formen parte.
- *Comercialización por intermediarios (mayoristas y minoristas):* Las artesanas podrán intermediar sus productos con terceros o mediadores y el precio de las artesanías se determinará dependiendo del monto de la mercadería comercializada.

Artículo 6.- Promoción.- Se realizará un descuento del 5% a las artesanías cuando la venta sea al por mayor.

Artículo 7.-Responsabilidad del artesano.- Todo artesano es responsable de la entrega de la obra que se compromete a ejecutar, con la finalidad de que los clientes estén seguros de la entrega del producto.

TÍTULO III DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Artículo 8.- Nombramiento de líderes para representar a las asociaciones.- Las artesanas de cada asociación tendrán la libertad de elegir un líder para que represente a la asociación

y se encargue de la administración de la misma, en caso de inconformidad con su líder se podrá reelegir a otra líder mediante votación, donde se respetará los principios de democracia.

Artículo 9.- Asociatividad.- Las decisiones dentro de las asociaciones las tomarán todas las integrantes de la misma por mutuo acuerdo, con el fin de buscar un beneficio común.

Artículo 10.- Atribuciones de la representante de la asociación.- La representante de la asociación será encargada de:

- a) Aprobar todos los procedimientos administrativos, manuales y reglamentos que garanticen el funcionamiento adecuado de la asociación después de ser aceptados por todas las integrantes de la misma.
- b) Definir el tipo y la calidad de las artesanías a expenderse y los parámetros de calificación de las personas que formarán parte como expositores de artesanías.
- c) Definir los tiempos y condiciones de arrendamiento de los locales, sobre la base de contratos legalmente establecidos.
- d) Podrá planear actividades que considere conveniente para garantizar un funcionamiento adecuado de la asociación.

TÍTULO IV DE LA OPERATIVIDAD

Artículo 11.- Objeto de operatividad.- El presente reglamento tiene por objeto reconocer, fomentar, promover y supervisar los procesos operativos para la obtención de artesanías con el fin de hacer un uso eficiente de recursos.

Artículo 12.- Tiempos de producción- Las artesanas evitarán que su tiempo de trabajo se interrumpa por los quehaceres domésticos, destinando un mínimo de 4 horas diarias continuas a la elaboración de artesanías y una reunión por mes con sus respectivas asociaciones que permitirán plantear nuevas estrategias.

Artículo 13.- Política institucional de capacitación.- La capacitación es un proceso institucional fundamental, orientado a la actualización, formación e innovación de las competencias de los artesanos de la parroquia Taquil, con la finalidad de elevar el desempeño profesional y laboral en las diferentes áreas del conocimiento, dichos talleres se obtendrán gracias al apoyo y gestión de instituciones interesadas en la formación de artesanos.

DISPOSICIÓN FINAL:**PRIMERA.**

El presente reglamento interno, entrará en vigencia a partir de su aceptación y aprobación por las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil, Barrio Cera y Cachipamba, el Gobierno Provincial de Loja y la UTPL, en una sola sesión.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA.

A partir de la vigencia de este reglamento, queda derogado cualquier directriz o reglamento interno de artesanas de la parroquia Taquil que haya existido.

Anexo N° 8. Certificado de aprobación del reglamento interno para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.



Montoya & Villavicencio
ASESORES LEGALES

AB. LUIS MONTOYA CARRION

A petición de parte interesada:

CERTIFICO:

En mi calidad de abogado en libre ejercicio, se me ha solicitado por parte de las señoritas: **Lizbeth Carolyne Ludeña Pardo y María Soledad Morales Campana**, quienes son estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Técnica Particular de Loja, y se encuentran realizando su proyecto de tesis denominado **"Artesanías de Cerámica de Mujeres Emprendedoras de la Parroquia Taquil. Estudio Exploratorio. Año 2015"**, en cuyo trabajo han presentado un proyecto de reglamento que pueda efectivizar la tesis planteada.

Certifico que en mi calidad de abogado, he revisado el proyecto denominado **"Reglamento interno para las Asociaciones de Artesanas de la Parroquia Taquil"**, el cual a mi entender cumple con los parámetros para ser viabilizado como tal. Se ha solicitado la implementación de algunas sugerencias, las cuales se han realizado para su correcta aplicación.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a las interesadas hacer uso del presente certificado en lo que fuere pertinente.

Loja, 18 de enero del 2016


Luis Montoya Carrion
ABOGADO
Mat. 2023 C.A.L.

Anexo N° 9. Manual de procesos para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.

El manual será utilizado de manera voluntaria por las artesanas de las asociaciones, el mismo será socializado con líderes de las asociaciones para una mejor y mayor comprensión, en una reunión organizada para el proyecto de vinculación de la UTPL y GPL.

**MANUAL
DE PROCESOS
PARA LAS ASOCIACIONES
DE ARTESANAS DE LA
PARROQUIA TAQUIL**

“PROYECTO CERA”



Taquil

arcilla, arte y vida

Autoras:

Lizbeth Carolyne Ludeña Pardo.
María Soledad Morales Campana.

Universidad Técnica Particular de Loja
Administración de Empresas
Loja - 2016



ÍNDICE

1. Introducción.....	2
2. Objetivos.....	3
3. Áreas de aplicación del manual de procesos.....	3
4. Usuarios del manual de procesos para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.....	4
5. Políticas internas de producción, administrativas, de comercialización y finanzas para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.....	4
6. Cadena de valor de las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.....	7
7. Inventario de procesos y subprocesos para la elaboración de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.....	8
8. Diagrama de flujo de procesos por tiempos para elaborar artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.....	8
9. Representación gráfica del diagrama de flujo del proceso de producción de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.....	12
10. Terminología.....	13

1. Introducción:

La Universidad Técnica Particular de Loja mediante la Titulación de Administración de Empresas presenta el manual de procesos de artesanías de cerámica para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil, el mismo que describe las actividades que se siguen en la elaboración de las piezas de cerámica según la entrevista realizada.

