

**DIAGNÓSTICO DE LAS MICROEMPRESAS ARTESANALES DEL CANTÓN
BOLÍVAR POR ACTIVIDAD EN RELACIÓN AL POSICIONAMIENTO
COMPETITIVO PERIODO 2014 - 2015**

AUTORAS: Eira María Avellán Bailón, Dolores Rafaela Espinoza Cedeño, Mg. Columba Bravo Macías, MBA. Gabriela Montesdeoca Calderón.

RESUMEN

El presente trabajo tenía como objetivo diagnosticar las microempresas artesanales en el cantón Bolívar por actividad en relación al posicionamiento competitivo, ya que no existe investigación alguna que determine cuántas y cuáles son las microempresas artesanales en el cantón Bolívar. La investigación fue de desarrollo económico y se lo efectuó a través de instrumentos para la recolección de datos como la investigación de campo, los métodos descriptivo, analítico, inductivo y deductivo, cuya metodología fue de tipo mixta, la misma que respondió al carácter cualitativo que facilito emplear características de desarrollo de la información, y cuantitativa porque se manipularon los valores numéricos, accediendo al análisis, compresión y procesamiento de la información. Las herramientas utilizadas para determinar el posicionamiento de las mismas fueron el cuestionario a través de una encuesta y la técnica de la estadística que permitieron obtener conclusiones de la población en estudio y de los consumidores, el focus group y matriz de perfil competitivo que permitieron establecer cuál de estas microempresas tenía más reconocimiento en el mercado teniendo como conclusión que existen 946 microempresas artesanales en el cantón divididas en 53 actividades artesanales entre las que se destaca: Jefe de cocina Chef. Definiendo que el posicionamiento competitivo de las microempresas artesanales corresponde a la categoría de cevichería y picantería destacando sus ventajas frente a la competencia. Permittiendo así la implementación de acciones de mejoras a través de una propuesta, aportará a un mejor desempeño socio económico de la actividad microempresarial artesanal de mayor incidencia en el cantón Bolívar.

Palabras clave: Diagnosticar, MIPYMES, evaluación interna y externa, artesanos, perfil competitivo, plan de mejora.

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país que se caracteriza por poseer una diversidad de riqueza natural y cultural propia de cada zona o región, entre estas las costumbres, el lenguaje, la gastronomía y las artesanías; que evidencian la identidad cultural de pueblos autóctonos, permitiendo desarrollar actividades económicas sustentables para las poblaciones y sus comunidades.

El nuevo enfoque legislativo es incluyente y fundamentado en el conocimiento y las habilidades de los ecuatorianos han permitido a diferentes unidades de negocios exportar sus productos a mercados internacionales como son: Estados Unidos, Italia, México, Hong Kong, entre otros; donde su prioridad es entregar un producto terminado que proviene de la mano de obra, el desgaste físico y mental de quienes realizan estas labores artesanales. Claro ejemplo se tiene del sombrero de paja toquilla y las prendas de cuero; que desarrollan sus actividades con maquinarias poco o nada tecnificada. Barba (2013) indica en la Revista Gestión Artesanal del mismo año en el informe de la administración de la Junta Nacional de Defensa del Artesano que existen seis mil cuatrocientos ochenta y tres artesanos con título, tres mil talleres de artesanos sin título, los limitantes de la cadena de producción de este sector son la falta de maquinaria, la apertura a créditos con tasas bajas de interés que le permitan adquirir e incrementar mejores recursos; además la falta de conocimientos contables y la administración de sus negocios que potencialicen sus productos en un mercado competitivo.

Un informe presentado por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) (2011), destaca la estructura sectorial de la (PEA) en Manabí mostrando que el 29,40% representa las labores microempresas del sector artesanal; lo que demuestra que el sector artesanal es preponderante manteniendo su identidad socio cultural, estas fuentes de trabajo deben lograr afianzar sus unidades de negocios como fuente de economía tal como lo indica la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2013) en el Plan Nacional Buen Vivir 2013-2017 para la Zona 4 de implementar estrategias de desarrollo turístico que mejoren la calidad de vida del artesano y la experiencia del turista.

