

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**



**PROYECTO DE ARTÍCULO CIENTÍFICO**

**TEMA:**

**“GESTIÓN PÚBLICA DEL GAD MONTECRISTI Y SU INCIDENCIA EN EL  
DESARROLLO COMERCIAL DEL SECTOR ARTESANAL”**

**AUTOR: JEAN ELOY CASTRO BAILON**

**TUTOR: ING. JOHNNY PONCE ANDRADE PhD.**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA MARKETING**

**MANTA-MANABÍ-ECUADOR**

**2021 - 2022**

# GESTIÓN PÚBLICA DEL GAD MONTECRISTI Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL SECTOR ARTESANAL

## PUBLIC MANAGEMENT OF GAD MONTECRISTI AND ITS IMPACT ON THE COMMERCIAL DEVELOPMENT OF THE ARTISAN SECTOR

Jean Eloy Castro Bailón

Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí, Manta – Ecuador

[e1316616240@live.ulead.edu.ec](mailto:e1316616240@live.ulead.edu.ec)

**Códigos de clasificación JEL:** E23, H83, M11, O31, P11

### RESUMEN

El sector artesanal es reconocido por la calidad y variedad de productos elaborados de forma manual, entre ellos destaca el sombrero de paja toquilla, para fortalecer este sector se debe de contar con una gestión de calidad, el presente análisis tiene como objetivo determinar de qué manera la gestión pública del GAD Montecristi incide en el desarrollo comercial del sector artesanal, reconociendo como principal tema de estudio, el índice de planificación y protocolo de apoyo a proyectos innovadores que el GAD Montecristi proponga con la finalidad de dar a conocer de manera exponencial los productos de artesanías. La metodología aplicada en la investigación es; método inductivo completo, con un tipo de investigación correlacional entre la variable independiente y dependiente, así mismo se empleó la técnica de encuesta policotómica en la escala de Likert validada por el nivel de confiabilidad del sistema SPSS para obtener un óptimo desenvolvimiento del presente análisis.

**Palabras Clave:** Producción, Administración pública, Gestión de producción, Proyectos innovadores, Planificación.

### ABSTRACT

The artisan sector is recognized for the quality and variety of products made manually, among them the toquilla straw hat stands out, to strengthen this sector it is necessary to have quality management, the present analysis aims to determine how the public management of the GAD Montecristi affects the commercial development of the artisan sector, recognizing as the main subject of study, the index of planning and support protocol for innovative projects that the GAD Montecristi proposes with the purpose of exponentially making known the products of crafts. The methodology applied in the investigation is; complete inductive method, with a type of correlational research between the independent and dependent variable, likewise the polychotomic survey technique was used on the Likert scale validated by the reliability level of the SPSS system to obtain an optimal development of the present analysis.

**Keywords:** Production, Public administration, Production management, Innovative projects, Planning.

### INTRODUCCIÓN

El sector artesanal ha logrado una posición significativa en el mercado nacional e internacional contando con un gran número de artesanos dedicados a esta labor. Según muestran Chilán, Verduga y Vivas (2021). “La capacitación al personal encargado de la elaboración del producto es clave a la hora de competir en el mercado donde existe un público más exigente” (Pág. 15). Esta tarea debe de ser propuesta como una gestión donde el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montecristi se vea comprometido con el desarrollo sostenible del sector artesanal.

Entre los problemas detectados, existe el desconocimiento por parte de los comerciantes del sector artesanal en base a una correcta planificación, sea esta a corto o largo plazo, por lo que se disponen a ejecutar sus actividades comerciales de manera empírica, se puede notar que no existe un crecimiento significativo en ventas, lanzamiento de nuevos productos que desataquen de los ya existentes, o la creación de alianzas estratégicas que aporten a su fortalecimiento.

En la actualidad el sector artesanal sigue siendo parte fundamental del desarrollo comercial del cantón Montecristi, turistas de diferentes partes del mundo llegan con la finalidad de adquirir elaboraciones artesanales entre ellos los famosos sombreros finos de paja toquilla, no obstante, la gestión pública se ve en la necesidad de nuevos cambios o modificaciones orientadas al fortalecimiento e innovación que logre una mejora en la participación al sector artesanal, proponiendo la creación de gestiones relevantes para constituirse como un soporte vital que apunte al crecimiento exponencial del sector artesanal.

El cantón Montecristi hace parte de la provincia de Manabí, según el Sistema Nacional de Información (2016), entre los recursos potenciales existe la búsqueda incansable de fomentar el desarrollo como una de las iniciativas puestas por el órgano administrativo que busca el implemento de actividades económicas. El Gobierno Autónomo descentralizado de la Municipalidad de Montecristi es el encargado de fomentar el turismo y velar por su desarrollo, este será una pieza clave para analizar dentro de la investigación donde cabe resaltar la propuesta del objetivo general de qué manera la gestión pública del Gad Montecristi incide en el desarrollo comercial del sector artesanal.

