



# LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS COMO UN MEDIO DE GENERACIÓN DE INGRESOS: CASO COMERCIANTES DE LA PARROQUIA LA PILA DEL CANTÓN MONTECRISTI

*THE COMMERCIALIZATION OF HANDICRAFTS AS A MEANS OF INCOME CREATION: THE CASE OF MERCHANTS IN THE PARISH OF LA PILA IN THE CANTON OF MONTECRISTI*

**Xavier Enrique Soledispa Rodríguez<sup>1</sup>, Carlos Enrique Vásquez Chancay<sup>2</sup>, Mercedes Leonor Chilán Regalado<sup>3</sup>**

*1,2 - Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Manabí, Ecuador.*

*3 - Investigadora independiente, Manabí, Ecuador.*

1. Email: [xavier.soledispa@unesum.edu.ec](mailto:xavier.soledispa@unesum.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8754-9159>
2. Email: [vasquez-carlos4844@unesum.edu.ec](mailto:vasquez-carlos4844@unesum.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8293-0292>
3. Email: [mercedes.chr24@gmail.com](mailto:mercedes.chr24@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7394-6524>

**Recibido:** 11/05/2021 **Aceptado:** 23/07/2021

**Para Citar:** Soledispa Rodríguez, X. E., Vásquez Chancay, C. E., & Chilán Regalado, M. L. (2021). La comercialización de artesanías como un medio de generación de ingresos: Caso comerciantes de la parroquia la Pila del cantón Montecristi. *Revista Publicando*, 8(31), 338-350. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2254>

## Resumen:

El objetivo general de esta investigación se basa en analizar si la comercialización de artesanías es un medio de generación de ingresos. La metodología empleada se basó en un diseño bibliográfico con un tipo de investigación documental. Como conclusión se destaca de manera puntual que la elaboración de artesanías es una actividad que se realiza en diferentes sitios del Ecuador, a pesar de todas las adversidades que enfrentan, en la actualidad todavía siguen siendo el sustento diario de muchas familias y constituyen el desarrollo socioeconómico de algunas comunidades. Esta actividad genera empleo directo e indirecto en la parroquia la Pila del cantón Montecristi; sin embargo, su rentabilidad es baja, por lo cual hay que disminuir los costos de producción.

**Palabras clave:** comercialización, artesanía, ingresos, rentabilidad, empresa familiar.

## Abstract:

The general objective of this research is based on analyzing whether the marketing of handicrafts is a means of generating income. The methodology used was based on a bibliographic design with a type of documentary research. As a conclusion, it is pointed out that the elaboration of handicrafts is an activity that is carried out in different places of Ecuador, despite all the adversities they face, at present they are still the daily sustenance of many families and constitute the socioeconomic development of some communities. This activity generates direct and indirect employment in the parish of La Pila in the canton of Montecristi; however, its profitability is low, so it is necessary to reduce production costs.

**Keywords:** marketing, crafts, income, profitability, family business.



## INTRODUCCIÓN

La elaboración de la artesanía en la provincia de Manabí se realiza desde sus antepasados por la presencia de culturas precolombinas como la Valdivia, Manteña-Huancavilca y Chorrera.

Estas culturas se extendieron por casi toda la costa ecuatoriana incluso parte de la Sierra y se dedicaban principalmente a la agricultura, pesca y producción artesanal. La enorme riqueza artesanal se debe a que las técnicas han sido transmitidas de generación en generación desde hace más de diez mil años combinado con la creatividad propia de cada región. Habitantes de ciudades como Manta, Portoviejo, Montecristi y Rocafuerte, entre otros, se especializan en la creación de diseños decorativos y utilitarios con la finalidad de elaborar artesanías para su comercialización (Mendoza, 2021).

La artesanía ecuatoriana es apreciada a nivel local como internacional por sus diseños y calidad, y esta actividad se ha convertido en el sustento diario de muchas familias de generación en generación.

En ese contexto el presente trabajo de revisión bibliográfica está orientado en las siguientes preguntas de investigación: ¿De qué manera la comercialización de artesanías se convierte en un medio de generación de ingresos en la parroquia la pila de Montecristi? ¿Cuáles son las características de los negocios de artesanía que generan ingresos a la población de la parroquia La Pila? ¿De qué manera la comercialización de los productos artesanales genera rentabilidad a los propietarios de los negocios de artesanía?

