



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía, Letras  
y Ciencias de la Educación

Carrera de Ingeniería en Turismo

TITULO:

**“EL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA: IMPACTO  
ECONÓMICO SOBRE EL ARTESANO Y SU  
INFLUENCIA EN EL TURISMO DEL CANTÓN  
BIBLIÁN EN EL PERIODO 2013 - 2017”**

Autor:

**Ronny Fernando Fajardo Torres.;**

Director:

**Eco. René Niveló Cabrera**

**Cuenca – Ecuador**

**2017-2018**

## **DEDICATORIA**

Dedico más aún que este documento físico, el tiempo, el esfuerzo, lo aprendido, las tristezas y alegrías que me estremecieron y empujaron hacia la dedicación, a mi familia, quienes siempre han estado junto a mí para acompañarme en cada logro. A mi madre Gloria que siempre ha sido el pilar fundamental, la columna vertebral de mi vida completa. A mi hermano Xavier por todo el apoyo y los consejos que siempre me sirvieron. A mi padre Mecías por ser un ejemplo constante a seguir. A una persona muy especial, que desde siempre con su amistad y cariño incondicional me ha ayudado a ser mejor persona cada día y ser constante en el camino del éxito y la felicidad, con todo mi corazón te lo dedico, Andrea.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi largo camino del aprendizaje y la experiencia universitaria, conllevó muchas glorias y sufrimientos, fracasos, logros, junto a alegrías y tristezas que sin contar con el apoyo necesario de diferentes personas que me rodearon lo largo de esta travesía hubiera desistido. Agradezco a la Universidad del Azuay por tener la sabiduría para formarme e introducirme en el mundo del éxito constante.

## **RESUMEN:**

El presente trabajo investigativo, tiene como objetivo principal la elaboración de un informe que refleje el impacto económico que tiene la cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla sobre el artesano biblianense y a su vez evidenciar la relación o influencia que tiene esta actividad con el turismo local. Esta investigación inicia con un diagnóstico situacional del cantón Biblián, seguido de un análisis de la cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla y finalmente concluye con el desarrollo del informe económico mediante el cual se puede evidenciar la realidad de esta actividad y de los artesanos actualmente.


Palabras Clave:

Informe económico, alternativa económica, valor social, influencia turística.

## ABSTRACT

This research work has as its main objective the preparation of a report that reflects the economic impact of the chain of production and commercialization of straw hats on the artisans from Biblián. It sought to show the relationship or influence that this activity has with local tourism. This investigation begins with a situational diagnosis of the Biblián canton, followed by an analysis of the chain of production and commercialization of straw hats. Finally, it concludes with an economic report that shows the reality of this activity and the artisans.

**Keywords:** Economic report, economic alternative, social value, tourist influence.



Translated by  
Ing. Paúl Arpi

# ÍNDICE

## Índice de contenidos:

Introducción al capítulo 1: .....	- 41 -
CAPÍTULO 1 .....	- 42 -
1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN BIBLIÁN: .....	- 42 -
1.1 Reseña Histórica de la producción y comercialización del sombrero de paja en el cantón Biblián.....	- 42 -
1.2 Población y densidad poblacional del cantón Biblián. ....	- 47 -
1.2.1 Población por edad y sexo del cantón Biblián. ....	- 51 -
1.2.2 Población de artesanos activos del cantón Biblián.....	- 53 -
1.3 Índices socioeconómicos del cantón Biblián. ....	- 54 -
1.3.1 Empleo, desempleo y actividad económica del cantón Biblián. ....	- 55 -
1.3.2 Pobreza, educación y vivienda del cantón Biblián.....	- 60 -
1.4 Ingresos económicos del artesano del cantón Biblián. ....	- 65 -
1.4.1 Actividades Económicas .....	- 66 -
1.4.2 Participación de la Actividad Económica .....	- 67 -
1.4.3 Actividades de Mayor Ingreso. ....	- 68 -
Conclusión: .....	- 69 -
Introducción del capítulo 2: .....	- 70 -
CAPÍTULO 2 .....	- 71 -
2. “ANÁLISIS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA DEL CANTÓN BIBLIÁN” .....	- 71 -
2.1 Costos de la cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla en el cantón Biblián 2013 - 2017.....	- 72 -
2.1.1 Costo Producción. ....	- 72 -
2.1.2 Costos Comercialización.....	- 75 -
2.2 Análisis del costo/beneficio de la producción y comercialización para el artesano del cantón Biblián 2013 - 2017.....	- 76 -
2.3 Actores intervinientes en la producción y comercialización del sombrero de paja toquilla en el cantón Biblián. ....	- 78 -

2.4 Mercados de exportación de la empresa Bibilak. ....	- 83 -
Conclusión: .....	- 84 -
Introducción al Capítulo 3: .....	- 85 -
<b>CAPÍTULO 3 INFORME SOCIO-ECONÓMICO DEL ARTESANO Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO DEL CANTÓN BIBLIÁN. ....</b>	<b>- 86 -</b>
3.1 Perfil socioeconómico del artesano del cantón Biblián. ....	- 86 -
3.1.4 Modelo de la encuesta .....	- 95 -
3.2 Valor social del sombrero de paja toquilla en el cantón Biblián. ....	- 130 -
3.3 El turismo, alternativa económica para el artesano. ....	- 132 -
3.4 Ventajas y desventajas del efecto multiplicador de la actividad turística. ....	- 133 -
3.4.1 Ventajas del efecto multiplicador de la actividad turística: .....	- 134 -
3.4.2 Desventajas del efecto multiplicador de la actividad turística: .....	- 135 -
3.5 Diferencias y posicionamiento del sombrero de paja toquilla del cantón Biblián.-	136
-	
Conclusión .....	- 137 -
Recomendaciones .....	- 138 -
Anexos:.....	- 140 -
Bibliografía.....	- 184 -

**Índice de tablas:**

Tabla 1 <i>Población del Ecuador</i> .....	- 4 -
Tabla 2 <i>Biodiversidad del Ecuador</i> . ....	- 6 -
Tabla 3 <i>Actividades Económicas: Sectores</i> . ....	- 8 -
Tabla 4 <i>Indicadores Sector Primario</i> . ....	- 9 -
Tabla 5 <i>Indicadores Sector Secundario</i> . ....	- 10 -
Tabla 6 <i>Indicadores Sector Terciario</i> . ....	- 12 -
Tabla 7 <i>Turistas que ingresaron al Ecuador en el año 2017: Edades</i> . ....	- 14 -
Tabla 8 <i>Resumen del Turismo en Cifras del 2017</i> . ....	- 18 -
Tabla 9 <i>Población y Densidad del Cantón Biblián</i> . ....	- 48 -

Tabla 10 <i>Costos de Producción: Materia Prima</i> .....	- 73 -
Tabla 11 <i>Etapa 1 Producción de la Paja Toquilla</i> .....	- 79 -
Tabla 12 <i>Etapa 2 Producción de la Paja Toquilla</i> .....	- 80 -
Tabla 13 <i>Etapa 3 Producción de la Paja Toquilla</i> .....	- 81 -
Tabla 14 <i>Tamaño de la muestra</i> .....	- 87 -
Tabla 15 <i>Dimensiones de puntaje</i> .....	- 88 -
Tabla 16 <i>Grupos socioeconómicos</i> .....	- 88 -
Tabla 17 <i>Grupos socioeconómicos Nivel A</i> .....	- 89 -
Tabla 18 <i>Grupos socioeconómicos Nivel B</i> .....	- 90 -
Tabla 19 <i>Grupos socioeconómicos Nivel C+</i> .....	- 91 -
Tabla 20 <i>Grupos socioeconómicos Nivel C-</i> .....	- 92 -
Tabla 21 <i>Grupos socioeconómicos Nivel D</i> .....	- 93 -

### **Índice de Gráficos:**

Gráfico 1 <i>Biodiversidad del Ecuador</i> .....	- 6 -
Gráfico 2 <i>Actividades Económicas: Sectores</i> .....	- 8 -
Gráfico 3 <i>Indicadores Sector Primario</i> .....	- 9 -
Gráfico 4 <i>Indicadores Sector Secundario</i> .....	- 11 -
Gráfico 5 <i>Indicadores Sector Terciarios</i> .....	- 13 -
Gráfico 6 <i>Turistas que ingresaron al Ecuador en el año 2017: Edades</i> .....	- 15 -
Gráfico 7 <i>Turistas que ingresaron al Ecuador en el año 2017: Medio de Transporte</i> ... -	16 -
Gráfico 8 <i>Ranking de Llegadas al Ecuador 2017: Países</i> .....	- 17 -
Gráfico 9 <i>Población por Sexo Provincia de Cañar</i> .....	- 22 -
Gráfico 10 <i>Población por Cantones de la Provincia de Cañar</i> .....	- 23 -
Gráfico 11 <i>Población Económicamente Activa de Cañar</i> .....	- 24 -
Gráfico 12 <i>Exportaciones del Sombrero de Paja Toquilla: Mitad Siglo XIX</i> .....	- 44 -
Gráfico 13 <i>Población y Densidad del Cantón Biblián</i> .....	- 49 -
Gráfico 14 <i>Tasa de Crecimiento Poblacional del Cantón Biblián (2010)</i> .....	- 50 -



Gráfico 15 <i>Población por Sexo del Cantón Biblián (2010).</i> .....	- 52 -
Gráfico 16 <i>Población por Sexo de Parroquias del Cantón Biblián.</i> .....	- 53 -
Gráfico 17 <i>Desempleo del Cantón Biblián.</i> .....	- 56 -
Gráfico 18 <i>Empleo del Cantón Biblián.</i> .....	- 57 -
Gráfico 19 <i>Población Económicamente Activa: Porcentajes.</i> .....	- 59 -
Gráfico 20 <i>Personas Pobres: Porcentajes 2001 – 2010.</i> .....	- 61 -
Gráfico 21 <i>Tasa de Analfabetismo del Cantón Biblián: Porcentajes 2001 – 2010.</i> .....	- 63 -
Gráfico 22 <i>Tipo de Vivienda del Cantón Biblián.</i> .....	- 65 -
Gráfico 23 <i>Población Ocupada por Rama de Actividad.</i> .....	- 67 -
Gráfico 24 <i>Participación de la Actividad Económica en Biblián.</i> .....	- 68 -
Gráfico 25 <i>Principales Actividades de Mayor Ingreso.</i> .....	- 69 -
Gráfico 26 <i>Actores en el Proceso de Comercialización</i> .....	- 83 -
Gráfico 27 <i>Tipo de vivienda.</i> .....	- 100 -
Gráfico 28 <i>Material predominante de las paredes exteriores de las viviendas.</i> .....	- 101 -
Gráfico 29 <i>Material predominante en el piso de las viviendas.</i> .....	- 102 -
Gráfico 30 <i>Baños con ducha de uso exclusivo en el hogar.</i> .....	- 103 -
Gráfico 31 <i>Tipo ser servicio higiénico.</i> .....	- 104 -
Gráfico 32 <i>Servicio de internet en el hogar.</i> .....	- 105 -
Gráfico 33 <i>Computadora de escritorio en el hogar.</i> .....	- 106 -
Gráfico 34 <i>Computadora portátil en el hogar.</i> .....	- 107 -
Gráfico 35 <i>Computadora portátil en el hogar.</i> .....	- 108 -
Gráfico 36 <i>Servicio de teléfono convencional.</i> .....	- 109 -
Gráfico 37 <i>Cocina con horno.</i> .....	- 110 -
Gráfico 38 <i>Posesión de refrigeradora.</i> .....	- 111 -
Gráfico 39 <i>Posesión de lavadora.</i> .....	- 112 -
Gráfico 40 <i>Posesión de equipo de sonido.</i> .....	- 113 -
Gráfico 41 <i>Posesión de TV ha colores</i> .....	- 114 -
Gráfico 42 <i>Vehículos de uso exclusivo en el hogar.</i> .....	- 115 -

Gráfico 43 <i>Vestimenta comprada en centros comerciales.</i> .....	- 116 -
Gráfico 44 <i>Uso de internet.</i> .....	- 117 -
Gráfico 45 <i>Uso de correo electrónico.</i> .....	- 118 -
Gráfico 46 <i>Uso de redes sociales.</i> .....	- 119 -
Gráfico 47 <i>Lectura en los últimos 3 meses.</i> .....	- 120 -
Gráfico 48 <i>Nivel de instrucción del jefe de hogar.</i> .....	- 121 -
Gráfico 49 <i>Afiliación al seguro del IESS.</i> .....	- 123 -
Gráfico 50 <i>Afiliación a seguro privado.</i> .....	- 124 -
Gráfico 51 <i>Ocupación del jefe del hogar.</i> .....	- 125 -
Gráfico 52 <i>Nivel socioeconómico.</i> .....	- 126 -

**Índice de anexos:**

Anexo 1 .....	- 140 -
Anexo 2 .....	- 142 -
Anexo 3 .....	- 145 -
Anexo 4 .....	- 148 -
Anexo 5 .....	- 151 -
Anexo 6 .....	- 154 -
Anexo 7 .....	- 157 -
Anexo 8 .....	- 160 -
Anexo 9 .....	- 163 -
Anexo 10 .....	- 166 -
Anexo 11 .....	- 169 -
Anexo 12 .....	- 172 -
Anexo 13 .....	- 175 -
Anexo 14 .....	- 178 -
Anexo 15 .....	- 181 -

## **INTRODUCCIÓN**

El turismo cultural en el Ecuador, se comprende en gran parte por actividades que conllevan la observación de diferentes estilos de vida, el conocimiento y la práctica de costumbres y tradiciones como lo es el tejido con fibras de paja toquilla a manos de hombres, mujeres y adolescentes, que son quienes elaboran una serie de productos; mismos que en el Ecuador son representados por la Confederación de Artesanos Profesionales del Ecuador, la Ley de Defensa del Artesano y su Reglamento, entre otras normas conexas.

Conociendo esto, la siguiente investigación se encuentra compuesta de un estudio que permite interpretar la influencia que tiene la cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla y sus respectivos actores en el turismo local, y la importancia económica que representa la elaboración de este producto en la vida cotidiana del artesano del cantón Biblián.

La actividad artesanal del sombrero de paja toquilla desde sus inicios hasta la actualidad se ha desarrollado de acuerdo a su demanda, extendiéndose la técnica hasta los pueblos del austro ecuatoriano, desarrollándose a su vez otros estilos adicionales al sombrero de la provincia de Manabí, conocido internacionalmente como el sombrero más fino del Ecuador.

## JUSTIFICACIÓN

La confección o elaboración del sombrero de paja toquilla se vio fortalecida desde el año 2012 con la declaratoria de “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad” que dio lugar a la UNESCO a la técnica del tejido del sombrero de paja toquilla; producido y elaborado en el austro ecuatoriano en las provincias de Azuay y Cañar, y en la provincia de Manabí en el litoral. Estos últimos, reconocidos a nivel mundial por la finura en la contextura de sus tejidos.

La declaratoria ha dado paso a que muchas personas de distintos lugares, tanto dentro del país como fuera, se interesen por conocer la elaboración e incluso la procedencia o historia que tiene este producto artesanal. Inclusive, esclarecer ideas como de por qué el sombrero se conoce internacionalmente como “*Panama Hat*” si se elabora en tierras ecuatorianas.

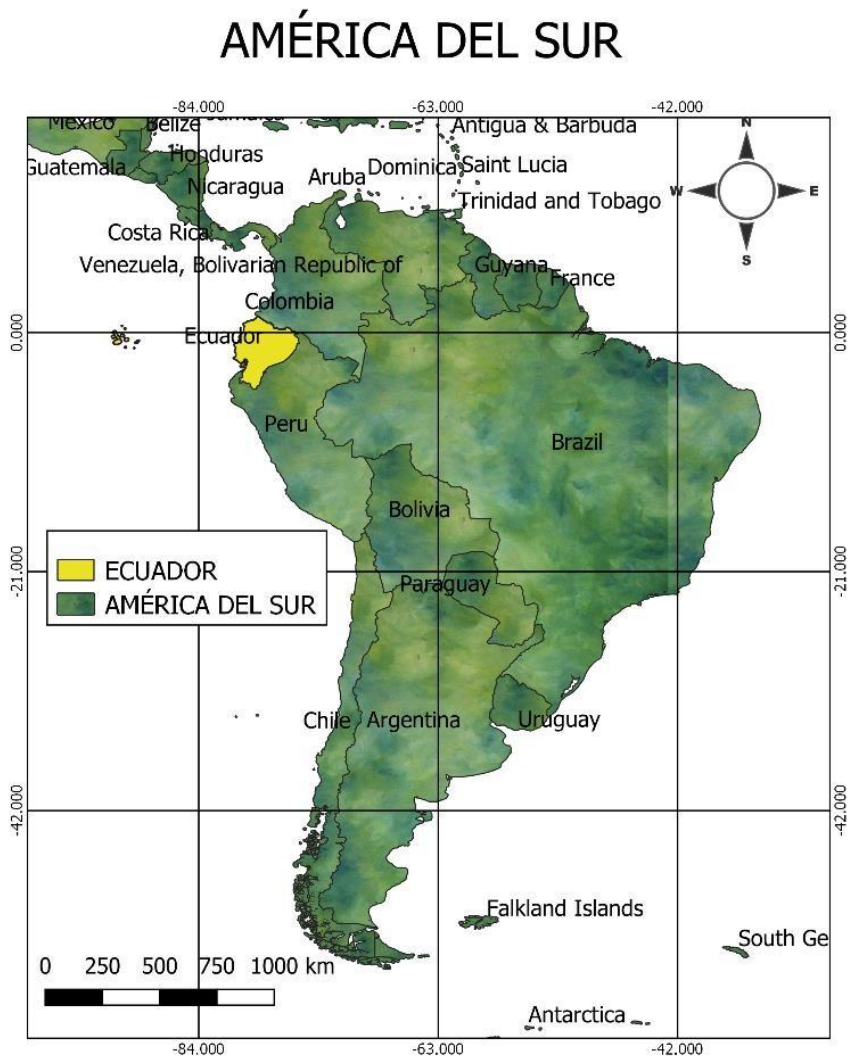
No obstante, la técnica del tejido del sombrero de paja toquilla se encuentra amenazada por diversos factores como son la globalización o la baja rentabilidad que significa la producción de este artículo para los toquilleros ecuatorianos. Por este motivo, esta actividad se vuelve secundaria o de menor dedicación ante actividades como la agricultura o ganadería, dando como resultado la pérdida innata de la técnica del tejido del sombrero.

Por todo lo antes mencionado, se vuelve indispensable el contar con investigaciones que permitan llegar a identificar los aspectos positivos y negativos ocasionados por la cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla, y a su vez tomar decisiones tanto preventivas como estratégicas para fomentar el conocimiento y la práctica de la técnica de este tejido.

## LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### MACROLOCALIZACIÓN

Mapa 1 *América del Sur*



Creación: Ronny Fajardo.

La siguiente investigación tiene lugar en la República del Ecuador, país ubicado en el noroccidente del continente sudamericano, con una superficie de 283,560 km<sup>2</sup> y una población de 16 528 730 habitantes según el Instituto Nacional de Censos y Estadísticas hasta el año 2016. Reconocido a nivel mundial por la gran biodiversidad y pluriculturalidad existente dentro de su territorio. Según estudios realizados, el Ecuador alberga aproximadamente el 70% de todos los animales vertebrados y plantas del planeta.

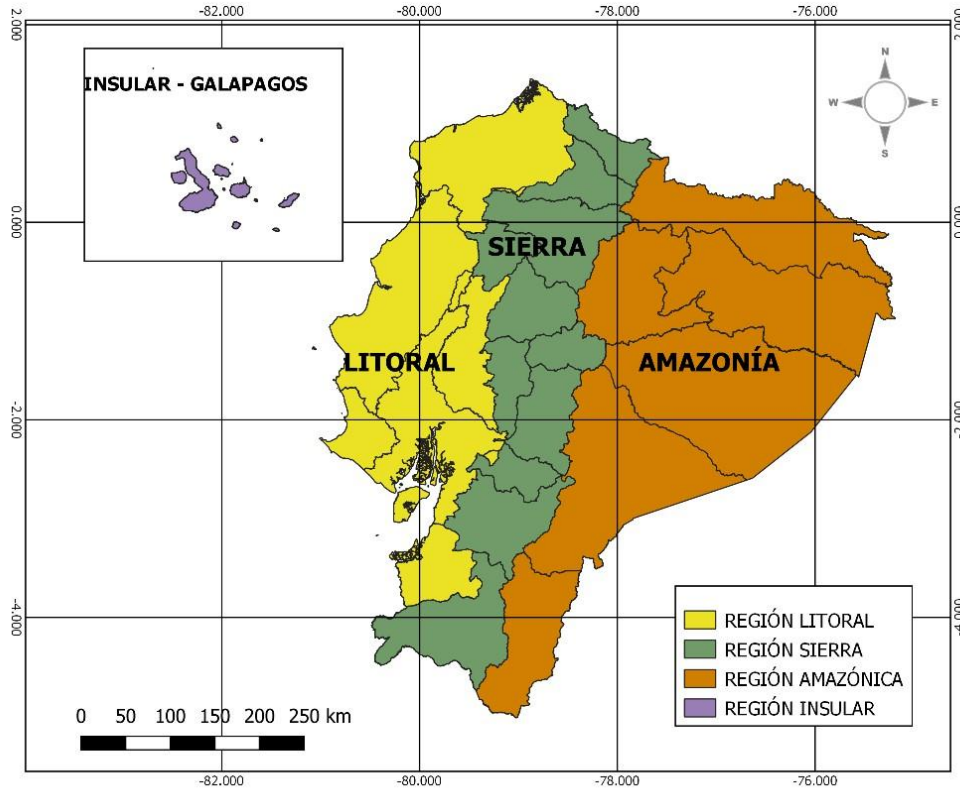
Tabla 1 *Población del Ecuador*

<b>POBLACIÓN DEL ECUADOR</b>				
Año	Mujeres		Hombres	
	Número	%	Número	%
2010	8 343 760	50,48%	8 184 970	49,52%
<b>TOTAL</b>	<b>16 528 730</b>			

Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo.

El Ecuador se encuentra dividido en 4 regiones, la Amazonía, la Sierra Andina, el Litoral o costa y la región insular o mejor conocida como las Islas Galápagos que están ubicadas sobre el océano pacífico a 1000 km de la costa del continente sudamericano. Esta última región, conforma el primer parque nacional del país y es una de las reservas marinas con mayor diversidad e importancia del planeta.

## REGIONES DEL ECUADOR



Creación: Ronny Fajardo.

Según el libro “Megadiversidad” de Mittermeier publicado en 1997 se menciona que, en el Ecuador debido a las diferentes regiones que existen, se pueden evidenciar alrededor de 90 ecosistemas terrestres y 24 marinos. Los mismos que lo convierten en uno de los países más privilegiados en biodiversidad y endemismo, al poseer la mayor cantidad de plantas y animales por kilómetro cuadrado con relación a su extensión.