El presente manual de procesos se realizó mediante un estudio exploratorio en la zona, permitirá identificar y documentar la información de los procesos destinados a la elaboración de las piezas de cerámica, detallando un seguimiento adecuado y secuencial de las actividades que realizan las 124 artesanas al momento de elaborar sus artesanías, se establecerá un tiempo definido y orden lógico para planificar eficiente y efectivamente los procesos llevados a cabo. El manual ha sido diseñado con el fin de ser utilizado por las 5 asociaciones de las mujeres emprendedoras de la parroquia de Taquil, que funcionan en el barrio Cera con la Asociación “Unión Artesanal Divino Niño de Cera”, Asociación de “Artesanas Divino Niño” y Asociación “Manos Hábiles” y en el barrio Cachipamba con la Asociación “Las Rositas” y Asociación “Reina del Cisne”.

2. Objetivos.

Objetivo general:

- Organizar los procesos de elaboración de artesanías de la parroquia Taquil, utilizando métodos y herramientas administrativas

Objetivos específicos:

- Sintetizar de forma ordenada, secuencial y detallada las operaciones que se desarrollan los procesos que se siguen para elaborar una artesanía de cerámica.
- Implantar políticas y lineamientos internos dentro del área de producción, administrativa, de comercialización y finanzas de los diferentes productos.
- Aplicar herramientas legibles en el manual de procesos, que permitan socializar con las artesanas de la parroquia Taquil.

3. Áreas de aplicación del manual de procesos.

El manual de procesos se aplicará en:

- ✓ Área de producción, permitirá desarrollar métodos y planes para elaboración de artesanías, coordinación de la mano de obra, obtención de materiales, instalaciones, herramientas y entrega de los mismos.
- ✓ Área administrativa, realizará la administración abierta de las organizaciones, su función principal es ejecutar y controlar los procesos administrativos de acuerdo a las políticas establecidas y a la ley que ampara a los artesanos.
- ✓ Área de comercialización permitirá programar los canales de comercialización, lugares de distribución y promoción de sus productos.
- ✓ Área de finanzas, permitirá llevar un registro financiero, tendrá en cuenta todos los movimientos de dinero dentro de la asociación.

4. Usuarios del manual de procesos para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.

El manual de procesos puede ser utilizado de manera voluntaria por lo miembros de las asociaciones de los barrios Cera y Cachipamba, dedicados a la elaboración de utensilios de arcilla.

Tabla 1. Asociaciones de la parroquia Taquil que harán uso del manual de procesos.

Asociaciones de Cera.	Año de fundación.	Líderes.
Asociación “Unión Artesanal Divino Niño de Cera”.	1999	Sra. Lida Estela Uzho Rubalino.
Asociación de “Mujeres artesanas Divino Niño”.	2004	Sra. Carmen Lapo.
Asociación “Manos Hábiles”.	2011	Sra. Luz Mafalda Guamán.
Asociaciones de Cachipamba.	Año de fundación.	Líderes.
Asociación “Las Rositas”.	2010	Sra. Rosa Esterfilia Padilla.
Asociación “Reina del Cisne”	2014	Sra. Rosa Laura Malla Padilla.

Fuente: IEPS

Elaboración: Las autoras

5. Políticas internas de producción, administrativas, de comercialización y finanzas para las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.

Una vez realizado el estudio de campo se establece que en los emprendimientos de la parroquia Taquil, no existe una organización de carácter administrativo ni operacional, por lo que se propone las siguientes políticas de acuerdo a las áreas de aplicación del manual de procesos con el fin de aportar con criterios y lineamientos generales, que establecerán pautas de operación y principios de actuación, en el que se enmarcan las acciones previstas en el proceso.

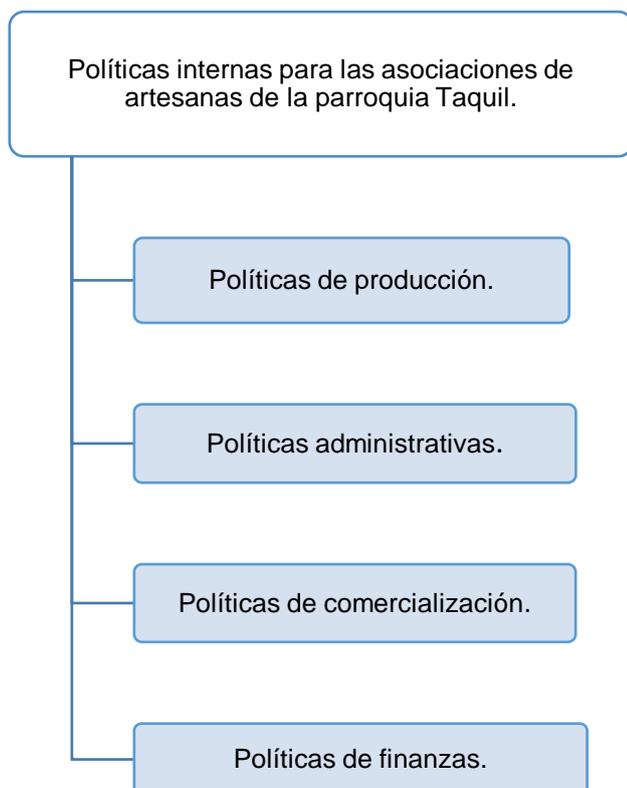


Figura 1. Políticas internas para las asociaciones de la parroquia Taquil

Fuente: Código Orgánicos de Producción, Ley de fomento artesanal y Ley de régimen tributario interno.

