



DOI: <https://doi.org/10.46296/yc.v6i11edespnov.0253>

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DE LAS MICROEMPRESAS DE INDUSTRIA ARTESANAL EN MANABÍ

ANALYSIS OF THE VALUE CHAIN OF CRAFT INDUSTRY MICROENTERPRISES IN MANABÍ

Alcívar-Meza Ana María ¹; Zambrano-Montesdeoca Jasson Luis ²

¹ Estudiante de la Maestría académica con trayectoria profesional, en Administración de Empresas. Instituto de Posgrado, Universidad Técnica de Manabí (UTM). Portoviejo, Ecuador. Correo: aalcivar0085@utm.edu.ec. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3633-6086>

² Docente del Instituto de Posgrado, Universidad Técnica de Manabí (UTM). Portoviejo, Ecuador. Correo: jasson.zambrano@utm.edu.ec. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0501-8918>.

Resumen

Las industrias artesanales crean oportunidades de empleo y generan ingresos, preservan las costumbres y tradiciones locales y las popularizan mediante la elaboración de productos, es por esto que esta investigación surge por la necesidad de analizar la cadena de valor de este tipo de microempresas, en el que se considera a la asociación ASOCOCOEBANITOS y TROPITAGUA como principal fuente de estudio. El objetivo de la investigación es analizar la incidencia de la cadena de valor en la producción, de las empresas artesanales de Manabí. La metodología utilizada para esta investigación fue la descriptiva y exploratoria, con diseño cuantitativa y cualitativa, en el que se empleó la técnica de investigación, como es la encuesta a los productores y la entrevista a la principal autoridad de cada asociación. Dentro del marco de los resultados se obtiene que gran parte de los encuestados que representa el 51% tienen conocimientos sobre la representación de la cadena de valor en las microempresas artesanales. En conclusión, las diversas asociaciones artesanales se enfocan en aumentar el rendimiento mediante las actividades primarias como secundarias.

Palabras claves: cadena de valor, artesanal, microempresa.

Abstract

Craft industries create employment opportunities and generate income, preserve local customs and traditions and popularize them through the production of unique local products, which is why this research arises from the need to analyze the value chain of this type of microenterprise. in which the ASOCOCOEBANITOS association is considered as the main source of study. The objective of this investigation is to analyze the incidence of the value chain in the production of the artisan companies of Manabí. The methodology used for this research was descriptive and exploratory, with a quantitative and qualitative design, in which the research technique was used, such as the survey of producers and the interview with the main authority of each association. Within the framework of the results, it is obtained that a large part of the respondents who represent 51% have knowledge about the representation of the value chain in artisanal microenterprises. In conclusion, the various craft associations focus on increasing performance through primary and secondary activities.

Keywords: value chain, craft, microenterprise.

Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 13 de septiembre de 2022.

Fecha de aceptación: 01 de noviembre de 2022.

Fecha de publicación: 21 de noviembre de 2022.



1. Introducción

La participación en las cadenas de valor en el mundo, conduce a resultados positivos, como es la ganancia económica por la implementación de este tipo de herramienta estratégicas, lo que, a su vez, implica beneficios significativos para las organizaciones participantes. Así como lo indica la (Organización para la economía, cooperación y Desarrollo- OECD 2021) alrededor del 70% del comercio internacional actual implica cadenas de valor globales (CGV), ya que los servicios, las materias primas, las piezas y los componentes cruzan las fronteras, a menudo en numerosas ocasiones. Una vez incorporados a los productos finales, se envían a consumidores de todo el mundo.

Entonces, la cadena de valor alberga nuevas oportunidades para las empresas más pequeñas y los participantes de las economías de mercados que se encuentran en pleno desarrollo económico, debido a que no tienen que dominar todas las etapas de los complejos procesos de producción para participar en la economía mundial,

tal como lo indica, Andrews & Witheridge (2018) “la industria alimentaria mundial, han demostrado ser bastante sólidas, con solo algunos cuellos de botella observados, principalmente en la parte de las cadenas de valor, como el procesamiento nacional y la distribución minorista”.

En ese sentido, en varios casos, la cadena de valor ha ayudado a los países a aliviar las presiones de la demanda de suministros esenciales. Son muchos de los países que incluyen la cadena de valor en sus procesos, como vehículo de crecimiento y desarrollo, como ventaja competitiva, en el que se dividen en tres componentes principales.

Por otra parte, Karthikeyan (2021) “los países en desarrollo perciben que la cadena de valor mejora su sector manufacturero, con la ayuda de la ventaja comparativa de mano de obra calificada y barata, viéndolo como una oportunidad para reducir el déficit comercial”.

Según la Oficina Central de Estadísticas-(CSO) (2022) la mayoría de las empresas que compraron bienes/materiales en el



extranjero compraron en el Reino Unido o la UE. Dos de cada cinco (40%) empresas tuvieron dificultades para obtener materias primas o productos intermedios de proveedores en el extranjero debido al COVID-19. Más empresas (47 %) compraron bienes/materiales de proveedores en el extranjero que los que suministraron a empresas en el extranjero (24 %). Materias Primas (21%) y Maquinaria y Otros Equipos Técnicos (20%) utilizados en la producción de una empresa fueron las compras más comunes al exterior. El Reino Unido fue el lugar más popular tanto para la compra global como para el suministro de bienes/materiales y servicios.