### La artesanía

El concepto de artesanía se ha adaptado por distintas facetas a lo largo de la historia, y su definición

se la puede analizar desde diferentes puntos de vista. Así tenemos que para Juma Gualacata y Ormaza Báez (2009) se dan distintas definiciones:

- Tecnológico - Su definición es de carácter fundamentalmente manual y con cierto sentido artístico.
- Antropológico - La tradición es la que asigna a estos productos una función dentro de la comunidad. Desde esta perspectiva, cabe entender por artesanía toda actividad, retribuida o no, que no haya sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo.
- Cultural - El concepto artesanía se funde con el de "arte popular", entendido como aquel conjunto de actividades productoras, de carácter esencialmente manual, realizadas por un solo individuo o una unidad familiar, transmitidas por tradición de padres a hijos y cuyos productos, generalmente de carácter anónimo, están destinados a la cobertura de necesidades concretas. Toda obra manual bien hecha es artesanía, partiendo de materias primas muy comunes como: barro, piedra, hierro, cobre, fibras vegetales y animales, maderas, cuero.

En base a lo anterior, De la Borbolla (Citado por Pérez et al., 2017) reflexiona sobre cómo las artesanías forman parte del patrimonio cultural de los pueblos como una de las manifestaciones más dinámicas y representativas de su identidad; son ejemplo de la continuidad histórica, porque a pesar de que en ellas se reconocen diseños, técnicas y manejo de materias primas a veces milenarias, también se identifican las aportaciones de otras culturas que han sido asimiladas, así como las transformaciones que cada generación le va imprimiendo; son auténticas porque



responden a las necesidades materiales y espirituales del pueblo; y son originales porque el manejo de las materias primas locales, en combinación con las técnicas transmitidas de generación en generación, les proporcionan un sello único, en ellas se reconocen también el resultado de procesos productivos que le otorgan una dimensión económica.

La actividad artesanal se la realiza desde el origen de la antigüedad, como evidencia se tienen los vestigios prehistóricos (huesos tallados, esteras, alfarería, tejidos, joyas) que se encuentran exhibiéndose en museos, así mismo, en sus inicios el artesano fabricaba las herramientas necesarias para sobrevivir.

Las primeras actividades artesanales que surgieron fueron la alfarería y los textiles de fibra blanda, las piezas de barro, vasijas, la torsión de fibras y su tejido en bastidores y telares, así como la confección de prendas de vestir, todo esto en primera instancia era para cubrir sus necesidades, luego a través del trueque, aparecería la producción mercantil que se valorarían en función de un equivalente como el oro, la plata, las monedas y finalmente el dinero (Garcías Hernández, 2015, pág. 34).

La artesanía de acuerdo con FONART (2009) se la puede clasificar por la materia prima utilizada y por la forma de trabajarla. Las principales ramas son las siguientes: alfarería y cerámica, textiles, madera, cerería, metalistería, orfebrería, joyería, fibras vegetales, cartonería y papel, talabartería y peletería, maque y laca, lapidaría y cantería, arte huichol, hueso y cuero, concha y caracol, vidrio y plumería.

De acuerdo con lo expuesto por Benítez (2009, pág. 9) en la actualidad los artesanos en sus talleres conservan la forma organizacional gremial, en la que hay un maestro que es quien crea y define

formalmente la obra, mientras que otros artesanos sólo participan del proceso como ejecutores y se caracterizan por lo siguiente:

- La producción es dirigida por un maestro artesano
- Los talleres son centros de producción y de capacitación
- La organización de la producción responde a una especialización del trabajo en determinadas fases de creación del o de los objetos.
- Los materiales, equipos, instrumentos de trabajo pueden ser del maestro o pertenecer al colectivo de artesanos.

Pero esta no es la única modalidad de organizar el trabajo, pues en la creación artesana se puede encontrar, desde el artesano individual que hace su obra en solitario, hasta comunidades o pueblos artesanos.

