



INFORME PRELIMINAR

ESTUDIO DE MERCADO DEL SECTOR ARTESANAL DEL CANTON CHORDELEG

“ENCUESTA: DIAGNÓSTICO DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA ARTESANAL DEL CANTON CHORDELEG”

INFORME PRELIMINAR

OBJETIVO:

Conocer el criterio de los productores artesanales, para determinar las probabilidades de producción y consumo potencial que faciliten el desarrollo de propuestas de gestiones comerciales actualizadas y competitivas.

METODOLOGIA UTILIZADA:

En base al universo de población artesanal determinado en la Agenda de Desarrollo de Chordeleg (Plan Estratégico), se aplicó una muestra, la misma que estableció 175 encuestas mínimas a ser aplicadas con un margen de error del 5%.

Para operativizar la aplicación se contó con el apoyo de 22 estudiantes del Colegio a Distancia del Azuay – Extensión Chordeleg – y Estudiantes del Octavo Ciclo de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana – UPS – Sede Cuenca.

Al no contar con una base informativa exacta de las direcciones de los artesanos, se aplicó el criterio de barrido, en base a observación y consulta directa “casa por casa”, con lo que se estableció el mínimo de encuestas que estábamos necesitando.

El tiempo de aplicación de la encuesta fue de 10 días, conforme a la disponibilidad de tiempo que tenían los estudiantes de los dos establecimientos.

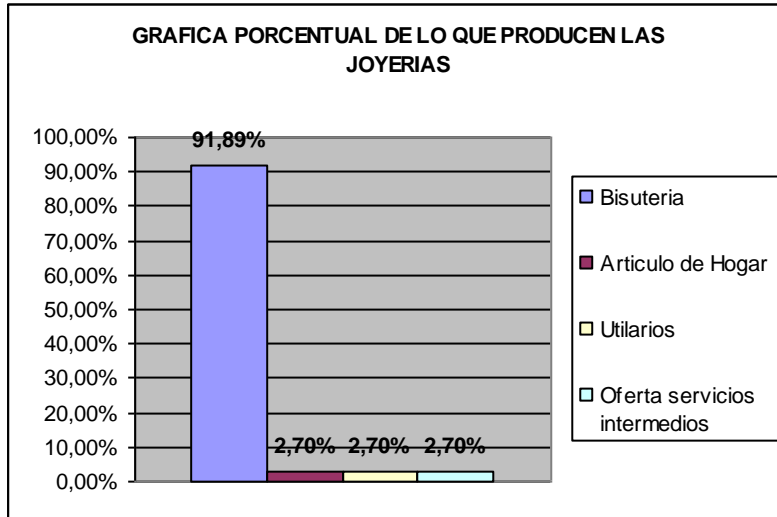
Cuatro son los sectores artesanales encuestados: Joyería, Ceramistas, Zapateros y Toquilleras. En el caso particular del sector de la paja toquilla, las encuestas se aplicaron a las 4 asociaciones establecidas del sector, mismas que agrupan a la mayoría de tejedoras.

LUGAR DE APLICACIÓN:

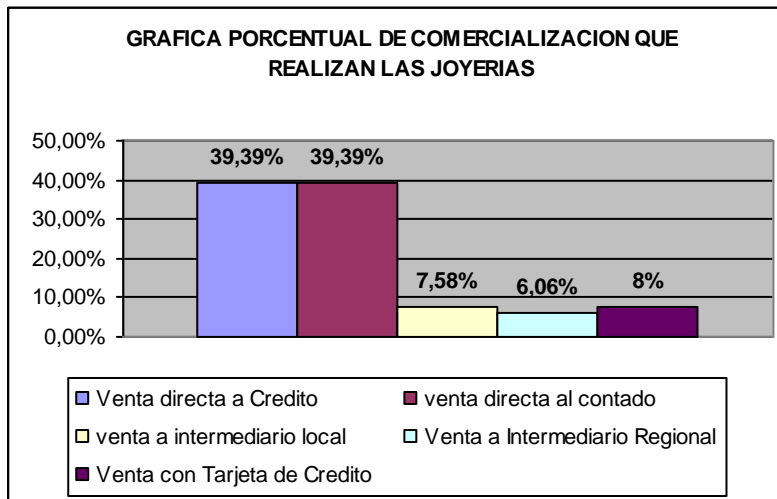
El alcance de la realización de las encuestas está la zona del Centro Cantonal de Chordeleg, las periferias del mismo: Sector de las Colinas, Ramos y otros cercanos; y los poblados de Shondeleg y Soransol.