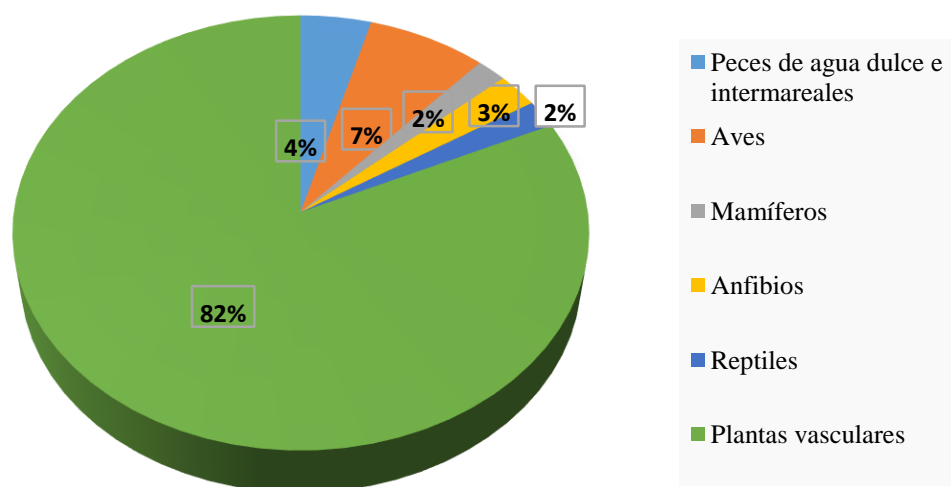
Tabla 2 *Biodiversidad del Ecuador.*

NÚMERO DE ESPECIES REGISTRADAS EN ECUADOR	
Tipo	Número de especies
Peces de agua dulce e intermareales	951
Aves	1 608
Mamíferos	403
Anfibios	557
Reptiles	450
Plantas vasculares	17 934
TOTAL	21 903

Fuente: Ecuadorencifras  
Creación: Ronny Fajardo.

Gráfico 1 *Biodiversidad del Ecuador.*

### NÚMERO DE ESPECIES REGISTRADAS EN EL ECUADOR



Fuente: Ecuadorencifras.



Mapa 3 Límites del Ecuador

## LÍMITES DEL ECUADOR



Creación: Ronny Fajardo.

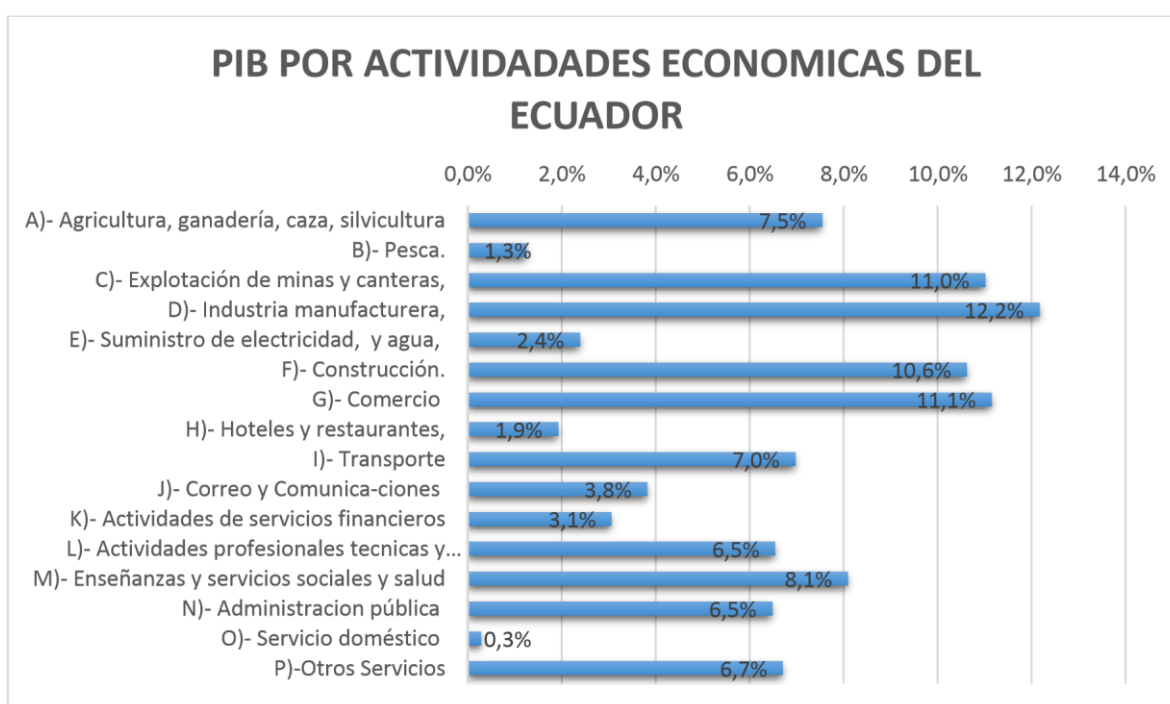
Las fronteras del Ecuador se basan en límites naturales y políticos. Posee en la actualidad 2006 km de fronteras terrestres con Colombia y Perú. Además de fronteras marítimas con la cuenca Asia-Pacífico y con Costa Rica. Sus límites terrestres son, al norte con la República de Colombia, al sur y este con la República de Perú y al oeste con el Océano Pacífico.

Tabla 3 *Actividades Económicas: Sectores.*

ACTIVIDADES ECONÓMICAS	
SECTOR	% DEL PIB
Actividades primarias:	20.6%
Actividades secundarias:	29.1 %
Actividades terciarias:	50.3%

Fuente: Ecuadorencifras 2016  
Creación: Ronny Fajardo.

Gráfico 2 *Actividades Económicas: Sectores.*



Fuente: Banco Central de Ecuador 2016  
Creación: Ronny Fajardo.

Las principales actividades económicas del país se encuentran divididas en tres sectores, dentro del primer sector se localiza la agricultura, ya que debido a las diferentes regiones y climas que se presentan en el país, las personas se pueden dedicar a producir, comercializar y exportar productos como banano, cacao, palma africana y entre una gran variedad de flores silvestres y frutas tropicales. Asimismo, una parte de la población del Ecuador se dedica a la ganadería y pesca, quedando esta última menos desarrollada con el paso de los años a comparación de la agricultura o minería que se presenta en menor escala.

En el Ecuador de igual modo una de las actividades más importantes es el comercio, tanto dentro como fuera del país, según datos del Banco Central del Ecuador un grupo de 11 productos representan el 86% de las exportaciones. Dentro de estos productos se encuentran el banano, el petróleo que para finales del año 2016 había casi duplicado su valor.

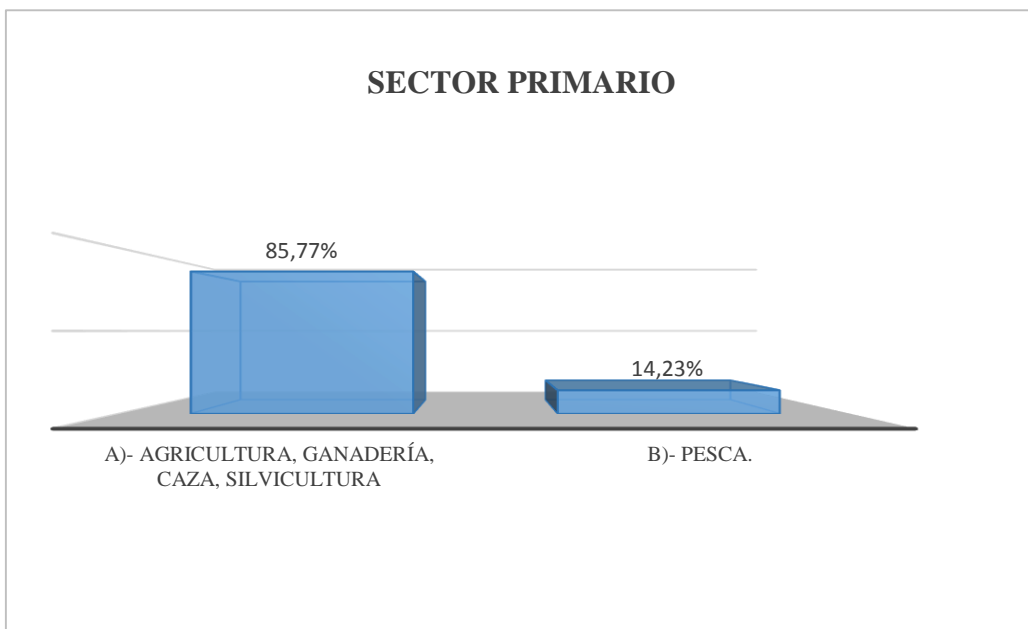
Tabla 4 *Indicadores Sector Primario.*

<b>SECTOR PRIMARIO</b>		
<b>TIPO</b>	<b>2014</b>	<b>% Peso sobre PIB 2014</b>
A)- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura.	5 059 553	85,77%
B)- Pesca.	839 112	14,23%

Fuente: Ecuadorencifras 2014

Creación: Ronny Fajardo.

Gráfico 3 *Indicadores Sector Primario.*



Fuente: Ecuadorencifras 2014

Creación: Ronny Fajardo.

En el siguiente punto se encuentra el sector industrial, donde se puede citar una de las plazas de empleo más grandes, como lo es la manufactura o industria textil que a su vez provoca alrededor de 30 desencadenamientos con otros sectores productivos que son quienes en cierto punto proveen lana, algodón, plásticos, cartón y entre otros elementos necesarios para la producción. La manufactura hace referencia al proceso mediante el cual se transforma la materia prima en un producto para uso final o que servirá de insumo para otros procesos productivos; uno de estos casos es el de la paja toquilla, la cual es procesada para finalmente obtener las fibras y tejidos que darán forma a los representativos sombreros de paja toquilla o erróneamente conocidos como “Panama Hat”.

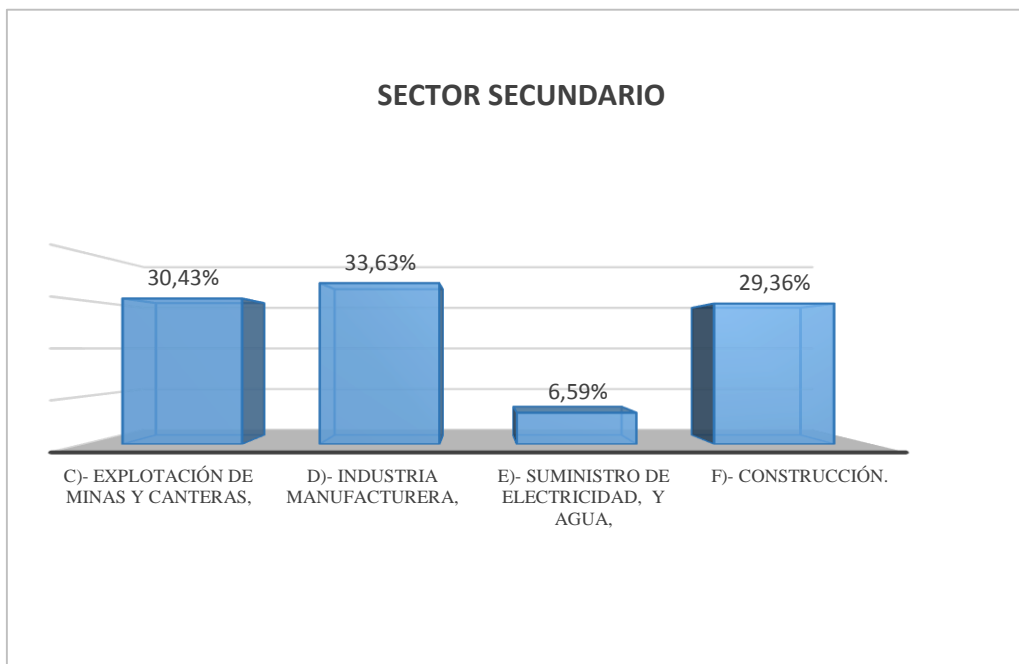
Tabla 5 *Indicadores Sector Secundario.*

<b>SECTOR SECUNDARIO</b>		
<b>TIPO</b>	<b>2014</b>	<b>% Peso sobre PIB 2014</b>
C)- Explotación de minas y canteras	7 389 184	30,43%
D)- Industria manufacturera	8 167 326	33,63%
E)- Suministro de electricidad, y agua	1 599 781	6,59%
F)- Construcción.	7 129 408	29,36%

Fuente: Ecuadorencifras 2014

Creación: Ronny Fajardo.

Gráfico 4 *Indicadores Sector Secundario.*



Fuente: Ecuadorencifras  
Creación: Ronny Fajardo.

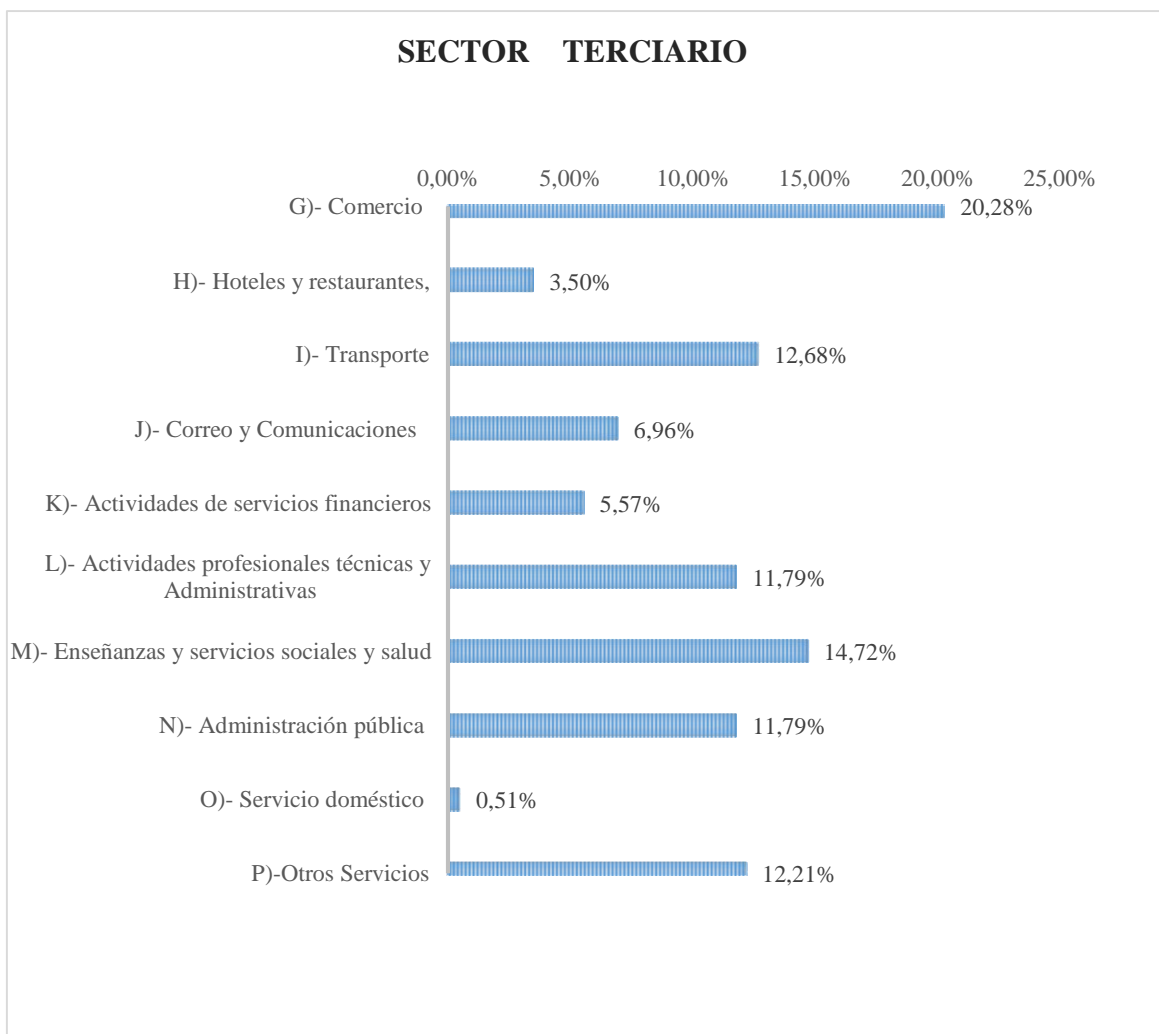
El último de los sectores económicos se conoce como el de Servicios, donde se destaca la actividad turística o mejor conocido como el Turismo, siendo en la actualidad una de las principales y más importantes fuentes de ingresos económicos en el país. A finales del año 2016 el turismo conformó alrededor del 2% del Producto Interno Bruto del país con más de 1075 millones de dólares en ingresos.

Tabla 6 *Indicadores Sector Terciario.*

<b>SECTOR TERCIARIO</b>		
<b>TIPO</b>	<b>2014</b>	<b>% Peso sobre PIB</b>
G)- Comercio	7.482.477	20,28%
H)- Hoteles y restaurantes,	1.292.203	3,50%
I)- Transporte	4.677.824	12,68%
J)- Correo y Comunicaciones	2.566.313	6,96%
K)- Actividades de servicios financieros	2.055.054	5,57%
L)- Actividades profesionales técnicas y administrativas	4.348.272	11,79%
M)- Enseñanzas y servicios sociales y salud	5.428.244	14,72%
N)- Administración pública	4.348.272	11,79%
O)- Servicio doméstico	186.596	0,51%
P)-Otros Servicios	4.502.223	12,21%

Fuente: Ecuadorencifras 2014  
Creación: Ronny Fajardo.

Gráfico 5 Indicadores Sector Terciarios.



Fuente: Ecuador en cifras 2014  
Creación: Ronny Fajardo.

Los datos de turismo a nivel nacional nos proporcionan información relevante acerca del número de turistas que visitan el país, cuáles son los medios de transporte usados para su ingreso, cuáles son las edades de las personas que más ingresan al país, en términos generales nos permite interpretar que el Ecuador es un país con un gran potencial turístico aún por aprovechar y desarrollar.

Tabla 7 *Turistas que ingresaron al Ecuador en el año 2017: Edades.*

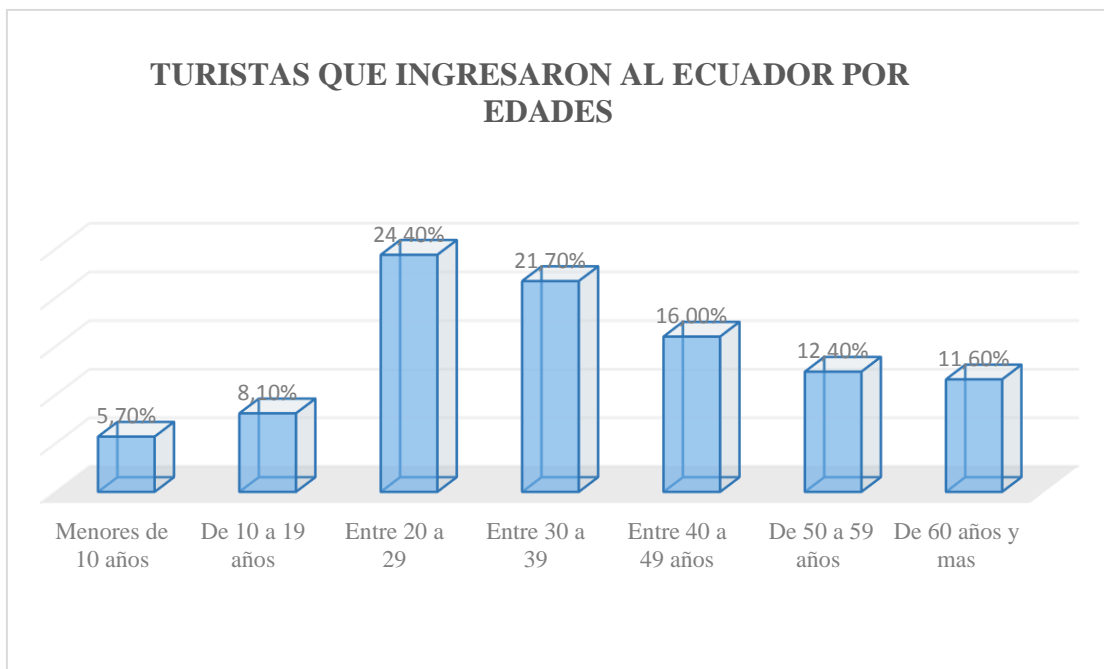
<b>TURISTAS QUE INGRESARON AL ECUADOR POR EDADES 2017</b>	
Edad	%
Menores de 10 años	5.70%
De 10 a 19 años	8.10%
Entre 20 a 29	24.40%
Entre 30 a 39	21.70%
Entre 40 a 49 años	16.00%
De 50 a 59 años	12,40%
De 60 años y mas	11.60%

Fuente: Banco Central de Ecuador  
Creación: Ronny Fajardo.

Durante el año 2017, el Banco Central del Ecuador reveló que el mayor porcentaje de las personas que ingresaron al país se encuentran en edades de 20 a 29 años. Dentro de este porcentaje se pudo también identificar que una gran parte de este porcentaje pertenece a jóvenes que viajan en pareja o de manera individual. Asimismo, en la tabla anterior se puede observar que los menores porcentajes registrados de turistas que ingresaron al país durante el año 2017 pertenecen a personas de edades menores a 10 años, de 10 a 19 años y de 60 años y más. Este último segmento de edades se registra en grupos, es decir son grupos de personas mayores que ingresan al país.



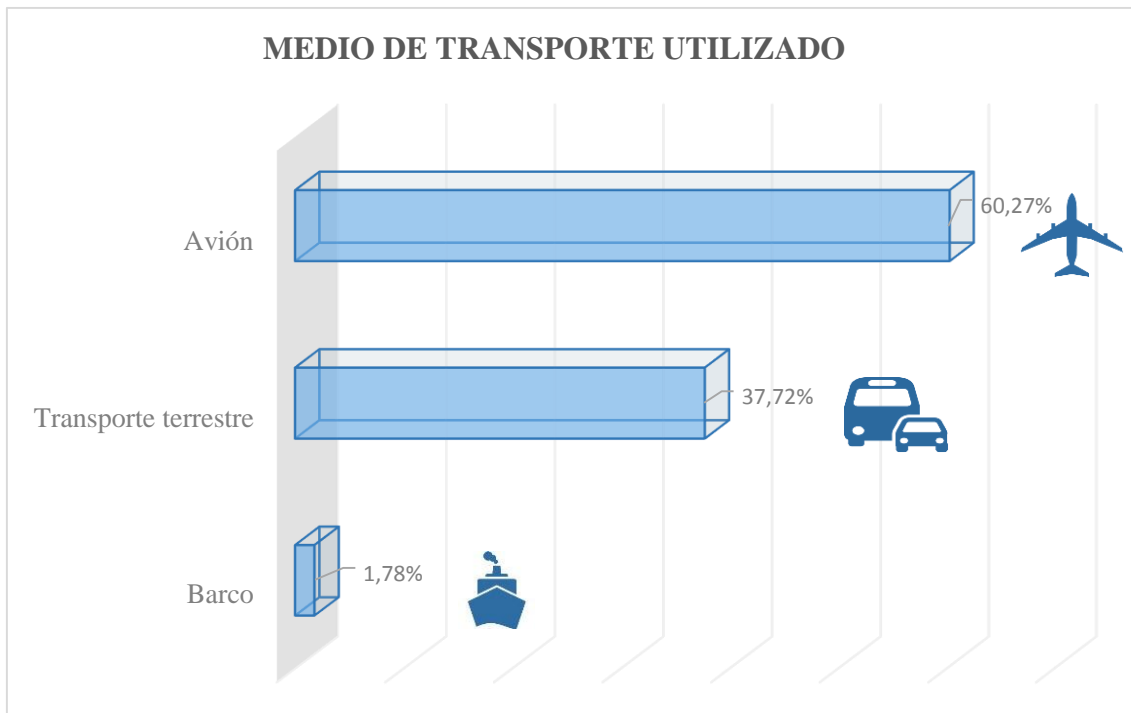
Gráfico 6 *Turistas que ingresaron al Ecuador en el año 2017: Edades.*



Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo.