Elaboración: Las autoras

5.1. Políticas de producción:

- Se establecerá un horario y una cantidad de artesanías a elaborar por día, para efectivizar la producción y optimizar recursos.
- Se utilizará fórmulas de fabricación, lo que significa realizar la producción previo peso y medida de materia prima, esto permitirá la producción de las artesanías de forma estándar; con esto se conseguirá también un precio de acuerdo a su tamaño, modelo y fortalecer la calidad.
- Para un mejor tratamiento de materiales en la producción, se clasificarán y agruparán los materiales de acuerdo a sus propiedades, lo que garantizará la calidad del producto final y su relación con la presentación y el precio de cada una de las artesanías.

5.2. Políticas administrativas:

- La líder podrá elegir dos sucesoras que ayuden a que las actividades se cumplan en caso de su ausencia, con la finalidad de que la producción sea continua, dándole al modelo de negocio una estabilidad de empresa en marcha.

- La organización establecerá una gestión compartida entre las asociadas, que fomente la corresponsabilidad en los quehaceres comunes; esto permitirá una mayor formalidad en la ejecución de procesos.
- Será política de las organizaciones fomentar capacitaciones por instituciones de apoyo artesanal que eleven el desempeño artesanal, con enfoque a la continua innovación.

5.3. Políticas de comercialización:

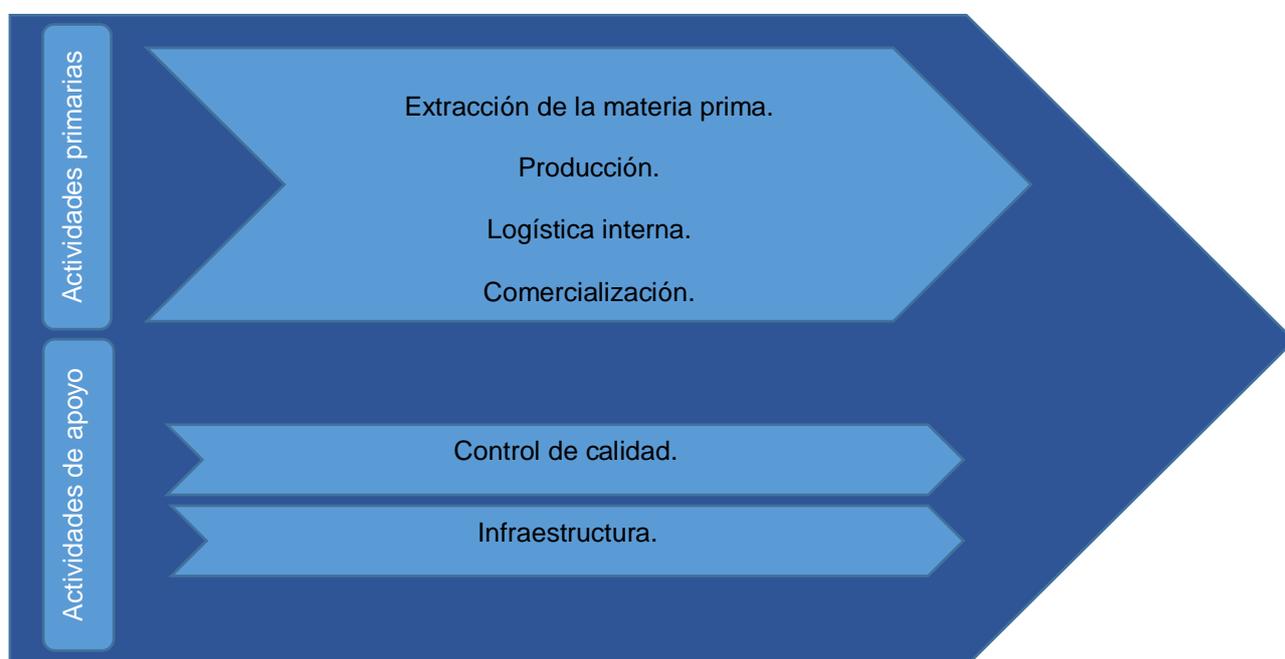
- Se fijarán precios fundamentados en los costos y gastos de la materia prima, mano de obra y logística. Para ello se debe contar con registros de uso de materiales.
- Se coordinará un porcentaje límite de descuento, el mismo que operará para la intervención de intermediarios en el proceso de comercialización.
- Se fomentará la producción de artesanías con modelos innovadores y que se acoplen a las necesidades de los clientes basándose en el estudio de mercado realizado.
- Se establecerán canales de comercialización que permitan promover una economía equilibrada y diversificada que aproveche las oportunidades de un mundo abierto y competitivo.

5.4. Políticas de finanzas:

- Las organizaciones artesanales, que se acojan a los beneficios de la ley de fomento artesanal, deberán justificar su personería jurídica la calidad del representante legal de cada asociación. (Ley fomento Artesanal, 2003)
- Los artesanos calificados por la Junta Nacional de defensa del artesano no se encuentran obligados a llevar contabilidad, por lo tanto, para realizar sus declaraciones no requieren de un contador, solo deberá llevar un registro mensual de sus ingresos y gastos en un cuaderno o elaborar un registro en su computador.(SRI, 2013)
- Se elaborará un registro detallado donde se especificará los productos que se han vendido en la asociación.
- Se destinara 5% de las ventas de las artesanías comercializadas dentro de la organización, para mantenimiento y administración de la asociación.
- Las artesanas que formen parte de las asociaciones serán orientadas por el IEPS para el acceso a créditos y préstamos con entidades financieras de la Economía Popular y Solidaria (EPS).

6. Cadena de valor de las asociaciones de artesanas de la parroquia Taquil.

La cadena de valor servirá para identificar los procesos más importantes dentro de la elaboración de artesanías de cerámica, especificando desde el proceso que inicia con la materia prima hasta la distribución del producto terminado.