Desde el punto de vista de la Organización Mundial del Comercio (2020) en los últimos años, la llamada regionalización de la cadena de valor (RCV) lo que se produce en la “Fábrica de Asia” (las grandes economías de Asia Pacífico) se venden en Asia, lo que se produce en la “Fábrica del Norte” (los tres gigantes del T-MEC) se vende en Norteamérica y lo que se produce en la “Fábrica Europea” (la Unión Europea y el reino Unido) se queda en Europa.

Duran (2018) agrega que en América del Sur la integración en Cadenas Regionales de Valor es escasa y se da fundamentalmente en las relaciones entre pocos países, como son Argentina-Brasil, Ecuador-Colombia-Perú, Brasil-Uruguay. Las principales cadenas son la automotriz y autopartes, electrónica, aeronáutica y vestuario. Brasil, como principal país de la región, está lejos de cumplir el rol de motor económico que cumple Estados Unidos en América del Norte o Alemania en Europa. En América Latina debe enfrentar un escenario más hostil, pues su participación en las cadenas de valor en el mundo es principalmente a través de la exportación de commodities y la importación de manufacturas.

De acuerdo con Parrales., et al (2021) en Ecuador, las organizaciones de la Economía Popular y solidaria (EPS) se encuentran insertas en una infinidad de actividades económicas, tales como, agricultura, ganadería, caza y silvicultura, construcción, enseñanza, explotación de minas y canteras, manufactura, pesca, reciclaje, servicios, transporte, almacenamiento y comunicación,

turismo y otras. Pero a diferencia de las empresas de capital, intentan satisfacer necesidades con base en prácticas de solidaridad, equidad, autogestión, cooperación, entre otros.

Según el Instituto de Economía Popular y Solidaria (2020) en la Encuesta Nacional Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) a diciembre de 2019 abarca a 2'290.304 personas. Con respecto a la facturación declarada de 9,5 millones de USD en el año 2010 pasó a 237,9 millones de USD en el año 2018 que corresponden al sector de la EPS. Las organizaciones de la EPS que se dedican a estas actividades económicas están presentes en las provincias de Los Ríos, Manabí, Guayas, El Oro, Chimborazo, Tungurahua y Loja.

No obstante, Fundación Heifer Ecuador (2022) agrega que “las familias participantes tienen poco conocimiento de la cadena de valor en la que participan y requieren fortalecer sus capacidades”. Indica, Padilla (2017) que todo productor, por pequeño que sea, pertenece a una cadena de valor, desde el momento que compra insumos y

comercializa sus excedentes, aunque sea de manera informal.

De acuerdo a Guzmán & Chire (2019) el sector de la fruticultura presenta ciertas deficiencias en la cadena de valor, como es una cadena productiva desarticulada, desorganización, falta de diversificación y valor agregado a los productos, los eslabones de producción y comercialización se encuentran fuera de accesos rápidos, limitando la accesibilidad a la información, por tanto, el flujo de información con proveedores y cliente es limitada. Infraestructura limitada, los productores no presentan instalaciones adecuadas para el procesamiento de los productos.

En las comunidades de Santa Elena poseen una deficiente gestión de la cadena de valor, esto conlleva a incurrir costos extras que reducen rendimientos del sector.

Las autoras Parrales & Rodríguez (2019) manifiestan que la asociatividad y la cadena de valor son factores importantes para hacer frente al desarrollo económico. Está conformada por campesinos dueños de terrenos de máximo ocho hay que



aglutina a casi 350 socios legalizados de los cantones Baba, Palenque, Pueblo viejo y el mismo Vinces, además de 300 a 400 productores en tránsito.

Se debe analizar la estructura organizativa y actores presentes de la cadena de valor, con la finalidad de intervenir en el mercado local, nacional e internacional. Según Sumba & Santistevan (2018) en su investigación sobre las microempresas y las necesidades de fortalecimiento, reflexión de la zona sur de Manabí, revelan, que las microempresas de los cantones; Jipijapa, Paján y Puerto López ubicados en la zona sur de la Provincia de Manabí, atraviesan problemática relacionada a la organización interna de sus establecimientos, afectando la toma de decisiones acertadas por parte de sus administrativos en relación a la información veraz y confiable que deben manejar, lo que, sin dudas, disminuye las posibilidades de mayores niveles de rentabilidad y crecimiento sostenido.

En sentido concreto, este estudio se enfoca en dos microempresas dedicadas a la producción y comercialización de productos

artesanales, la primera microempresa está ubicada en la parroquia Riochico con el nombre de Asococoebanitos es dedicada a la elaboración de productos derivados del coco, como aceite de coco, rompopes entre otros, cuenta con 10 miembros obteniendo la vida jurídica por parte de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en febrero del 2018. Mientras que TROPITAGUA que es otra de las microempresas artesanales, es liderada por jóvenes emprendedores ha logrado posicionarse en el mercado nacional e internacional desde el año 1993. Ubicada en Sosote, Ofrecen una gama de productos en bisutería con acabado de excelente calidad que va desde collares, aretes, pulseras, anillos entre otros.