Los objetivos que se plantea en la investigación se basan en la importancia de la gestión pública del GAD Montecristi, que incide directamente con el desarrollo comercial del sector artesanal.

### **Objetivo General**

El objetivo de este trabajo investigativo es determinar de qué manera la gestión pública del GAD Montecristi incide en el desarrollo comercial del sector artesanal

### **Objetivos Específicos**

- El objetivo de este trabajo investigativo es establecer de qué manera la planificación del GAD Montecristi incide en desarrollo comercial del sector artesanal.
- El objetivo de este trabajo investigativo es fundamentar de qué manera la asignación de recursos financieros del GAD Montecristi incide en el desarrollo comercial del sector artesanal.
- El objetivo de este trabajo investigativo es describir de qué manera la promoción institucional del GAD Montecristi incide en el desarrollo comercial artesanal.
- El objetivo de este trabajo investigativo es demostrar de qué manera las alianzas estratégicas del GAD Montecristi inciden en el desarrollo el del sector artesanal.

### **Desarrollo Comercial**

Las gestiones del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Montecristi, se ve en la necesidad de aplicar cambios donde se pueda evidenciar el cumplimiento de estrategias que aporten valor frente a la clara necesidad de nuevos procesos de gestión de recursos económicos que apunten al crecimiento del sector artesanal. En la búsqueda del desarrollo comercial del sector artesanal se puede decir que este ha logrado posicionarse como una de las principales fuentes de desarrollo económico del cantón Montecristi, debido a que muchas familias se especializan en la elaboración de sombreros de paja toquilla, siendo esta actividad la más remunerada. La gestión pública desempeña un rol relevante para el desarrollo del sector artesanal, donde la innovación de sus estrategias comerciales apunta al mejoramiento de los negocios y su fortalecimiento. “La constitución del 2008 creó las políticas públicas dando paso a una iniciativa de apoyo que es la encargada de aplicar los recursos del estado para fortalecer el desarrollo y bienestar del pueblo” Raffino (2019).

Pese a que Montecristi no es el único lugar en el que se elaboran artesanías, mantiene una reputación considerable en el sector artesanal, con una participación significativa en el mercado local y cada vez suena más fuerte en el mercado europeo y resto del mundo. “Una de sus ventajas es contar con las cosechas de la materia prima en el caso de la elaboración de los sombreros” Merchán y Nathaly (2017). (Pág.22). Su éxito se ha dado gracias a la calidad que tienen los productos, este se ve estrechamente relacionado con el precio, existen rigurosos procesos y aplicaciones de estrategias que se emplean para la elaboración lo que lleva a considerar a los emprendimientos dedicados a la comercialización de artesanías como un aporte al cantón Montecristi manteniendo en vigencia las elaboraciones talladas a mano. “Este genera la llegada del turismo y es una fuente de ingresos para muchas familias según expresa” Vélez y Barcia (2019). (Pág.45).

## **Planificación**

Según Moreira y Rodríguez (2021). “Las microempresas del sector artesanal se encuentran en la tarea de posicionarse y competir en un mercado que cada vez se vuelve más complejo y técnico” (Pág.333). Con el aporte de estrategias de mercadeo que han ido evolucionando al igual que el público o consumidor que ahora se ha vuelto mucho más exigente, se puede suplir esas nuevas necesidades del consumidor, por lo que, los artesanos deben de adaptar para lograr su consolidación en el mercado. Lo que se busca es posicionarse de manera estratégica, haciendo uso de las herramientas que van acorde a las nuevas necesidades donde la tecnología ocupa un lugar relevante en la sociedad y conecta al mundo, estos tipos de estrategias digitales sirven para la difusión en masa de los productos ofertados y son asequibles gracias a su bajo costo monetario para su ejecución.

La situación que atraviesa el sector artesanal en Montecristi trata sobre la sistematización de ventas informales que muchas ciudades emplean como medida de comercio hace ya muchos años. Según Bartorila y Rosas (2018) describen este modo de comercialización como. “Una inestabilidad en la economía o una tradición social de América Latina”. (Pág.16). En cuanto el Instituto de Estadísticas y Censos (2019), establece que. “En Ecuador los diversos sectores existentes se han expandido, lo que refleja cifras entorno al comercio formal representadas por el 47%, mientras el sector informal representa un 46,5%”. El sector artesanal es conocido comúnmente por su informalidad de comercio, aunque existen negocios que han buscado reinventarse y adaptar mejoras que ayuden en su posicionamiento, es evidente que la mayoría de ellos no tienen la capacidad de tecnificar sus negocios, ya sea por la falta de recursos monetarios o desconocimiento técnico.