INFORMACION RELEVANTE DE LA ACTIVIDAD DE LA JOYERIA

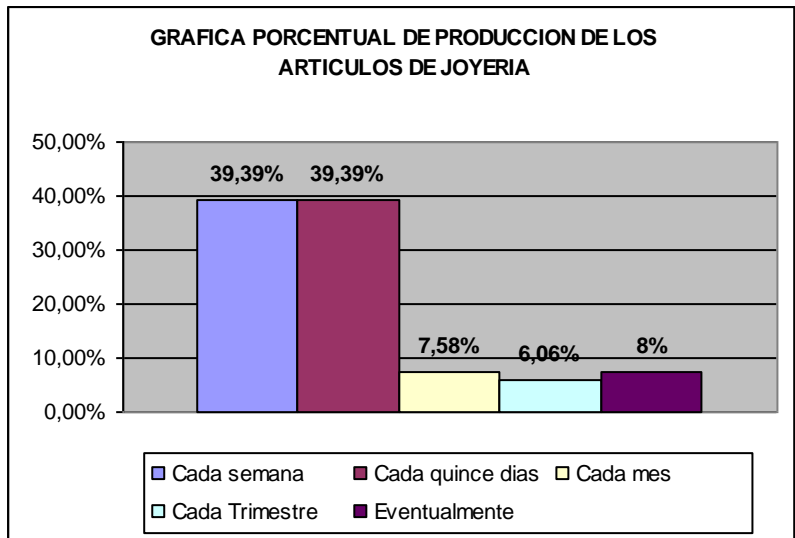
1. ARTÍCULOS DE JOYERIA QUE SE PRODUCEN



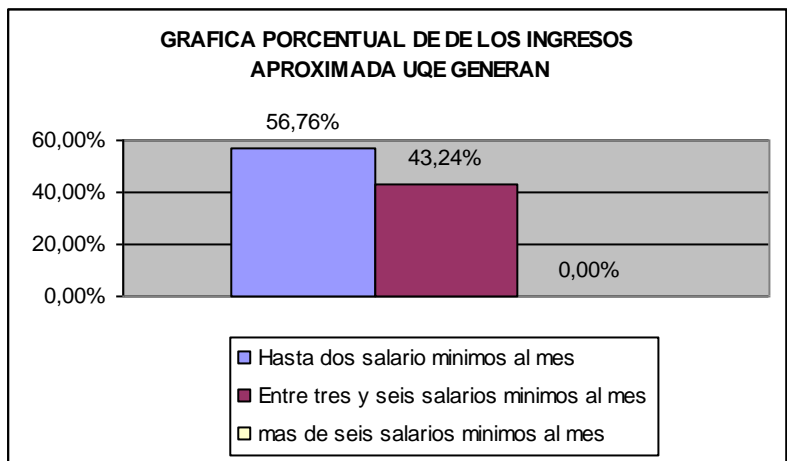
2. FORMA DE COMERCIALIZACION



3. FRECUENCIA DE PRODUCCION DE LOS ARTICULOS

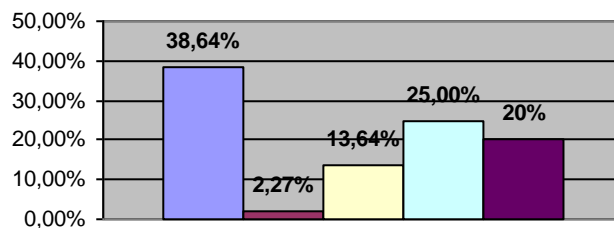


4. INGRESO APROXIMADO QUE GENERA ESTE NEGOCIO.



5. ALTERNATIVA DE COMERCIALIZACIÓN QUE SE PREFERIRÍA OPTAR PARA PRESENTAR SUS PRODUCTOS.