En el cantón Bolívar existen personas de gran conocimientos ancestral, dedicados a mantener esta cultura como es el caso de Don Eumeny Álava que realiza trabajos artísticos en sapan, en Santa Lucía la elaboración de objetos de Barros, en Loma Seca, Mamey Colorado y en Atahualpa el tejido de las trenzas de paja mocora para sombreros, petates entre otros artículos; por lo general, estas labores artesanales son el complemento adicional económico de sus ingresos familiares ya que su fuerte son las actividades agrícolas, domésticas o de sub-empleo, sin olvidarse de los gremios de mecánicos, ebanistas profesionales que también su quehacer diario responde a la conceptualización de artesano siendo ésta su principal fuente de ingreso. Al no existir información clara se planteó como objetivo de la investigación diagnosticar las microempresas artesanales según la actividad de mayor incidencia en relación al posicionamiento competitivo en el cantón Bolívar durante el periodo 2014 – 2015, para determinar cuántas son estas microempresas, a qué se dedican, hacia dónde están orientadas, la participación económica en la localidad y si conocen los beneficios que otorga el estado ecuatoriano como, capacitaciones que permitan mejorar sus labores productivas y administrativas por medio de diferentes instituciones gubernamentales, el acceso a créditos con tasas bajas de interés; factores que estarían evitando que los productos y servicios en estas microempresas se desarrollen tanto local como regional.

DESARROLLO

Para determinar cómo se encontraban las microempresas artesanales del cantón Bolívar fue necesario implementar una investigación de campo, destacando que se debió efectuar un sondeo en el GAD Cantonal, los GAD Parroquiales y sus comunidades para obtener la información más relevante como el nombre del propietario, la actividad artesanal a la que se dedican, su lugar de procedencia, género, su calificación como artesanos, a qué agrupación pertenecen los mismo. Tal como lo muestra el anexo 1. Los resultados que se encontraron en el cantón Bolívar son: 946 microempresas artesanales divididas entre sus parroquias con el 75% de microempresarios artesanales en la cabecera cantonal Calceta, el 15% de la población en estudio en la parroquia Membrillo y el 10% de

microempresarios en la parroquia Quiroga, a continuación se detallan las actividades inmersas en este campo.

Este sector artesanal claramente identifica un gran número de microempresarios dedicados a la actividad de Jefe de Cocina Chef, como lo reconoce la Ley de Defensa del Artesano pertenecientes al grupo de 64.10 de Los Alimentos y su Preparación, en este constan 215 microempresarios de los cuales 195 están en la parroquia Urbana Calceta, 8 en Quiroga y 12 en Membrillo. De los cuales 31 están calificados como artesanos por Prácticas Profesionales y 184 se les identifica su calidad de artesanos por la actividad consecutiva que realizan en la preparación de alimentos. En Calceta solo 32 desarrollan sus actividades económicas en el mercado central de abastos y los 163 microempresarios están situados en distintos puntos de la geografía del cantón.

El número de microempresarios que se dedican a la preparación de alimentos se encuentra divididos de la siguiente forma: 189 prestan servicios de restaurantes 18 se dedican a la preparación y venta de comidas rápidas, bebidas y asados de pollo; 8 a Cevichería y picantería.

Antes de definir el posicionamiento competitivo se ejecutó una herramienta denominada Focus Group o Grupo Focal. De acuerdo a Torres y Padilla (2013) señalan que es un proceso formalizado que reúne un grupo pequeño de personas para una discusión espontánea e interactiva de un tema o concepto específico, el objetivo de aplicar esta técnica es dar a los investigadores y a quienes toman las decisiones, tanta información como sea posible sobre el tema de interés o conocer los sentimientos acerca de un producto, concepto, idea u organización de un consumidor y de qué manera este se adapta a sus vidas, lo que permitió identificar cuáles son las principales microempresas artesanales de mayor número de microempresarios del cantón Bolívar, basados en diferentes criterios de personas relacionadas y conocedoras de las mismas. La sumatoria de las microempresas más destacadas por los integrantes serían la base para encuestar a los consumidores de productos y servicios artesanales en el cantón Bolívar 2015.