Elaboración: Las autoras

Las actividades primarias de la cadena de valor son las implicadas en la creación física de las artesanías de cerámica, su venta y transferencia al comprador, así como la asistencia posterior a la venta.

Las actividades de apoyo son las que sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, verificando con el control de calidad las artesanías de cerámica. La infraestructura no está asociada a ninguna de las actividades primarias sino que apoya a la cadena de valor completa.

La cadena de valor permite clasificar y organizar todos los procesos que realmente generan valor a la elaboración de artesanías de cerámica, categoriza las actividades que producen valores añadidos a las asaciones en procesos fundamentales y procesos de apoyo.

7. Inventario de procesos y subprocesos para la elaboración de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

El inventario de procesos y subprocesos permitirá resumir de una manera breve las actividades que se llevarán a cabo para el proceso de producción de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

Tabla 2. Inventario de procesos y subprocesos para la elaboración de artesanías.

Procesos	N° de procedimientos
Actividades primarias	
Extracción de la materia prima	1
Fabricación de la artesanía de cerámica	8
Reposo	3
Comercialización	1
Logística	1
Actividades de apoyo	
Control de calidad	2
Infraestructura	-
Total de actividades	16

Fuente: Entrevista directa con artesanas de Cera y Cachipamba.

Elaboración: Las autoras

8. Diagrama de flujo de procesos por tiempos para elaborar artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

El diagrama de flujo de procesos por tiempos servirá para clasificar las actividades en el proceso de elaboración de artesanías determinando el tiempo que se utilizara, esto permitirá efectuar la producción a través de una explicación gráfica con símbolos, se lo utilizará para revelar problemas potenciales como círculos de duplicación de trabajo y pasos innecesarios dentro de los procesos.

Tabla 3. Formato del diagrama de procesos por tiempo.

Tiempos en min	Símbolos					Descripción de la actividad
	Actividad	Transporte	Decisión	Demora	Almacenaje	
						
360,00 min	X					Extracción de materia prima (arcilla, arena del río y tierra colorada).
15,00 min		X				Transporte de la materia prima a sus hogares.
30,00 min	X					Mezcla de los materiales (arcilla y tierra).
120,00 min			X			Se realiza el tamizado del barro.
20,00 min	X					Se remoja el barro.
210,00 min	X					Se amasa el barro con los pies.
5.040,00 min					X	Secado del barro.
20,00 min	X					Separar la cantidad suficiente de barro en bolas.
10,00 min	X					Darle forma al barro según el modelo que se desee obtener.
1.440,00 min					X	Se deja secar las artesanías al sol.
10,00 min	X					Se pinta la artesanía con engome (Pasta rojiza)
1.440,00 min				X		Se deja secar la artesanía al sol.
240,00 min	X					Se realiza la quemada de las piezas.
120,00 min			X			Se verifica que las artesanías de cerámica se encuentren en buenas condiciones.
5,00 min	X					Se afila (pulir) la artesanía.
60,00 min					X	Se almacenan las artesanías hasta ser comercializadas.
Resumen:						
Actividades	Símbolo	Número	Tiempo			
Actividad		9	905,00 min			
Transporte		1	15,00			
Decisión		2	240,00 min			
Demora		1	1.440,00 min			
Almacenamiento		3	6.540,00 min			
Total		16	9.140,00 min (6 días y 8 horas con 33 minutos)			

Fuente: Observación directa

Elaboración: Las autoras

Un diagrama de procesos por tiempo es la representación gráfica del orden de todas las operaciones, transporte, inspecciones, demoras y almacenajes que tienen lugar durante un proceso o procedimiento, dentro de un tiempo requerido. Esta información será de apoyo para las asociaciones porque les permitirá el registro de sus actividades durante el proceso de

elaboración. A continuación se representará gráficamente las actividades dentro del diagrama de flujo, describiendo los pasos de una manera detallada mediante símbolos.