Se justifica debido a que se considera necesario analizar la cadena de valor y su incidencia, en este caso interna, puesto que se produce dentro de las microempresas de la provincia de Manabí en la industria artesanal, específicamente en los sitios Sosote y Riochico, ambas ciudades, escogidas para diagnosticar los niveles de conocimientos de

producción de los colaboradores de las microempresas, y lograr mejores resultados en las ventas de la variedad de productos que ofrecen, así mismo identificar como la mano de obra de los trabajadores conllevan a la obtención de productos de calidad, por otro lado como las herramientas tecnológicas logran que el consumidor conozca el producto a través de las redes sociales.

La importancia de esta investigación radica en aportar conocimientos en el análisis e identificación de la información, para que los microempresarios obtengan opciones para mejorar los procesos de producción así mismo sus ventas, los beneficiarios serán dos microempresas que se dedican a la elaboración y comercialización de productos artesanales que son fuentes de empleo para nuestra provincia y país.

1.1. Cadena de valor en las microempresas artesanales

El sector artesanal ha ido evolucionando con el pasar del tiempo, pasando de ser una práctica primitiva; ha familiar, colectiva, comunitarias ya estableciendo en

agrupaciones agremiadas según sus actividades, los mismos que se encuentran protegidos y ayudados tanto por los sectores privados y públicos de un estado.

En el Ecuador se evidencia muchas riquezas culturales, las cuales, son invaluable, donde destacan su diversidad de artesanías confeccionadas en diferentes partes del país, imponiendo la superioridad del producto, un gran porcentaje de estos se exportan alrededor del mundo, una de las artesanías son la tagua de la asociación Tropitagua, donde se debe seleccionar el tipo de tagua, luego secar, pelar, cortar y por consiguiente darle la forma al producto, mientras que en Asococoebanitos, requieren realizar otros tipos de procesos, como es la recolección, producción, procesamiento y comercialización de sus productos. De acuerdo con la Ley de defensa del artesano (2016) en el artículo 2, literal b:

Este considera que un artesano es un trabajador con la capacidad de realizar actividades de trabajo con o sin herramientas a su alcance, que se encuentren debidamente certificado por la Junta de Defensa del artesano y registrado en el



Ministerio de trabajo en su taller o espacio, con sus herramientas de trabajo. (pág. 1)

Sarmiento & Luna (2021) plantea que el sector artesanal ha tenido que enfrentar momentos muy duros en este periodo de pandemia, algunas de ellas siguen operando desde sus casas, sin abrir sus negocios, el internet ha sido clave para poder afrontar sus necesidades mínimas, a través del teletrabajo que ayudó a controlar.

Es necesario recalcar que los artesanos viven de su labor y esfuerzo diario, hoy en día realmente se desconoce datos estadísticos exactos sobre comunidades que siguen con esta majestuosa profesión, manteniendo la costumbre cultural en el país. Tal como lo indica, Ruiz (2021) resulta difícil presentar cifras concretas sobre la población de artesanos en el país, en vista de que aún prevalece el trabajo informal en el sector con artesanos rurales, campesinos o subcontratados que producen en condiciones precarias, no se encuentran certificados ni pertenecen a ningún gremio.

Sin embargo, se detalla información sobre el número de talleres que existen en el país, que de acuerdo con el Ministerio de Turismo (2019) en Ecuador existen alrededor de 120 mil talleres artesanales que agrupan alrededor de 480 mil artesanos aproximadamente de manera directa, y si consideramos a todos los encadenamientos productivos; prestadores de servicios, proveedores, estamos hablando de una población total de 2 millones 400 mil personas, que depende directamente de la actividad artesanal en general.

De acuerdo con la Junta Nacional de Artesanos (JNDA) (2018) el gobierno ecuatoriano junto a la JNDA trabajó para incrementar la producción artesanal y facilitar los procesos legales para que los artesanos puedan ejercer su labor en el campo formal de trabajo. Para esto se incrementó el número de talleres artesanales que otorgan una certificación de carácter profesional a sus participantes, que en 2018 fue de 22.350 talleres.

En el mismo año se registraron 13.812 artesanos que recibieron su título artesanal a través de Centros de Formación Artesanal, prácticas

profesionales y revalidación de títulos previos. Asimismo, se capacitó a 9.372 artesanos en cursos internos y convenio que se manejan a través de un proceso de aprendiz-operario-maestro. Por otra parte, en el Ecuador, existen alrededor de 48.000 artesanos, que generan en promedio, 980 mil empleos. Gavilánez (2021)

En la economía ecuatoriana, según Ron & Sacoto (2017) las pequeñas y medianas empresas, aportan con el 90% al sector empresarial, el 50% al Producto Interno Bruto y el 60% en la generación de empleo, por lo que, dinamizan todo el aparato productivo, generando riqueza, crecimiento económico y bienestar social.

Según Global Business Consultants-GBC (2021) en el año 2021 la Asamblea Nacional del Ecuador resolvió la creación del régimen RIMPE, en el que se elimina los regímenes del RISE y de Microempresas, y es reemplazado por el RIMPE, que es el Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares, con el objetivo de cubrir el déficit del presupuesto general del estado.