Las microempresas artesanales mejores puntuadas dedicadas a la Preparación de Alimentos fueron las siguientes: Cevichería Chavito, Montecristo, Domingo Criollo, Asadero la Esquina de Ales, "Mamma Gina", "Encebollado Nato", esta lista

de microempresas da indicio para saber lo que está en la mente de los consumidores.

Una vez analizados los resultados de las encuestas dirigidas a los consumidores y a la microempresas mejores posicionadas se determinó que la actividad que ellos ofrecen es de manufactura y servicio las que funcionan como microempresa entre 6 y 10 años, las mismas que son unipersonales y familiares, brindándole trabajo de entre 1 a 15 personas en su mayoría mujeres. Estas cuentan con Rise y R.U.C. y el Registro Sanitario del Ministerio de Salud Pública, las instituciones que les brindan apoyo son el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Bolívar y la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Estas microempresas artesanales utilizan como estrategia de venta la promoción en fechas especiales y recurren a la publicidad a través de la radio y el internet. Cabe recalcar que no poseen un capital propio, no hay apoyo de las entidades crediticias y además no tiene un plan de negocios, plan estratégico, misión visión y un registro de sus clientes demostrando la falta de cultura organizacional que le impide extenderse a otros mercados, a pesar de estos alcanzan unas ventas anuales de \$15.000; la formación personal es un gran obstáculo para el desarrollo efectivo de este sector que preparan alimento que se arraigan en costumbres ancestrales evitando implementar nuevas tecnologías y registro digitales de gran utilidad tanto administrativo y operacional.

La última actividad que se realizó en esta fase fue plasmar un diagnóstico interno sobre la competitividad de las microempresas ya mejor posicionadas por los consumidores, esta actividad le permitió al equipo investigativo difundir sus perspectivas y conocimientos sobre lo observado en las microempresas objeto de estudio. La herramienta escogida para este acometido fue la Matriz de Perfil Competitivo, para Fred (2013) identifica los principales competidores de la compañía, así como sus fortalezas y debilidades particulares en relación con la posición estratégica de una empresa en estudio.

Para obtener los factores críticos del éxito de la matriz del perfil competitivo de las microempresas que se destacan en el posicionamiento dentro del mercado a

diferencias de las otras microempresas se procedió a darle una calificación por medio de un valor a las diferentes variables que se determinaron para esta investigación produciendo causas o efectos, esta información fue recopilada a través de una encuesta dirigida a los propietarios de las microempresas seleccionadas.

CUADRO 1. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MCP) EN LAS MICROEMPRESAS SELECCIONADAS

FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	PESO	CEVICHERIA CHAVITO		ENCEBOLLADO NATO		ENCEBOLLADOS MI RESPETO	
		CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
ACEPTACIÓN EN EL MERCADO	0.10	4	0.40	3	0.30	2	0.20
COMPETITIVIDAD DE PRECIOS	0.20	2	0.40	2	0.40	3	0.60
POSICIÓN FINANCIERA	0.10	3	0.30	3	0.30	2	0.20
CALIDAD DEL PRODUCTO Y SERVICIO	0.40	4	1.60	4	1.60	2	0.80
LEALTAD DEL CLIENTE	0.10	4	0.40	2	0.20	2	0.20
PROMOCIÓN	0.10	2	0.20	1	0.10	1	0.10
TOTAL	1.00		3.30		2.90		2.10

La calificación será la siguiente: 1 mayor debilidad, 2 menor debilidad, 3 menor fuerza y 4 mayor fuerza

Los factores competitivos en relación al tipo de microempresa artesanal por la actividad que realizan, se logró determinar que Cevichería el Chavito es la microempresa que está mejor posicionada competitivamente, aunque Encebollados Nato y Domingo Criollo con el promedio que tienen se conservan competitivamente.

Sin embargo es de vital importancia que estas microempresas artesanales que tienen un promedio ponderado bajo pongan en marcha acciones que optimicen su desempeño, por ello se propone un plan de mejoras que contenga estructura organizacional, una visión, misión, estrategias de ventas objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Se propusieron acciones de mejoras para las microempresas artesanales de mayor número de microempresarios que aportan en el desarrollo socioeconómico del cantón Bolívar.