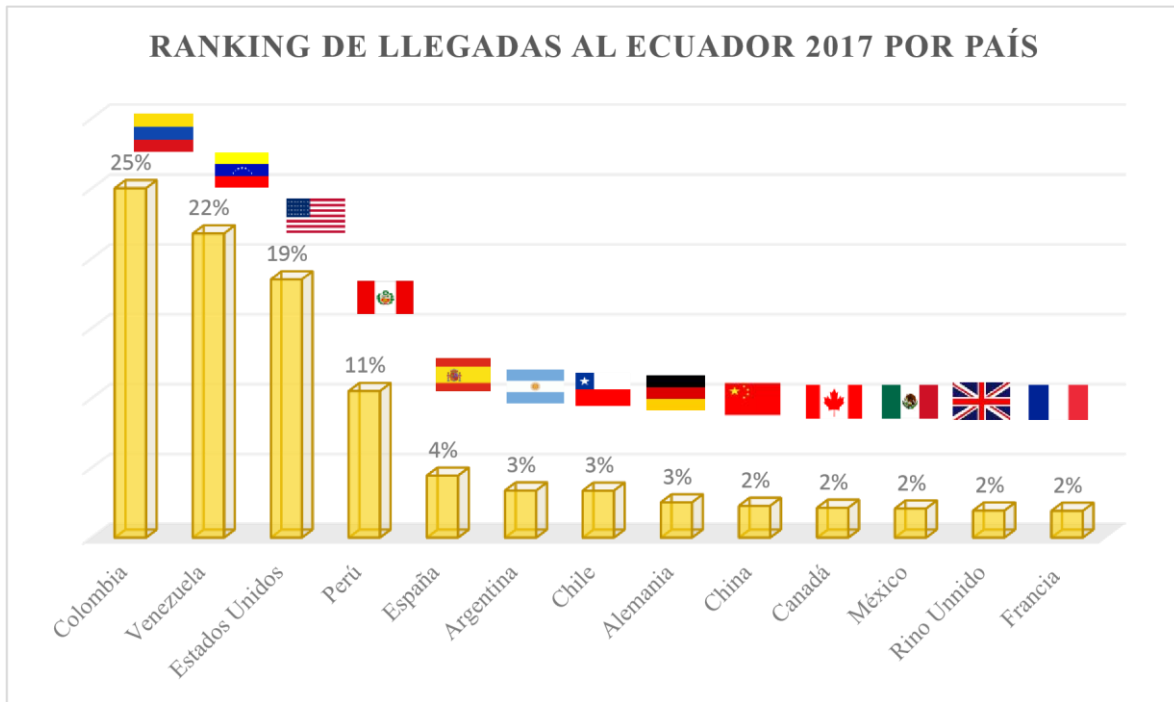
Para el ingreso al Ecuador existen diferentes maneras de accesibilidad, dentro de las principales podemos citar la vía aérea, terrestre y marítima. El siguiente gráfico nos permitirá conocer el medio de transporte más usado durante el año 2017 el cual pertenece a la vía aérea.

Gráfico 7 *Turistas que ingresaron al Ecuador en el año 2017: Medio de Transporte.*



Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo.

Gráfico 8 *Ranking de Llegadas al Ecuador 2017: Países*



Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo.

En el gráfico anterior se expone las estadísticas publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2017, las mismas que ubican a Colombia, Venezuela y Estados Unidos como el país de origen del mayor número de turistas que visitan el país. Sin embargo, la información presentada no es real del todo, puesto que la mayoría de las personas provenientes de los países antes mencionados se registran en migración del país bajo el motivo de viaje de turismo y ocio, no obstante, son personas que se establecen en el país con la intención de trabajar y poder encontrar un sustento de vida, todo esto producto de las situaciones actuales de dichos países. Estas condiciones perjudican directamente la realidad estadística del turismo en el Ecuador puesto que muchas personas de diferentes lugares de Sudamérica, presentan su registro con motivos de turismo u ocio y esto no siempre es verdadero, sus motivos específicos suelen ser trabajo o migración total.

Tabla 8 *Resumen del Turismo en Cifras del 2017.*

<b>RESUMEN DEL TURISMO EN CIFRAS 2017</b>			
2 %	1.608.433	16.630	496.833
Contribución directa del turismo al PIB del Ecuador	Extranjeros que llegaron al país	Ingresos de divisas por industria receptor	Número de empleos en industrias de turismo

Fuente: INEC 2017  
Creación: Ronny Fajardo.

El turismo, en la actualidad es una actividad dinamizadora de ingresos nacionales dentro de la economía de los diferentes países que ubican al turismo como una de las principales fuentes de réditos económicos. Las grandes potencias mundiales y lo países subdesarrollados y de gran potencial, turísticamente hablando, en estos días tienen al turismo como uno de los pilares más fuertes de su Producto Interno Bruto.

Durante los 12 meses del año 2017 llegaron al país alrededor de 1.608.433 turistas de diferentes lugares de origen, obteniendo el 14% de incremento con respecto al 2016. Diversas son las razones que motivan a miles de personas a desplazarse fuera de su lugar de residencia habitual. De igual manera el turismo es una de las actividades generadora de ingresos más importante para el país. Durante el año 2017 se registró 1.663 millones de dólares por concepto de ingreso de divisas, lo que representa el crecimiento del 14,8% frente al 2016. (Comercio, 2018)

Según el Ministerio de Turismo, la balanza turística del Ecuador registra un saldo positivo de \$575,9 millones de dólares, con un crecimiento del 38,7% en el año 2017. La actividad turística es mejor conocida por el efecto multiplicador que genera cuando se desarrolla, ya que siempre será un conjunto de servicios, tanto como de alimentos y bebidas, de alojamiento o de transportación entre otros servicios. Siempre se requerirá de más personas para poder gestionar y desarrollar diferentes actividades de servicio.

A lo largo del año 2017 se registraron alrededor de 496.833 empleos generados dentro de la industria del turismo, los cuales benefician a miles de familias. Estas fuentes de empleo por lo general son momentáneas puesto que el turismo se encuentra sujeto a estacionalidades.

Una de las últimas campañas turísticas que tuvo el país se dio durante el gobierno anterior y se denominó “*All you need is Ecuador*”. La misma tuvo una inversión compuesta de dos fases por aproximadamente \$44 millones de dólares en diferentes medios y espacios de los 12 mercados internacionales participantes, generando a su vez el ingreso de 94 mil visitantes atraídos por la campaña.

Hacia el sur del país se encuentra el austro ecuatoriano delimitado o conformado por las provincias de Azuay, Cañar y Loja que limita con la República del Perú. Dentro de las dos primeras provincias antes mencionadas se concentra la mayor cantidad de asociaciones de tejedoras toquilleras del país. Conformadas por objetivos comunes como lo es el fortalecimiento y la mejora de los procesos de producción y la unificación de beneficios.

Mapa 4 *Austro Ecuatoriano*



Creación: Ronny Fajardo.

# MICROLOCALIZACIÓN

Mapa 5 Provincia del Cañar

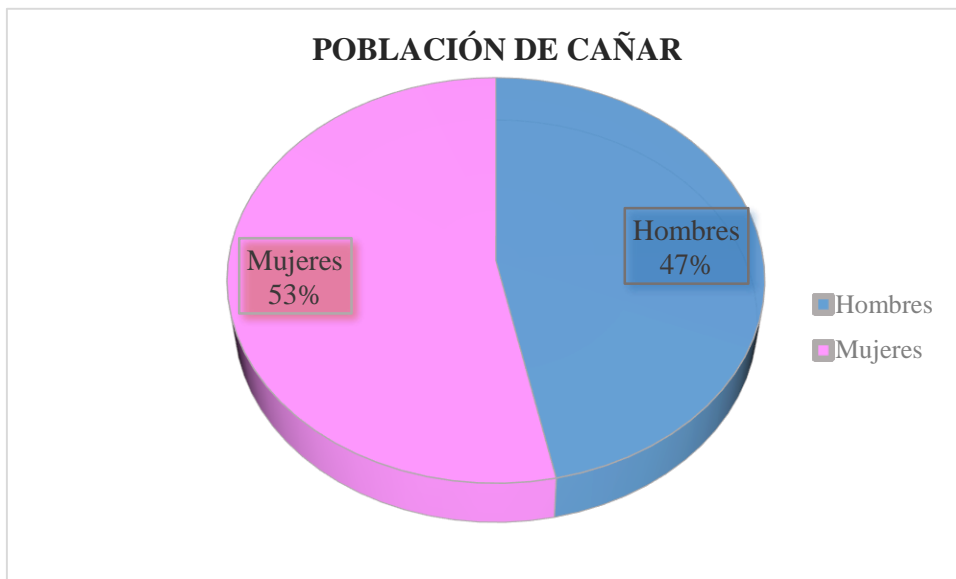


Creación: Ronny Fajardo.

Cañar es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, esta se encuentra ubicada al sur del país en la región geográfica conocida como sierra. Tiene una extensión de 3.908 km<sup>2</sup> y una población de 225.184 habitantes. Es una de las provincias más antiguas del Ecuador. La ciudad de Azogues es la capital provincial. Cañar pertenece a la región comprendida también por las provincias de Morona Santiago y Azuay, denominada como la Zona 6 de planificación.

La provincia se destaca como uno de los sitios turísticos más importantes del país, destacándose entre otros la Fortaleza de Ingapirca, la Laguna de Culebrillas y la ciudad de Azogues.

Gráfico 9 *Población por Sexo Provincia de Cañar.*

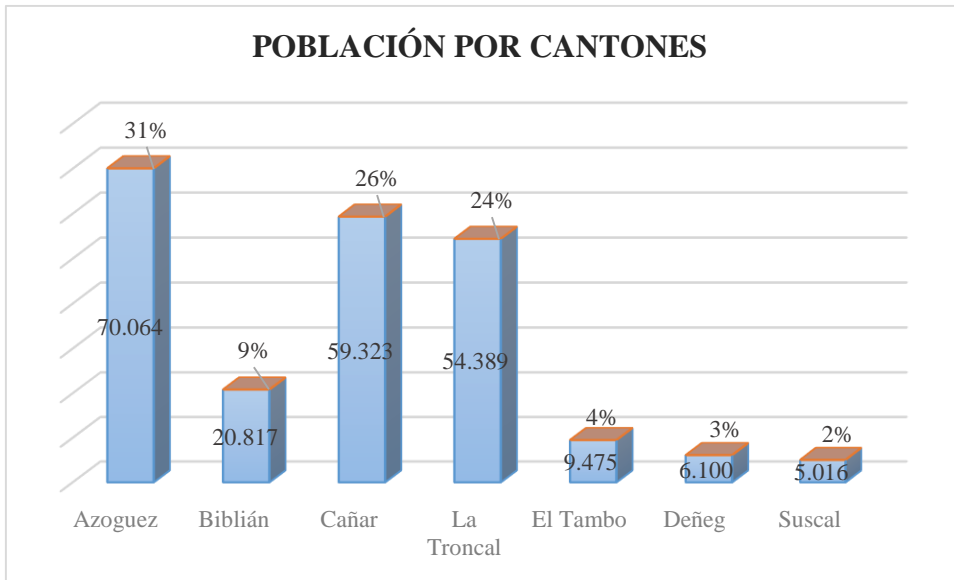


Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo.

La provincia de Cañar en la medida que va creciendo a través de los años va configurando el paisaje urbanístico de una ciudad hispanoamericana en constante transformación y crecimiento, como consecuencia de ciertos cambios socioeconómicos producidos. La mayor parte de la población es mestiza, cuna de la tradición cultural que ha influido notablemente en la historia del país.



Gráfico 10 Población por Cantones de la Provincia de Cañar.

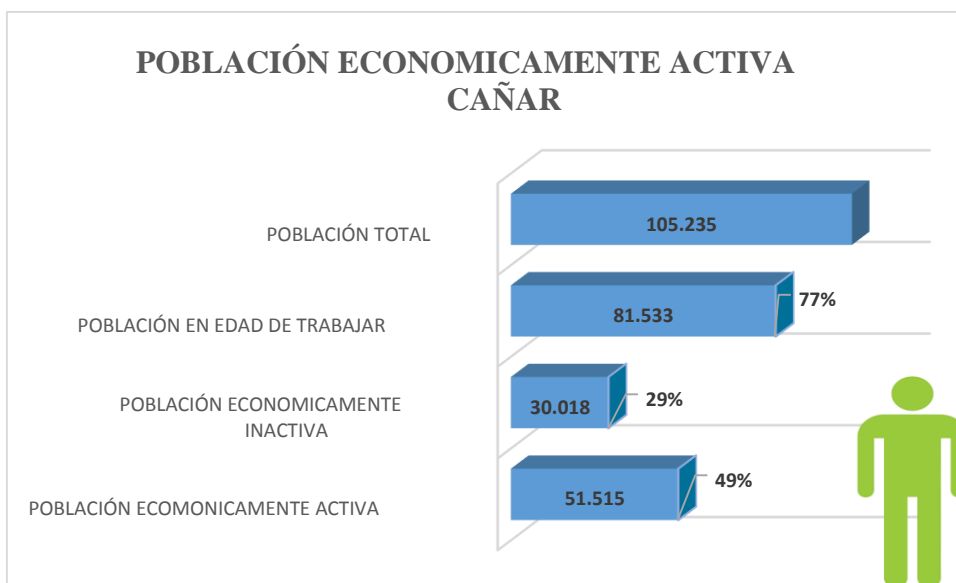


Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo.

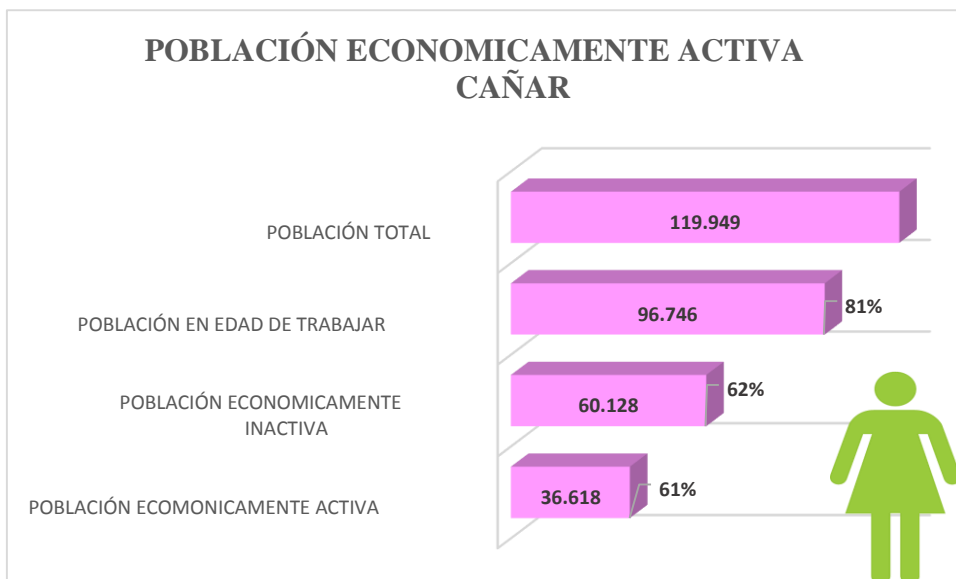
El gráfico anterior permite observar que el cantón más poblado de la provincia de Cañar es la ciudad capital Azogues con 70 mil habitantes aproximadamente siendo a su vez el mayor centro de distribución de la provincia, seguido del cantón Cañar y del cantón costero La Troncal. De igual manera podemos observar que los cantones menos poblados de la provincia son El Tambo, Deleg y la ciudad de Suscal.

Según datos del Banco Central del Ecuador, entre el año 2013 a 2017 la provincia de Cañar recibió USD 2.033 millones de dólares por remesas que envían familiares y amigos que emigraron durante finales del siglo XX, es la cuarta provincia a nivel nacional que más recursos de este tipo recibe, detrás de las provincias de Guayas, Azuay y Pichincha. El siguiente gráfico permite identificar la población económicamente activa que habita la provincia de Cañar.

Gráfico 11 *Población Económicamente Activa de Cañar.*



Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo.



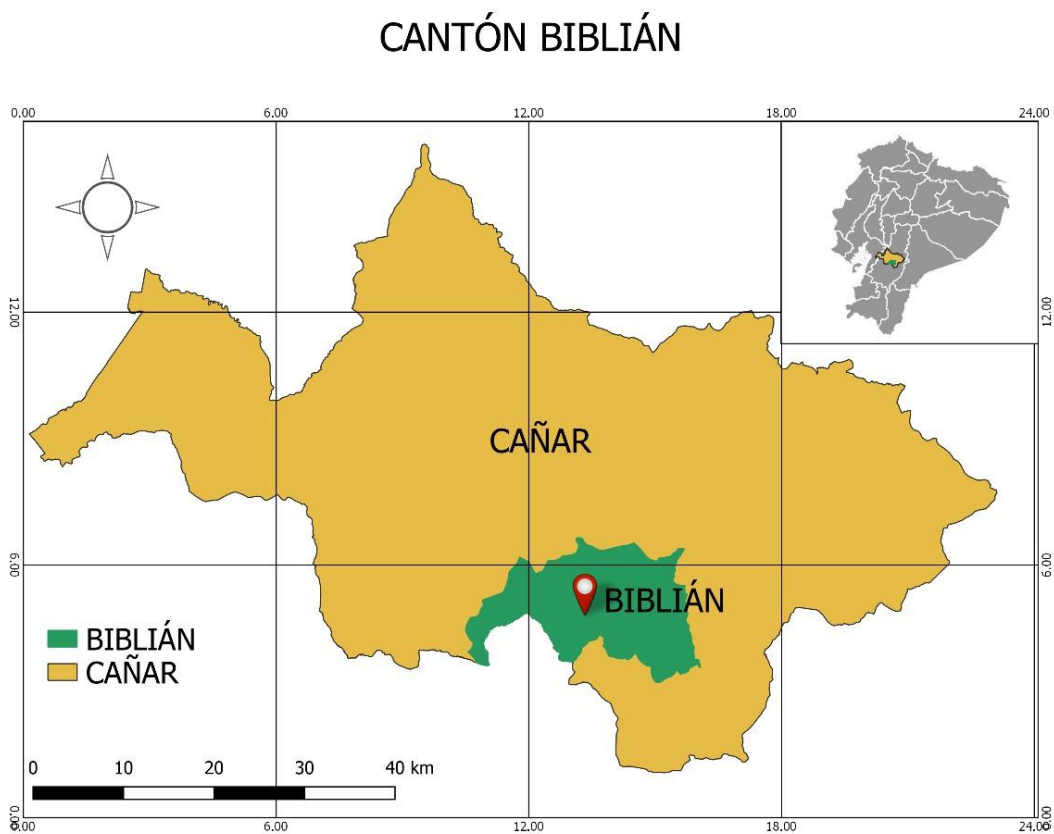
Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo.

El comercio y la construcción son las actividades que más crecen en los cantones de Azogues, Biblián, La Troncal, Cañar y El Tambo, según datos de la Cámara de Comercio e Industrias de Azogues. Este gremio comprende alrededor de 300 personas y más del 90% se dedica a la venta de artículos suntuarios, de primera necesidad, ropa, tecnología y sobre todo en materiales de la construcción. El 10% restante es pequeño empresario y proveedor de la construcción, es decir, tiene talleres de metalmecánica, madera y otros productos.

El cantón Biblián se encuentra ubicado en la provincia de Cañar, en la zona septentrional de la hoya del Paute, con una superficie de 205,30 km<sup>2</sup> y con una altura de 2608 msnm. El 1 de agosto de 1944, después de la revolución del 28 de mayo de aquel histórico año que daría como resultado el ascenso al poder de Estado a José María Velasco Ibarra, se eleva a la categoría de cantón. Se caracterizó por la laboriosidad de sus habitantes los mismos que eran grandes agricultores, ganaderos, productores de lácteos y sus derivados, la minería también representaba fuentes de ingresos significativos. No obstante, se encontraba la elaboración de jabón negro, que era un detergente usado tanto para el aseo personal y doméstico.

*(HISTORIAS DE OTROS TIEMPOS)*

Mapa 6 *Cantón Biblián*

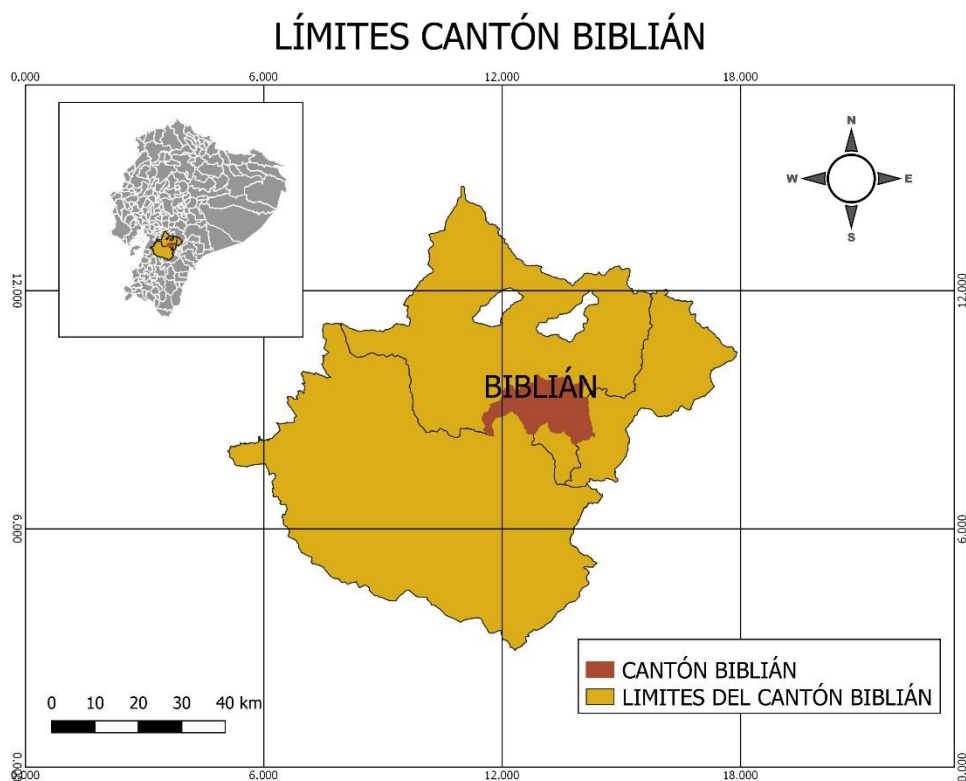


Creación: Ronny Fajardo.