Respecto a la cadena de valor, Alvarado & Oddone (2017) menciona que la cadena de valor tiene cuatro elementos importantes que se deben analizar en una empresa, como es la relación de los eslabones y actores, seguido de la apropiación del valor agregado y procedimiento de la cadena para adaptarse a los agentes de la cadena. De la misma manera estos autores agregan que la mayor concentración de microempresas se da en las siguientes provincias: Pichincha con el 23,10% de representación, Guayas con el 18,40%, seguido de Manabí con el 8,3%, Azuay con el 6,25 y Tungurahua con el 5,1%; entre otros.

De acuerdo a la JNDA (2021) en la provincia de Manabí, en el año 2021 se emitieron alrededor de 983 certificados de calificación a artesanos capacitados. Como también, existen 21455 sociedades sastres y modistas de manta.

Por otra parte, en referencia a la cadena de valor, no se resalta de un producto en específico, sino de las microempresas artesanales, considerando como eje, a la asociación ASOCOCOEBANITOS y la TROPITAGUA.



1.2. Microempresas artesanales ASOCOCOEBANITOS y TROPITAGUA.

Se detalla que cada asociación tiene una función diferente, en el caso de ASOCOCOEBANITOS, se enfoca en la producción de productos variados a base del coco, entre ellos se menciona el manjar, cocadas, rompoppe, aceite de coco, entre otros. Por la parte, de la asociación TROPITAGUA se encarga de elaborar artesanías a base de la tagua.

Al interior de las microempresas se evidencia un débil desconocimiento de los procesos de producción debido a que los colaboradores elaboran sus productos de dos maneras como es manualmente y por medio de las máquinas, lo cual, en el proceso de transformación desconocen algunos procedimientos lo que repercute a que el producto obtenga un valor agregado y genere ventaja competitiva.

Además, la mano de obra calificada por parte de los colaboradores no es supervisada lo que influirá en la calidad de sus productos, por lo otro lado existe falta de herramientas tecnológicas que ayuden a que el

consumidor conozca más sobre el producto por lo que repercutiría en el cumplimiento de sus ventas.

2. Metodología

Se detalla la metodología que se aplicó en este estudio, para el análisis del objeto de estudio, los tipos de investigación utilizados fueron: la investigación descriptiva y la investigación exploratoria, ambas aportan al nivel de conocimiento que se pretende alcanzar, como es a través de la verificación de un fenómeno, identificar las cualidades, determinar comportamientos de los productores y explicar funciones.

La población está conformada por dos microempresas, ASOCOCOEBANITOS cuenta con 10 socios TROPITAGUA con 23, que son los productores y comercializadores de los productos, al ser un universo pequeño de un total de 33 personas, la muestra será finita, por lo que solo se realizó las entrevistas y encuestas a los miembros de las microempresas, omitiendo la aplicación de alguna fórmula, para extraer una muestra más pequeña.

En el diseño de la investigación tiene un enfoque cualitativo, y cuantitativo, dado que se recopiló información sobre el objeto de estudio, aquel que se encuentra inmerso en la problemática relacionada a las microempresas de industria artesanal. Este diseño de investigación es un instrumento metodológico para desarrollar el proceso investigativo y verificar la competencia académica y científica en la solución de problemas.

Se empleó el método inductivo, permitiendo determinar conclusiones generales, partiendo de una base de conceptos y teorías particulares, con acordes a la cadena de valor, los cuales permitió observar los problemas que tienen los productos desde su elaboración hasta su comercialización logrando generalizar los resultados de la misma. Como también, se emplea el método deductivo permitiendo fundamentar las teorías y conceptos relacionados con el objeto de estudio, la cual se aplicó después de obtener toda la información necesaria, para posteriormente concluir en la fundamentación de los hallazgos de la investigación.

Se realizó la entrevista a los presidentes de las microempresas conformes al objetivo de estudio, su uso ofrece a la investigación la posibilidad de una triangulación metodológica, clave para una mayor rigurosidad científica de los resultados. De acuerdo a los instrumentos se realizó la encuesta a los colaboradores de las microempresas, la entrevista a los presidentes encargados de las microempresas y la observación, se utilizó estos instrumentos con el fin de recopilar información u obtener datos que son necesarios, para la resolución de la problemática planteada.

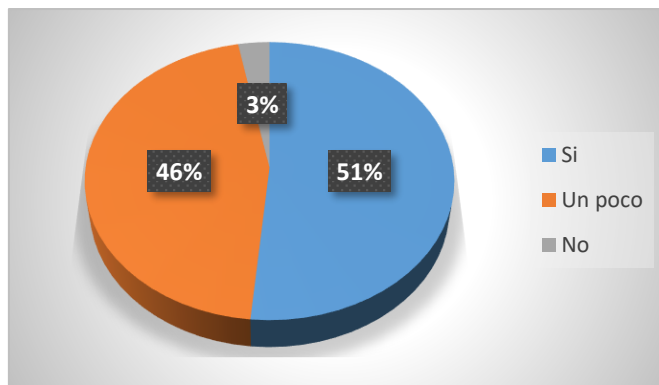
3. Resultados

Para tener idea de cómo las microempresas artesanales abordan el tema de la cadena de valor en sus respectivos productos, es necesario la aplicación de encuestas, en el que se analiza cada uno de los comerciantes que desarrolla sus productos en la provincia de Manabí, por ende, se presenta las figuras respectivas de las principales preguntas con mayor relevante en esta investigación, el cual, consta de

33 personas, a las que se realizó este estudio.