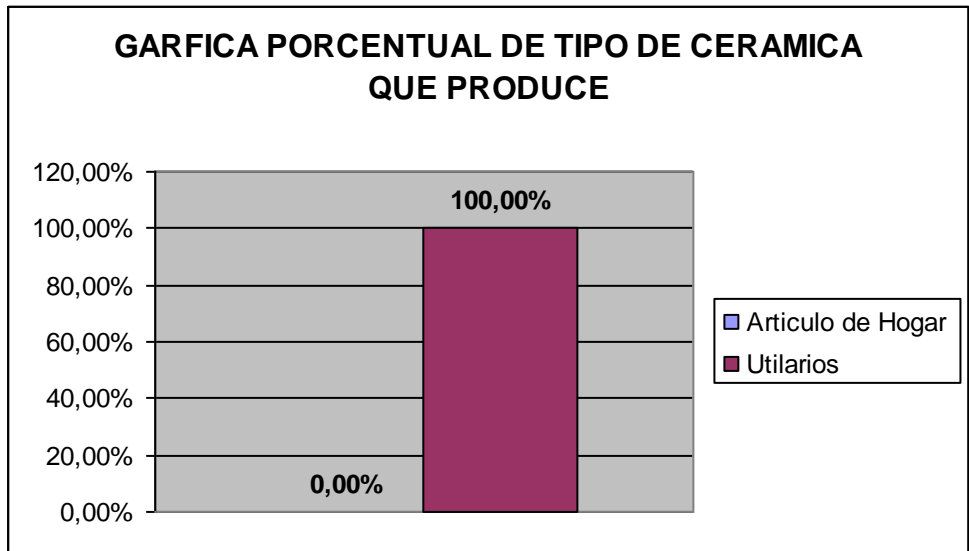
**GRAFICA PORCENTUAL DE LAS ALTERNATIVAS DE
COMERCIALIZACION**



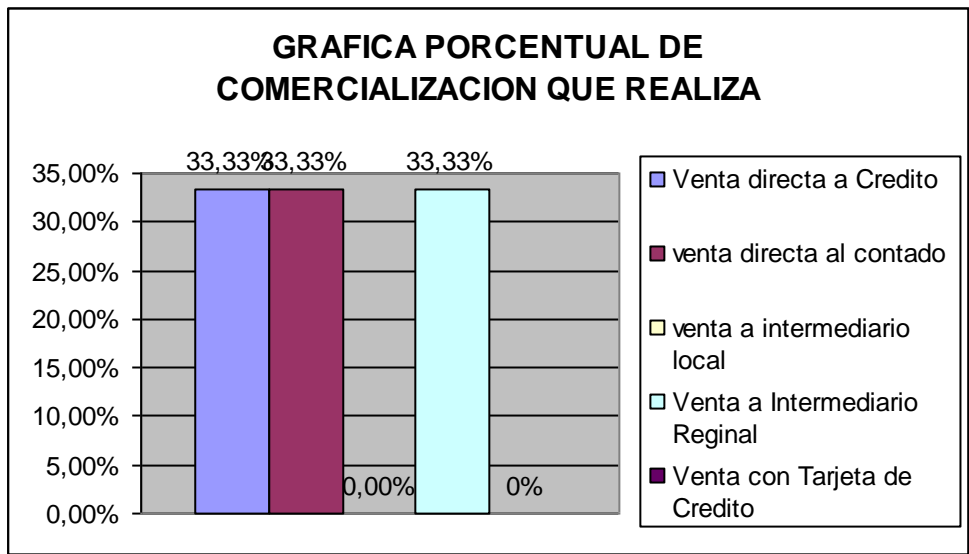
- Crear una pagina web local para productos artesanales
- Contacto por correo electronico
- Presentar una tienda virtual los productos (comercio electronico)
- Tiendas Distribuidoras localizadas en lugares estrategicos en el exterior indique donde
- Catalogo de productos . Con que frecuencia deberia actualizarse