## **Asignación de Recursos Financieros**

En el Ecuador existe una característica para la elaboración de productos de estado natural como; banano, camarón, cacao, café, rosas, entre muchos más. Estos productos son tomados en cuenta como tradicionales en las exportaciones del país. En cuanto al cambio de la matriz productiva que el gobierno efectuó con el fin de promover la innovación y competitividad empresarial, este se ha dado a pasos lentos, se ven involucrados factores que tienen relación con la política gubernamental y una muy baja inversión en desarrollo e investigación brindado por las empresas privadas.

Para Bravo, Zurita y Segovia (2017), “El análisis financiero se basa en el cálculo de indicadores financieros que expresan la liquidez, solvencia, eficiencia operativa, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad de una empresa” (Pág. 226). La asignación de estos se basa en la interpretación de acciones financieras tomadas para el desarrollo de las actividades comerciales, los mismos que se distribuyen en el momento que se considere oportuno por las entidades públicas o privadas.

## **Promoción Institucional**

La imagen de una corporación es considerada como herramienta que expone ante el público el desarrollo interno y lo lleva hacia afuera, manteniendo una transparencia de las acciones tomadas y objetivos trazados que las instituciones desean socializar con su público, es la que “Presentará la realidad que se está atravesando y proyectos que se están llevando a cabo, se la efectúa mediante el departamento de relaciones públicas con la finalidad de obtener una consolidación al promover el mejoramiento institucional y posicionar la marca”. Sánchez (2018). (Pág.21). En medio de las regulaciones sanitarias tomadas por la pandemia del COVID 19 se vio afectado el sector artesanal, se evidenció la importancia de transformar herramientas y técnicas tradicionales por la digitalización empresarial, este cambio se ejecuta como herramienta para promocionar un producto o servicio en los diferentes canales online, donde los emprendimientos se siguen sumando a la adopción de las estrategias digitales como el marketing de contenido, que trata sobre la impulsación de los productos artesanales por medio de canales digitales como son las redes sociales y páginas web, el objetivo es tener presencia y lograr posicionarse de esta manera en la mente del consumidor con un contenido atractivo que facilite el reconocimiento de la marca e incremento de las ventas.

En la actualidad las plataformas virtuales facilitan el acceso a un público más amplio permitiendo a los dueños de negocios presentar sus productos y solucionar las quejas que se vayan dando. Según Santiesteban y Fernández (2022) expresan que, “La digitalización empresarial se encuentra estrechamente relacionada con las nuevas estrategias que resultan favorables para el desarrollo comercial del sector artesanal”. (Pág.223). Por otro lado, Dyer y Cortez (2016) nos muestran un punto negativo el cual se basa en “La falta de conocimiento y ejecución de estrategias digitales para el desarrollo comercial de empresas dedicadas a la comercialización de productos artesanales” (Pág.3). Existe un gran abanico de posibilidades de promocionar el producto en algún sitio web, pero en muchos casos no se cuenta con técnicas viables para el comercio digital en la comunidad de artesanos de Montecristi. Algunos sitios web

presentados por los artesanos son muy básicos y empíricos lo que no logra llamar la atención del cliente para persuadir la compra.

### **Desarrollo de nuevos productos**

Montecristi es uno de los cantones que ha logrado cierta popularidad gracia a sus elaboraciones artesanales como los hechos con tagua, sombreros de paja toquilla, entre otros. No obstante, el desarrollo comercial debe presentar una innovación que involucre la calidad de nuevos productos introducidos al mercado. Según Vásquez (2022) “La importancia de innovar un producto radica en las mejoras en características funcionales diferenciando el nuevo producto con productos ya existentes” (Pág.155). Según Sánchez (2022), “en los últimos años la manera de llevar el producto al cliente ha variado, esto ha obligado a muchas empresas de los diferentes sectores a replantearse para asegurar su permanencia en el mercado” (Pág.13), el sector artesanal no es la excepción. La adopción de estrategias técnicas que ayuden a la creación de ideas de productos originales mejorados que lo hagan único e irreplicable, aportaría valor a la marca, haciendo que el consumidor desee adquirir el producto y se cree una experiencia entre el cliente y la empresa.

A su vez, Ferro (2017) expresa que “La Asociación de Artesanos se ha visto en la necesidad de centrar su mirada a diferentes segmentos y cubrir distintas necesidades que el cliente presenta, implicando el desarrollo sustentable e identidad cultural y la importancia de dar valor a nuevos productos” (Pág.107). En otras palabras, trata de elaborar un replanteamiento estructural en función al crecimiento del negocio, lo que obliga a presentar nuevos productos que poseen características basadas en las necesidades del cliente potencial, centrándose en las segmentaciones de mercado como las distintas culturas.