ANÁLISIS DAFO/CAME

Por medio de una encuesta dirigida a los propietarios se realizó un análisis que determino el diagnóstico inicial de la situación de las microempresas y así

establecer las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, seleccionando las más importantes según su impacto y probabilidades, se plantearon estrategias defensivas, ofensivas, de reorientación y de supervivencia por medio de la Matriz CAME que es la continuación lógica del DAFO permitiendo tomar medidas correctivas a la situación actual de las microempresas que se presentan a continuación:

CUADRO 2. MATRIZ DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de un local propio	La rivalidad entre competidores
Espacios reducidos	Altos costos de la materia prima
No cuentan con estructura organizacional	Mayor número de ventas de productos sustitutos
Temor a expandirse	La crisis económica del país
Falta de promoción	Las reformas de las leyes constantes
Falta de una aplicación Informática	Falta de Información de eventos en el cantón
Falta de registro de clientes habituales	Falta de créditos productivos con tasas de interés bajas
falta de capacitación al personal	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Excelentes Servicios y Productos que se ofrece a los clientes	Apoyo por parte del GAD de Bolívar y la JNDA para las capacitaciones.
Preferencias por el Cliente	alta afluencia de turistas
Buena ubicación geográfica por la presencia de lugares turísticos	Alta Afluencias de estudiantes universitarios que vienen de diferentes partes del país a hospedarse en el cantón para su posterior capacitación.
Perdurabilidad en el mercado	
Disponibilidad de la Materia Prima	

Matriz CAME

Por medio del análisis CAME se pueden definir las estrategias que permitan Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar el DAFO.

CUADRO3. MATRIZ CAME

CORREGIR DEBILIDADES	AFRONTAR LAS AMENAZAS
Adquirir un local propio a través del financiamiento.	Establecer políticas competitivas entre competidores.
Ampliar y adecuar mejor el establecimiento.	Mantener clientes leales que no se dejen convencer por productos sustitutos.
Diseñar una estructura organizacional que les permita direccionarse.	Llevar un registro de sus ventas para poder acceder a créditos
Incursionar en nuevos mercados.	Lograr créditos productivos a tasas bajas para

	incrementar y mejorar el negocio.
Incrementar estrategias de promoción.	
Implementar una aplicación informática para la solicitud de pedidos y la entrega de documentos tributarios.	
Llevar un registro de sus clientes para establecer incentivos por número de visitas.	
MEJORAR Y MANTENER LAS FORTALEZAS	EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES
Implementar buzones de sugerencias	Solicitar capacitaciones al GAD de Bolívar, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí y a la JNDA
Implementar promociones constantemente	Aprovechar la afluencia de turistas para dar a conocer los productos y servicios que se ofrecen
Valorar la ubicación geográfica	Captar la mayor parte de estudiantes para ofrecer sus productos y servicios

Una vez realizado el DAFO Y CAME se determinaron acciones estratégicas que les permitan a las microempresas artesanales dedicadas a la elaboración de alimentos crecer y potencializar el posicionamiento competitivo por medio de los 8 principios de la calidad realizado para todas las microempresas que se dedican a actividad y prestación de este servicio ya que son claves para el éxito y proponiendo acciones de mejoras a las microempresas dedicadas a la actividad Jefe de cocina chef, Caraballo (s.f.) argumenta que los planes de mejora ayudan a generar planes de acción que permitan superar las debilidades que presente una organización previa realización de un diagnóstico en el que se hayan detectado las debilidades y fortalezas.

Uno de los aspectos claves que lleva al crecimiento económico de las microempresas artesanal dedicada a la preparación de alimentos es la innovación ya que consiente en incluir nuevos productos y servicios para darle al cliente lo que realmente necesita, convirtiendo esto en su principal ventaja competitiva, que le permitirá sobresalir generando algo nuevo. Todos estos aspectos sirven de ejemplo para este tipo de microempresas que aún no logran un posicionamiento competitivo.

Análisis basado en los 8 principios de la calidad para restaurantes según las Normas ISO 9001-2008

Enfócate primero en el cliente. La razón principal es el cliente porque el éxito o el fracaso de la microempresa dependen de él.