## Característica de la artesanía ecuatoriana

En su artículo científico Lituma et al. (2020) mencionan que en Ecuador la artesanía corresponde al conjunto de conocimientos que han sido heredados y responde a las necesidades de las comunidades, es un soporte simbólico de costumbres, creencias y rituales, es una forma de vida. Las técnicas artesanales corresponden a lo material del patrimonio inmaterial, son importantes en la preservación del patrimonio cultural y se fundamentan en la cosmovisión de los pueblos. Antes de los años 1960, era un país artesanal y las artesanías fueron una importante fuente de ingresos. Con el boom petrolero nació la idea de la industria y el progreso, los campesinos y artesanos migraron a las ciudades en busca de oportunidades laborales, pero la industria no tuvo el impacto que se



esperaba y la oferta laboral fue limitada, los artesanos se convirtieron en obreros y aquellos que no consiguieron trabajo alimentaron los cinturones de pobreza disminuyendo la producción artesanal y agrícola. Paralelamente, Ecuador se convirtió en un país importador con escasa producción nacional, tanto industrial como artesanal, y se vio en desventaja con otros países latinoamericanos.

La artesanía ecuatoriana presenta como fortalezas: la habilidad y los conocimientos de las técnicas tradicionales, diversidad de materiales únicos debido a la riqueza cultural. Como oportunidades se tienen: la necesidad de identificarse, de la humanización de procesos, la reorientación al desarrollo sostenible. Como debilidades se tienen: la falta de diseño, problemas de empaquetado, baja calidad, productos poco funcionales, falta de propuestas nuevas, falta de diferenciación, falta de información del origen. Y como amenazas: productos de mejor calidad y diseño de otros países; productos industriales con precios muy bajos como los productos chinos o indios, mayor capacidad de producción y costos eficientes, mejores formas de promoción y comercialización (Ferro, 2014, pág. 103).

Los artesanos que se dedican a esta actividad son clasificados por la Junta Nacional de defensa al artesano de la siguiente manera:

- Artesano autónomo - Es aquella persona que ejerce su actividad por mucho tiempo por su propia formación, sin haberse capacitado y sin

pertenecer a ningún gremio u organización.

- Artesano por Práctica Profesional - Es el artesano que tiene una experiencia de siete años y que ha acudido a algún Centro de Formación Artesanal para capacitarse y recibir un título otorgado por la JNDA.
- Maestro de Taller - Es la persona mayor de edad, que a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y de Relaciones Laborales.
- Operario - Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o a la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller.
- Aprendiz - Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del trabajo (Paredes y León, 2016, pág. 8).

La mayoría de los productos fabricados artesanalmente, tienen como destino final tres tipos de mercado: local, turístico y de exportación.



**Tabla 1:** Artesanía, cultura y volumen de producción

Artesanía	Descripción	Nichos de mercado	Poder adquisitivo
Artesanía de autor	Maestros artesanos con trayectoria y conocimiento, productos complejos, piezas artísticas	Reducido	Alto
Artesanía étnica/popular	Alto contenido étnico de la cultura heredada, alto contenido de técnicas ancestrales	Reducido	Medio alto
Artesanía contemporánea urbana	Con base cultural y tecnología amplia e inclusión del diseño industrial	Medio	Medio y medio alto
Producción de artesanías populares	Estas han sido influenciadas y adaptadas con contenido cultural de apropiación	Medio	Medio y bajo
Productos <u>souvenirs</u>	Vulgarizan elementos típicos de la cultura local (baja calidad)	Alto	Bajo

**Fuentes:** (Ferro, 2014, pág. 106).

## La artesanía como factor de desarrollo económico

Los negocios de artesanías tienen en su mayoría características centradas en unidades de producción familiar, basadas en valores y creencias muy arraigados a ideas tradicionalistas, se encuentran dispersos, su participación en el mercado es limitada, por lo general están ubicados en áreas rurales y sus características están relacionadas con la capacidad emprendedora de sus dueños. Además, el nivel de producción de estos negocios es por debajo de lo esperado, limitando la capacidad para cumplir con plazos y tipos de pago. Tienen pocas habilidades en mercadeo, tecnología ineficiente y muchas veces inapropiada; todo ello combinado con una baja capacidad técnica de los artesanos. Cada negocio de artesanías tiene características diferentes lo que dificulta aún más establecer estrategias competitivas. La distancia social entre aquellos artesanos que recibieron una preparación universitaria y aquellos