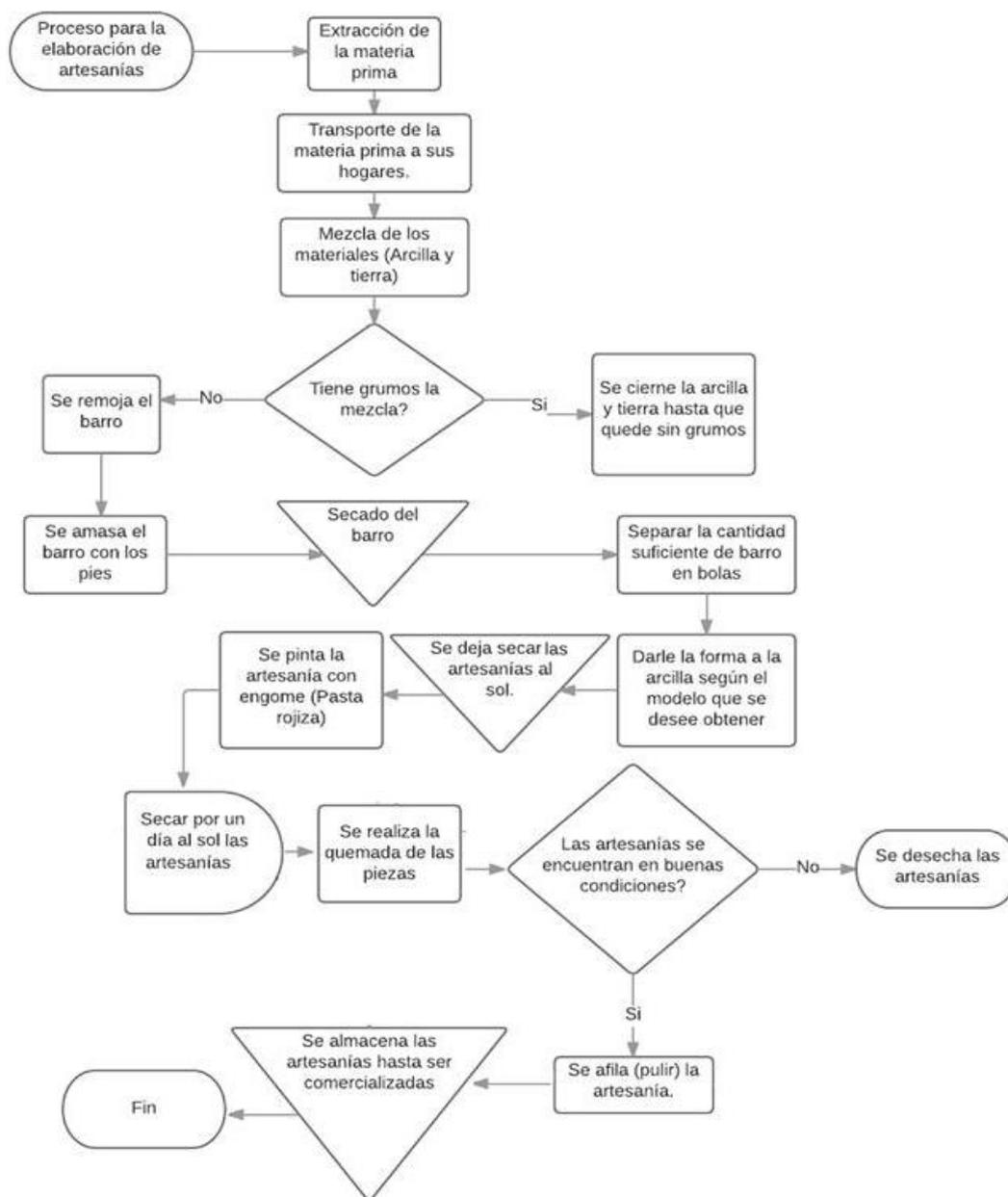


Figura 3. Diagrama de flujo de procesos para la elaboración de artesanías de cerámica.

Fuente: Observación directa

Elaboración: Las autoras

A continuación se presentará un detalle descriptivo de los pasos para la elaboración de artesanías de cerámica:

1. Labor de extracción de la materia prima (Este proceso es realizado mediante uso de palas y barretas y debe resaltarse que es muy sacrificado, por lo que lo realizan los varones del hogar).
2. Se transporta la materia prima a sus hogares
3. Se mezcla los materiales (arcilla y tierra).
4. Se realiza el tamizado del barro.
5. Se remoja el barro.
6. Amasado del barro con los pies hasta encontrar el punto.
7. Secado del barro al sol.
8. Separar la cantidad suficiente de barro en bolas.
9. Darle forma a la arcilla según el modelo que se desee obtener.
10. Se deja secar las artesanías al sol.
11. Se pinta la artesanía con una pasta rojiza llamada engome, que se obtiene de otro tipo de tierra que existe en el sector.
12. Le sigue el proceso de afilar, que básicamente es pulir la cerámica mediante la frotación con una funda plástica.
13. Se deja secar la artesanía al sol con hojas de eucalipto.
14. Finalmente se realiza la quemada durante 4 horas en el horno, el mismo que tiene una capacidad para 200 piezas.
15. Se verifica que las artesanías de cerámica se encuentren en buenas condiciones.
16. Se almacena para el proceso de comercialización.

9. Representación gráfica del diagrama de flujo del proceso de producción de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.



10. Terminología.

- **Manual de procesos:** Instrumento administrativo que apoya el quehacer cotidiano de las diferentes áreas de una empresa.
- **Artesanía:** Piezas elaboradas con materia prima y herramientas de tipo rudimentario, con fines utilitarios y decorativos.
- **El diagrama de flujo de procesos:** Es una representación gráfica de la secuencia de los pasos o actividades de un proceso, incluidos transporte, inspecciones, esperas, almacenamiento y actividades de reproceso. A través de este diagrama se ve en que consiste el proceso y como se relacionan las diferentes actividades; es de especial utilidad para analizar y mejorar el proceso (Gutiérrez, 2010).
- **Políticas:** Conjunto ordenado de reglas o preceptos dictados por una autoridad competente para la ejecución de una actividad.
- **Moldir:** darle forma a la olla.
- **Engome:** Pasta rojiza que sirve para dar color a las artesanías de barro.
- **Pacchar:** golpear la olla.
- **Inventario de procesos y subprocesos:** Lista ordenada de las actividades y procesos a realizar.



Universidad Técnica Particular de Loja
Administración de Empresas
Loja - 2016

Anexo N° 10. Base de datos de los restaurantes de la ciudad de Loja para el focus group.