Figuras y tablas

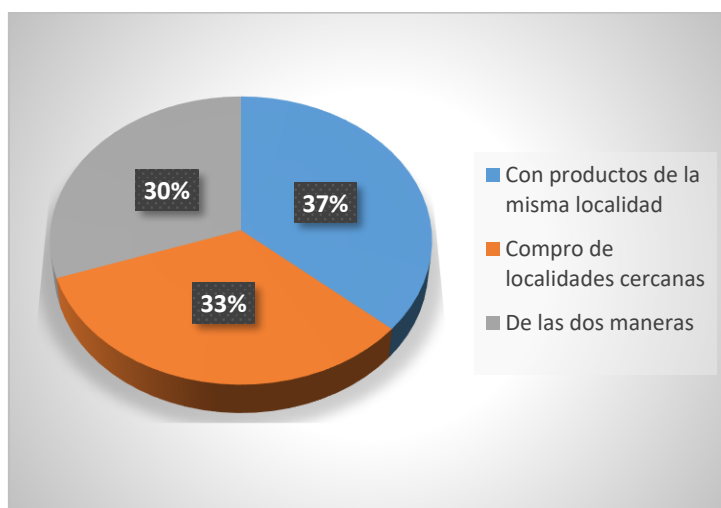
Figura 1. Conocimiento de los productores sobre la cadena de valor



En la actualidad, el conocimiento de los productores sobre la cadena de valor es superior a la esperada, debido a que muchas empresas a pesar de ser nuevas en el mercado, se fundamentan en la calidad de sus productos y atención eficiente al consumidor, el cual, mediante las

encuestas realizada a los productores de las asociaciones, un 51% considera conocer sobre la función de la cadena de valor en las microempresas, mientras que un 46% considera que un poco y solo el 3% menciona que no conoce.

Figura 2. Origen de la materia prima



Fuente: Elaboración propia.

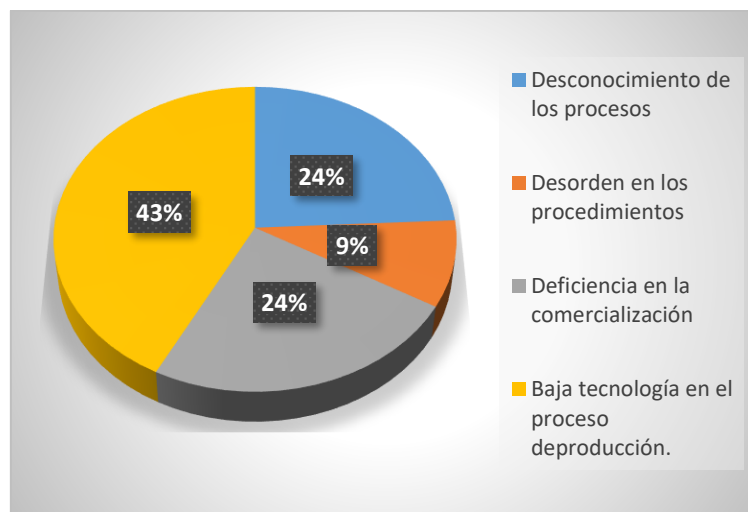
Como microempresarios, tener la certeza del origen de cada materia

prima se convierte en una prioridad, por ende, presentar un producto de

calidad depende en gran parte de los productores, el cual, mediante la encuesta realizada a estos, se evidencia que el 37% adquiere la materia prima en la misma localidad, mientras que el 33% lo adquiere de lugares cercanos y solo un 30% lo

adquiere de las dos maneras. Representando para estos socios una gran variedad de sitios que brinda iguales o mejores productos de calidad, en el que se sienten seguros del producto final que brindan a los clientes.

Figura 3. Principales problemáticas que afectan a las microempresas

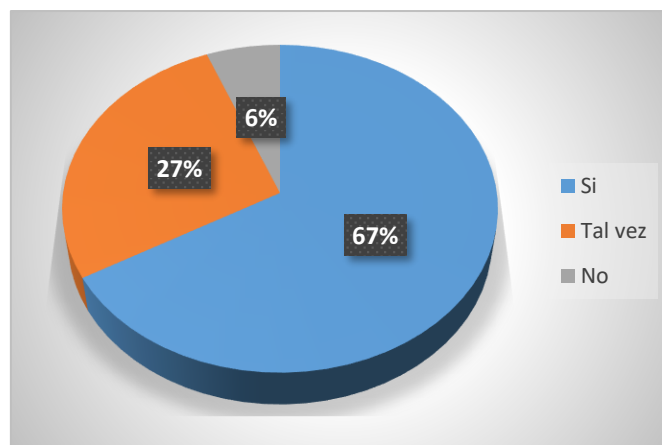


Fuente: Elaboración propia.