que no estudiaron o tienen un nivel básico de escolaridad marca una diferencia. Los artesanos universitarios o profesionales utilizan diseños y técnicas más sofisticadas venden su trabajo a precios altos en tiendas de diseño o galerías elegantes, y han alcanzado un mejor nivel de vida; mientras que los artesanos con un nivel básico de escolaridad utilizan métodos indígenas y venden sus piezas a precios bajos en tiendas de artesanías o a través de intermediarios, muchos de estos artesanos pertenecen a grupos étnicos y tienen una decreciente disponibilidad de recursos naturales; con necesidades económicas urgentes, con poco o nulo acceso a recursos financieros, lo que dificulta aún más su actividad comercial. Estos artesanos están muy arraigados a sus costumbres culturales y principios religiosos (Sánchez, 2018).

En el Ecuador existen diferentes lugares donde se conjugan los conocimientos ancestrales con la creatividad de los artesanos que da lugar a la



diversidad cultural en varias provincias, estos entornos culturales de nuestro país que se han convertido en un patrimonio, las provincias que ofertan artesanías son: Azuay, Cañar, Chimborazo, Guayas, Imbabura, Manabí, Pastaza y Pichincha (Sosa Lema., 2015, pág. 60).

Hoy en día la artesanía es un concepto amplio que toma fuerza en la medida en que comienza a surgir una postura de los ciudadanos cada vez más crítica en torno a la sociedad de consumo y está valorada por su interés etnográfico y antropológico.

La comercialización de los productos artesanales se puede emprender de maneras distintas, según la forma de producción. Los productores individuales, por lo general, venden sus productos a intermediarios o en ferias locales frecuentadas por turistas. Sin embargo, los precios en los mercados locales suelen ser bajos y por esto muchos productores tratan de conseguir acceso a los mercados internacionales (Forstner, 2013).

Los artesanos han visto una oportunidad de comercializar su producto a los turistas tanto nacionales como locales y es aquí donde se inicia una sinergia que involucra la valorización del producto auténtico que identifica un pasado, un hábito o una costumbre. Con el paso de los años estos productos de materia prima cultural o natural se transforman en objeto de apreciación, identidad y valor turístico. Se crea un entorno capaz de generar ingresos, valorar la identidad cultural, promover el trabajo femenino, mejorar las condiciones de vida del artesano y su familia (De Mello y Ceretta, 2015).

La importancia económica y social de la artesanía para el Ecuador se fundamenta en preservar la cultura y las tradiciones, contribuir al crecimiento de la economía del país aumentar el ingreso de divisas,

generar empleo directo e indirecto, atraer nuevas inversiones e involucrar sectores vulnerables.

## METODOLOGÍA

Esta investigación consiste en un análisis teórico en base a las siguientes preguntas de investigación: ¿De qué manera la comercialización de artesanías se convierte en un medio de generación de ingresos en la parroquia La Pila de Montecristi? ¿Cuáles son las características de los negocios de artesanía que generan ingresos a la población de la parroquia La Pila? ¿De qué manera la comercialización de los productos artesanales genera rentabilidad a los propietarios de los negocios de artesanía?

El diseño se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda de material documental de cualquier clase, donde se efectúa un proceso de abstracción científica, generalizando sobre la base de lo fundamental, partiendo de forma ordenada y con objetivos precisos. La investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información de diversas fuentes, con el objeto de organizarla describirla e interpretarla, de acuerdo con ciertos procedimientos que garanticen confiabilidad y objetividad en la presentación de los resultados. La composición de este artículo se creó a partir de una descripción general de la documentación especial sobre este tema, teniendo en cuenta las publicaciones de revistas indexadas y libros actuales relacionados.

## RESULTADOS

Ecuador es un país con una rica diversidad cultural. Las habilidades ancestrales que pasaron de generación en generación se ven reflejadas en la variedad de artesanías que se expenden en los diferentes puntos de la geografía nacional. Existen diferentes lugares en el país donde sus habitantes se



dedican a este tipo de trabajo. La comercialización de las artesanías, además de generar recursos económicos, se convierte también en un atractivo que atrae a turistas, ya sean nacionales o extranjeros. En La Pila, localidad ubicada en la vía Montecristi-Jipijapa, las artesanías han sido por años el motor de impulso a través del cual la población ha logrado tener un desarrollo sostenido (García, 2018, citado por Mendoza, 2021).