INFORMACION RELEVANTE DEL SECTOR DE CERAMISTAS

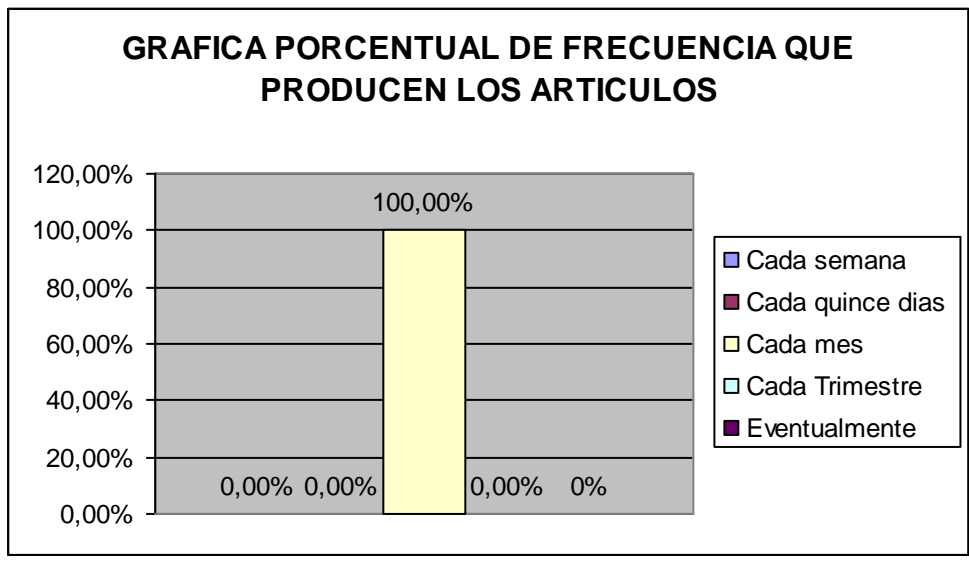
1. TIPOS DE ARTICULOS QUE SE PRODUCE



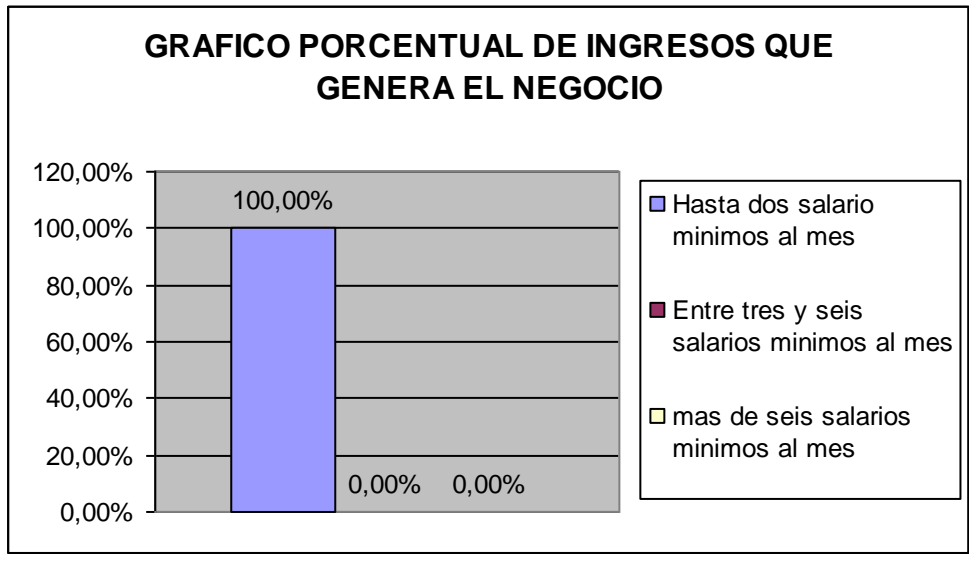
2. FORMA DE COMERCIALIZACION



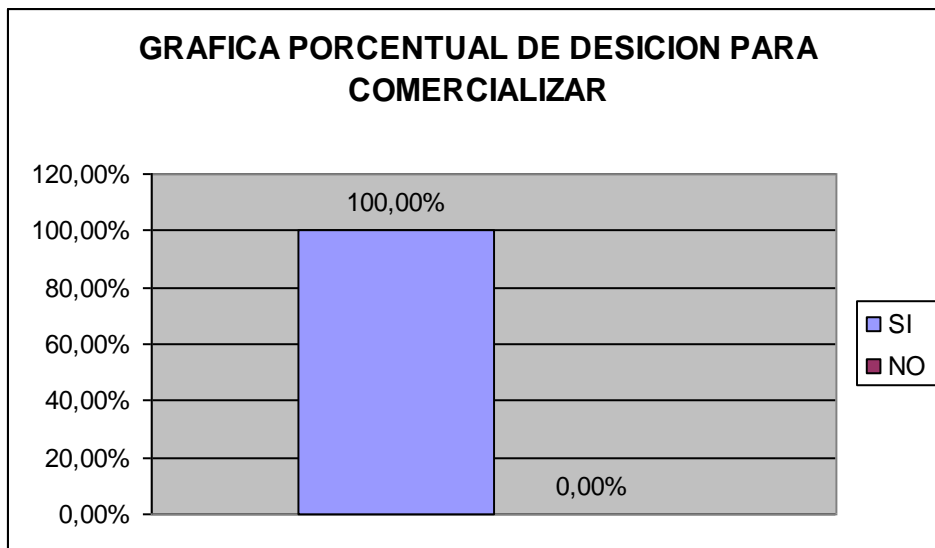
3. FRECUENCIA DE PRODUCCION



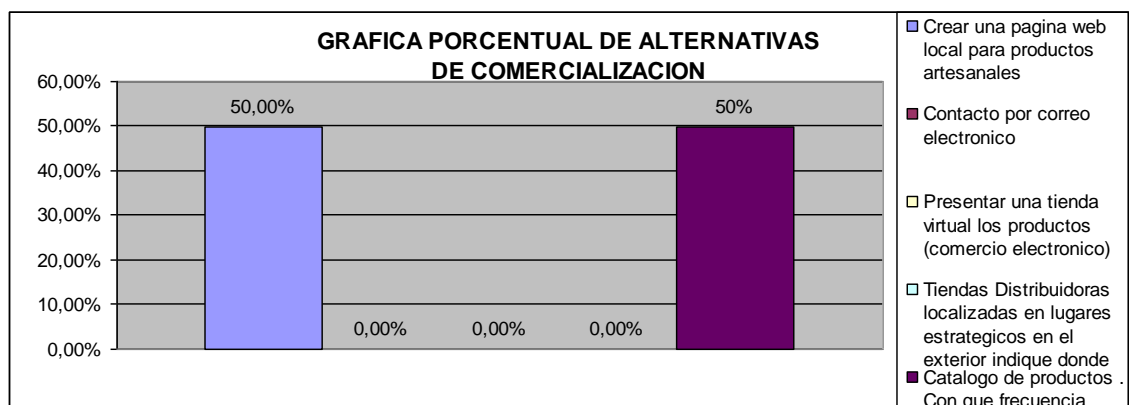
4. INGRESOS APROXIMADOS QUE GENERA LA ACTIVIDAD



5. ESTARIA DISPUESTO PRODUCIR SUS DIFERENTES ARTICULOS PARA OFERTARLO EN OTRAS MANERAS DE COMERCIALIZACIÓN



6. ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN SUGERIDAS



CONCLUSIONES PRELIMINARES

Podemos determinar ciertas variables con tendencias claramente definidas:

Sector Joyería y Cerámica:

1. La producción de artículos relacionados con la bisutería, tienen tendencia fundamental, el 92% de los artesanos se dedican a ese tipo de productos. En cuanto a los ceramistas, el mayor porcentaje se dedica a la elaboración de utilitarios.
2. Las formas de comercialización, se las realiza por medio de venta directa al contado y venta directa a crédito. Entre las dos formas ocupan

el 80% con relación al total. Las necesidades de liquidez obligan a realizar ventas directas a contado, y, el crédito directo se relaciona con clientes que actúan como intermediarios.

La frecuencia de producción en la actividad de joyería oscila entre cada semana y cada quince días, con lo que existe poco nivel de acumulación de inventarios. La frecuencia y la venta a crédito están muy relacionadas ya que el pago a los proveedores está en función del pago de los clientes.

El sector de la cerámica tiene una frecuencia de producción mensual; es decir en generalmente la elaboración de sus productos en inventario están alrededor de 1 mes.

3. Finalmente, se visualiza la necesidad de plantear una alternativa de comercialización por medio a través del internet, definido por medio de una página web con características de tienda virtual.