En todo sector económico, se evidencian algún tipo de problemática, para el caso de las asociaciones en la que se envuelve este estudio, los comerciantes manifiestan que su problemática principal es la baja tecnología que se emplea dentro del proceso de producción, representando el 43% de los resultado, mientras que tanto el desconocimiento de los procesos y deficiencia en la comercialización

representan en ambos casos el 24%, solo un 9% manifiesta que es el desorden en los procedimientos, por lo tanto, se considera que el mal uso de la tecnología influye en gran parte en la población encuestada, el cual, a su vez, representa una ventaja a quienes la tecnología aun no forma parte de su proceso de producción, comercialización y distribución, como es el caso de la figuras de tagua.

Figura 4. Adecuados procesos de producción

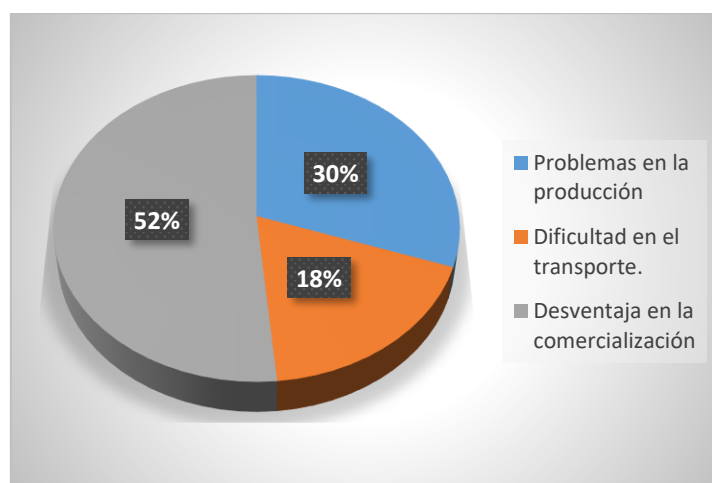


Fuente: Elaboración propia.

Mediante la encuesta realizada a los comerciantes que se encuentran inmersos en las asociaciones de estudio, un 67% considera que los procesos de producción que se llevan a cabo en las microempresas artesanales son los adecuados, mientras que el 27% considera que tal vez, y solo un 6% considera que

no, resultando satisfactorio que los comerciantes consideren la importancia que implica realizar un buen procedimiento de producción en la elaboración de sus productos, el cual, muchas veces sus ingresos dependen de cómo están presentando un producto a sus clientes.

Figura 5. Tipos de problemas de la actividad productiva



Fuente: Elaboración propia.

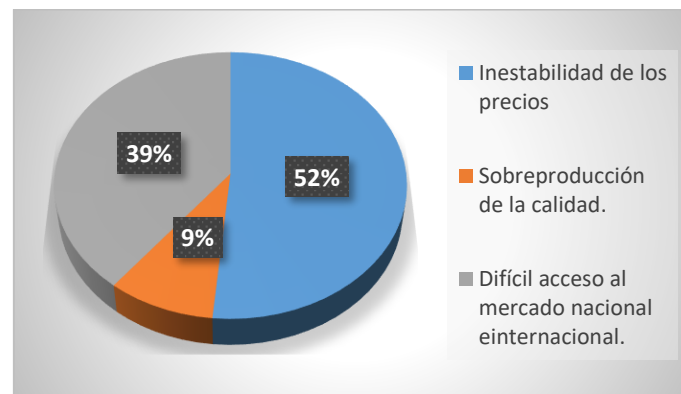
Una buena actividad productiva es el resultado conjunto del aporte eficiente de cada comerciante, en el

que actúan de manera rápida ante algún tipo de problemática que se pueda presentar al momento de

elaborar sus productos, como es el caso de estas asociaciones, el cual, el 52% considera que el tipo de problemática que presenta su actividad productiva es la desventaja a la hora de comercializar algún producto a los clientes, mientras que

el 30% considera que su problema es la producción y solo el 18% considera que es el transporte, el cual, no se debe descartar ninguna de estas opciones, a la hora de analizar una buena cadena de valor.

Figura 6. Problemáticas que afectan la comercialización de los productos

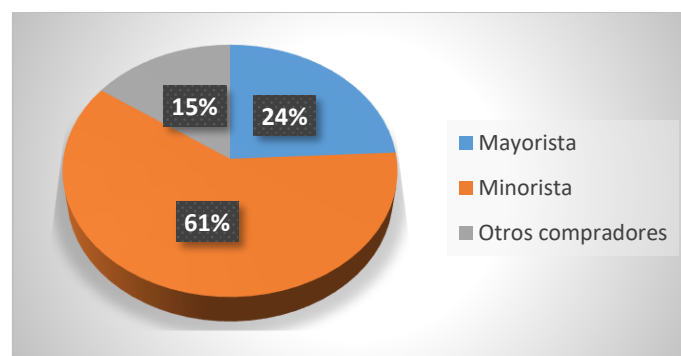


Fuente: Elaboración propia.