El cantón Biblián se encuentra en la zona 6 de planificación, ubicado en la parte sur de la sierra andina, además representa el 7.2% del territorio de la provincia de Cañar con una población de 20.8 mil habitantes. Según datos publicados en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, indican que el 48.5% de residentes en el cantón se declara población económicamente activa (PEA), y a su vez representa el 9.2% con relación a toda la provincia.

Sus límites son al Norte con el cantón Cañar, que posee casi toda la riqueza arqueológica y los vestigios del pueblo Cañari; al Sur con el cantón Azogues, Deleg y Cuenca, al este limita con los cantones Cañar y Azogues y al Oeste con el cantón Cañar.

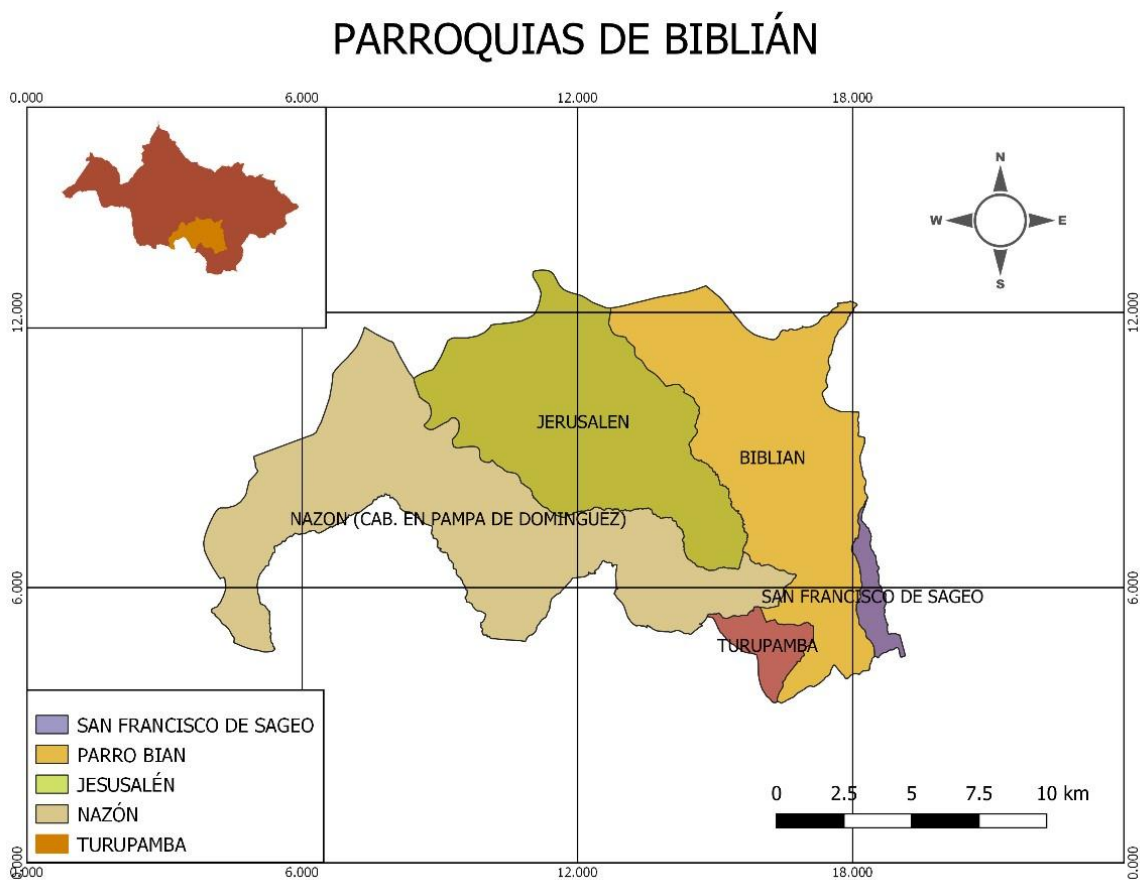
Mapa 7 Límites del Cantón Biblián



Creación: Ronny Fajardo.

Biblián, o mejor conocido como el “Cantón Verde del Austro Ecuatoriano”, alberga gente muy hospitalaria y trabajadora que se dedican a actividades como la ganadería, agricultura, a la elaboración de artesanías, principalmente artículos relacionados con la tejeduría de paja toquilla. Asimismo, una de las actividades más sólidas es la exportación de sombreros de paja toquilla, que en la actualidad se encuentra respaldada bajo la medición de estándares de calidad de la marca país “Ecuador Ama La Vida”, como incentivo para apoyar al comercio de estos productos dentro de mercados internacionales. Política y administrativamente Biblián se divide en cinco parroquias, de las cuales 4 son rurales: Turupamba con 6.4 km<sup>2</sup>, Nazón con 63.8 km<sup>2</sup>, San Francisco de Sageo con 4.5 km<sup>2</sup>, Jerusalén con 63.9 km<sup>2</sup>, que a su vez es la parroquia que cuenta con la mayor cantidad de comunidades, aproximadamente 70; y la última parroquia es urbana, la misma que es la cabecera cantonal Biblián.

Mapa 8 Límites del Cantón Biblián



Creación: Ronny Fajardo.

Biblián cuenta con varios recursos turísticos no aprovechados o desarrollados aún, tal es el caso de la Laguna de Tushin con 70 metros de perímetro y aproximadamente 3 hectáreas de superficie, donde se pueden observar patos salvajes y el páramo andino. El centro turístico comunitario Charon Ventanas, que a su vez es un corredor natural, histórico, cultural y arqueológico que permite apreciar los paisajes naturales e inclusive el acceso a complejos arqueológicos como lo es “Coyoctor” o Baños del Inca. Se ofrece alojamiento en casas restauradas, según la arquitectura de la zona, para 10 personas y un restaurante de gastronomía tradicional para 25 visitantes. (Blog, 2017)

Dentro de sus costumbres y tradiciones, la población del cantón Biblián al ser netamente religiosa, una de las principales costumbres es la realización de la fiesta en honor a la Virgen del Rocío. Empieza sus vísperas el 7 de septiembre hasta el 8 de cada año.

Se realiza una procesión al Santuario de La Virgen del Rocío, que durante el mismo mes es visitado por muchos turistas y feligreses que llegan con el objetivo de participar en diferentes actividades, tanto religiosas como culturales. (EcuRed, 2017)

## **ESTADO DEL ARTE**

El presente trabajo posee bases conceptuales y teóricas, que analizarán diferentes investigaciones planteadas por autores relacionados con el aprendizaje de técnicas ancestrales en productos de paja toquilla.

- "El arte del tejido del sombrero de paja toquilla está hecho en Ecuador"  
Es el título de un artículo cuya autora es Marjorie Lorena Reyes. Su objetivo principal es la comercialización de productos ancestrales bajo el propósito de optimizar sus líneas de gestión, orientadas al incremento de la rentabilidad y productividad del negocio.
- "La Paja Toquilla en Cuenca, realidad y perspectivas".  
Artículo publicado por María Leonor Aguilar en el que se aborda temas con base en cómo la artesanía de la paja toquilla está ligada a la historia de la ciudad de Cuenca y su área de influencia, llegando a convertirse en importante generadora de ingreso, fuente de ocupación y de trabajo de miles de artesanos que, durante la primera mitad del siglo pasado, convirtieron a las provincias de Azuay y Cañar en grandes talleres manufactureros del sombrero de paja toquilla.
- "El sombrero de paja toquilla como atractivo cultural y su propuesta: La Ruta del Sombrero".  
Es el nombre de un artículo publicado en el año 2003, donde se proporciona información que aclara todo pensamiento acerca del sombrero de paja toquilla y todo lo que influye para poder llegar a ser un producto de calidad consumido por las grandes potencias a nivel mundial y además de ello, este artículo ayuda a contribuir con criterios de conciencia para retomar una tradición casi extinta.

- “Major Trends in Contemporary Tourism”.

Este trabajo de Erik Cohen es una reflexión crítica sobre las tendencias principales del desarrollo del turismo de masas, así como sobre la forma en que ha sido descrito y estudiado en el marco académico. Se apunta que las grandes tendencias en su evolución, marcadas por modernidad y postmodernidad, han ido acompañadas por diversos sistemas teóricos que destacan alternativamente la búsqueda de la autenticidad, la distinción, la fantasía y las emociones fuertes. Se analizan asimismo logros y carencias de las principales hipótesis que enmarcan teóricamente cada una de esas tendencias.

- “El Sombrero de Paja Toquilla como atractivo turístico cultural”

Estudio realizado por Carla Ricaurte, profesora de la Universidad ESPOL, donde señala el sombrero de paja toquilla como una nueva alternativa de turismo. Dando paso a la existencia de motivaciones relacionadas con la confección de productos artesanales y con la identidad propia de cada cultura.



## MARCO TEÓRICO

El estudio socio-económico tiene la intención de ser un medio para evidenciar, verificar y evaluar los aportes monetarios que genera la cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla en la economía del artesano, el impacto en su calidad de vida, mostrar la realidad económica y su vinculación con la actividad turística. Según datos del INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural) la mayor producción de sombreros de paja toquilla del Ecuador se concentra en la parte sur del país, repartida en las provincias de Azuay y Cañar.

El Ecuador se encuentra dividido en 9 zonas administrativas, agrupadas por características geográficas que atraen visitantes por su diversidad cultural, natural y gastronómica. Una de las zonas destacadas por el tejido del sombrero de paja toquilla, es el austro ecuatoriano conformado por las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago.

El perfil de la persona que visita esta región del país, se encuentra en parte motivado por el conocimiento de técnicas de confección y realización de productos de manufactura obtenidos a base de paja toquilla o conocida científicamente como *Carludovica Palmata*.

Además, según un estudio realizado por la Universidad Laica Eloy Alfaro, ubicada en Manabí; establece que la aparición de nuevas alternativas de materiales sintéticos es una de las razones por las cuales los artesanos deciden dejar a un lado la producción de este artículo (Producción y Comercialización del Sombrero de Paja Toquilla en Montecristi, Ecuador 2016). Por otra parte, en un estudio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil explica que los sombreros producidos en china son una amenaza para la supervivencia de la técnica del tejido ecuatoriano, ya que al tener una gran similitud del producto y con unos precios de venta muy dispares, dan una gran ventaja al producto asiático elaborado a base de papel prefabricado; esto les permite una reducción de costos y un aumento en sus niveles de producción (Los sombreros paja toquilla y su comercialización en los mercados internacionales, 2017).

Las estadísticas expuestas en portales como Turismo en Cifras y Proecuador demuestran que el porcentaje de compra del sombrero de paja toquilla a nivel local, es muy bajo en comparación al número de sombreros que se exporta. Tal vez una de las razones más fuertes sea la poca valoración que los ecuatorianos dan a la técnica del sombrero de paja toquilla. Esto se puede evidenciar en cifras tales como: el 90% del total de la producción nacional del sombrero de paja toquilla es para exportar, y solo el 10% se queda en el país o no se registra como producto exportado. En el austro del Ecuador, la ciudad de Cuenca es la principal productora de sombreros, sin embargo, la técnica más fina del tejido se encuentra en los sombreros de Montecristi (Banco Central del Ecuador, 2016)

## **MARCO LEGAL**

El marco legal para la elaboración del presente trabajo de investigación sobre el sombrero de paja toquilla: impacto económico sobre el artesano y su influencia en el turismo del cantón Biblián en el periodo 2013 - 2017 se ha fundamentado en una normativa jurídica basada en: Constitución de la Republica el Ecuador, Ley del turismo, Ley de defensa del artesano, Ley de Fomento Artesanal, Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, y la Ley de Transparencia y acceso a la información pública.

### **Constitución de la Republica el Ecuador**

**Art. 18.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. 2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

**Art. 377.-** El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

**Art. 379.-** Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley. (Constituyente, 2008)

### **Ley de Turismo**

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (Ley de Turismo, 2001)

### **Ley de defensa del artesano**

**Art. 1.-** Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

**Art. 2.-** Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

- a) Actividad Artesanal: La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas;
- b) Artesano: Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual, aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios;
- c) Maestro de Taller: Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación 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 del Trabajo y Recursos Humanos;

d) 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 la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller;

e) Aprendiz: Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza Ley de Defensa del Artesano 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; y,

f) Taller Artesanal: Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:

1. Que la actividad sea eminentemente artesanal;
2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayores de cinco;
3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley;
4. Que la Dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller; y,
5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley.

**Art. 11.-** Los recursos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano se destinarán a la ejecución de planes y programas destinados al desarrollo integral y capacitación de la clase artesanal y de sus organizaciones gremiales, al fomento de ferias, exposiciones y concursos a nivel nacional e internacional, en concordancia con las metas y objetivos previstos en el Plan Nacional de Desarrollo Artesanal.

**Art. 17.-** El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante:

- a) La exoneración de los impuestos a la renta del capital con el concurso del trabajo y adicionales de dicho impuesto, del impuesto a los capitales en giro y del impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos;
- b) La importación en los términos más favorables que establezca la correspondiente Ley, de los materiales e implementos de trabajo de los artesanos, salvo los de lujo;
- c) La exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal;
- d) La concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada, para cuyos efectos la Junta Monetaria dictará la regulación correspondiente. Los montos de los créditos se fijarán considerando especialmente la actividad artesanal y el número de operarios que tenga a su cargo el taller;
- e) La compra de artículos de artesanía para las instituciones oficiales y otros organismos públicos. Exceptuase el caso en que el Estado o las Instituciones de Derecho Público sean productores de estos artículos. Los artesanos continuarán gozando de las demás exoneraciones contempladas en el artículo 9 de la Ley de Fomento Artesanal, en cuanto más les beneficie. (Ley de Defensa del Artesano, 2008)

### **Ley de Fomento Artesanal**

**Art. 1.-** Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, se considera:

- a) Artesano Maestro de Taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público;

b) Artesano Autónomo, aquél que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos de trabajo, y

c) Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos, que conformen unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

**Art. 4.-** Los artesanos individualmente considerados, las asociaciones, cooperativas, gremios y uniones de artesanos que tuvieren talleres independientes del establecimiento o almacén en el que se expenden sus productos, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que se otorgan en esta Ley.

**Art. 7.-** Para gozar de los beneficios establecidos en esta Ley, el artesano maestro de taller requiere de la calificación conferida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, o del carné de agremiación expedido por las diferentes organizaciones o instituciones artesanales clasistas con personería jurídica, en los casos de los artesanos miembros de asociaciones simples o compuestas, gremios, cooperativas, uniones de artesanos, cámaras artesanales u otras que se crearen de conformidad con la Ley. Las organizaciones o instituciones artesanales, que se acojan a los beneficios de esta Ley, deberán justificar su personería jurídica y la calidad de su representante legal. Para los artesanos autónomos que soliciten acogerse a los beneficios de esta Ley, el Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca elaborará a través de la Dirección Nacional de Artesanías el correspondiente informe técnico - económico y lo elevará a consideración del Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal.

**Art. 27.-** Las instituciones de crédito de fomento otorgarán créditos a los artesanos, uniones de artesanos y personas jurídicas artesanales, en condiciones favorables que se adapten a la situación de un sujeto de crédito con capacidad de garantía limitada. Estas instituciones de crédito de fomento harán constar anualmente en su presupuesto de inversiones un fondo especial, tomando como base los programas de fomento de la producción de la artesanía elaborado por el Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo adoptado por el Gobierno. La Junta Monetaria, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo y a los Planes Operativos del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, establecerá normas preferenciales para créditos artesanales que serán concedidos por las instituciones financieras de fomento.

### **Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria**

**Art. 1.-** Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

**Art. 2.-** Ámbito- Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento. Las disposiciones de la presente Ley no se aplicarán a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios. Tampoco serán aplicables las disposiciones de la presente Ley, a las mutualistas y fondos de inversión, las mismas que se regirán por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y Ley de Mercado de Valores, respectivamente.



**Art. 3.- Objeto.-** La presente Ley tiene por objeto: a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado; b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay; c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario; d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y, e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

**Art. 4.- Principios.-** Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda: a) La búsqueda del buen vivir y del bien común; b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; c) El comercio justo y consumo ético y responsable; d) La equidad de género; e) El respeto a la identidad cultural; f) La autogestión; g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y, h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes

**Art. 48.- Patrimonio. -** El patrimonio de las cooperativas estará integrado por el capital social, el Fondo Irrepartible de Reserva Legal y otras reservas estatutarias y constituye el medio económico y financiero a través del cual la cooperativa puede cumplir con su objeto social.

**Art. 77.- Artesanos. -** Es artesano el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que desarrolla su actividad y trabajo personalmente. En caso de ser propietario de un taller legalmente reconocido, no excederá los límites de operarios, trabajo, maquinarias, materias primas y ventas, que serán fijados anualmente por la Superintendencia. (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2014)

## **Ley de Transparencia y acceso a la información pública.**

**Art. 1.-** Principio de Publicidad de la Información Pública. - El acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado. Toda la información que emane o que esté en poder de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que, para el tema materia de la información tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste, en cualquiera de sus modalidades, conforme lo dispone la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado; las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONGs), están sometidas al principio de publicidad; por lo tanto, toda información que posean es pública, salvo las excepciones establecidas en esta Ley.

**Art. 5.-** Información Pública. - Se considera información pública, todo documento en cualquier formato, que se encuentre en poder de las instituciones públicas y de las personas jurídicas a las que se refiere esta Ley, contenidos, creados u obtenidos por ellas, que se encuentren bajo su responsabilidad o se hayan producido con recursos del Estado.

**Art. 7.-** Difusión de la Información Pública.- Por la transparencia en la gestión administrativa que están obligadas a observar todas las instituciones del Estado que conforman el sector público en los términos del artículo 118 de la Constitución Política de la República y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, difundirán a través de un portal de información o página web, así como de los medios necesarios a disposición del público, implementados en la misma institución, la siguiente información mínima actualizada, que para efectos de esta Ley, se la considera de naturaleza obligatoria. (Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, 2004)

## **Introducción al capítulo 1:**

El siguiente capítulo comprende información específica y referente a la situación actual del cantón Biblián perteneciente a la provincia de Cañar, teniendo como punto de partida la reseña histórica que posee la producción y comercialización del sombrero de paja toquilla en el cantón. Tomando en cuenta el número de personas que desde la crisis económica que atravesó el sector toquillero en la provincia de Manabí en el año 1834 decidieron migrar y transmitir los conocimientos de confección en ciudades como Cuenca, Carchi y Quito. Es así como nace y se conoce la expansión de la manufactura toquillera manabita en otros lugares del Ecuador, según Miguel Ernesto Domínguez en su libro *El Sombrero de Paja Toquilla: historia y economía.*, publicado en el año 1991.

# CAPÍTULO 1

## 1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN BIBLIÁN:

### 1.1 Reseña Histórica de la producción y comercialización del sombrero de paja en el cantón Biblián.

Desde el inicio del siglo XIX hasta aproximadamente la mitad del siglo XX, la manufactura del sombrero de paja toquilla constituyó uno de los principales ingresos económicos de las provincias de Azuay y Cañar. La cadena de producción y comercialización del sombrero tiene inicio desde el momento que se siembra y se cosecha en los cantones de Montecristi, Jipijapa, San Lorenzo y la zona de Pile en la provincia costera de Manabí, la llamada *Carludovica Palmata*, nombre científico de la paja toquilla; con el objetivo de comercializarla para su traslado a las provincias antes mencionadas del austro ecuatoriano. (Rodriguez, 2014)

Desde aquel momento, en el que las artesanas tejedoras de Biblián, Azogues, Sigsig, Chordeleg, Gualaceo y Cuenca reciben los llamados “atados” que es el nombre que se le da a la materia prima, proceden o comienzan la elaboración de los sombreros, misma que dependiendo el diseño puede tomar alrededor de 2 o 3 meses. Asimismo, existían los denominados “revendedores” o “perros”, que eran las personas que se encargaban de localizar el producto y conseguirlo a precios cómodos para después lograr venderlos o comercializarlos dentro de las casas de exportación, todas localizadas en la ciudad de Cuenca. (Rodriguez, 2014)

El desarrollo de la elaboración del sombrero de paja toquilla en las provincias del austro ecuatoriano se dio en el año 1839, cuando Don Bartolomé Serrano fue nombrado Jefe Político o mejor conocido antiguamente como Corregidor de la ciudad de Azogues. Durante su periodo fundó la Industria de los Sombreros de Paja Toquilla, que hasta la actualidad ha constituido parte fundamental del desarrollo económico de la provincia de Cañar.

Según Miguel Ernesto Domínguez, alrededor de los años 1844 se estableció una ordenanza en la ciudad de Cuenca en la que se dispuso que todas las escuelas deban enseñar el tejido de los sombreros de paja toquilla. De tal manera, por iniciativa de Serrano, se empieza a traer tejedores manabitas específicamente de Jipijapa, para que sean los encargados de instruir la técnica de confección, la misma que fue aprendida por hombres y mujeres, quienes realizaban el tejido de los sombreros dentro de sus casas las cuales a su vez eran los talleres de confección.

En aquellos tiempos, al igual en que en la actualidad, la actividad toquillera era secundaria o hasta terciaria en la vida de los artesanos tanto de la región costa como en el austro. Los pobladores, especialmente rurales se dedicaban a la agricultura y ganadería, que son actividades que representan mayores ingresos para estas zonas. (Domínguez, 1991)

Es así como la mayor parte de la población del austro del Ecuador empieza a dedicarse a la elaboración de sombreros de paja toquilla, ya que como incentivo a esta producción, Serrano facilitaba tanto la materia prima como los instrumentos necesarios para adecuarla para su tejido, tales como: (Domínguez, 1991)

- La Horma
- El Cajón para sahumar y blanquear la paja.

A mediados del siglo XIX se suscita un evento denominado el “boom toquillero”, mismo que surge junto al nacimiento de la actividad industrial en la ciudad de Cuenca, representado por las exportaciones a nivel macro de los sombreros de paja toquilla. Este proceso se realizaba a través de las casas exportadoras, quienes se beneficiaban directamente por las ventas ocasionadas a nivel internacional.