Las manos hábiles de estos artesanos permitieron el desarrollo de esta comunidad, hoy considerada como un destino obligatorio para los turistas, en especial para aquellos que llegan en los cruceros. Esta actividad se viene desarrollando hace más de 50 años cuando comenzaron a elaborar réplicas de vasijas y figuras de barro de los vestigios arqueológicos encontrados, principalmente de la Cultura Manteña, originaria de la zona. Con el paso de los años sus habitantes mejoraron las técnicas de acabado de las artesanías para que sean más atractivas para los extranjeros antes que para los mismos ecuatorianos (Pico, 2005).

En la actualidad se realizan estatuillas, figuras o réplicas, también sombreros de paja toquilla o mocora, almohadas, hamacas, sillas y demás productos que identifican las costumbres del manabita de antaño. La variedad es extensa: madera, caña, piedra, barro y cerámica. Todo material de la zona es empleado para elaborar mil artesanías. Y todo cobra vida con las mágicas manos de estos artesanos.

Los talleres que realizan estos trabajos están conformados por miembros de la familia y trabajan alrededor de 5 personas, convirtiéndose en

microempresas familiares dedicadas a la elaboración y comercialización de estos productos, quienes realizan dos tipos de artesanías, las de barro y las de cerámica. Las inicialmente nombradas, se confeccionan hace más de 50 años, mediante la mezcla de barro con agua y arena, combinación que se deja reposar por tres días hasta que tome forma de plastilina, para luego ser pegada en moldes. Estas piezas se elaboran en menor cantidad porque las mayores ventas se distribuían a los turistas extranjeros que visitaban el lugar, quienes actualmente no las adquieren, debido que en el servicio de aduana no les permiten llevar artesanías a su país de origen. Sin embargo, las piezas decorativas o de cerámica que tienen aproximadamente 20 años de elaboración y comercialización, son elaboradas de barbotina, proveniente de Cuenca, líquido blanco que se coloca en los moldes cada quince minutos, mismos que se exponen al aire libre para que sequen; posteriormente, las piezas se limpian con agua y una esponja, para después continuar el proceso de pintado; estos artículos se comercializan en mayor cantidad y se pueden apreciar al transitar por este sector. Los maestros de los talleres indican que el principal motivo para dedicarse a esta actividad fue la falta de trabajo, y esta labor les permitió generar ingresos económicos para el sustento diario a sus familias. En el lugar existen dos talleres artesanales que pertenecen a la familia Quijije Valdez y al señor Ferman Bailón, los mismos que abastecen al 90% de los comerciantes de este sector, estos productos son entregados sin concluir, es decir que cada empresa que comercializa debe darle el acabado final para ser vendidos (Mendoza, 2021).

Figura 1

Piezas de artesanías elaboradas en La Pila.



Fuente: El Diario Ecuador.

Los locales comerciales que ofertan estos productos se han incrementado paulatinamente. En la actualidad son alrededor de 30 negocios, ubicados a lo

largo de la carretera, y en su mayoría son alquilados para exhibir los productos a los habitantes de la comunidad y sus visitantes.

**Tabla 2:** Costo de producción y venta de los productos artesanales que más salida tienen

Productos	Costo de producción	Precio Promedio de venta
Fruteros	5.00	5.75
Elefantes	8.00	9.2
Negritas	8.00	9.2
Juegos girasoles de pared	4.00	4.6
Juegos de jarrones	18.00	20.7
Juegos de palomas	5.00	5.75
Esquineras	40.00	46
Jarrones grandes	8.00	9.2
Alcancías	5.00	5.75
Cuadros	35.00	40.25
Almohadones	8.00	9.20

Nota: Costos expresados en dólares. Fuente: (Mendoza, 2021).



Las estrategias que utilizan para comercializar sus productos son: diseños auténticos y variedad de los bienes que ofertan. El valor de las piezas varía dependiendo del tamaño y diseño, desde los \$3 hasta los \$100. En los días normales se vende de \$50 a \$80 y los fines de semana entre \$80 y \$100; y durante los feriados se registran las mayores ventas que pueden superar los \$500 (Pico, 2005).

Los artesanos se encuentran agrupados en tres asociaciones artesanales: la Cultura Manteña, Artesanal La Pila y la de Ceramistas, con casi 100 socios. Estas gestionan capacitaciones para mejorar las técnicas de producción, los diseños y calidad de los productos ofertados, y así pueden competir con otros productores (Pico, 2005).