### **Crecimiento en ventas**

El desarrollo del sector turístico se vio truncado por la pandemia (COVID 19) que azotó al mundo en el año 2020, en marzo del mismo año en el sector artesanal el producto que más afectación sufrió fue el sombrero de paja toquilla, este padeció un declive en las exportaciones de -43,10%. Para Nataly y Lizbeth (2022) “existe una demanda considerada en el sector artesanal, uno de los principales productos que más ha llamado la atención de los compradores es el sombrero de paja toquilla” (Pág.7), estos sombreros tejidos de manera artesanal han alcanzado gran popularidad por todo el mundo, son cotizados principalmente por su producción de alta calidad en cuanto sus materiales, creatividad y habilidad para realizarlos.

De la misma manera Velastegui (2009), señala que “existe un alto potencial del producto y su notable crecimiento en el desarrollo comercial del mercado extranjero” (Pág.1), no obstante, el desarrollo del sector turístico se vio truncado por la pandemia, en marzo del mismo año en el sector artesanal el producto que más afectación sufrió fue el sombrero de paja toquilla, este padeció un declive en las exportaciones de -43,10%. Por su parte, Mendoza (2021) resalta que “la riqueza existente en el sector artesanal es transmitido de generación en generación, esta herramienta es trascendental y permite la comercialización como la exportación de muchos productos” (Pág.8), por ejemplo, el sombrero de paja toquilla y una gran variedad de artesanías elaboradas con madera, cerámica, vidrio, textiles, pero que no han tenido la efectiva promoción por lo que no han llegado a posicionarse en el mercado internacional. Sin embargo, el sector artesanal, se encuentra en un crecimiento que cada vez necesita más de gestiones gubernamentales para ser consolidado y constituido como un claro aporte no solo al cantón Montecristi si no también al Ecuador.

### **Alianzas Estratégicas**

Es necesario la implementación de un proyecto viable que apunte al desarrollo del sector artesanal donde exista la capacitación y la adopción de estrategias actuales que permitan exponenciar su desarrollo en el mercado local como en el mercado internacional. Las alianzas que se efectúen deberán aportar las habilidades necesarias que contribuyan a la mejora en calidad y rentabilidad aportando una ventaja competitiva que favorezca su estadia en el mercado. Lavie (2006). Para Cobeña (2018) “Una alianza estratégica es la colaboración que se da entre dos partes con el fin de alcanzar recursos faltantes que complementen la idea de negocio y la lleven hacia el éxito” (Pág.17). La idea principal de entablar relaciones convenientes es traducida en el mejoramiento de los procesos de sostenibilidad y búsqueda del posicionamiento de los productos en el mercado, con el objetivo de alcanzar un aporte significativo en el que puedan intercambiar recursos, conocimiento, estrategias y fortalecer los procesos de comercialización deseados.

## HIPÓTESIS

### Hipótesis general

La gestión pública del Gad Montecristi incide en el desarrollo comercial del sector artesanal

### Hipótesis específicas:

- La planificación del GAD Montecristi incide en el desarrollo comercial del sector artesanal.
- La asignación de recursos financieros del GAD Montecristi incide en el desarrollo comercial del sector artesanal.
- La promoción institucional del GAD Montecristi incide en el desarrollo comercial artesanal.
- Las alianzas estratégicas del GAD Montecristi inciden en el desarrollo del sector artesanal.

## METODOLOGÍA

### Diseño de la Investigación

El presente estudio se realizó en base al enfoque cualitativo y cuantitativo, con un análisis de carácter exploratorio, descriptivo y correlacional, para indagar más a fondo en el sector artesanal y la gestión pública del Gad Montecristi se emplearon técnicas de fuentes bibliográficas acorde al tema de investigación. De esta forma se efectuó el instrumento de encuesta policotómica en la escala de Likert validada por expertos con un nivel de confiabilidad en el software estadístico SPSS. Para lograr la recolección de la información necesaria para la continuidad de la investigación se llevó a cabo una encuesta con 12 preguntas dirigida a los artesanos del cantón Montecristi, la finalidad fue conocer los niveles de gestiones del Gad Montecristi para el desarrollo comercial del sector artesanal. El mecanismo se aplicó a los artesanos del cantón Montecristi, con la finalidad de analizar el nivel de involucramiento en cuanto la atención a las presentes necesidades.