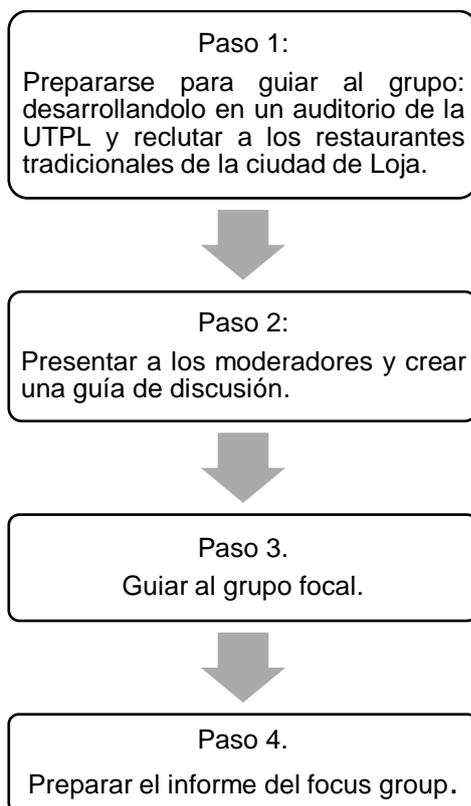
Restaurantes	Gerentes
<p>El Fogón Grill. Dirección: José Antonio y Olmedo Esq. Teléfono: 2574969 / 588824</p>	<p>Sr. Feliciano Israel Azanza Ordoñez</p>
<p>Restaurante Mama Lola. Dirección: Av Salvador Bustamante Celi y Santa Rosa Teléfono: 07-2614381 Celular: 0984919277 / 0984165935</p>	<p>Sr. Edgar Morocho</p>
<p>Restaurant Lolita. Dirección: Av Salvador Bustamante Celi E/ Guayaquil y Cuenca Teléfono: 07-2575603 Celular: 0987988777/ 0984919277</p>	<p>Sra. Dolores María Silva Cabrera</p>
<p>Casa Sol. Dirección: 24 de mayo y José Antonio Eguiguren Teléfono: 2588597</p>	<p>Sra. Lupita del Carmen Zauma Hidalgo</p>
<p>Casa Vieja Mesón Cultural. Dirección: Duran, Plaza El Valle Teléfono: 2576988/ 576988</p>	<p>Sra. Paula Jimbo</p>
<p>Cecina de la Y. Dirección: Juan de Salinas y Zoilo Rodríguez Teléfono: 2574660/ 565104</p>	<p>Sra. Francisca Cecilia Contento Naranjo</p>
<p>Cuna de Artistas. Dirección: Bolívar entre V. Rocafuerte y Miguel Riofrio Celular: 0994280390</p>	<p>Sr. Miguel Andrés Villavicencio</p>
<p>El cafecito lojano. Dirección: 18 de noviembre entre Cariamanga y Celica Teléfono: 2561860</p>	<p>Sra. Lucia de Fatima Mendoza Rosillo</p>
<p>Ricuras de sal y dulce. Dirección: Olmedo 16-33, González Suárez Celular: 099 873 6734 / 583041</p>	<p>Sra. Sonia Amarilis Vega Vega</p>
<p>Tamal lojano. Dirección: 18 de noviembre e Imbabura Teléfono 2582977</p>	<p>Sr. Cristian Eduardo Poma Medina</p>

Carbonero. Dirección: Vía antigua Zamora Teléfono: 072562276 Celular: 0980260715	Sra. Zoila Marlene Calle García.
Tutto Freddo. Dirección: Bolívar y 10 de agosto Teléfono: 2570603	Sr. Mario Hernán Campana.
Topoli. Dirección: Bolívar y Miguel Riofrío Teléfono: 588315	Sr. Eshraghian Simindokht Tahghighi.
Artesanal. Dirección: 24 de mayo y Zoilo Rodríguez Teléfono: 2570050	Sr. Carlos Leonardo Contento Córdova.
La fogata. Dirección: 18 de Noviembre entre Colón e Imbabura Teléfono: 574098	Sr. Eduardo Rodrigo Vivanco Cobos.
A lo Mero Mero. Dirección: Sucre y Colón. Teléfono: 0980355426	Sra. Diana Jaqueline Vivanco Armijos
Los Alpes. Dirección: 24 de Mayo y Rocafuerte Teléfono 573877/ 0996640084	Sra. María del Carmen Gordon Peñaherrera
Asaderos Los Naranjos. Dirección: Plaza de El Valle. Teléfono: 098009915	Sra. María Augusta Naranjo Cabrera
Delicia Restaurante de El Valle. Dirección: Esmeraldas frente a la plaza El Valle Teléfono: 573704/ 0997662079	Sra. Paola Larrea
Cafetería Don Pepe. Dirección: Bernardo V. y Miguel R. Teléfono: 0988911859.	Sra. Esperanza del Cisne Rivas Salazar

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaboración: Las autoras

Anexo N° 11. Pasos para conducir el focus group de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.



Fuente: McDaniel, Carl Jr y Gates Roger, Investigación de Mercados, 8ª ed.

Elaboración: Las autoras

Anexo N° 12. Cronograma de actividades y materiales a utilizar en el focus group.

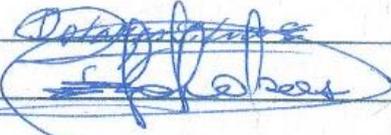
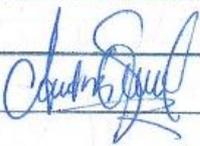
Cronograma de actividades a desarrollar para el Focus Group:	
Fecha: Lunes, 18 de enero del 2016	
Hora	Actividad
10:00	Llegada de los representantes de los restaurantes tradicionales de la ciudad de Loja
10:15	Bienvenida a los restaurantes tradicionales de la ciudad de Loja
10:20	Presentación del video de artesanías realizado en la parroquia Taquil
10:25	Presentación de diapositivas del focus group
11:05	Agradecimiento a los restaurantes por su presencia
11:10	Exposición de las artesanías

Materiales a utilizar en el Focus Group:	
✓ Auditorio	✓ Artesanías
✓ Infocus	✓ Cámaras
✓ Mesa	✓ Micrófono
✓ Computador	✓ Sillas

Anexo N° 13. Asistencia de los gerentes de los restaurantes de la ciudad de Loja.