Los propietarios de las empresas familiares afirman que fue una buena opción dedicarse a la producción artesanal, ya que se ha aportado al desarrollo socioeconómico de la comunidad, a partir de la generación de empleo directo e indirecto. La inversión realizada en esta actividad depende de la variedad de sus productos, el 17% de propietarios tienen una inversión de \$1000 a \$3.000, el 67% de \$3001 a \$6.000 y más de \$10.000 el 16%, todos expresaron que tuvieron que realizar un crédito para poder emprender su negocio.

Después de haber analizado varios aspectos de la actividad artesanal, se realizó la elaboración de los estados financieros, y se analizó su rentabilidad mediante la utilización de herramientas financieras.

**Tabla 3**  
*Razones de Rentabilidad*

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ROA=</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$	3%	8%	13%	17%	20%
<b>MARGEN DE UTILIDAD NETA=</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}}$	0,5%	1,2%	2,0%	2,7%	3,5%
<b>ROE=</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO TOTAL}}$	12%	24%	28%	28%	27%

Fuente: (Mendoza, 2021)



La rentabilidad de los activos (ROA) representa la rentabilidad financiera de la empresa, que compara la utilidad obtenida en relación con la inversión realizada, iniciando con el 3% y llegando a un 20% en 5 años.

El margen de utilidad neta varía desde el 0,5% hasta el 3,5% lo que muestra el porcentaje de utilidad que la empresa ha generado en los últimos años, luego de haber deducido los gastos operativos y no operativos, es decir la utilidad después de impuestos y participaciones.

La rentabilidad sobre capital (ROE) indica el porcentaje de rentabilidad obtenido en relación con la inversión total, más otros componentes patrimoniales, la que oscila entre el 12% hasta el 27%.

## DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se evidenció que existe aplicación de estrategias competitivas en las microempresas artesanales: comercio, servicio y manufactura; estas estrategias de planificación, financiación, asesoramiento gubernamental y de asociatividad permiten tener un mayor crecimiento empresarial en las microempresas, pero no todos los talleres artesanales aplican estas estrategias de forma técnica lo cual les impide ser más competitivas en el mercado local.

Por lo expuesto por Forstner (2013) la artesanía puede desempeñar un papel importante en la economía de los hogares en la región de Puno y también en otras zonas rurales de Latinoamérica. Complementa actividades económicas existentes como la agricultura y la ganadería. Para las mujeres que viven en zonas rurales también representa una actividad productiva con menos barreras de acceso ya que pueden llevarla a cabo en sus casas, al mismo tiempo que realizan sus labores domésticas. El trabajo en grupo tiene varias ventajas en comparación con la

producción individual. Facilita el acceso a mercados internacionales, así como también les da la posibilidad a los artesanos de beneficiarse de precios más altos. Además, instituciones externas, como las ONG y agencias de desarrollo regional, organizan talleres de capacitación técnica para los miembros de los grupos, lo que les da la oportunidad para desarrollar sus destrezas y aprender nuevos diseños. No obstante, la producción basada en pedidos ha provocado varios cambios que pueden aumentar la cantidad de trabajo de las artesanas. También existe mucha competencia entre diferentes grupos de artesanos, ya que todos quieren exportar sus productos. Por tanto, la comercialización de la artesanía rural no debe ser la única estrategia para el desarrollo económico de las mujeres campesinas.

El ingreso en ventas en este tipo de negocios está en función de la tecnología de producción, tecnología en administración y el manejo de los precios. Esto implica que, para generar ventas, los artesanos, dependen de lo que hagan en producción y le dan poca importancia a la mercadotecnia. El tamaño del negocio de artesanía está determinado por la innovación administrativa y el manejo de los precios. Este resultado es lógico pues los negocios más grandes son los que realizan innovaciones a su estructura de organización y manejan mejor los precios. El crecimiento del negocio está en función de la capacidad en el manejo del proceso, la tecnología de producción y el financiamiento.