Ser líder, colócate al servicio del logro. Hay que saber lo que se ofrece, conocer los propósitos de la microempresa y crear un clima de armonía entre todos los que forman la entidad.

Participación del personal. Lograr que todo el personal se involucre y que ame todo lo que hace, solo así se lograra el beneficio de la microempresa.

Emplea y mantén un enfoque basado en procesos. Lograr que todos realicen las tareas y actividades designadas de manera sistemática

Gestiona el restaurante como un sistema. Solo de una manera integrada e interrelacionada se lograra el empuje y el cumplimiento de las metas en este tipo de microempresa.

No pares de mejorar tu restaurante, hazlo continuamente. La innovación, el cambio debe de ser constante y permanente solo así se lograra permanecer en el mercado.

Tomar las decisiones basadas en los hechos. Los datos juegan un papel importante, un buen análisis genera investigación oportuna para tomar decisiones

Crea relaciones mutuamente con tus proveedores .Se debe tener una relación beneficiosa con los proveedores para que haya un equilibrio y nadie sea perjudicado.

Entre las acciones de mejora se encontraron:

- Adquisición de un local propio.
- Amoblar con suficientes mesas y sillas para evitar la espera de los clientes.
- Instalación de aplicaciones informáticas para la solicitud de pedidos y entrega de documentos
- Incluir un área de limpieza con un responsable en sus tareas.
- Estar informado por medio del departamento de turismo del GAD municipal del cantón y eventos realizados por la escuela superior politécnica de Manabí Manuel Félix López (Fred, 2013) (Torre, 2013) entre otras instituciones, para estar preparados con la materia prima y el personal adecuado.

- Elaborar una distribución de las tareas designadas para cada uno de los colaboradores.
- Capacitar constantemente para todo el personal tanto en manipulación de alimentos como en protocolo de servicios.
- Instaurar un control de calidad con estándares en los métodos de adquisición de la materia prima y la preparación de alimentos que mantengan la excelencia en los mismos. Tomando como punto de partida los 8 principios de la calidad en los restaurantes.
- Ofrecer cambios constantes en la carta del menú para de esta manera poder mantener, retener y atraer a los clientes y desechando los productos que tienen poca aceptación por los clientes e innovando nuevos productos en base a la gastronomía tradicional.
- Establecer un protocolo de servicios y que todo el personal esté al tanto del mismo para de esta manera buscar la excelencia evitando así los errores.
- Implementar un buzón de quejas y sugerencias para de esta manera conocer la complacencia del cliente.
- Utilizar estrategias de publicidad y promoción para dar a conocer el producto y servicio que ofrecen.
- Crear una página web en internet que le permita a los clientes hacer sus pedidos vía On line.

Se concuerda con Hoyos, A. y Rendón, A. (2015) que es necesario implementar proyectos orientados hacia los pequeños artesanos en las que se capaciten y desarrollen las habilidades necesarias para la elaboración de artesanías con calidad de exportación, de tal forma que el producto que se venda tenga un valor agregado lo suficientemente rentable para los microempresarios y sus familiares puedan mejorar su calidad de vida

CONCLUSIONES

El diagnóstico de las microempresas artesanales del cantón Bolívar se llevó a cabo por medio de un registro a microempresarios el mismo que ayudó a segmentar las diferentes actividades, donde se determina que los jefes de cocina Chef son los que tienen mayor incidencia en el desarrollo económico del cantón.

A través de esta investigación se pudo definir que el posicionamiento competitivo de las microempresas artesanales corresponde a la categoría de Cevichería y Picantería.

La implementación de acciones de mejoras a través de una propuesta, aportará a un mejor desempeño socio económico de la actividad microempresarial artesanal de mayor incidencia en el cantón Bolívar.

RECOMENDACIONES

La actualización de datos de forma periódica por parte de los organismos pertinentes de las microempresas artesanales del cantón Bolívar para conocer la situación actual y potencializar actividades que contribuyan a la mejora de las mismas.

La realización de un estudio profundo del perfil competitivo de las microempresas artesanales de mayor incidencia en el cantón Bolívar que permita categorizarlas y establecer estrategias pertinentes que contribuyan a fortalecer la imagen de esta actividad.