### Población de estudio

*Tabla 1 Artesanos de Montecristi*

Población
200

Fuente: Dirección de Turismo del GAD Montecristi (2021)

Según el catastro de la Dirección de Turismo del GAD Montecristi, para el 2022 existen 200 artesanos en el cantón Montecristi. Tomando en cuenta que la población de estudio son los artesanos de Montecristi, y la población total es conocida, se procedió a efectuar la fórmula estadística para poblaciones finitas:

*Tabla 2 tabla de intervalos de población*

INTERVALOS		
N	200	Población
Q	0,5%	Desviación estándar
Z	1,96	Nivel de confianza
E	0,5%	Margen de error
P	0,05%	

Fuente: Elaboración propia.

$$n = \frac{z^2 PQN}{E^2(N-1) + Z^2 PQ}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 200}{0.05^2 (200 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = \frac{107.565}{0.0025(199) + 0.9604}$$
$$n = \frac{107.565}{0.4975 + 0.9604}$$
$$n = \frac{107.565}{1.4579}$$
$$n = 73$$

Se obtuvo una muestra de 73 encuestas para aplicar a los artesanos del cantón Montecristi.

## RESULTADOS

### Validación del cuestionario

La obtención del resultado que se obtuvo del Alfa de Cronbach, determinando la confiabilidad de la encuesta ejecutada a los artesanos de Montecristi, el mismo aprueba la eficiencia y eficacia del instrumento previamente ejecutado, donde Cárdenas y Soler Pons (2012) mencionan que, “el alfa de Cronbach refleja los valores que van desde cero y uno”, en otras palabras explican que si más se aproxima a uno mucho mayor será la fiabilidad que tiene el instrumento.

*Tabla 3 Procesamiento de datos*

		N	%
Casos	Válido	73	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	73	100,0

Fuente: IBM SPSS V.25

*Tabla 4 Fiabilidad de Alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,884	,884	12

Fuente: IBM SPSS V.25

Para determinar la confiabilidad del instrumento se realizó un análisis estadístico en el sistema SPSS, dando un efecto de 0,884, según la tabla 4, interpretándose como una confiabilidad muy alta.

*Tabla 5 Resultado de la pregunta 1*

**1. ¿Cree usted que la gestión pública aporta al desarrollo del sector artesanal de Montecristi?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	30	41,1	41,1
	De acuerdo	20	27,4	68,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	23,3	91,8
	Totalmente en desacuerdo	6	8,2	100,0
	Total	73	100,0	100,0

Fuente: IBM SPSS V25.

De acuerdo con los datos dados por la encuesta efectuada se pudo evidenciar que el 41,1% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo en que la gestión pública es un aporte significativo para el desarrollo del sector artesanal, el 27,4% concordó estar de acuerdo, el 23,3% se expresaron una respuesta neutral y el 8,2% respondió estar totalmente en desacuerdo.

**Tabla 6 Resultado de la pregunta 2**

**2. ¿Cómo califica el nivel de planificación del Gad Montecristi hacia los negocios dedicados a la comercialización de**

		artesanías?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy efectiva	22	30,1	30,1	30,1
	Efectiva	22	30,1	30,1	60,3
	Poco efectiva	23	31,5	31,5	91,8
	Nada efectiva	6	8,2	8,2	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS V25.

En base a la segunda pregunta sobre el nivel de planificación del Gad Montecristi en los negocios dedicados a la comercialización de artesanías, se evidenció que el 30,1% de los encuestados encuentran muy efectivas las planificaciones, mediante un plan estratégico se podrán aplicar los recursos según se presenten las necesidades y objetivos deseados, el 30,1% dio por efectivas, un 31,5% respondió que son poco efectivas, el 8,2% nada efectivas.

**Tabla 7 Resultado de la pregunta 3**

**3. ¿Cree usted que el aporte presupuestario ayudaría a la mejora del sector artesanal en Montecristi?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	32	43,8	43,8	43,8
	De acuerdo	25	34,2	34,2	78,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	19,2	19,2	97,3
	Totalmente en desacuerdo	2	2,7	2,7	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS V25.

Con respecto al presupuesto para la mejora del sector artesanal se pudo evidenciar que el 43,8% de los encuestados concordaron que ayudaría a una mejora, es evidente la necesidad que existe en el sector artesanal en la inyección de capital para la obtención del desarrollo del sector, estando totalmente de acuerdo, el 34,2% afirmó estar de acuerdo. Mientras que el 19,2% no están de acuerdo ni en desacuerdo, y el 2% están totalmente en desacuerdo.

**Tabla 8 Resultado de la pregunta 4**

**9. ¿Considera que Gad Montecristi incide en el nivel de crecimiento de ventas en el sector artesanal**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	36	49,3	49,3	49,3
	De acuerdo	19	26,0	26,0	75,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	23,3	23,3	98,6
	Totalmente en desacuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS V25.