En el caso de las problemáticas que afectan a la comercialización de los productos, la inestabilidad en los precios es una de ellas, el cual, el 52% de los encuestados lo considera como su principal problema, mientras que el 39% que es el difícil acceso a los mercados nacional e internacional y solo el 9% considera

que es la sobreproducción de la calidad, representando en la localidad que su principal afectación son la variabilidad de los precios, en el que muchas veces se reduce la producción de algún producto, y con ello, la rentabilidad de los ingresos de estos comerciantes.

Figura 7. Tipo de distribución



Fuente: Elaboración propia.



De acuerdo a la encuesta realizada a los comerciantes de las asociaciones de estudio, el 61% manifiesta que el tipo de distribución que ejercen es la minorista, mientras que el 24% distribuye de manera mayorista y solo el 15% lo realiza a otros compradores, representando que en gran parte de los comerciantes se enfocan en el mercado minorista, el cual, genera una mayor participación e ingresos para este tipo de sector artesanal.

Entrevista

Otra de las técnicas que se emplean en este estudio, es la entrevista a los presidentes o principales representantes de la ASOCOCOEBANITOS y TROPITAGUA, como fuente generadora de información que acerca a la realidad en la que viven y se desenvuelven las microempresas artesanales.

En el caso de la ASOCOCOEBANITOS, los procedimientos que aplican para fabricar los diversos productos son el proceso de recolección del producto (coco), la producción, el procesamiento y comercialización, mientras que en la asociación

Tropitagua, es la selección, luego el secado, pelado clasificado el corte de la corte de la semilla, dar forma a la semilla, procesamiento en máquinas y comercialización, por ende, se evidencia que cada asociación maneja un tipo de procesamiento de sus productos de manera diferente.

De la misma manera, en el caso de la comercialización de sus productos, ambas asociaciones manifiestan que utilizan un canal directo, es decir, producto-cliente, donde no se evidencian intermediario alguno. Por otra parte, el modelo de comercialización que actualmente cuentan a la hora de expandir su actividad economía es la venta en línea, esto debido a la pandemia que en años anteriores afectó a gran parte de la población empresarial.

Cada mercado artesanal se desempeña de forma distinta, para el caso de ASOCOCOEBANITOS, el factor que la hace diferenciarse con otros mercados es que sus productos salen frescos y se elaboran de la mejor manera, por el contrario de la asociación TROPITAGUA, el cual, personaliza sus productos de acuerdo a las

necesidades de los clientes, como también el producto es de calidad.

Por otra parte, a la hora de fabricar sus productos, en ambas asociaciones coinciden que integran sus habilidades, creatividad e ingenio de cada una de sus productos, así mismo, la capacitación es lo principal para dar un producto con valores agregados en el que los clientes se muestren satisfecho al momento de adquirirlos.

Respecto a los factores que afectan a la cadena de valor en las microempresas artesanales, en la ASOCOCOEBANITOS consideran que son las plagas en las plantaciones de coco que afectan la calidad del producto, por el caso de la asociación TROPITAGUA es la inestabilidad de precios, puesto que su principal herramienta es la tagua.

Cuando se refiere a las afectaciones de estas microempresas, no solo se refiere a su producción, sino también a los desafíos que estos deben enfrentar, como es el caso de la globalización comercial, ante la presencia de una buena cadena de valor de estas microempresas, en donde, ambas consideran que sus

desafíos principales son el posible desinterés de sus productos, lo que, a su vez, influye en que el producto sea reconocido.

Al hacer referencia sobre la cadena de valor, las asociaciones han modificado sus procesos de producción, con el objetivo de disminuir los canales de transmisión de contagio del covid-19, donde el proceso de comercialización, se realiza actualmente de forma diferente, no solo mediante el contado preventivo en la tienda del cliente sino también a través de la venta en línea de sus productos.

En la parte de logística y distribución ambas asociaciones consideran que se debe mejorar ciertos factores, como es el caso del desplazamiento de sus productos a lugares más seguros, en el que muchas veces el transportar un producto de un lugar a otro, estos son manipulados sin el debido cuidado, afectando de alguna manera el estado físico del producto. En el que ambas asociaciones, coinciden que se debe establecer medidas para perfeccionar la logística en el almacenaje de la materia prima, debido a que aumentaría la eficiencia en el control de inventarios, para así, ofrecer un



mayor valor al menor costo posible, en otras palabras, se enfoca en crear una ventaja competitiva y así, aumentar la productividad, con costos razonables.

4. Conclusiones

Se analiza que la cadena de valor brinda a cada microempresa herramientas que les permite maximizar el valor de sus productos en el mercado, como es el caso de ambas asociaciones, donde el valor de sus productos que son notablemente artesanales, representan una ventaja competitiva, como también refine las prácticas comerciales que se realizan en estas asociaciones, por ejemplo, mostrar habilidades, tener una conexión social alta, con sus posibles clientes, con el fin de maximizar la eficiencia de su producción, y con ello, aumentar los márgenes de beneficio posibles.

En la microempresa ASOCOCOEBANITOS se evidenció que sus productos llevan una producción eficiente, porque al ser estos productos de buena calidad y de excelentes precios, permanecen en el mercado. En TROPITAGUA

esta microempresa gracias su variedad de productos hacen de ella una asociación reconocida y competitiva que gracias a la transformación de sus productos logran la satisfacción de los clientes cubriendo las necesidades de su demanda.