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
 La Universidad Católica de Loja

Lista de restaurantes.	Firma.
El Fogón Parrilladas	
Restaurante Mamá Lola	
Restaurant Lolita	
Casa Sol	
Casa Vieja Mesón Cultural	
Cecinas de la Y	
Cuna de Artistas	
El cafecito lojano	
Ricuras de sal y dulce	
Tamal lojano	
El tenedor	
Carbonero	
Tutto Fredo	
Topoli	
Artesanal	
La fogata	
El Repe	
A lo Mero Mero	
Los Alpes	
Asaderos Los Naranjos	
Restaurante Delicia	
Cafetería Don Pepe	

Anexo N° 14. Respaldo Fotográfico – Focus Group realizado a los restaurantes de la ciudad de Loja.

Foto N° 23: Representantes de los restaurantes de la ciudad de Loja.



Foto N° 24: Participación de los representantes de los restaurantes invitados.



Foto N° 25: Demostración del video promocional de las artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.



Foto N° 26: Certificados otorgados a los representantes de los restaurantes que asistieron al focus group.



Anexo N° 15. Informe del focus group denominado artesanías de cerámica de la parroquia Taquil enfocado a los restaurantes de la ciudad de Loja.

El día 25 de enero del 2016 se llevó a cabo el Focus Group sobre las artesanías de cerámica de las parroquia Taquil, dirigido a los restaurantes de la ciudad Loja, participaron 8 representantes de cada restaurante 4 mujeres y 4 hombres, cuya ocupación es administrar sus negocios de comida, representando un factor importante para el turismo y la gastronomía lojana, el fin de la presente investigación de mercado es conocer las necesidades de los potenciales consumidores y proponer soluciones a los problemas, con el fin de mejorar la elaboración de las artesanías de cerámica.

Representantes de los restaurantes.	
Nombres	Restaurantes
Sr. Edgar Morocho	Mama Lola
Sra. Paula Jimbo	Casa Vieja Mesón Cultural
Sra. Doris Silva Cabrera	Salón Lolita
Sra. Paola Larrea	Delicias del Valle
Sr. Miguel Andrés Villavicencio	Cuna de Artistas
Sr. Andrés Poma	El Tamal Lojano
Sr. Raúl Campana	Tutto Fredo
Sr. Carlos Ortiz	Los Alpes

Análisis de las preguntas realizadas en el focus group.

1. ¿Qué recuerdo tiene al ver una artesanía de barro?

Los participantes opinaron que una artesanía de barro les recuerda a sus ancestros y a la comida tradicional, por su rico sabor y su aroma peculiar, manteniendo una tradición de compartir una comida familiar un fin de semana.

2. ¿Utiliza o ha utilizado artesanías de barro?

Todos los participantes han utilizado las artesanías de barro para preparar un plato típico o usándolo como adorno en sus hogares y restaurantes, debido a que las artesanías de barro venden un sentimiento, recordando una tradición que vende historia.

3. ¿Ha preparado algún plato en este tipo de utensilios?

Algunos de los participantes han preparado estofado de pollo, tamales, arroz, mote, menestra, yuca, granos, mientras que otros que solo lo han utilizado como decoración.

4. ¿Cuál de las artesanías de barro que se encuentran expuestas le gusta más?

Los participantes al momento de ver las artesanías mostraron interés acercándose a la mesa en donde estaban expuestas y eligiendo su favorita entre las que fueron la olla a carbón, la olla arrocera, las tazas y la jarra.

5. ¿Le gustaría introducir artesanías de barro en su restaurante?

Los participantes coincidieron que no han implementado la vajilla o utensilio de cocina debido al gran volúmen que manejan como restaurantes, también no son de su preferencia por ser muy frágiles y difíciles en su limpieza, sin embargo los participante lo utilizan como suvenir en sus hogares y restaurantes.

6. ¿Qué tipo de artesanías le gustaría introducir en su restaurante?

Todos los participantes implementarían las artesanías como decoración para sus restaurantes, también les llamo la atención tener las artesanías con el logo de sus restaurantes y brindar una imagen tradicional.

7. ¿Cuál es la característica que usted busca al momento de adquirir una artesanía de barro?

Los participantes opinaron que al momento de adquirir una artesanía valoran la calidad, precio, utilidad y el diseño de las mismas, ya que son características que ellos buscan como consumidores.

8. ¿Como cliente le gustaría que las artesanías lleven un empaque de presentación?

Todos los representantes de los restaurantes afirmaron que es necesario que las artesanías lleven un empaque llamativo y original con una marca establecida, ya que sería una manera de proteger el producto y diferenciarse de la competencia.

9. ¿Qué opina de los modelos de las artesanías de barro existentes en el mercado actual?

Los participantes opinaron que los modelos no se deberían cambiar ya que son tradicionales, sin embargo comentaron que se podrían mejorar los acabados de algunas piezas porque las hacen muy frágiles.

10. ¿Cómo aportaría usted para conservar la tradición de fabricación y uso de las artesanías hechas en barro?

Los participantes consideran que su aporte para conservar la tradición de fabricación y uso de las artesanías hechas en barro es fomentar el uso de las mismas pero teniendo en cuenta algunas sugerencias para facilitar el manejo de las piezas, debido a que como restaurantes manejan una gran cantidad de vajilla ellos necesitan que estas sean más fáciles de usar y que sean menos frágiles, además consideran que no existe un lugar propicio para la comercialización de artesanías que destaque, debido a que los lugares donde las venden tienen precios muy altos o que no se encuentran en una buena ubicación, destacando que el mejor lugar para hacerlo es el valle.

También aportaron que se debería dar más información de cómo hacer un mejor uso de las mismas y las instrucciones que se deben tomar antes de usarlas.

Anexo N° 16. Catálogo de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.