La revisión constante de las acciones de mejora propuestas según las condiciones socio económicas del cantón Bolívar que afecten a la actividad microempresarial artesanal de mayor incidencia, que permitan obtener mayor competitividad en el mercado, y que puedan ser adaptadas a actividades de menor incidencia.

BIBLIOGRAFÍA

Barba, L. (2013). Dirección de desarrollo y formación artesanal lector nacional. Programa de calificación y recalificación de talleres artesanales. Recuperado el 06 de 06 de 2015, de Revista Gestión Artesanal.: http://www.artesanos.gob.ec/wp-content/pplugins/page-flip-image-gallery/popup.php?book_id=4.

Caraballo, A. (s.f.). Evaluación de la gestión administrativa, financiera y comercial de las cooperativas asociadas a CONFECOOP Caribe. Recuperado el 16 de 05 de 2016, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1314/1314.PDF>.

Hoyos, A. y. (2015). Aceptación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de artículos artesanales en la ciudad de Guayaquil. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana.

Fred, D. (2013). Concepto de Administración Estratégica. México, MX.: Pearson Educación. Recuperado el 25 de Nov de 2015.

ISO. (2008). En Norma Internacional ISO 9001. Recuperado el 25 de 10 de 2015, de <https://www.mct.es/sites/default/files/archivos/ISO-9001.pdf>.

MCPEC (Ministerio de Coordinación de la Producción, E. y. (2011). Agenda para la Transformación Productiva Territorial. Agenda Territorial. Recuperado el 24 de 10 de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec>

Plan Nacional de Desarrollo. En Principales Líneas de Acción. (2013)SEMPLEDES.p 394 Quito.

Torre, P. y. (2013). (Salesiana, Ed.) Recuperado el 17 de Oct. de 2015, de <http://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5772/17UOS-QTO3953>

ANEXOS

Anexo1. Identificación de las actividades microempresariales artesanales en el cantón Bolívar 2015

ACTIVIDADES ARTESANALES MICROEMPRESIALES	PARROQUIA URBANA CALCETA	PARROQUIA RURAL MEMBRILLO	PARROQUIA RURAL QUIROGA	CANTÓN BOLÍVAR	PORCENTAJE TOTAL
Adornos para el Hogar	104	6	3	113	0,12
Alfarería	7	-	-	7	0,01
Aluminio y Vidrio	3	-	-	3	0,00
Belleza	46	26	18	90	0,10
Bisutería	2	-	-	2	0,00
Carpintería de Construcción	2	9	3	14	0,01
Cerámica	1	-	-	1	0,00
Cerrajería	2	-	-	2	0,00
Chapistería	1	-	-	1	0,00
Confecciones de Ropa Deportiva	2	-	-	2	0,00
Confitería	13	19	2	34	0,04
Corte Confección y Bordado	78	18	20	116	0,12
Cortinería	1	-	-	1	0,00
Decorado y Pastillaje	10	-	-	10	0,01
Diseño Gráfico	3	-	-	3	0,00
Ebanistería	37	-	3	40	0,04
Elaboración de Productos Lácteos	9	1	-	10	0,01
Electricidad de Construcciones	9	-	1	10	0,01
En Construcción Civil	39	5	2	46	0,05
Faenado en Carnes	2	2	1	5	0,01
Floristería	5	-	-	5	0,01
Fotografía	11	1	1	13	0,01
Gasfitería	2	-	-	2	0,00
Imprenta	10	-	1	11	0,01
Jardinería	1	-	1	2	0,00
Jefe de Cocina Chef	195	8	12	215	0,23
Lencería	1	-	-	1	0,00
Marmolería	1	-	-	1	0,00
Mecánica Automotriz	9	-	-	9	0,01
Mecánica de Bicicletas	2	-	-	2	0,00
Mecánica de Motos	2	-	-	2	0,00
Mecánica Eléctrica	9	-	3	12	0,01
Mecánica en General	41	1	-	42	0,04
Mermeladas y Jaleas de Frutas	1	1	1	3	0,00
Muebles de Mimbres, Bambú y Esterilla	1	18	-	19	0,02
Orfebrería	1	-	-	1	0,00
Panadería	22	1	1	24	0,03
Peluquería	18	4	-	22	0,02
Pintura de Construcciones	2	-	-	2	0,00
Producción de Instrumentos Musicales	1	-	-	1	0,00
Radio y Televisión	1	-	-	1	0,00
Refrigeración	3	-	-	3	0,00