Los resultados relacionados a la incidencia del Gad Montecristi son del 49,3% afirmando los encuestados estar totalmente de acuerdo que gracias al apoyo del Gad Montecristi se nota un crecimiento en ventas en el sector artesanal, siendo este de relevancia para el crecimiento en las ventas, el 26% manifestó estar de acuerdo, el 23,3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 1,4% están en total desacuerdo.

## Prueba de hipótesis

Para ejecutar la prueba de la hipótesis general, se acudió al programa de estadísticas SPSS, por medio de las encuestas realizadas se obtuvo el coeficiente de Rho Spearman, para lograr correlacionar las variables y sus respectivas dimensiones. evidenciar si la gestión pública del Gad de Montecristi incidencia en el desarrollo comercial del sector artesanal, para lo cual se tomó en consideración la medición siguiente:

Tabla 9 Medición de Rho Spearman

Rangos	Interpretación
0 – 0,05	Nula
0,06 – 0,25	Baja
0,26 – 0,50	Media
0,50 – 0,75	Mediana moderada
0,75 - 1	Alta perfecta

Fuente: IBM SPSS V25.

## Hipótesis General

**H0:** Gestión Pública del GAD Montecristi **NO INCIDEN** en el desarrollo comercial del sector artesanal.

**H1:** Gestión Pública del GAD Montecristi **SI INCIDEN** en el desarrollo comercial del sector artesanal.

Tabla 10 correlación Rho Spearman, Hipótesis General

		Gestión Pública	Desarrollo Comercial
Rho de Spearman	Gestión Pública	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,785**
		N	73
	Desarrollo Comercial	Coefficiente de correlación	,785**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	73

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: IBM SPSS V25.

Los datos que se han procesado demuestran una significancia bilateral de 0,000, con un coeficiente de Spearman de **0.785**, siendo esta una correlación alta perfecta entre las dos variables, concluyendo que el presente estudio entre la variable Gestión Pública evidencian la existencia de correlación en el desarrollo comercial del sector turístico de Montecristi.

## Hipótesis Especifica 1

**H0:** La planificación del GAD Montecristi **NO INCIDEN** en el desarrollo comercial del sector artesanal.

**H1:** La planificación del GAD Montecristi **SI INCIDEN** en el desarrollo comercial del sector artesanal.

Tabla 11 Correlación Rho Spearman, Hipótesis específica 1

			Planificación	Desarrollo Comercial
Rho de Spearman	Planificación	Coefficiente de correlación	1,000	,676**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	73	73
	Desarrollo Comercial	Coefficiente de correlación	,676**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	73	73

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: IBM SPSS V25.

Los datos obtenidos del sistema SPSS demuestran que existe una significancia bilateral de 0,000, de lo cual la representación de la hipótesis nula (H0), aprobándose la hipótesis alterna (H1), evidenciando el coeficiente de Spearman de **0,676**, dando como aprobado que la planificación del GAD Montecristi si inciden en el desarrollo comercial del sector artesanal.

### Hipótesis Específica 2

**H0:** La Asignación de recursos financieros del GAD Montecristi **NO INCIDEN** en el desarrollo comercial del sector artesanal.

**H1:** La Asignación de recursos financieros del GAD Montecristi **SI INCIDEN** en el desarrollo comercial del sector artesanal.

Tabla 12 Correlación Rho Spearman, Hipótesis específica 2

			Asignación de Recursos	
			Financieros	Desarrollo Comercial
Rho de Spearman	Asignación de Recursos Financieros	Coefficiente de correlación	1,000	,503**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	73	73
	Desarrollo Comercial	Coefficiente de correlación	,503**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	73	73

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: IBM SPSS V25.

En esta hipótesis se obtuvieron datos del sistema SPSS que demuestran una significancia bilateral de 0,000, el coeficiente de Rho Spearman arrojado es de **0,503**, por lo que se descarta la hipótesis nula (H0), aprobándose la hipótesis alterna (H1), dando como aprobado que la asignación de recursos financieros del GAD Montecristi si inciden en el desarrollo comercial del sector artesanal.

### Hipótesis Específica 3

**H0:** La Promoción Institucional del GAD Montecristi **NO INCIDEN** en el desarrollo comercial del sector artesanal.

**H1:** La Promoción Institucional del GAD Montecristi **SI INCIDEN** en el desarrollo comercial del sector artesanal.

Tabla 13 Correlación Rho Spearman, Hipótesis específica 3

		Promoción Institucional	Desarrollo Comercial	
Rho de Spearman	Promoción Institucional	Coefficiente de correlación	1,000	,744**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	73	73
	Desarrollo Comercial	Coefficiente de correlación	,744**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	73	73

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: IBM SPSS V25.