Dentro de las principales casas exportadoras de sombreros de paja toquilla localizadas en la ciudad de Cuenca, que son parte de la historia toquillera se encuentran las siguientes: (Monsalve, 1953)

- La K. Dorfzaun (1939)
- La Ernesto J. French (s/f)
- La Lukaiser Corp. S.A (1939)
- La Brandon Hat Co. (1950)

Las exportaciones de los sombreros de paja toquilla, se vieron fortalecidas desde el momento en el que se incentiva el comercio entre Cuenca y Guayaquil, debido a las grandes producciones de esta artesanía y además de su fuerte demanda en el mercado internacional. El comercio del sombrero fue una de las actividades más fuertes e importantes que conformaban la economía de este sector del país, por lo que se apreciaba la existencia de una mayor apreciación por los sombreros del austro que de la costa ecuatoriana, ya sean procedentes de cantones como Jipijapa o Montecristi en la provincia de Manabí. (Domínguez, 1991)

Según la historia el auge exportador de sombreros generó una etapa de bonanza económica sin precedente alguno. En 1854 la exportación de sombreros de paja toquilla superó al cacao; mientras que hacia 1863 se exportó desde el Puerto Marítimo de Guayaquil aproximadamente 500.000 sombreros. Europa y Estados Unidos empezaron a ser los principales mercados internacionales en demandar este producto que fue promocionado en la exposición Mundial de París en 1855. Sin embargo, la construcción del Canal de Panamá generó una gran demanda de este producto utilizado inicialmente por los obreros para protegerse del sol; luego, importantes figuras políticas y del espectáculo, empezaron a usar los sombreros de paja toquilla, convirtiéndose en un accesorio de moda muy apetecido. (Turismo, [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec), 2014)

Gráfico 12 *Exportaciones del Sombrero de Paja Toquilla: Mitad Siglo XIX.*



Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo

Si bien es cierto, los sombreros de paja toquilla producidos en el Ecuador tiene sus similitudes, los elaborados en la provincia de Manabí tienen sus características que los diferencian del producto elaborado en el austro del ecuatoriano, tomando inicio en la contextura del mismo. Los sombreros producidos en la comunidad de Pile o en el cantón Montecristi, son los más finos del país y probablemente del mundo. Es decir, entre más pequeños sean los orificios entre el tejido de las fibras, al final del proceso, el producto acabado es más fino y se vende a mayor precio. (Moscardó, 2015)

En el mercado internacional los precios de un sombrero, dependiendo de la calidad y de su finura, pueden ir de \$100 a \$30.000 dólares americanos. (BBC, 2016)

Otra de las principales características que diferencian a los artesanos elaboradores de este producto es que los tejedores de Manabí lo realizan en una posición inclinada, colocando el peso del cuerpo sobre un montículo de madera; mientras que, los tejedores de las provincias de Azuay y Cañar realizan la confección de una manera diferente o más cómoda quizá, los artesanos del austro ecuatoriano lo hacen ya sea parados o sentados por el tiempo y la paciencia que demanda la confección de los sombreros de paja toquilla.

Los principales mercados internacionales importadores de sombreros de paja toquilla fueron durante finales del siglo XIX países ubicados en América del Sur tales como:

- Colombia
- Perú
- Venezuela
- Puerto Rico
- Cuba

El canal de Panamá, una de las construcciones más importantes a nivel mundial tuvo lugar un 12 de julio de 1914, hecho que marcó un antes y después en la historia de la humanidad. De igual manera significó un hecho muy importante para las provincias de Azuay y Cañar, ya que tuvieron el encargo de producir aproximadamente cien mil sombreros para que fuesen enviados a Panamá. Como se indicó anteriormente, los mismos no solo serían utilizados por obreros, sino que además serían obtenidos con el fin de ser comercializados en los países europeos.

Esto significó una de las plazas más amplias de trabajo que se habían generado en aquel entonces, requiriendo el compromiso de alrededor de cincuenta mil personas, con el objetivo de cumplir con la demanda requerida por el país panameño.

El éxito económico y comercial por el que atravesó la producción de los sombreros de paja toquilla tuvo su final en la mitad del siglo XX con una drástica caída de las ventas y exportaciones del producto. Considerado como “Joya Artesanal Ecuatoriana” se comercializa en los mercados internacionales desde el siglo XIX (Domínguez, 1991). Solo en los años 50, se llegaron a exportar entre 30.000 y 40.000 sombreros de paja toquilla mensualmente a Europa y Estados Unidos. Entre los años 1998 y 2000 las exportaciones de las partidas arancelarias 650400 y 65020010 correspondientes a cascos, sombreros y demás tocados, fabricados con Paja Toquilla, alcanzaron un promedio de US \$ 2,600 000 anuales. (ESPOL, 2004)

Durante la primera década del siglo XXI, existían diversas asociaciones de tejedoras, pero los beneficios siempre fueron escasos e incluso la venta del sombrero no era significativa. Sin embargo, el Gobierno Municipal de Biblián apoyó la iniciativa de que las toquilleras se unieran formando una sola organización que les permitiera unificar los esfuerzos con el objetivo de magnificar los ingresos y su vez mejorar o dar mayor calidad al producto artesanal.

En la actualidad, con el objetivo de fortalecer la producción y comercialización del sombrero de paja toquilla, surge la idea de formar la “Cooperativa de Producción Artesanal Padre Rafael González”, cuya iniciación se dio en noviembre del 2015. Según su presidenta Fanny Tapia, quién a su vez en una entrevista otorgada al Seminario de la Provincia de Cañar “El Espectador”, comentó que como tejedoras saben que esta actividad es una herencia de sus padres, un legado que les ha servido por muchos años para generar ingresos propios. *“Vender un par de sombreros significa que ya tenemos dinero para poder comprar al menos la lista de útiles para que nuestros hijos tengan educación, o llevar un plato de comida al hogar”* (Espectador, 2016)



Esta asociación se encuentra conformada por aproximadamente 120 tejedoras de las parroquias o sectores rurales, y de igual manera del centro de Biblián, quienes con el apoyo del GAD municipal y de la Prefectura del Cañar recibieron maquinaria que les servirá para poder dar acabados a los sombreros producidos y de esa manera incrementar su precio de venta. Uno de los primeros resultados de la gestión gubernamental es la obtención de la vida jurídica de la cooperativa, además de que después de un año y medio se pudo lograr la primera exportación hacia el mercado europeo. (CIDAP, 2016)

Por otro lado, después de los procesos realizados para la facilitación del comercio de los sombreros, Biblián desarrollo una marca propia que sería el logotipo a utilizar por las tejedoras de la Cooperativa de Producción Artesanal “Padre Rafael González” para exportar sus productos. La inscripción que se puede leer en tarjetas, cajas, bolsas y hasta en los sombreros es “Bibilak. Artesanías y tradición”.

Esta labor fue posible gracias a la colaboración de la Mancomunidad del pueblo Cañari, Fons Valencia, la Junta del Artesano, el Gobierno Provincial del Cañar, el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Es importante recalcar la importancia de una marca propia del cantón y adicional a eso el apoyo recibido por parte del Estado al otorgar la marca país, ya que estos factores permiten identificar al producto en el extranjero con el lugar de su origen, además de adquirir un valor agregado.

## **1.2 Población y densidad poblacional del cantón Biblián.**

En el territorio cañareño habitan alrededor de 220 mil personas, según datos del INEC del último censo poblacional (2010), llegando a ser la décimo quinta provincia más poblada del país. Según información del mismo censo indica que Azogues siendo la capital de la provincia es la ciudad más poblada, ya que cuenta con 70 mil habitantes en su zona urbana. Sin embargo, debido a que Azogues pertenece a la conurbación de Cuenca – Azogues, gran parte de la zona metropolitana de Cuenca es considerada erróneamente extensión urbana de la capital Cañareña. (Espectador, 2016)

Biblián con alrededor de 20.817 habitantes, es el cuarto cantón con mayor población de la provincia, después de Azogues, Cañar, La Troncal; y cuenta con una densidad poblacional de 101.39 (habitantes por km<sup>2</sup>). A nivel provincial el cantón Biblián ocupa el 4 puesto en porcentajes de población tanto en el año 2001 como en el 2010, con 20.727 habitantes y con 20.817 respectivamente, con la diferencia que en el año 2010 se ha reducido levemente el porcentaje con respecto al resto de cantones de la provincia del Cañar, factor que se ha visto alterado por el índice de migración existente en el cantón.

Tabla 9 *Población y Densidad del Cantón Biblián.*

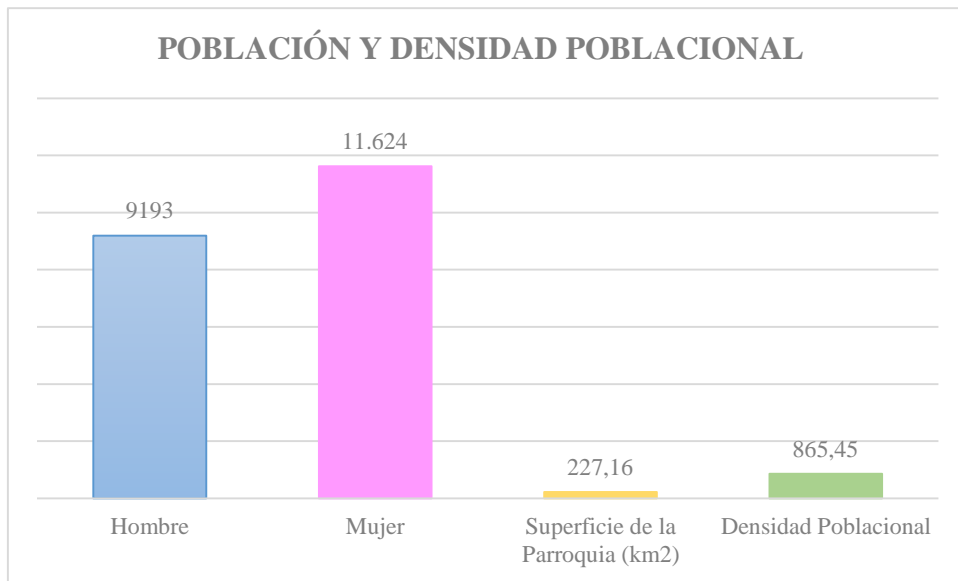
<b>POBLACIÓN Y DENSIDAD POBLACIONAL</b>	
<b>BIBLIÁN</b>	
Hombre	9193
Mujer	11.624
Superficie de la parroquia (km <sup>2</sup> )	227,16
Densidad Poblacional	865,45

Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo.

De los resultados obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2010, se puede evidenciar que el total de habitantes del cantón Biblián es de 20.817, localizados entre hombres, mujeres y niños a lo largo de territorio de Biblián, el mismo comprendido en un total de 227,16 km<sup>2</sup>, por lo que, al dividir estos dos valores entre sí, se puede obtener como resultado el valor de la densidad poblacional que en este caso es de 865,45 habitantes por kilómetro cuadrado.

Gráfico 13 *Población y Densidad del Cantón Biblián.*



Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo.

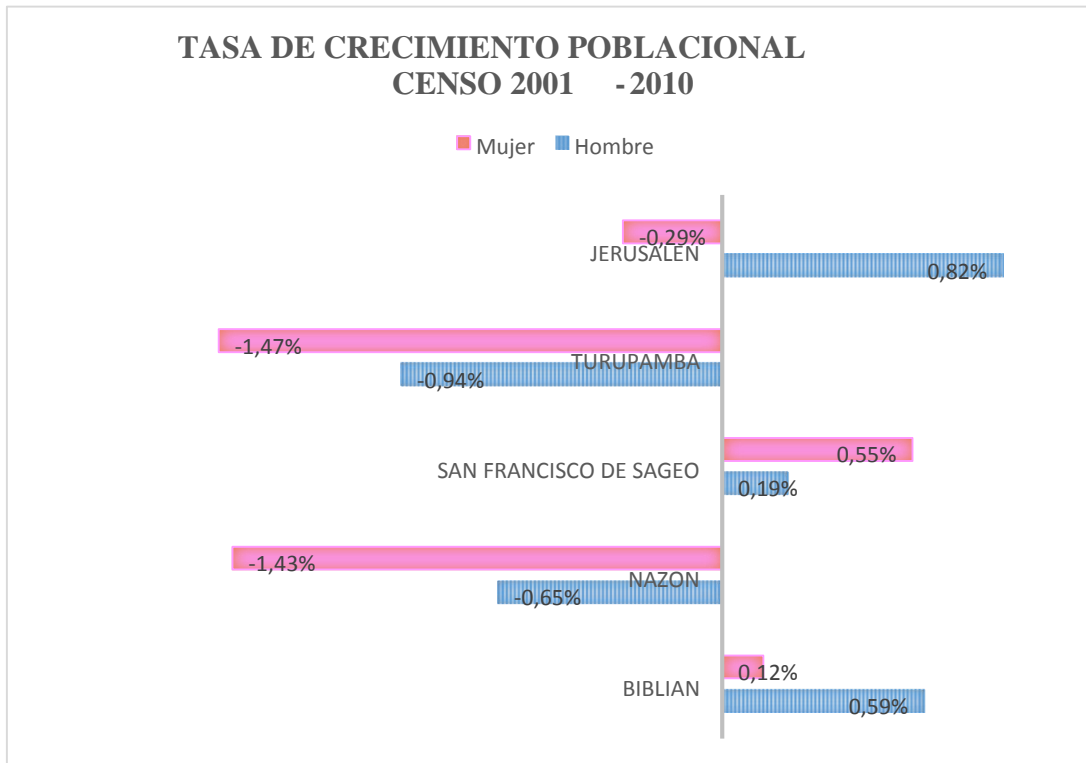
La tasa de crecimiento en las provincias de la sierra andina, especialmente en el austro ecuatoriano (Azuay – Cañar) han sido casi todos valores negativos desde el primer censo del siglo XXI, teniendo en cuenta que la migración sigue presente. Las tasas negativas más altas con respecto al crecimiento de la población del último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2010 indica que la parroquia de Turupamba, y Nazón con -0,94% y con -0,65% directamente sobre las estadísticas de los hombres, ya que son los principales en migrar dejando sus hogares.

Desde las últimas décadas del siglo XX, la emigración campo – ciudad fue la principal alternativa para los cañarenses de lograr conseguir diferentes fuentes de ingresos económicos que sean de sustento para sus familias, además de que existió y se consolidó una ruta de salida hacia el extranjero años más adelante.

Por parte del Observatorio de los Derechos de la Niñez y la Adolescencia en el Ecuador (ODNA), quienes se encargan de producir la mayor cantidad de información nacional sobre la situación de la niñez y la adolescencia, se estima que cerca de 6000 personas dejaron su tierra y están en los Estados Unidos o en Europa durante las últimas décadas.

En el 2007, alrededor de 8000 niños y adolescentes de la provincia de cañar tienen a uno o ambos padres fuera del país.

Gráfico 14 *Tasa de Crecimiento Poblacional del Cantón Biblián (2010).*



Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo.

En el gráfico anterior podemos observar que el crecimiento poblacional desde el primer año del siglo XXI, es negativo por motivos antes mencionados como la migración. A su vez, esto desencadena un sin número de problemas sociales, uno de los más importantes es la salud. Según datos estadísticos realizados por el INEC, un tres por ciento de un total de 240 niños son “jefes de familia”, es decir no hay alguien más quien vele por ellos. Según el ODNA, indican que alrededor del 43% de niños cañarenses hijos de padres migrantes presentan un alto riesgo de desnutrición e infecciones respiratorias.

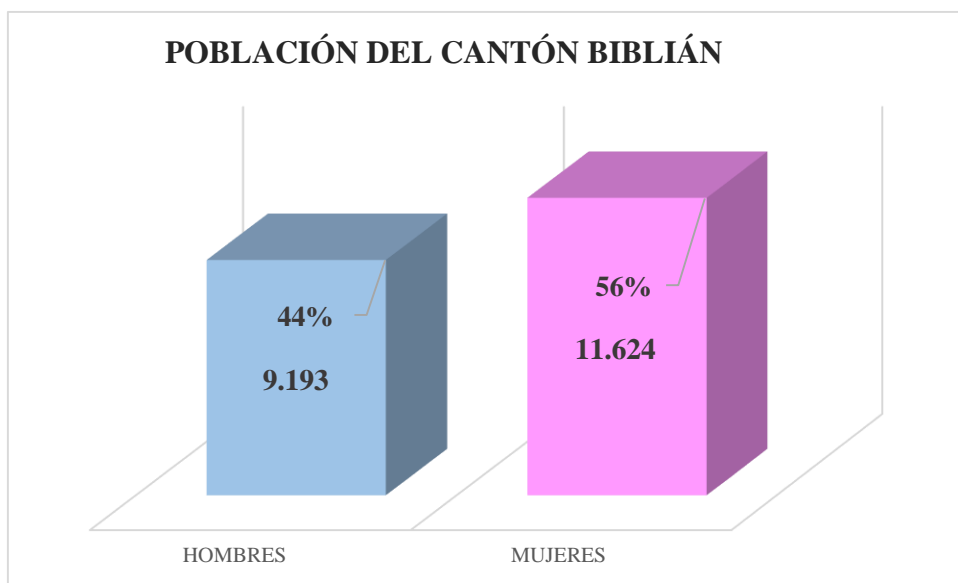
### **1.2.1 Población por edad y sexo del cantón Biblián.**

A través de información otorgada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2010, y además de investigaciones realizadas a menor escala por el GAD provincial, indican que la provincia se encuentra poblada en su mayoría por mujeres, casi todas localizadas en áreas rurales.

Una de las principales características de las provincias de la sierra andina es que han sido marcadas durante los inicios del siglo XX por la constante migración, ya que durante esas primeras décadas e impulsados por el auge de la industria bananera y del cacao, los grupos socioeconómicos de más alto poder en el Ecuador enviaban a sus hijos a que estudiaran en universidades y colegios del exterior. Dentro de los principales destinos preferidos por la clase adinerada fue Francia, sin embargo, la tendencia no se mantuvo y empezó a darse un flujo significativo hacia Estados Unidos. A mediados del siglo XX, el Ecuador comenzó a tener una emigración de proporciones considerables.

En esta época, la emigración se vinculó principalmente con hombres y mujeres provenientes del Austro Ecuatoriano que eran quienes producían sombreros de paja toquilla y en donde la crisis en la producción y comercialización provocó la emigración a Estados Unidos, Canadá y Venezuela. (Américas, 2014)

Gráfico 15 *Población por Sexo del Cantón Biblián (2010).*

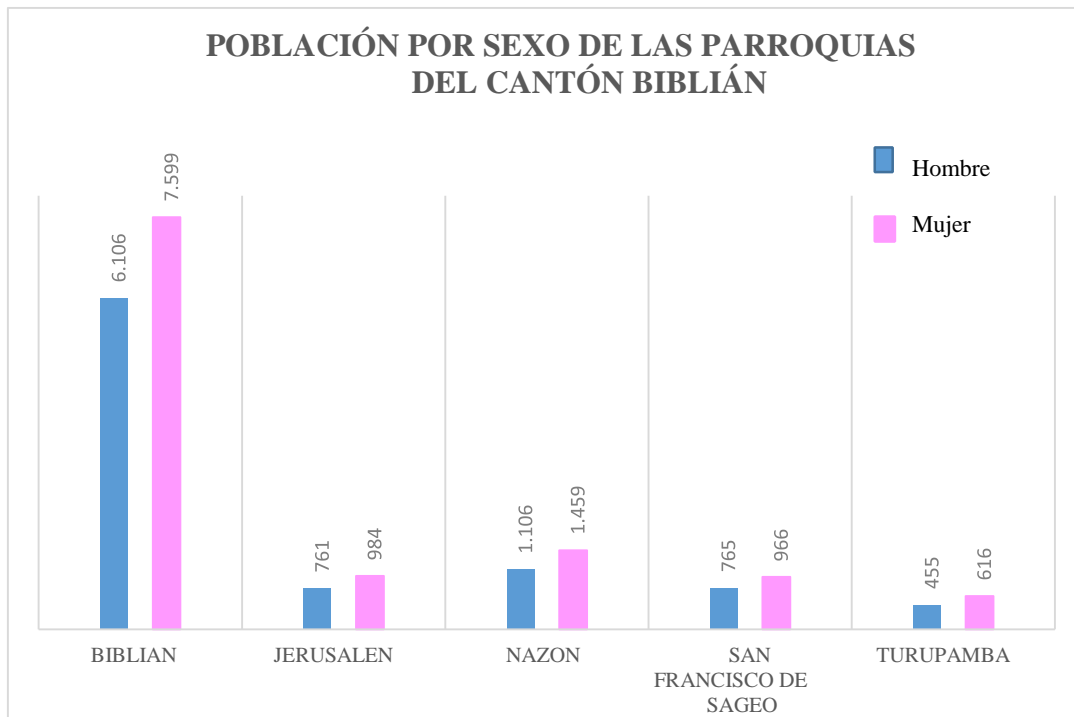


Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo.

Por otro lado, de las 5 parroquias que conforman el cantón, la parroquia urbana Biblián o cabecera cantonal es la zona más poblada con alrededor de 13,309 y 13,705 habitantes durante los censos poblacionales del año 2001 y 2010 respectivamente. En el siguiente gráfico se puede observar que todas las parroquias del cantón desde el año 2001 se encuentran pobladas en su mayoría por mujeres. Siendo la migración de varones una de las principales causas como ya se ha mencionado.

Gráfico 16 *Población por Sexo de Parroquias del Cantón Biblián.*



Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo.

### 1.2.2 Población de artesanos activos del cantón Biblián.

La actividad artesanal en cantones de la sierra ecuatoriana representa una de las principales fuentes de ingresos para la población, especialmente en la zona austral donde se pueden encontrar artículos a base de piedra, arcilla, barro, cerámica, madera, cuero; además se conoce que desde tiempos de los cañaris se elaboran prendas a base de tejidos de fibras vegetales como la cabuya y el algodón, posterior se introdujo la lana de los camélidos y de las ovejas como parte de la invasión inca y europea, dando paso a la diversificación de los estilos y diseños de los tejidos. Se añade de igual manera tintes obtenidos de todo tipo de plantas, frutas y flores, tal como se lo realiza hoy en día en comunidades. (Vistazo, 2015)

En la actualidad, en el cantón Biblián con ayuda del GAD municipal y de la Junta Provincial de Defensa del Artesano, entidad que ofrece titulación artesanal con el aval del Ministerio de Trabajo, certifican a hombres y mujeres que se han dedicado por más

de siete años seguidos a distintas ramas relacionadas con la mecánica en general, fotografía, radio y televisión, cocineros, corte y confección, tallado y armado, entre otros oficios.

Los artesanos activos dentro del cantón Biblián oscilan entre 1177 personas, según datos del GAD municipal, dedicados a la elaboración de artículos a base de diferentes materias primas y que actualmente consideran esta dedicación como una fuente de ingresos económicos adicional a otras como la agricultura y ganadería, que se desarrollan especialmente en estos sectores de la sierra andina.

En gran parte de los artesanos activos del cantón son personas mayores que han heredado y transmitido de generación en generación los conocimientos y tradiciones conservadas por sus antepasados, de estas técnicas destacamos el tejido del sombrero de paja toquilla, representado en el cantón Biblián por las tejedoras de la Cooperativa Artesanal “Padre Rafael González”.

### **1.3 Índices socioeconómicos del cantón Biblián.**

Desde el primer censo de población y vivienda realizado en el siglo XXI en el año 2001, se pudo evidenciar que existía hasta un 80% de personas pobres o de recursos muy limitados. La pobreza en el cantón Biblián por necesidades básicas insatisfechas (NBI), es de aproximadamente el 9.7% con respecto a la provincia de Cañar. Es decir, la provincia de Cañar, en aspectos generales, posee un nivel de 82.6% de personas pobres.