Relojería	2	-	-	2	0,00
Rotulación	3	-	-	3	0,00
Sastre	4	2	2	8	0,01
Serigrafía	2	-	-	2	0,00
Tapicería Automotriz	2	-	-	2	0,00
Tapicería de Muebles	1	-	-	1	0,00
Tejeduría a Mano	-	-	1	1	0,00
Tornería	2	-	-	2	0,00
Tratamiento de Vidrio	2	-	-	2	0,00
Vulcanización	2	1	2	5	0,01
Zapatería	13	1	1	15	0,02
T O T A L S	743	124	79	946	1,00

Anexo.2. Microempresarios artesanales titulados y no titulados

ARTESANOS TITULADOS	CANTÓN BOLÍVAR	CALCETA	QUIROGA	MEMBRILLO
• Titulados por Prácticas Profesionales	302	299	3	-
• Maestro de Taller	149	77	32	40
T O T A L	451	371	35	40
ARTESANOS NO TITULADOS	CANTÓN BOLÍVAR	CALCETA	QUIROGA	MEMBRILLO
En Proceso de Agremiación	38	23	-	15
• Agremiados exceptos	49	49	-	-
• No desea Agremiación	408	220	79	109
T O T A L	495	292	79	126

Anexo 3. Resultado obtenido en el focus group para las microempresas artesanales en el cantón Bolívar

Microempresa Artesanal	Producto	Servicios	Tiempo	Popularidad	Calificación
Cevichería Chavito	39	37	36	40	152
Montecristo	40	35	34	36	145
Domingo Criollo	37	37	37	31	142
Asadero la Esquina de Ales	41	35	31	34	141
Mamma Gina	33	33	32	36	134
Encebollado Nato	32	31	31	32	126

La calificación de los criterios a cada una de las microempresas artesanales: de 1(malo), 2(irregular), 3 (bueno), 4 (muy bueno), 5 (excelente)

Anexo 4. Resultado obtenido en la Matriz de perfil competitivo (MPC)

PARA EL SECTOR QUE ELABORA PRODUCTOS Y PRESTA SERVICIOS EN LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS					
FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	PESO	ASADERO LA ESQUINA DE ALES		MAMMA GINA	
		CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
ACEPTACIÓN EN EL MERCADO	0.10	3	0.30	3	0.30
COMPETITIVIDAD DE PRECIOS	0.20	4	0.80	2	0.40
POSICIÓN FINANCIERA	0.10	3	0.30	2	0.20
CALIDAD DEL PRODUCTO Y SERVICIO	0,40	2	0.80	3	1.20
LEALTAD DEL CLIENTE	0.10	3	0.30	2	0.20
PROMOCIÓN	0.10	3	0.30	2	0.30
TOTAL	1.00		2.80		2.50

La calificación será la siguiente: 1 mayor debilidad, 2 menor debilidad, 3 menor fuerza y 4 mayor fuerza

Anexo 5. Resultado obtenido en la Matriz de perfil competitivo (MPC)

PARA EL SECTOR QUE ELABORA PRODUCTOS Y PRESTA SERVICIOS EN LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS					
FACTORES CRITICOS PARA EL ÉXITO	PESO	MONTECRISTO		DOMINGO CRIOLLO	
		CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
ACEPTACIÓN EN EL MERCADO	0.10	3	0.30	3	0.30
COMPETITIVIDAD DE PRECIOS	0.20	3	0.60	2	0.40
POSICIÓN FINANCIERA	0.10	2	0.20	3	0.30
CALIDAD DEL PRODUCTO Y SERVICIO	0.40	3	1.20	4	1.60
LEALTAD DEL CLIENTE	0.10	4	0.40	2	0.20
PROMOCIÓN	0.10	1	0.10	1	0.10
TOTAL	1.00		2.80		2.90

La calificación será la siguiente: 1 mayor debilidad, 2 menor debilidad, 3 menor fuerza y 4 mayor fuerza