La significancia bilateral del procesamiento de datos es de 0,000, el coeficiente de Rho Spearman obtenido es de **0,744**, de esta manera se admite la hipótesis alterna (H1), y se elimina la hipótesis nula (H0), demostrando una correlación muy exitosa, aprobando que la Promoción Institucional del GAD Montecristi si inciden en el desarrollo comercial del sector artesanal.

#### Hipótesis Especifica 4

**H0:** Las alianzas estratégicas **NO INCIDEN** en el desarrollo comercial del sector artesanal.

**H1:** Las alianzas estratégicas **SI INCIDEN** en el desarrollo comercial del sector artesanal.

Tabla 14 Correlación Rho Spearman, Hipótesis específica 4

		Alianzas Estratégicas	Desarrollo Comercial	
Rho de Spearman	Alianzas Estratégicas	Coefficiente de correlación	1,000	,855**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	73	73
	Desarrollo Comercial	Coefficiente de correlación	,855**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	73	73

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: IBM SPSS V25.

El sistema SPSS demuestra una significancia bilateral de 0,000, el coeficiente de Rho Spearman arrojado es de **0,855** lo que descarta la hipótesis nula (H0), y aprueba la hipótesis alterna (H1), dando como resultado, la aprobación de que las alianzas estratégicas si inciden en el desarrollo comercial del sector artesanal.

## DISCUSIÓN

Los resultados presentan una clara justificación en la existencia de la correlación entre las variables, en base a la información recogida por medio de las encuestas efectuadas a los negocios dedicados a la comercialización de productos elaborado artesanalmente, lográndose evidenciar que la presencia e involucramiento del GAD Montecristi incide en el desarrollo comercial, este se ha manejado mediante cambios que le han sido favorables gracias a la aplicación de recursos económicos que han llevado al sector artesanal a posicionarse en la mente del consumidor nacional como extranjero. A pesar de que un gran número de comerciantes manejan el sistema informal de ventas, el sector continúa siendo una fuente de trabajo para muchas familias que transcendentalmente continúan con el legado de sus ancestros, no obstante, este evento dinamiza su exponencialidad y desarrollo en comparación con mercados que siguen innovando con estrategias comerciales que buscan atraer al público e incentivan a la compra a través de campañas o promociones.

Haciendo mención sobre las falencias existentes en el sector de artesanos de Montecristi el 41,1% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo que la gestión del Gad aporta en el desarrollo comercial del sector artesanal, tal y como lo menciona Macías (2020). (Pág. 15). Fundamentalmente el presente análisis tiene concordancia con la investigación realizadas por Nataly y Lizbeth (2022), donde señalan que “Montecristi posee un adicional que les hace referente al momento de presentar su producto estrella como lo son los sombreros de paja Toquilla” (Pág. 7), los mismo gozan de una gran calidad en sus diseños y texturas, además en este cantón existen sembríos de la materia prima como lo es la Carludovica Palmata o comúnmente conocida como paja Toquilla.

Los resultados nos muestran una clara falta de ideas sobre proyectos y estrategias que ayuden a potencializar el comercio artesanal, todo apunta a la falta de conocimiento en base al mercado actual dónde cada vez la tecnología obliga a los comerciantes a la actualización en base de valores agregados de los productos en cartera y lanzamiento de nuevos productos. Se recomienda para futuras investigaciones analizar de manera minuciosa los proyectos de capacitación, las mismas que estén enfocadas a las nuevas estrategias de ventas orientadas hacia los medios digitales y su influencia en el desarrollo comercial del sector artesanal.