En la actualidad se puede observar varios proyectos sociales que permiten que la mayoría de las personas generen ingresos propios, como por ejemplo el Crédito de Desarrollo Humano (CDH), el Instituto de la Niñez y la Familia uno de los principales fue la iniciativa de formar la Cooperativa de Producción Artesanal “Padre Rafael González” que es un lugar otorgado para que la mayor parte de artesanas tejedoras de artículos a base de paja toquilla, que en su totalidad pertenecen a las áreas rurales del cantón, puedan tener un lugar donde elaborar los mismos y además de eso, un lugar donde se pueda dar un acabado a los sombreros, que es el artículo más producido en el cantón, e incluso que también se pueda facilitar los medios para su venta o comercialización.



Uno de los principales índices que afectan directamente a las condiciones tanto demográficas como sociales desde décadas atrás, ha sido la migración existente a lo largo del austro ecuatoriano.

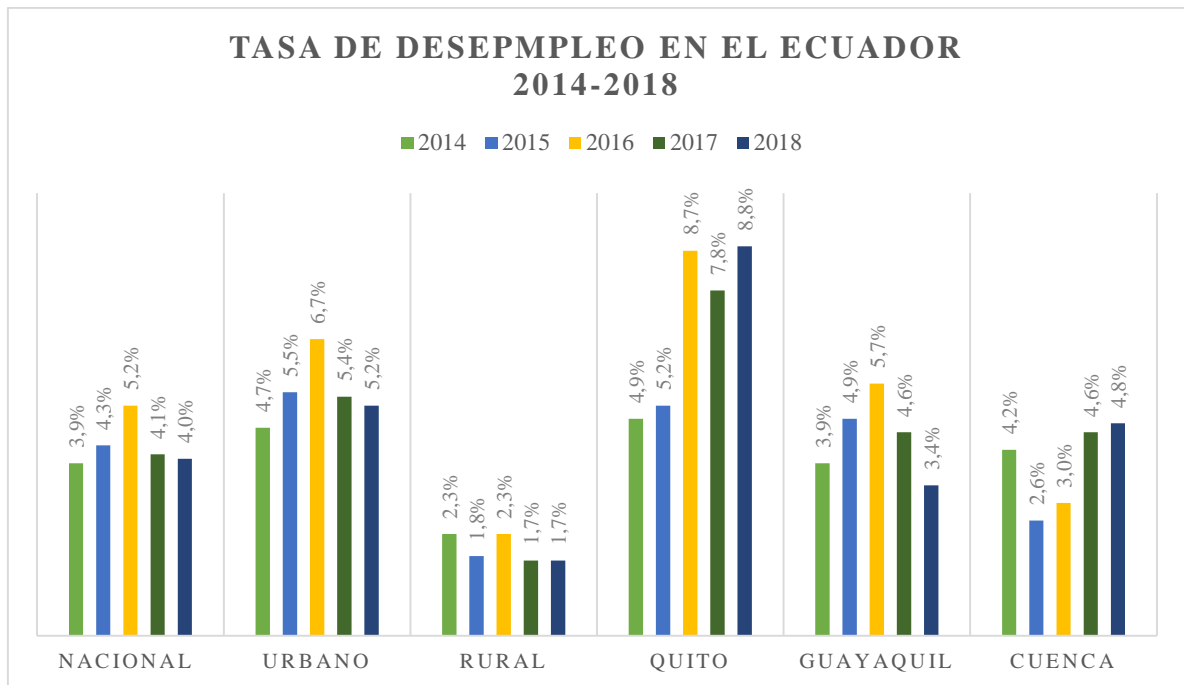
### **1.3.1 Empleo, desempleo y actividad económica del cantón Biblián.**

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), reveló las últimas cifras sobre empleo, desempleo y subempleo en el país, de acuerdo a metodologías y estándares internacionales, adicional del acompañamiento de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). (Universo, 2018)

Con el objetivo de converger con las últimas definiciones y recomendaciones establecidas en la 19na Conferencia internacional de Estadísticos del Trabajo, se define al trabajo como todas las actividades realizadas por personas de cualquier sexo y edad con el fin de producir bienes o prestar servicios para el consumo de terceros o para uso propio. Así mismo, se define al empleo como a toda actividad productiva realizada para terceros, por una persona en edad y condiciones tanto físicas como mentales de trabajar, cuya finalidad principal es generar ingresos a cambio de una retribución monetaria o en especie (remuneración o beneficios).

Estas actividades permiten el despliegue de talentos, el progreso material, la participación en la sociedad y la realización personal del trabajador. Los instrumentos y diseños metodológicos necesarios para medir y cuantificar las otras formas de trabajo existentes dentro del sistema laboral son actividades a cargo del INEC, contando con el acompañamiento técnico de la OIT.

Gráfico 17 *Desempleo del Cantón Biblián.*



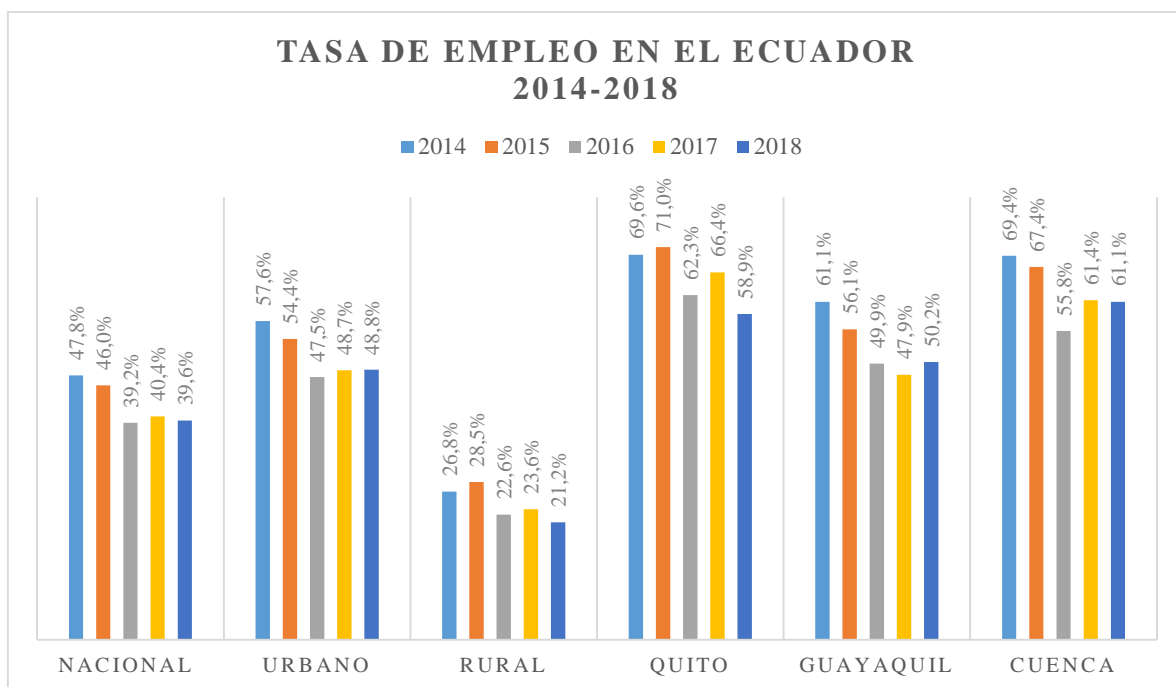
Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo.

En el año 2016, se dio una publicación por parte del sitio web Cañar Televisión, acerca del problema que enfrentan decenas de personas de diferentes edades que no tiene empleo, procedentes tanto de sectores rurales como urbanos de la provincia de Cañar.

La mayoría de las personas que tienen problemas de empleo o se encuentran totalmente desempleadas se movilizan hacia la ciudad de Cuenca, que se podría decir en términos generales que es el centro de distribución más grande del sur del Ecuador, con el fin de conseguir oportunidades de empleo. Sin embargo, existen así mismo personas que se desplazan a la ciudad para poder comercializar productos agrícolas, textiles producidos en los diferentes cantones de la provincia de Cañar. El desempleo en el año 2016 se incrementaba, según confirmaciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) que reportó: el Ecuador registró 4,77% de desempleo a diciembre de 2015, en comparación al 3,80% en diciembre de 2014.

Gráfico 18 *Empleo del Cantón Biblián.*



Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo.

Esta realidad se da pese a que el gobierno actual afirma que impulsa el trabajo a través de la Red Socio Empleo que, hasta la fecha, ha creado en el país 24 oficinas, con el argumento de que son necesarias para que los desempleados registren ahí sus datos y luego los llamen para algún trabajo.

Dentro de las investigaciones realizadas por el GAD municipal de la ciudad de Cuenca y las prefecturas de la provincia de Azuay y Cañar se demostró que el desempleo que sufren las personas de áreas rurales de las dos provincias, se puede evidenciar en Cuenca, especialmente en sectores como la plaza San Francisco, que se había convertido en el sitio de acogida de la gente sin trabajo. La necesidad se ha expandido a más áreas de la ciudad porque crece la desocupación y se ven varios grupos de jóvenes especialmente, en zonas aledañas a El Arenal, al ingreso del Parque Industrial y en la avenida Las Américas, que son los sitios más visibles donde se puede encontrar estas condiciones.

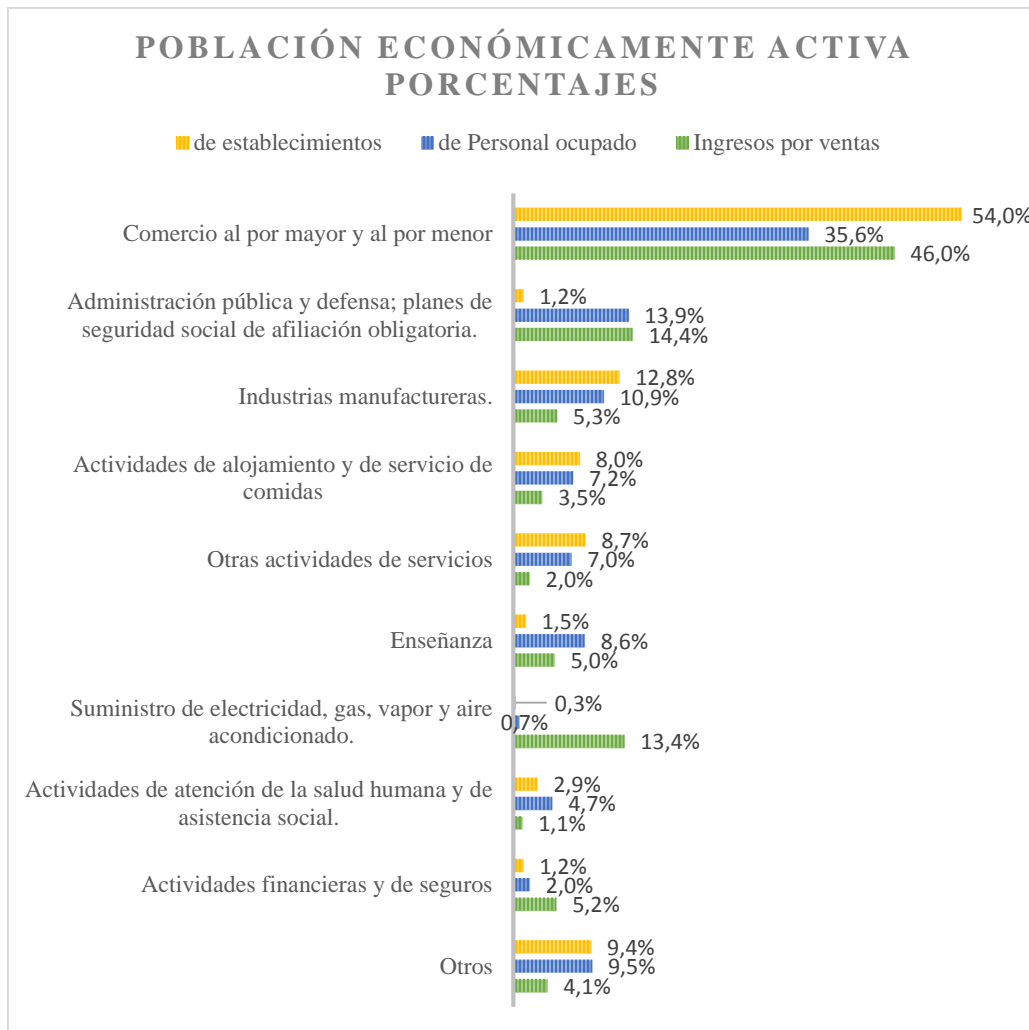
Asimismo, es importante mencionar que el desempleo en personas adultas, se puede observar en áreas especialmente rurales, además estos lugares acarrean también casos infantiles de trabajo, por lo cual el Ministerio de Trabajo lanzó el Sistema Único de Registro de Trabajo Infantil (SURTI), con el fin de tener registros de los casos de trabajo infantil, realizar seguimientos y generar reportes, alertas y monitoreos. En la plataforma se vinculan los Ministerios de: Trabajo, Coordinador de Desarrollo Social, Educación, Salud, Inclusión Económica y Social, además Registro Civil y Dirección Nacional de Policía Especializada para niños y adolescentes, entidades que coordinarán las acciones para la restitución de los derechos de los menores encontrados en condiciones de trabajo infantil.

La recuperación económica que vive el país se evidencia en el sistema laboral con resultados positivos y consistentes. El desempleo a nivel nacional muestra un claro descenso, el más importante de los últimos cinco años, ubicándose en 4,4% en marzo de 2017 comparado con el 5,7% de marzo de 2016. Esto significa que aproximadamente 94 mil personas han salido del desempleo, según la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Ecuador es uno de los países con la tasa de desempleo más baja de la región.

A nivel nacional, el nivel de desempleo se mantiene estable con el 4%, comparando entre septiembre del anterior año (4.1%) y septiembre de este año. (Universo, 2018)

Con base en el fascículo provincial de Cañar, obtenido por los resultados del censo de población y vivienda del año 2010, se indica que la mayoría de las personas se ocupan en trabajos de agricultura, de industrias manufactureras, de comercio al por mayor y menor, y entre otras actividades no declaradas que les permiten generar ingresos propios.

Gráfico 19 Población Económicamente Activa: Porcentajes.



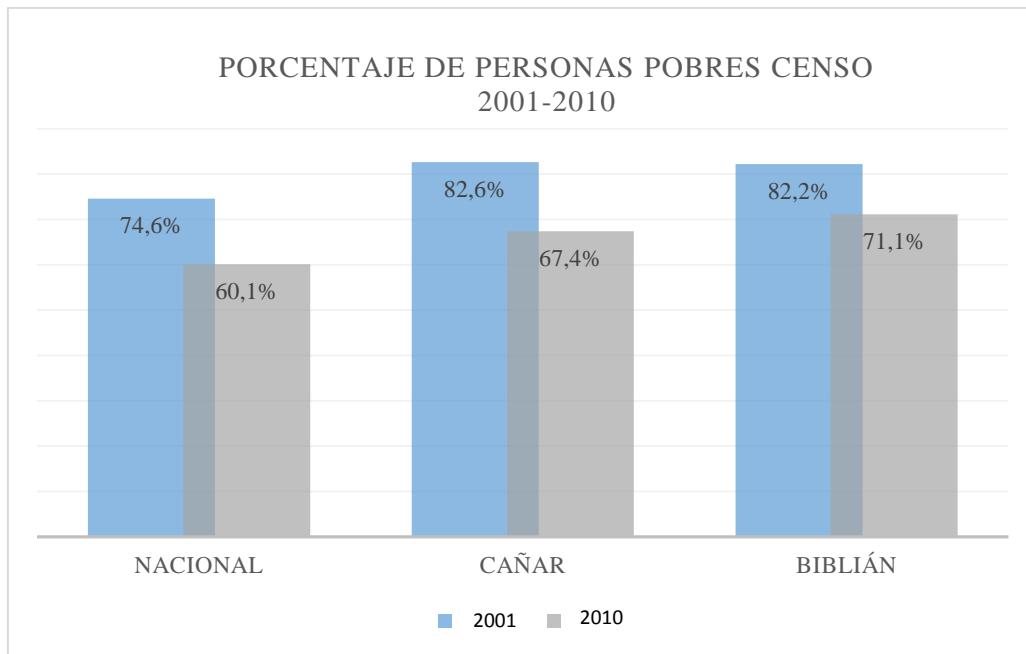
Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo.

El gráfico anterior nos permite identificar de manera específica cuales son los principales oficios o actividades a las que la población dedica su tiempo y a su vez, en las cuales la población logra encontrar un sustento familiar. De todas las actividades mencionadas con anterioridad a lo largo de esta investigación, predomina el comercio con mayor porcentaje de personas ocupadas e ingresos por ventas, sin mencionar el número de establecimientos que se dedican a esta labor. Posteriormente, tenemos actividades como administraciones públicas, industrias manufactureras, entre otras.

### **1.3.2 Pobreza, educación y vivienda del cantón Biblián.**

Como se ha hecho referencia en otras partes de esta investigación, los pobladores de las provincias de la Sierra, en su totalidad se encuentran en áreas rurales, dedicándose a actividades como la agricultura, la ganadería, artesanías entre otras actividades que representan un sustento para las familias andinas. Sin embargo, las condiciones de vida, empujan a que los pobladores únicamente puedan subsistir, más no cambiar o mejorar una calidad de vida. En las investigaciones realizadas en el año 2010 por el INEC en conjunto del SENPLADES y del GAD municipal de Biblián, el cantón a nivel provincial se ubica en el cuarto puesto en cuanto a necesidades básicas insatisfechas a nivel de personas con un 84.31% en el área Rural y un 34.22% en el área Urbana, a nivel hogares con un 83.63% en el área Rural y 30.93% en el área Urbana, lo que indica que la calidad de vida de las personas en el área rural del cantón se encuentra en un índice menor ya que el funcionamiento de los servicios básicos es deficiente o en algunos casos inexistente. Es el cuarto cantón con mayor pobreza de la provincia de Cañar, después de Suscal que cuenta con 84.4%, Cañar con 75.7%, y Deleg que cuenta con el 74.8% de personas pobres con relación al total de cada población.

Gráfico 20 *Personas Pobres: Porcentajes 2001 – 2010.*



Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo

Desde el primer censo de población y vivienda realizado en el siglo XXI en el año 2001, se pudo evidenciar que existía hasta un 80% de personas pobres o de recursos muy limitados. La pobreza en el cantón Biblián por necesidades básicas insatisfechas (NBI), es de aproximadamente el 9.7% con respecto la provincia de Cañar. Es decir, la provincia de Cañar, en aspectos generales, posee un nivel de 82.6% de personas pobres.

El porcentaje de población por NBI ha aumentado con respecto a datos obtenidos en el año 2001, de 67.46% a 71.1% al año 2010, siendo unos de los principales motivos la deficiencia de los servicios básicos, mismos que tienen que abastecer a una mayor cantidad de población con los mismos medios. Todos los índices porcentuales muestran una diferencia mínima lo que implica que el desarrollo económico de la población tiende a crecer muy lentamente razón por la se debe atender de manera prioritaria las necesidades de los habitantes del cantón y mejorar los servicios que determinan estas características desfavorables.

Los niveles altos de pobreza desencadenan un sin número de problemas relacionados con la salud, dentro de los más notorios se encuentra la desnutrición, enfermedades comunes como infecciones, faringitis, amigdalitis, entre otras.

En el Centro de Salud de Biblián la principal causa de morbilidad registrada en la población es la Rinofaringitis aguda (resfriado común) con un 9.8% del total de casos registrados, mientras que la cefalea es la de menor porcentaje con un 1%.

Del total de casos registrados de desnutrición aguda en el cantón Biblián un 3.18% se encuentran en un estado crítico, mientras que un 90.92% se encuentran en un estado controlado. En cuanto a desnutrición crónica las estadísticas demuestran que un 0.47% tiene talla alta para su edad, 16.69% talla baja, y un 73,58% se encuentra en un estado normal. En el cantón existe una prevalencia de desnutrición crónica en menores de 5 años de 32.01% por cada mil habitantes según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

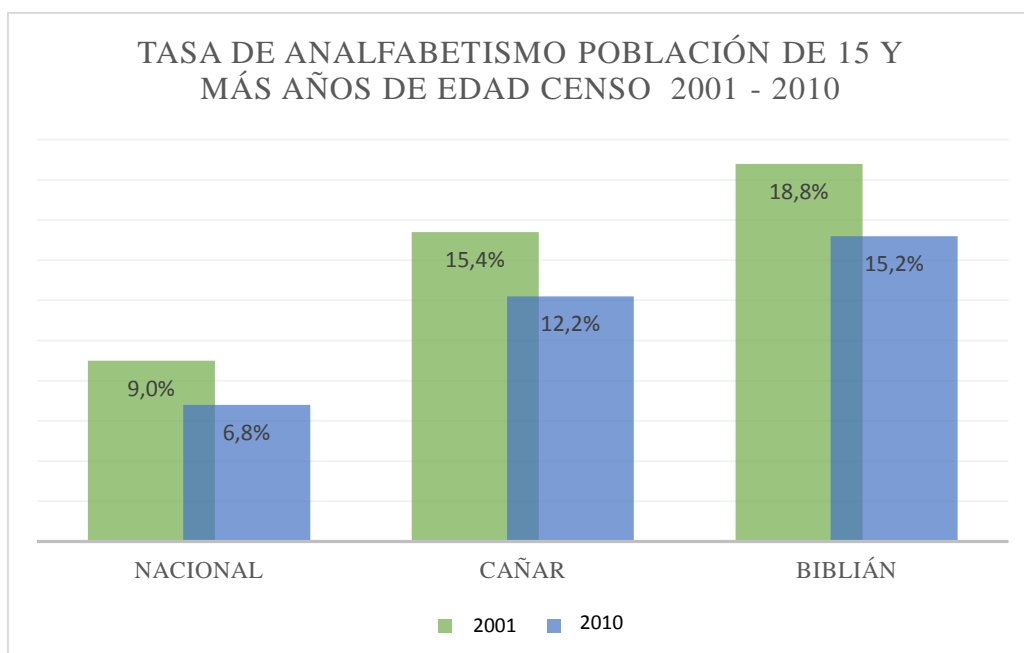
Los centros de salud de la cabecera cantonal como de las diferentes parroquias, ubican a la enfermedad Rinofaringitis Aguda como una de las principales causas de morbilidad, con un 18% en relación a otras enfermedades comunes como infecciones, faringitis, entre otras.

El análisis de los indicadores de educación permite evidenciar las desigualdades que aún permanecen en nuestro cantón entre las áreas urbanas y rurales, y entre hombres y mujeres, además como el nivel de educación de la población influye en las oportunidades para acceder a un empleo, así como en otros factores importantes del desarrollo humano como: prevención de enfermedades, conservación del medio ambiente, economía, etc. Información del Censo de Población 2001 muestra los niveles de analfabetismo en el Cantón Biblián referentes a personas que saben leer y escribir representados en porcentajes de 85,67% y 79,70% de hombres y mujeres respectivamente.