## CONCLUSIONES

La parroquia La Pila del cantón Montecristi, cuenta con dos talleres artesanales que distribuyen sus productos a treinta locales que se dedican al acabado y comercialización de los diferentes bienes que ofertan a turista de paso, tanto locales como extranjeros. Los



artesanos de esta parroquia se encuentran agrupados en tres asociaciones, las mismas que gestionan capacitaciones para mejorar la calidad y producción de las artesanías y así poder competir en el mercado nacional e internacional.

La comercialización de artesanía ha hecho que esta parroquia sea conocida y visitada por turistas a nivel mundial lo que ha generado empleo directo e indirecto, dinamizando la economía de este sector mediante el incremento de actividades relacionadas a la producción.

De acuerdo con la información obtenida mediante la aplicación de las razones de rentabilidades podemos observar que los resultados del margen de utilidad neta están por debajo del 1% y se incrementan hasta el 3,5%, indicador que manifiesta el nivel de utilidad que está generando el negocio, el cual es demasiado bajo, por lo que se deben revisar y optimizar los costos operacionales, para tomar medidas correctivas y mejorar el rendimiento.



## REFERENCIAS

- Andrade, J. E., & Molina, D. L. (2020). El marketing digital y su impacto en el posicionamiento de la marca ciudad: Manta - Ecuador. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i5.184>
- Belduma, V. A. (2020). Marketing digital para el posicionamiento de mercado del sushi bar Sappari ubicado en la ciudad de Manta de la Provincia de Manabí. <http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1278>
- Benítez, S. (2009). La Artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. Obtenido de [http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD\\_6.pdf](http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD_6.pdf)
- De la Borbolla Arguedas, S. (2009). Rescate y conservación del patrimonio artesanal. El legado de Daniel Rubín de la Borbolla. Revista C&D Cultura y Desarrollo. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000221298>
- De Mello, C. I., & Ceretta, C. C. (2015). El souvenir artesanal y la promoción de la imagen del lugar turístico. Estudios y perspectivas en turismo, 24(2), 188-204.
- FONART. (2009). Ramas de las artesanías, según FONART. Obtenido de <https://www.kioscodelahistoria.com/ramas-artesantias>
- Forstner, K. (2013). La artesanía como estrategia de desarrollo rural: el caso de los grupos de artesanas en la región de Puno (Perú). Cuadernos de Desarrollo Rural, 10(72), 141-158.
- Garcías Hernández, E. (2015). La artesanía oaxaqueña como producto creativo: una evaluación de creatividad en productos de alfarería echos en Oaxaca, México. Tesis, Universidad Tecnológica de la Mixteca, Huajuapán de León, Oaxaca. Obtenido de [http://jupiter.utm.mx/~tesis\\_dig/13001.pdf](http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/13001.pdf)
- Juma Gualacata, J. M., & Ormaza Báez, L. A. (2009). Situación actual de la actividad artesanal de la totora, su producción y difusión en el sector San Miguel de Yahuarcocha, cantón Ibarra, provincia de Imbabura (Bachelor's thesis).
- León Rodas, O. A., & Paredes Navarrete, A. S. (2016). Implementación de Talleres artesanales en las comunidades de Gula y Chayaurco con fines de visitación turística (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
- Lituma, Y. M., Andrade, A. R., & Andrade, P. D. (2020). Caracterización de los emprendimientos artesanales de la ciudad de Cuenca. Caso: adornos para el hogar. Digital Publisher. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5.299>
- Mendoza, B. (2021). Las artesanías y su aporte en la rentabilidad económica de las microempresas familiares en la parroquia La Pila, cantón Montecristi". Ecuador.
- Pérez, C. L., López, R. K., Robert, A. J., & Hernández, G. H. (2017). Las artesanías como una vocación económica en el municipio de Tahdziú. Universidad Tecnológica Metropolitana, (p. 6) 114. Obtenido de [https://www.ecorfan.org/actas/A%20T%20I/A%20T%20I\\_9.pdf](https://www.ecorfan.org/actas/A%20T%20I/A%20T%20I_9.pdf)



Pico, D. (2005). Artesanos por naturaleza en La Pila.  
La Hora.

Sánchez, P. (2018). La estrategia ambiental en  
pequeños negocios de artesanía, un ejemplo  
de medición.

Sosa Lema, E. R. (2015). La incidencia de la artesanía  
importada en la ciudad de Otavalo y su  
impacto en la economía local (Bachelor's  
thesis, Quito/UIDE/2015).