Universidad Técnica Particular de Loja
Administración de Empresas
Loja - 2016



Catálogo

de Artesanías de Cerámica



Taquil

arcilla, arte y vida



Taquil

arcilla, arte y vida

<p>Contáctanos:</p> <p>Asociación Artesanal Divino Niño de Cera Telf.: 0990928059</p> <p>Asociación de Mujeres Artesanas Divino Niño 0990952793</p> <p>Asociación Manos Hábiles 0968524139</p> <p>Asociación Las Rositas 0986953381</p> <p>Asociación Reina del Cisne 0994425796</p>	<p><i>Autoras: Lizbeth Carolyne Ludeña Pardo</i> <i>María Soledad Morales Campana</i></p>
---	---



Taquil
arcilla, arte y vida



Taquil
arcilla, arte y vida

Taquil

Loja es la capital artística, musical y cultural con características muy especiales que le dan una propia identidad, ciudad que se identifica por su profunda tradición artesanal gracias a la enorme riqueza que posee sus tierras.

La arcilla, un recurso único proveniente de una geografía variada, es muy especial por su propiedad de ser moldeable permitiendo elaborar hermosas artesanías de cerámica que se producen únicamente en Cera y Cachipamba, dos barrios de la Parroquia Taquil, considerando que es una de las actividades emblemáticas de este lugar y que ha conservado las raíces culturales de estos pueblos, transmitidas de generación en generación; es importante dejar expreso el proceso que constituye el esfuerzo de un pueblo, manifestación cultural que debe ser apreciada por su arduo trabajo realizado por manos de mujeres valientes y trabajadoras que con paciencia, pasión y sabiduría construyen piezas artesanales, en las que cada detalle plasmado demuestra imaginación, originalidad y sencillez.

Sus manos son el patrimonio que ha trascendido en el tiempo dejando un legado, haciendo de Loja una ciudad diferente y única.



Bidón de Agua



Adorno



Florero

2
7

Catálogo de Artesanías de Cerámica

This page features several ceramic items with their respective prices and labels:

- Plato**: A large, round, orange-brown plate, priced at \$ 5,00.
- Olla arrocera**: Two reddish-brown earthenware pots with lids, priced at \$ 6,00.
- Sopero**: A stack of three reddish-brown earthenware bowls, priced at \$ 5,00.
- Sartén**: A reddish-brown earthenware frying pan with a long handle, priced at \$ 5,00.
- Platos con salseros**: A reddish-brown earthenware plate with a matching sauce server, priced at \$ 15,00.
- Cocina a carbón mediana**: A reddish-brown earthenware charcoal stove with a tall chimney, priced at \$ 18,00.

The page includes the 'laquil' logo at the top and bottom, and the number '3' in a red diamond at the bottom right. The background has a repeating geometric pattern.

This page features several ceramic items with their respective prices and labels:

- Taza**: A reddish-brown earthenware mug, priced at \$ 3,00.
- Tetera**: A black ceramic teapot, priced at \$ 10,00.
- Paila**: A reddish-brown earthenware cooking pot with two handles, priced at \$ 6,00.
- Taza con plato**: A black ceramic cup and saucer set, priced at \$ 6,00.
- Jarra**: A reddish-brown earthenware pitcher, priced at \$ 6,00.
- Azucarero**: A black ceramic sugar bowl with a lid, priced at \$ 6,00.

The page includes the 'laquil' logo at the top and bottom, and the number '4' in a red diamond at the bottom left and '5' in a red diamond at the bottom right. The background has a repeating geometric pattern.

Anexo N° 17. Guión del video de artesanías de cerámica de la parroquia Taquil.

Producción y post producción: La caja Roja Studios

Lugares de grabación: Parroquia Taquil Cera-Cachipamba.

Involucrados: Artesanas de Cera y Cachipamba.

Auspiciantes: Universidad Técnica Particular de Loja y Gobierno Provincial de Loja.

GUIÓN:

Loja es una ciudad que se identifica por su profunda tradición artesanal, gracias a la enorme riqueza que tienen sus tierras, caracterizando a la parroquia Taquil, por mantener la tradición y cultura en la elaboración de artesanías de cerámica, lugar que se encuentra a 24,5 km al Noroeste de la ciudad, vía a Catamayo.

Taquil cuenta con dos barrios sobresalientes en la actividad artesanal, Cera y Cachipamba, tienen como tradición la producción de utensilios de arcilla, materia prima que es extraída de la mina, ubicada en el barrio Cera, la misma es especial por su propiedad de ser moldeable.

Cachipamba ubicado a 2, 7 km de Cera, mantiene su actividad ancestral, que es realizada por las mujeres de ambos barrios siguiendo similares procesos que llevan varios días para su elaboración.

La artesana debido a la experiencia conoce la proporción exacta de barro que debe utilizar para cada pieza y empieza a darle forma a la arcilla utilizando un tornete que facilita la elaboración de la figura.

Sus manos empiezan hacer la base de la de la olla para luego eliminar excesos y pulir sus bordes, la medida es el tamaño de su mano.

Al tercer día se golpea la olla proceso que es conocido como pacchar, usando instrumentos básicos que sirven de herramienta para su elaboración.

Se coloca las orejas de la olla que son elaboradas independientemente a la pieza, pegándola con residuos de arcilla fresca, se la decora con diseños sencillos donde la creatividad juega un papel importante para su presentación.

Después de dejar la artesanía secar por un día se pone lo que se conoce como engome, pasta rojiza que existe en el sector.

Luego se almacena con las demás artesanías, para proceder con el quemado en un horno de adobe o ladrillo, el mismo que tiene una capacidad para 200 piezas, con una duración de 4 horas.

Se culmina este proceso con la afilada de la artesanía, que consiste básicamente en pulir la cerámica mediante la frotación con una funda plástica o una piedra lisa.

La producción de artesanías, con una amplia gama de productos tiene; ollas arroceras, cocinas a carbón, panadera, soperos, tazas, jarras, platos y diferentes artesanías decorativas, destacadas por sus detalles que las hacen únicas.