Durante el año 2010, en la realización del Censo Poblacional los valores de analfabetismo o de personas que saben leer y escribir han variado de manera significativa, el porcentaje total de hombres y mujeres es de 86,70%. Dentro de las parroquias del cantón se encuentra un índice bastante alto de personas alfabetos, la parroquia de mayor índice es San Francisco de Sageo con un porcentaje de 90% y la de menor es la parroquia de Jerusalén, de igual forma la parroquia con un mayor porcentaje de analfabetismo es Jerusalén con un 26.30% seguida por Nazón con un 19.10%, Turupamba con un 17.60%, San Francisco de Sageo con 10%, finalmente la parroquia con un índice menor de analfabetismo es la cabecera cantonal Biblián con 10.70%.

Gráfico 21 *Tasa de Analfabetismo del Cantón Biblián: Porcentajes 2001 – 2010.*



Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo

De la misma manera, la distribución de la tasa de analfabetismo por sectores en los que se asienta la población es mayor en el área rural con un 16,30% y un 4,90% en el sector urbano. En la gran parte del porcentaje de la zona rural bajo índices de analfabetismo se evidencia que la fracción especialmente afectada son las mujeres, en donde por tradición y desinformación se dedican en su mayoría a actividades del hogar y la familia, dejando en un segundo plano su instrucción educativa.

El porcentaje de analfabetismo ha decrecido en periodo censal, en donde según datos tomados del censo de población y vivienda 2001 fue de 17,70%, mientras que el 2010 la tasa es de 13,3 %; la disminución del 4,4 % se debe a que los centros educativos del cantón y sus parroquias han mejorado en algo su cobertura e infraestructura. Aunque, aún los servicios de educación no son los óptimos ya sea por falta de personal, interés propio de la población o por su ubicación; con centros educativos concentrados en la cabecera cantonal, generando un déficit educativo especialmente a nivel bachillerato.

Según los datos obtenidos del censo realizado por el INEC 2010, el porcentaje de asistencia en el cantón Biblián es 92.30% a Educación Básica de entre 5 y 14 años de edad, seguido por el grupo de bachillerato de 15 a 17 años, pos bachillerato y universitario de 18 a 24 años, y un menor porcentaje perteneciente a pos grados de 25 años y más de edad, éstos índices demuestran que el nivel de educación a nivel cantonal es bajo ya que un porcentaje mínimo del 4.9% pertenece a un nivel superior de posgrado, siendo uno de los principales motivos la inexistencia de centros de educación superior en el cantón, por lo que si las personas desean realizar este tipo de estudios tienen que viajar a otras ciudades o al exterior.

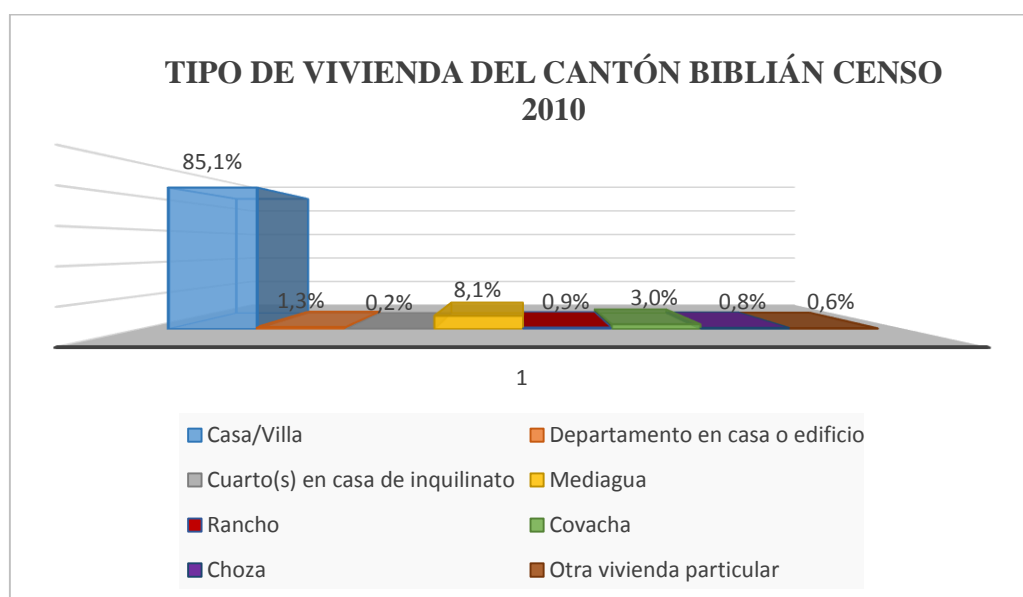
En cuanto a nivel de parroquias, Turupamba y San Francisco de Sageo cuentan con los porcentajes más bajos a nivel primario con un 2.18%, 2.75% respectivamente; mientras que las parroquias de Biblián, Jerusalén y Nazón cuentan con el porcentaje más alto a nivel escolar primario con 26,04%. En las parroquias Turupamba, Jerusalén y Sageo no existe un centro educativo de instrucción secundaria, siendo éste uno de los principales inconvenientes para que los habitantes de dichas parroquias puedan tener un fácil acceso a la educación a pesar de que la mayor parte de centros educativos del cantón son públicos, viéndose obligados a salir del lugar de residencia para poder tener acceso a un mejor nivel de educación.

La deserción escolar es un concepto que se utiliza para referirse a aquellos alumnos que dejan de asistir a clase y quedan fuera del sistema educativo. Según levantamientos de información realizados por el GAD municipal, esta característica es más notoria en el área urbana, con un porcentaje de 6.52% en el periodo 2009 – 2010, y de 7.53 en el periodo 2012 – 2013, se observa un aumento en el porcentaje de abandono escolar en ésta área debido a que los niños y jóvenes dejan los establecimientos educativos de la zona

para dirigirse a otras instituciones de ciudades aledañas especialmente de Azogues y Cuenca, o en el peor de los casos por bajos recursos, dedicarse a laborar.

A diferencia de las áreas urbanas, en el sector rural del Cantón Biblián se muestra un porcentaje decreciente de deserción escolar, aspecto positivo que determina que el índice de analfabetismo en estas zonas se mantiene en decrecimiento, el cual se obtuvo en el último censo de desarrollo y vivienda, lo que seguirá impulsando el desarrollo de la población y del cantón en general.

Gráfico 22 *Tipo de Vivienda del Cantón Biblián.*



Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo

#### **1.4 Ingresos económicos del artesano del cantón Biblián.**

Los artesanos del cantón Biblián, casi en su mayoría se encuentran agrupados en la parroquia urbana de Biblián, desde la creación de la Cooperativa de Producción “Padre Rafael González” realizan la minga de los días jueves, que consiste prácticamente en reunirse a tejer, a realizar comidas, y contar anécdotas diarias. Existen alrededor de 120 artesanas quienes iniciaron con el proyecto de la cooperativa, sin embargo, en la actualidad existen alrededor de 68 artesanas dedicadas a la actividad de confección de artículos de paja toquilla, donde ellas tienen la oportunidad de vender dichos artículos en la tienda de la cooperativa ubicada en el centro de la ciudad.

Los artículos en la tienda llevan un número de identificación que corresponde a cada toquillera para representar su venta.

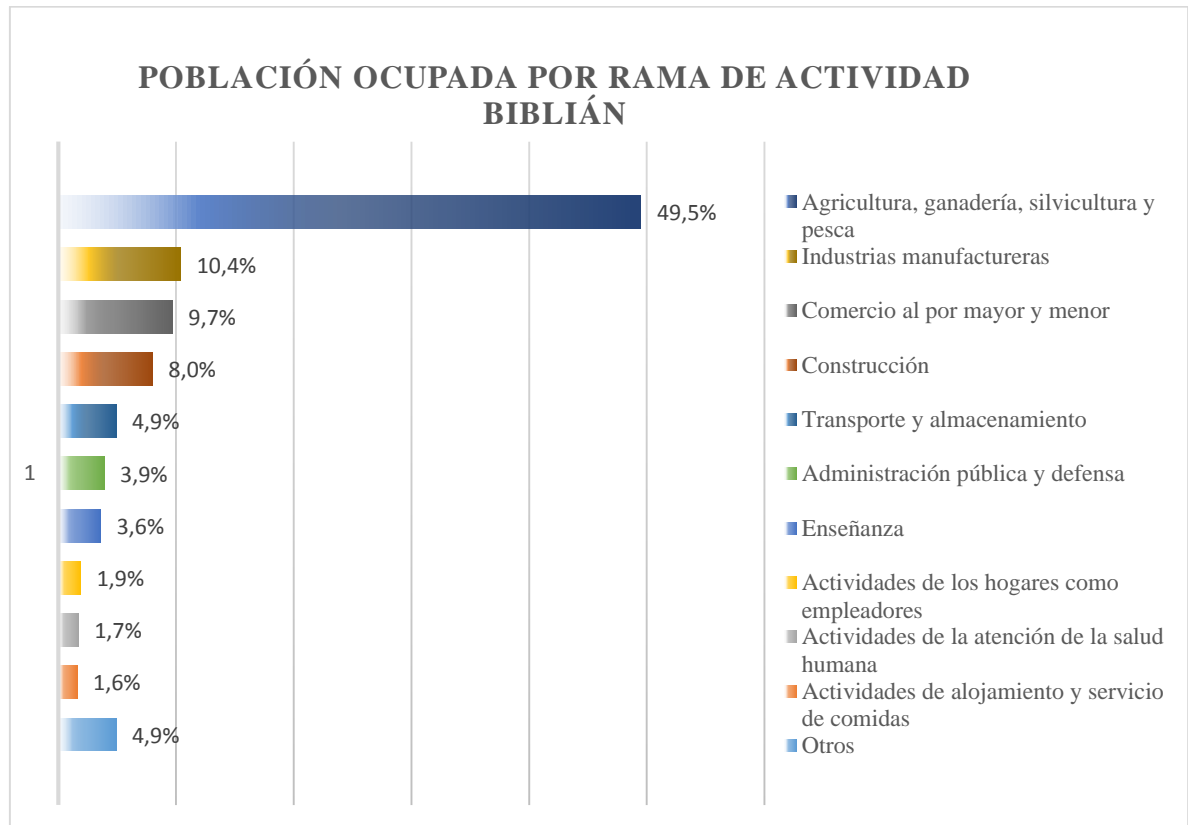
Las artesanas reciben un ingreso de \$8,00 por cada sombrero vendido a la cooperativa para que dentro de las instalaciones se puedan terminar y vender por un precio aproximado de \$14.50 en la ciudad de Cuenca especialmente a las casas exportadoras. Los ingresos de las toquilleras dependen básicamente de la cantidad de artículos vendidos en la tienda de la cooperativa y de los sombreros confeccionados por cada uno de ellos. Cabe recalcar una vez más que la paja o materia prima es obtenida desde la provincia de Manabí, lugar donde se cultiva y se cosecha la misma, a pesar de haber la existencia de personas que se dedican a la comercialización y transportación de este producto hacia las provincias del austro ecuatoriano. Las artesanas que compran esta materia prima lo hacen en grandes cantidades, es decir al por mayor ya que resulta más económico y beneficioso para el número de tejedoras que esperan el producto.

#### **1.4.1 Actividades Económicas**

La población del cantón Biblián es de aproximadamente 20,800 habitantes comprendidos en 4 parroquias rurales y una urbana, la misma que representa la cabecera cantonal y es denominada Biblián. La población del cantón representa el 9.2% aproximadamente del total de pobladores de la provincia de Cañar, casi en su totalidad son personas que se dedican a actividades referentes a la agricultura, ganadería, silvicultura, de igual manera y no menos importante se encuentra también las industrias manufactureras, que según del INEC, se encuentra representada por la confección de artesanías de paja toquilla especialmente sombreros. En la actualidad es una de las actividades más fomentadas y fortalecidas por parte del GAD municipal y por parte de las toquilleras del cantón, que se ha visto impulsada al filtrar aquellos procesos que diversificaban los ingresos para los mediadores o comercializadores dejando de lado el reconocimiento económico para los portadores de las técnicas ancestrales de tejidos.

El siguiente gráfico representa las actividades económicas más practicadas en el cantón Biblián:

Gráfico 23 *Población Ocupada por Rama de Actividad.*



Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo.

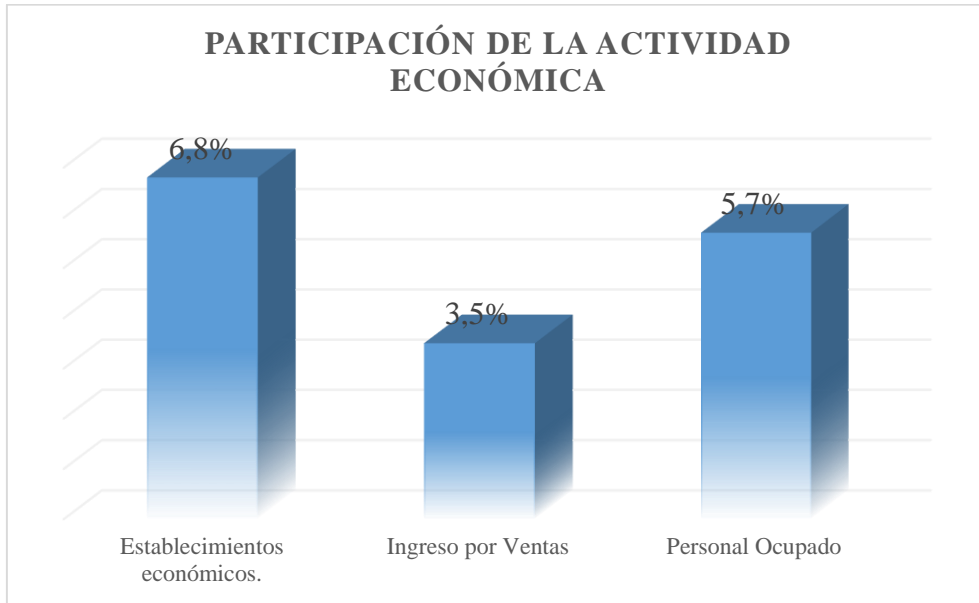
#### 1.4.2 Participación de la Actividad Económica

Actualmente, Biblián es uno de los principales y más fuertes dinamizadores de la actividad económica de la provincia de Cañar, al observar a su población dedicada a diferentes actividades productivas y comerciales.

El cantón con sus 20 mil habitantes aproximadamente, genera el 3.5% de ingresos en ventas con relación a los ingresos generales de toda la provincia, que representa alrededor de 22 millones de dólares anuales, producto de actividades de exportación, comercio al por mayor y menor, de servicios y alojamiento, entre otras no registradas como los comerciantes o vendedores informales.

En el siguiente gráfico, se puede observar los indicadores que posee Biblián con relación a la provincia de Cañar:

Gráfico 24 *Participación de la Actividad Económica en Biblián.*



Fuente: INEC

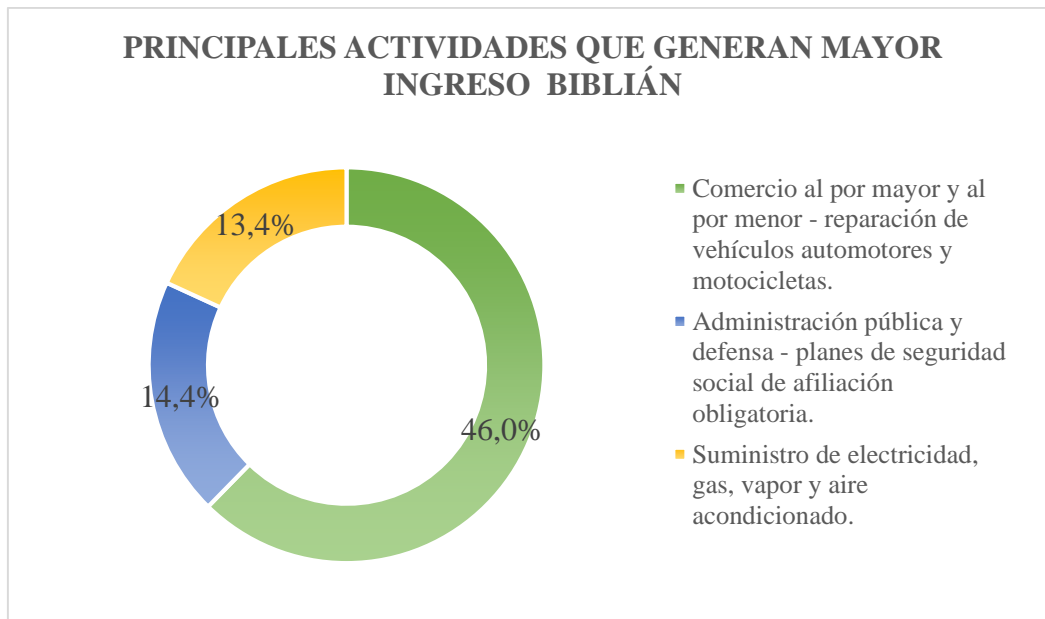
Creación: Ronny Fajardo.

### **1.4.3 Actividades de Mayor Ingreso.**

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el año 2010 las principales actividades que generan mayores ingresos para los habitantes del cantón Biblián son las que se relacionan con reparaciones de vehículos, automotores y motocicletas, además del comercio al por mayor y menor.

De igual forma, parte de la población del cantón se dedican a actividades vinculadas con la administración pública y de defensa, también a actividades gubernamentales como planes de seguridad social de afiliación obligatoria, actividades de atención de la salud humana y de asistencia social, entre otras actividades de financiamientos, de seguros y servicios. En el siguiente gráfico se presenta las actividades de mayores ingresos económicos a los que dedican el tiempo los pobladores de Biblián:

Gráfico 25 Principales Actividades de Mayor Ingreso.



Fuente: INEC

Creación: Ronny Fajardo.

### **Conclusión:**

La actividad artesanal forma parte de las redes sociales, económicas y culturales del medio urbano y rural, de las zonas populares de las ciudades y desde luego de las etnias indígenas originarias de nuestro país. Según el ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador, indica que la actividad artesanal es una prioridad para el gobierno por tratarse de una actividad productiva que involucra directa o indirectamente a alrededor de 4.5 millones de ecuatorianos, lo cual llega a representar el 32.7% de la población económicamente activa del país. En el cantón Biblián, aproximadamente el sector artesanal se encuentra compuesto en un 80% por unidades básicas familiares y así mismo el aporte del sector artesanal a la generación de empleo, llega al 12.3% del total de la población urbana a nivel nacional.

## **Introducción del capítulo 2:**

El presente capítulo tiene como fin presentar un análisis de manera global de la cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla. Es decir, en esta parte de la investigación se presentará información que abarcará una disección económica referente a la actividad productiva y de comercialización del sombrero en el cantón Biblián, basándose directamente en datos obtenidos mediante el GAD municipal, la Cooperativa de Producción Artesanal “Padre Rafael González”, y además de realizarse entrevistas directas a las artesanas.



## **CAPÍTULO 2**

### **2. “ANÁLISIS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA DEL CANTÓN BIBLIÁN” .**

La cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla tiene origen desde el momento en que se realiza la compra o se da la adquisición de la materia prima por parte de las tejedoras del cantón Biblián, misma acción que puede tener lugar ya sea en la provincia costera de Manabí o en la sierra del austro ecuatoriano. En varios cantones, tanto de la provincia del Azuay como en la provincia de Cañar, se puede encontrar a personas que se dedican a la comercialización de la paja toquilla en diferentes facilidades, como en

- Bultos
- Tallos
- Cogollos

De esta manera, las tejedoras del cantón Biblián se proveen de la paja toquilla como materia prima en cantones como Sigsig, Gualaceo, Cuenca, recalando que son artesanas conocedoras del producto por lo que se escucha que de preferencia se adquiere la materia prima en el cantón Sigsig, puesto que los precios son más cómodos con relación a otros cantones más grandes o poblados como lo es la ciudad de Cuenca. De igual manera, se puede encontrar en el cantón Biblián personas que se dedican a comercializar la paja toquilla desde la región costa, es decir se puede adquirir los tallos, o cogollos, sin embargo, para una producción mancomunada, como la existente en la Cooperativa de Producción Artesanal “Padre Rafael González” se necesita o se requiere de recursos macros, es decir abastecerse de materia prima al por mayor y de un número de personas o tejedoras más grande para de tal manera poder reducir costos, los mismos que de forma individual obligan al artesano a dedicar más tiempo o de manera completa a otras actividades que representen mayores réditos económicos como sustento para sus familias.

## **2.1 Costos de la cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla en el cantón Biblián 2013 - 2017.**

### **2.1.1 Costo Producción.**

La materia prima utilizada para la elaboración de los sombreros de origen ecuatoriano, es la *Carludovica Palmata*, mejor conocida como Paja Toquilla, esta es una especie de palma no maderable de gran importancia para algunos sectores del Ecuador, debido a sus múltiples usos y, además de que representa una de las principales fuentes de ingresos especialmente para las familias costeras de provincias como Manabí y Santa Elena. Este es el caso de la comuna Barcelona, ubicada en la Península de Santa Elena en donde la producción de la fibra o hebra de Paja Toquilla, constituye una de sus principales actividades productivas. Esta ancestral actividad tiene más de 100 años de realizarse y de generar conocimientos que representan parte del patrimonio intelectual de los comuneros costeros. (ESPOL, 2004)

Para poder conocer los costos de producción es necesario mencionar aún la comuna de Barcelona, quienes además de abastecer a las asociaciones toquilleras en el austro ecuatoriano también cuentan con un estudio de la Universidad Estatal Península de Santa Elena donde se da a conocer los costos de la cadena productiva del sombrero de paja toquilla y las acciones que conlleva. Los costos de la materia prima varían de acuerdo a su demanda y el tiempo de comercialización, el valor de la materia prima en la costa es menor que el valor que adquieren los comerciantes en la sierra ecuatoriana. (Espinoza, 2012)

Los sistemas tradicionales para asignar los costos indirectos de la producción o fabricación (CIF) en la etapa de cultivo y cosecha, presentan un gran problema, ya que éstos sistemas no distribuyen de manera correcta los mismos al utilizar tasas predeterminadas como horas/hombre u horas/máquina, omitiendo la relación causa efecto de los gastos con la producción, por lo tanto, no se obtiene el costo exacto dando como resultado información equívoca que pudiera no mostrar la situación real de esta actividad.