## CONCLUSIONES

- Por medio de la presentan investigación ha sido posible el hallazgo de ciertas falencias entorno a las gestiones del GAD Montecristi hacia el sector artesanal, el mismo se encuentra en un desconocimiento y falta de aplicación de nuevas estrategias que le sean de utilidad para exponenciar este sector y ubicar sus productos en el mercado para competir de manera eficiente y posicionarse como una opción viable para los usuarios interesados en estos productos elaborados de manera artesanal, así mismo el GAD Montecristi se ve en la tarea de buscar alianzas estratégicas que apunten hacia los inversionistas nacionales como extranjeros que puedan ver el sector artesanal como un proyectos de inversión a corto o largo plazo.
- Respecto al presupuesto para la mejora del sector artesanal se pudo evidenciar que el 43,8% de los encuestados concordaron que ayudaría a una mejora, esto se tomaría como un aporte que lleve al sector artesanal a una búsqueda del desarrollo como emprendimiento que busca apuntar al sostenimiento de muchas más familias que se ven involucradas en este tipo de negocio con mira a seguir manteniendo la tradición de los montecristenses.
- En referencia a los hallazgos que se lograron encontrar con respecto a la hipótesis general que se procedió a efectuar a través del software estadístico SPSS, se logró demostrar mediante el coeficiente de Rho Spearman que “Gestión pública del GAD Montecristi y su incidencia en el desarrollo comercial del sector artesanal”, el nivel de correlación que presenta es de 0,785, indicando una hipótesis aprobación de hipótesis.
- La hipótesis específica 1, permite conocer que la planificación del GAD Montecristi si incide en el desarrollo comercial del sector artesanal, con una significancia bilateral de 0,000, y un coeficiente de Rho Spearman de 0,676.
- En la hipótesis específica 2, comprobó que la asignación de recursos financieros del Gad Montecristi si incide en el desarrollo comercial del sector artesanal, con una significancia bilateral de 0,000, y un coeficiente de Rho Spearman de 0,503.
- Se demostró en la hipótesis específica 3 que, la promoción institucional del Gad Montecristi si incide en el desarrollo comercial del sector artesanal, con una significancia bilateral de 0,000, y un coeficiente de Rho Spearman de 0,744.
- Finalmente, los datos que se procesaron en base a la hipótesis específica 4, demostró que, las alianzas estratégicas si incide en el desarrollo comercial del sector artesanal, con una significancia bilateral de 0,000, y un coeficiente de Rho Spearman de 0,855.

## BIBLIOGRAFIA

- Association American Economic. (s.f.). Guía de códigos de clasificación jel. American Economic Association.
- Bartorila, M., y A. (2019). Aportaciones para la ciudad vertical. Revitalización urbana. .
- Chilán, O (2021). Diagnóstico para Desarrollar un Sistema de Gestión de Calidad para la Promoción Cultural de Julcuy. Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada Yachasun.
- Cobeña, R., y Lopera, M (2018). Alianzas estratégicas en el Sector Turístico: Colaboración y Rivalidad en Entornos Empresariales.
- Dyer, F, (2016). Implementación de herramientas Open Source de Comercio Electrónico y Publicidad Online diseñadas para la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi.
- Ferro, D (2017). Identidad , Cultura e Innovación en las artesanías: un camino para El. Revista internacional de Administración.
- Infomación, N (2016). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del cantón Montecristi.
- Instituto nacional de estadísticas y Censos. (2019). Encuesta nacional de empleo,. (ENEMDU): Indicadores laborales.
- Lavie, D. (2006). The competitive advantage of interconnected firms: an extension of the resource based view. Academy of management review.
- Lucero, K. (2020). Exportaciones de sombreros, textiles y flores las más golpeadas por la pandemia . Gestión digital.
- Machuca, V. (2009). Estudio de mercado para la exportación de sombreros de paja toquilla "sombrero barranco", a la Habana Cuba.
- Macías, L. (2020). Innovación en la gestión pública para el fortalecimiento de las pymes de la parroquia la pila del cantón Montecristi. Jipijapa: UNESUM.
- Mendoza, Z. (2021). Las artesanías y su aporte en la rentabilidad económica de las microempresas familiares en la parroquia la Pila, cantón Montecristi. UNESUM. Jipijapa: Tesis de Licenciatura.
- Merchán, P. (2017). Análisis del acuerdo comercial entre Ecuador y la unión Europea y su impacto en la exportación de sombreros de paja toquilla del cantón Montecristi.
- Moreira, F. (2021). Diagnóstico del conocimiento de los artesanos sobre sistemas de gestión de calidad: caso cantón Montecristi. Revista científico profesional.
- Nathaly, P. (2022). Análisis de comercialización del sombrero de paja toquilla durante la pandemia del covid-19 en el cantón Síg sig en el año 2020. Cuenca.
- Raffino, E. (2019). Gestión pública.
- Sánchez, S. (2022). El proceso de comercialización de productos artesanales y la permanencia en el mercado de la asociación de artesanos productores en arte y artesanías.
- Sánchez, M. (2018). Estrategias de comunicación y la imagen corporativa del GAD. Ambato.
- Santistevan, V. (2022). Utilidad de las plataformas virtuales en el desarrollo empresarial de las mipymes del cantón Montecristi. Dominio de las Ciencias.
- Soler, C. (2012). Usos del coeficiente alfa de cronbach en el análisis de instrumentos escritos. Revista Scielo, 34(1).
- Sonia, P. (2020). Emprendimiento en tiempos de pandemia. Dirección y emprendeduría.

- Vásquez, L. (2022). Modelo de negocio e innovación en el contexto de sector artesanal del cantón. Ciencias económicas y empresariales.
- Vélez, I. (2019). Gestión de la calidad para el desarrollo empresarial de Manta y Montecristi. Recus. Revista electrónica cooperación universidad sociedad.