Bibliografía

- Andrews, D & Witheridge, W. (2018), “¿Un genio en la botella? Globalisation, Competition and Inflation”, Economics Department Working Papers. Obtenido de: [http://www.oecd.org/officialdo cuments/publicdisplaydocum entpdf/?cote=ECO/WKP\(201 8\)10&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdo cuments/publicdisplaydocum entpdf/?cote=ECO/WKP(201 8)10&docLanguage=En) .
- Duran, J. (2018). Cadenas de Valor e Integración Regional: El aporte de las MIP. CEPAL. Ciudad de México. Obtenido de: https://www.cepal.org/sites/de fault/files/presentations/4jose _duran.pdf.
- Fundacion Heifer Ecuador. (2022). Cadena de valor inclusiva de lácteos. Obtenido de: <https://www.heifer-ecuador.org/proyecto/cadena s-de-valor-inclusivas-de- lacteos/>
- Gavilánez, A. (2021). Desafíos del comercio artesanal en tiempos de covid-19 y su incidencia en los niveles de ingresos familiares, parroquia,



- la pila. Obtenido de: <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3072/1/Tesis%20Annabelg.pdf>.
- Global Business Consultants-GBC (2021). Nuevo régimen RIMPE. Adiós RISE y Régimen de Microempresas. Obtenido de: <https://gbc.com.ec/nuevo-regimen-rimpe/>
- Guzmán, J., & Chire, G. (2019). Evaluación de la cadena de valor del cacao (Theobroma cacao L.) peruano. Revista Scielo, 10(1). Obtenido de: <https://www.redalyc.org/journal/5722/572262171009/html/>
- Junta Nacional de Artesano. (2021). Base de datos estadística. Obtenido de: http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2022/04/PRESENTACION-DE-RENDICION-DE-CUENTAS-2021-comprimido_compressed_compressed.pdf.
- Junta Nacional de Defensa del Artesano. (2018). Rendición de cuentas enero-diciembre 2018. Recuperado de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2019/03/INFORME-DE-RENDICION-DE-CUENTAS-A-2018-compressed.pdf>
- Karthikeyan, S. (2021). Cadenas de valor globales y estadísticas comerciales: ¿Por qué son importantes? Obtenido de: https://www.business-standard.com/article/opinion/global-value-chains-and-trade-statistics-121111901150_1.html
- Ley de Defensa del Artesano. (2016). Ley de defensa del artesano. Obtenido de: <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). Gobierno ratifica su compromiso con el artesano ecuatoriano. Obtenido de: <https://www.turismo.gob.ec/gobierno-ratifica-su-compromiso-con-el-artesano-ecuatoriano/>
- Oficina Central de Estadísticas (CSO). (2022). Cadena de valor globales 2021. Obtenido de: <https://www.cso.ie/en/release/sandpublications/ep/p-gvc/globalvaluechains2021/>
- OMC. (2020). Desplome del comercio ante la pandemia de COVID-19, que está perturbando la economía mundial, Organización Mundial del Comercio. Obtenido de: https://www.wto.org/spanish/news_s/pres20_s/pr855_s.htm#:~:text=
- Organización para la Economía, Cooperación y Desarrollo-OECD, (2021). Cadenas globales de valor: Eficiencia y riesgos en el contexto del COVID-19. Obtenido de:



- <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/global-value-chains-efficiency-and-risks-in-the-context-of-covid-19-67c75fdc/>
- Organización para la Economía, Cooperación y Desarrollo-OECD, (2021). Las implicaciones para la política comercial de las cadenas globales de valor. Obtenido de:
<https://www.oecd.org/trade/topics/global-value-chains-and-trade/>
- Padilla, R. (2017). Política industrial rural y fortalecimiento de cadenas de valor. Santiago de Chile- Chile: CEPAL-FIDA. Obtenido de
<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/41850>.
- Parrales, M., Basurto, C., Cruz, I., & Ponce, J. (2021). Asociatividad, cadena de valor e impacto de ambas. Revista Publicando, 8(31), 392-413. Obtenido de:
<https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2259>
- Parrales, M & Rodríguez, K. (2019). Asociatividad y cadena de valor frente al crecimiento económico. II Congreso Internacional de Gerencia y Gestión Productiva. Obtenido de:
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2259>.
- Ron, R & Sacoto, V. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB, PYMES al PIB total. Revista Espacios, 38(53), 15. Obtenido de:
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>
- Ruiz, D. (2021). Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa exportadora de artesanías a base de tagua de Ecuador a Alemania en el periodo 2019-2028. Obtenido de:
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/19170>.
- Sarmiento, W & Luna, K. (2021). Reactivación económica en el sector artesanal de la pequeña industria en la ciudad de Cuenca-Ecuador por la emergencia sanitaria. Revista científica Dominio de las ciencias. 7(2). Obtenido de:
<https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1788/html>
- Sumba, M., & Santistevan, D. (2018). Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador. Revista Scielo. Obtenido de:
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500323.
- Superintendencia de Economía, Popular y solidaria. (2021). Encuesta Nacional Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU). Obtenido de:
<https://www.seps.gob.ec/>