El principal factor del precio de los sombreros de paja toquilla, procedentes tanto del Austro Ecuatoriano como del Litoral, es la calidad de los mismos. Es decir, el desarrollo o elaboración por el cual pasó cada uno de los sombreros. El proceso es clave ya que empieza a darse desde la selección del material vegetal (Cogollos), la obtención de la hebra (Fibra)

hasta el tejido y acabado del sombrero. De la armonía de todos estos procesos, depende la calidad del producto final. (ESPOL, 2004)

Según datos del GAD municipal de Biblián, el denominado Bulto tiene un precio de venta de \$240 en la comuna Barcelona en la provincia de Santa Elena, sin embargo, el precio del bulto puede llegar a oscilar entre los \$380 en diferentes cantones del Austro Ecuatoriano, tal es el caso de los bultos comercializados en Biblián, Sigsig, etc. En esta población de aproximadamente cuatro mil habitantes, el 75 % de sus hombres y mujeres se dedican al cultivo, producción y confección de artesanías en paja toquilla; para ellos aquella planta es el mejor regalo que Dios les ha otorgado. (Expreso, 2017)

Según el informe denominado “La caracterización socio productiva del proceso de producción de la paja toquilla en la comuna Barcelona”, indica que en el año 2016 existían aproximadamente 105 productores, sin embargo, esta cantidad de productores ha disminuido por la fuerte migración campesina y el 80% y 90% de sequías que se han presentado durante épocas del año, dando como resultado que se establezcan actualmente alrededor de 50 productores, estos a su vez poseen hectáreas donde cultivan la paja toquilla y contratan personas para trabajar sus tierras. (Yagual, 2016)

Tabla 10 *Costos de Producción: Materia Prima.*

<b>HECTÁREAS</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>JORNALEROS</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>INGRESOS MENSUALES (\$)</b>
1 a 2	13%	1 a 2 personas	Traslados	251 - 500
3 a 4	78%	3 a 4 personas	Cultivo, traslado	501 - 750
5+	9%	+5 personas	Varias	751 - 1000

Creación: Ronny Fajardo.

La tabla anterior nos indica que del total de la población existente en la comuna de Barcelona y dedicada al cultivo, cosecha y tratado de la paja toquilla, el 13% posee entre 1 a dos hectáreas, donde requieren realizar la contratación de una o dos personas según corresponda, para cumplir con jornales que comprenderán entre, limpieza, o traslados de material. Al mes el conjunto de estas actividades representa un ingreso aproximado de \$251 a \$500 dólares.

Por otro lado, el 78% de la población poseen entre 3 a 4 hectáreas y contratan entre 3 a 4 personas para realizar actividades de cultivo, traslados. Al mes el conjunto de estas actividades genera alrededor de \$501 a \$750 dólares. De igual manera, el 9% de la población de los agricultores, poseen más de 5 hectáreas por lo que requieren de mayor número de personas para la contratación y de jornales varias. Los propietarios recaudan aproximadamente entre \$751 a \$1000 dólares por el cultivo, la cosecha, traslados y hasta transportación hasta ciudades de Manabí y en algunos casos del austro ecuatoriano.

El artesano cañareño o azuayo, cuando recibe la paja toquilla debe *sahumar* a la planta para que finalmente tome la tonalidad y suavidad característica para su tejido, puesto que después del último secado que se realiza en el proceso de producción en la región costa y por el método de transportación, las hebras de paja toquilla llegan muy duras y no del color que se requiere para su tejido. El proceso de sahumado logrará dar la textura necesaria para tejer las hebras entre los dedos de las toquilleras del Austro Ecuatoriano. (ESPOL, 2004)

El artesano del cantón Biblián tiene la posibilidad de poder conseguir esta materia prima directamente en el cantón de Azogues, ya que antes de distribuirse a otras ciudades en el austro, es el primer lugar donde llega desde su salida desde la provincia de Santa Elena, sin embargo, existe la preferencia por parte de las toquilleras de Biblián por conseguir las hebras de paja toquilla en el cantón Sigsig por comodidad de precios.

Una vez que la materia prima se encuentra ya en el austro ecuatoriano, específicamente en las provincias de Cañar y Azuay, se puede encontrar el producto en los principales mercados y plazas de cantones antes mencionados. Las personas que se dedican a esta actividad del comercio de las hebras de paja toquilla para su tejido, realizan sus entregas a los diferentes lugares específicamente los domingos, cabe recalcar que existen casos en los que cada domingo lo dedican a un solo cantón. (ESPOL, 2004)

Después de que las toquilleras de la Cooperativa de Producción Artesanal “Padre Rafael González” adquieren la materia prima, normalmente cuentan con una proyección o una venta programada por lo cual realizan una compra de entre dos y tres bultos para abastecer sus proyecciones. El costo del bulto es de \$380 dólares con aproximadamente 8000 cogollos.

### **2.1.2 Costos Comercialización.**

Posterior al proceso de producción se encuentra la venta o comercialización de los sombreros de paja toquilla que se puede dar de manera directa con las artesanas de la Cooperativa o a través de canales de distribución como lo es la exportación o venta fuera de la provincia y del país. El gobierno municipal del cantón Biblián ha desarrollado la gestión para lograr exportar los sombreros de paja toquilla no terminados al mercado internacional con una marca propia de exportación que pueda acompañar, diferenciar e identificar los sombreros de paja toquilla elaborados en el cantón Biblián.

El proceso para la obtención de la marca país o de la licencia para comercializar productos ecuatorianos respaldados por estándares de calidad es totalmente gratuito, sin embargo, se tiene que demostrar que al menos el 40% de la producción o elaboración de un producto, en este caso de los sombreros de paja toquilla, es o son hechos con insumos netamente ecuatorianos; además de que se cumple con exigentes condiciones técnicas de calidad. (CIDAP, 2016)

La comercialización del sombrero de paja toquilla tiene lugar desde el momento en el que las tejedoras inician el proceso de venta de las denominadas campanas, que son los sombreros antes del Hormado donde obtienen forma. Las tejedoras del cantón Biblián pertenecientes a la asociación “Padre Rafael González” venden sus sombreros a la misma cooperativa a un precio de \$8,00, posterior se los trabaja con ayuda de las artesanas para poder prepararlos para su comercialización dentro y fuera del cantón Biblián.

De igual manera, como incentivo a la venta local de estas artesanías, la Cooperativa cuenta con un espacio en donde exhiben todos los diseños de los sombreros que llegan a producir. Es un local situado en las calles Mariscal Sucre 5-01 y Cañar, en el centro de la ciudad para que personas tanto del cantón o aquellos que se encuentren únicamente visitando el lugar, puedan conocer el producto elaborado por las artesanas locales. Este espacio, junto al lugar donde se encuentra la Cooperativa de producción, son lugares que fueron facilitados por el GAD municipal con el fin de aglomerar a las artesanas y artesanos activos del cantón. Cabe indicar que los gastos incursionados por estos espacios como: arriendo, luz y agua; son valores a cargo del municipio de Biblián.

Según información del GAD municipal del cantón, en la actualidad se está iniciando un levantamiento y recolección de información para poder establecer los costos de la producción como de la comercialización. Desde los inicios de la cooperativa, las tejedoras llevaban sus cuentas de compra y venta relacionadas con la actividad toquillera, en cuadernos únicamente, los mismo que con el paso del tiempo se extraviaban, se deterioraban, entre otras circunstancias que no permitían conocer los valores reales relacionados con la cadena de producción y comercialización de los sombreros de paja toquilla.

La comercialización más fuerte que se realiza es la que se da en la ciudad de Cuenca y la referente a exportaciones, para lo cual los gastos involucrados son principalmente de transportación o traslados del producto. Este valor variaría dependiendo de la cantidad de artículos a transportar y de las distancias a recorrer ya sea el caso de las exportaciones. El producto no terminado, en este caso los sombreros, se comercializan por un valor de \$14,50 sin forma alguna, es decir solo campanas. Los sombreros terminados, dependiendo el diseño pueden partir de un precio de venta de aproximadamente \$18,00.

## **2.2 Análisis del costo/beneficio de la producción y comercialización para el artesano del cantón Biblián 2013 - 2017.**

Si bien el Ecuador ha sido exportador de sombreros de paja toquilla de fama, a lo largo de los años la industria había centrado la mayor parte de la exportación a sombreros tejidos sin acabado, semiterminados, lo que mantuvo limitados los ingresos por tratarse de exportaciones con bajo valor agregado. En la actualidad la actividad artesanal toquillera se encuentra enfocada en mantener una tradición que se estaba olvidando a causa de la migración de las personas a otras ciudades o países y además referente a la desmotivación de los jóvenes para dedicarse a una actividad poco rentable; y lograr mejorar el precio de exportación de sombreros de paja toquilla en el exterior, para poder asegurar mejores ingresos para los actores de la cadena, principalmente para las tejedoras quienes son las portadoras de las técnicas de tejido. (Mejores Relaciones entre los miembros de la cadena productiva y un producto de calidad fortalecen la competitividad )

Dicho esto, podemos reiterar que los ingresos percibidos por cada artesana oscilan entre los \$5 a \$8 por sombrero elaborado (no terminado), dependiendo de la finura del tejido. Al pertenecer a una asociación, en este caso a la cooperativa artesanal “Padre Rafael González”, las tejedoras logran de alguna manera disminuir el costo de la materia prima al adquirirla al por mayor, y obtener las facilidades para poder terminar los sombreros de paja toquilla.

Dentro del ámbito de los costos directos que influyen en la elaboración (el tejido y terminado) del sombrero el factor más relevante es el tiempo, dado que para obtener un sombrero y poder ofrecerlo a la asociación para terminarlo, conlleva entre 3 a 6 semanas, si nos referimos a un sombrero de gama media. Es evidente que durante ese tiempo las artesanas necesitan y requieren de otros ingresos para poder solventar gastos de servicios básicos como lo son, luz y agua, arriendos y alimentación. El producir uno o dos sombreros en un promedio de dos meses no es un beneficio positivo para las tejedoras, con relación al precio que se obtiene por cada uno de ellos.

Es por esto, que en primer lugar las personas que se dedican a esta actividad toquillera, son agricultores, horticultores, ganaderos o se dedican a otra actividad que represente mayores ingresos a corto plazo. Son varias la personas que cuentan con esta actividad como una herencia de sus antepasados, y al conservarla es transmitida hacia las nuevas generaciones, sin embargo, no como una actividad de alta rentabilidad.

Si se plantea el caso donde las tejedoras no pertenecen a una asociación, la actividad toquillera se viera debilitada aún más, puesto que las posibilidades de comercializar un sombrero no terminado de manera personal, serían casi nulas y de ingresos menores a los actualmente percibidos. Es por esto, que al pertenecer a una asociación específica las tejedoras cuentan con el apoyo necesario para generar una venta segura e inclusive de mayor calidad y alcance. Reiterando de igual manera, que los ingresos para cada tejedora dependerán del número de sombreros que produzcan y faciliten para la venta. Por esta razón, las artesanas en la actualidad han optado por elaborar otro tipo de artículos a base de la paja toquilla, como son: canastas, bolsos, individuales para el comedor, aretes, llaveros entre otros objetos especialmente de adorno y decoración.

### **2.3 Actores intervinientes en la producción y comercialización del sombrero de paja toquilla en el cantón Biblián.**

En términos generales los actores involucrados en el tejido de paja toquilla son: los individuos, grupos u organizaciones que están involucradas en la práctica del tejido de paja toquilla y que tienen algún tipo de interés en esta actividad. En este caso son: el Estado, y su deber de salvaguardar el patrimonio inmaterial, las empresas privadas (casas exportadoras, agencias de viajes y guías turísticas), y las asociaciones, conformadas por las tejedoras en la provincia de Azuay y Cañar. (Castro, 2018)

La cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla se encuentra compuesta por un conjunto de procesos específicos que requieren de estándares de calidad ya establecidos para los diferentes estilos y diseños de los tejidos elaborados en manos de las toquilleras del cantón Biblián. Detrás de cada uno de los procesos necesarios tanto para la producción y como para la comercialización de artesanías a base de paja toquilla o *Carludovica Palmata*, se encuentran personas dedicadas a las actividades que conllevan el cultivo, trato de estas plantas para cosechar y procesar esta materia prima y alistarla a su vez para la transportación hacia a las casas toquilleras en el austro ecuatoriano.

Los procesadores de la paja toquilla son quienes cosechan la paja toquilla. Aquellos que se encuentran en la costa ecuatoriana procesan los tallos para formar las fibras de paja. Los procesadores de la sierra sahúman la paja toquilla con azufre para blanquearla; luego la clasifican según la calidad y largo de cada tallo, para después venderla a las tejedoras.

Para un mejor entendimiento se ha dividido los intervinientes en actores de producción y comercialización. La producción del sombrero de paja toquilla tiene sus inicios dentro de la provincia de Santa Elena donde las personas de la comuna de Barcelona se dedican al cultivo de esta palma con el objetivo de que sirva como materia prima para las artesanías elaboradas a base de esta planta específicamente en el cantón Biblián.



Existen actores intervinientes en la producción del sombrero de paja toquilla divididos en dos etapas, y a su vez cada etapa está compuesta por procesos, fases y operaciones:

- **ETAPA 1:** Se encuentra compuesta principalmente por los procesos de preparación de la tierra o del suelo para realizar los primeros pasos de la siembra hasta llegar a la germinación de las palmas.

Tabla 11 *Etapa 1 Producción de la Paja Toquilla.*

<b>PRODUCCIÓN DE LA PAJA TOQUILLA</b>		
<b>PROCESO</b>	<b>FASE</b>	<b>OPERACIÓN</b>
Cultivo	Limpieza	Generar las condiciones físicas adecuadas para el buen flujo del agua y aire.
	Arado	Labores que permiten la óptima germinación, plantación o sembrado y desarrollo del producto final.
	Siembra	Acción y efecto que consiste en plantar semillas para que estas germinen.
	Fertilización	Contribuir a que el suelo a trabajar disponga de más nutrientes, incorporando restos de cosechas y materia orgánica.
	Cosecha	Acción de podar una planta para cosechar varias veces. Consiste en la separación de la cascara o piel del corazón o lo que se utilizará para tejer.

Creación: Ronny Fajardo.

- **ETAPA 2:** Son cuyas acciones que permiten procesar la cosecha o materia prima para alistarla para su transportación hacia las casas tejedoras y exportadoras de artículos a base de paja toquilla en ciudades del austro ecuatoriano.

Tabla 12 *Etapa 2 Producción de la Paja Toquilla.*

<b>PRODUCCIÓN DE LA PAJA TOQUILLA</b>		
<b>PROCESO</b>	<b>FASE</b>	<b>OPERACIÓN</b>
	Cocinado o Cocción.	Se realiza en pailas gigantes de cobre con agua a 100oC y a fuego de leña con la finalidad de eliminar la clorofila y a su vez el color verdoso.
	Secado	Se coloca la materia prima a la luz del sol para de esta manera evitar que se llegue a podrir al ser fibra vegetal.
	Blanqueado	Los rayos ultravioletas influyen directamente en el blanqueado de la paja. Se requiere mínimo 1 día.
	Sahumado	En un fogón para eliminar la parte mala y ajada de la fibra.
	Armado y Transportación	Consiste en agrupar la paja en bultos para poder transportarla a diferentes ciudades entre ellas Biblián en la provincia de Cañar.

Creación: Ronny Fajardo.

En este estado la paja es entregada a los compradores de la sierra, básicamente de las provincias de Azuay y Cañar, quienes entregaban a las revendedoras que en algunos casos someten nuevamente la fibra a los procesos de sahumado y secado, sobre todo cuando éstos no han sido realizados anteriormente o lo hacen nuevamente para obtener una mayor blancura de la fibra. (Tamariz, 2009)

- **ETAPA 3:** Una vez la materia prima se encuentra en el austro ecuatoriano, es adquirida por las diferentes casas exportadoras de comerciantes mayoristas o minoristas o de las propias tejedoras tanto de la ciudad de Cuenca, Sigsig, Gualaceo y Biblián, entre otras; para proceder con la elaboración de artículos a base de paja toquilla, especialmente los sombreros.

Tabla 13 *Etapa 3 Producción de la Paja Toquilla.*

<b>PRODUCCIÓN DE LOS SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA</b>		
<b>PROCESO</b>	<b>FASE</b>	<b>OPERACIÓN</b>
Elaboración	La Plantilla	El centro circular que da inicio al sombrero. Es la habilidad manual del artesano que da la calidad al sombrero.
	La Copa	Es indispensable el uso de la horna que es la cual da forma al sombrero.
	La Falda	Concluido el tejido de la falda, se hace el rematado, de derecha a izquierda, sin cortar las pajas sobrantes.
Acabado	Azoque	Se aprietan los remates a cabos de los sombreros para que el tejido no se abra.
	El Lavado	Se realiza en cesta de plástico para luego enjuagarlos y eliminar los residuos que pudieron quedar.
	Sahumado o Blanqueado	Las casas exportadoras para el sahumado o blanqueado completan la producción en un cuarto hermético. Se somete el sombrero ya terminado, a vapores de azufres por un lapso no menos de 8 a 10 horas.
	Secado	Se realiza en patios o lugares amplios, dependiendo la duración de las condiciones del clima. Podría ser horas en verano, o mañanas enteras.

	Hormado, Planchado y Maceteado	Técnicas simultáneas. Se emplea la horma, ajustando el sombrero terminado a ella, mientras se lo macetea o golpea con un mazo de madera.
--	-----------------------------------	--

Creación: Ronny Fajardo.

Concluido este proceso se pasa a la clasificación de los sombreros, se tiene en cuenta la calidad, forma, tamaño, clase y color de los mismos, para finalmente realizar el empaque o embalaje como paso previo a la exportación.

El proceso de comercialización se encuentra compuesto por los pasos a desarrollarse para alistar el sombrero de paja toquilla para su transportación fuera de la casa de producción. Esta actividad se la realiza mediante cajas cuyo diseño es elaborado para evitar el maltrato y/o deterioro del sombrero. Estas cajas son portadoras de la marca propia que tiene la cooperativa como lo es “*Bibilak*” y de igual manera lleva el slogan de la marca país, “Ecuador ama la vida”.

La comercialización del sombrero de paja toquilla elaborado en la Cooperativa de Producción Artesanal “Padre Rafael González” tiene lugar dentro y fuera del cantón Biblián, ya que el mismo llega a ser exhibido desde tiendas en el austro ecuatoriano como hasta en diferentes ciudades de Europa.

Hace aproximadamente una década, dentro de los procesos de producción, no existían las facilidades para poder culminar los productos de paja toquilla, específicamente los sombreros; por lo cual existía la conocida intermediación o tercerización que eran las personas que se encargaban de adquirir los productos semiterminados para poder culminar el producto contratando otros servicios y después poder venderlo a mayoristas; o a su vez lo venden directamente a las casas exportadoras que serían quienes terminan los sombreros y lo comercializan a tiendas fuera del país.

En la actualidad los actores que influyen y que se encuentran detrás de cada uno de los procesos de la cadena de comercialización del sombrero de paja toquilla son:

Gráfico 26 *Actores en el Proceso de Comercialización*



Creación: Ronny Fajardo.

Las tejedoras, quienes elaboran el sombrero, y a su vez pertenecen a las asociaciones en donde actualmente tienen las facilidades para poder culminar el sombrero. Posterior se procede a vender el producto terminado a las Casas Exportadoras, que en el caso de la Cooperativa de Producción Artesanal “Padre Rafael González”, además de la elaboración de los artículos, son también quienes se encargan de comercializar el producto para ofertarlo directamente en tiendas de ciudades europeas.

#### **2.4 Mercados de exportación de la empresa Bibilak.**

Dentro de los principales logros alcanzados por la Cooperativa de Producción Artesanal “Padre Rafael González”, se encuentra la obtención de la marca país, que incluye un símbolo y la leyenda “Ecuador ama la vida” que escolta a productos nacionales que se introducen en el mercado exterior. La marca país es también una garantía de la calidad de los productos que, desde finales del año 2015 exporta esta organización al mercado internacional. La licencia en mención, brindará beneficios que permitirán a la producción artesanal del cantón Biblián surgir en los mercados del mundo. (CIDAP, 2016)

Desde décadas anteriores, el Ministerio de Comercio Exterior se ha encontrado recalcitrante en identificar y reconocer productos que cuenten con un potencial de exportación, pues además de que existe el reconocimiento en el mercado internacional a los productos elaborados en el Ecuador, es importante darle una diferenciación competitiva. (CIDAP, 2016)

De acuerdo a la cooperación de la Mancomunidad del Pueblo Cañari, Fons Valencia (de España), el Gobierno Provincial de Cañar, el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior, de la Junta del Artesano y de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, el Gobierno Municipal de Biblián en representación del alcalde Guillermo Espinoza presenta el logotipo que será utilizado por la Cooperativa para exportar sus elaboraciones. Esta marca propia es la inscripción que se lee debajo de la imagen de un sombrero de paja toquilla, “Bibilak. Artesanías y Tradición” (CIDAP, 2016)

En el año 2018, de acuerdo a cifras de la Aduana del Ecuador, se exportaron 716689 sombreros, que representaron un ingreso aproximado de 13 millones de dólares. Los principales mercados importadores de sombreros de paja toquilla fueron, Estados Unidos, Brasil, Francia, Italia y Canadá. Las investigaciones que tiene como eje este tipo de estudios, estiman que aproximadamente el 90% sale del austro ecuatoriano. (Castillo, 2019)

### **Conclusión:**

La producción y comercialización del sombrero de paja toquilla en la actualidad se ha visto fortalecida por varias acciones que apoyan el mejoramiento y la inclusión de estándares de calidad, además del fortalecimiento de los procesos de acabado para la comercialización directa de los productos elaborados. De acuerdo a estas acciones, los ingresos por la elaboración de artesanías de paja toquilla en el austro ecuatoriano han representado en el último año alrededor de \$45000 dólares, mismos réditos que ya no se estancan en los procesos de intermediación, sino que se convierten en beneficios directos para las asociaciones y las tejedoras.

### **Introducción al Capítulo 3:**

El presente capítulo tiene como objetivo la investigación y recopilación de datos que permitirán conformar el desarrollo de un informe que mostrará la actual realidad y efectividad de la elaboración del sombrero de paja toquilla en el cantón Biblián. A través de la aplicación de una encuesta socio económica hacia el artesano biblianense, interpretaciones como ventajas y desventajas de relacionar la producción y comercialización de los artículos de paja toquilla con la actividad turística, como al igual la alternativa económica que esta puede representar.

## **CAPÍTULO 3 INFORME SOCIO-ECONÓMICO DEL ARTESANO Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO DEL CANTÓN BIBLIÁN.**

### **3.1 Perfil socioeconómico del artesano del cantón Biblián.**

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2011 realizó una encuesta de estratificación y segmentación, para identificar los diferentes grupos socioeconómicos con el propósito de usarla como herramienta de análisis diseñada para medir el bienestar general familiar, permitiendo el estudio del comportamiento de los hogares en respuesta a cambios económicos sociales y políticos. Este estudio lo realizó el INEC únicamente a 9.744 hogares del Ecuador en las ciudades de Quito, Cuenca, Machala y Ambato.

Con el fin de delimitar el perfil socioeconómico del artesano en la cooperativa de producción artesanal “Padre Rafael Gonzales” del cantón Biblián, se procedió a realizar la encuesta presentada por el INEC, a una muestra significativa del total de artesanos pertenecientes de la cooperativa.

Previo a realizar las encuestas, se determinó el tamaño de muestra en base a la siguiente fórmula en donde:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + z^2 * p * q}$$

n = Tamaño de muestra

N = Total de la población

z= parámetro estadístico que depende el nivel de confianza

p = porcentaje de respuestas positivas

q = porcentaje de respuestas negativas

e = error máximo tolerable



El tamaño de la población de la cooperativa Padre Rafael Gonzales hasta el momento registrado es de 120 personas, en función al tamaño de la población y aplicando la fórmula propuesta, el tamaño de la muestra sería:

Tabla 14 *Tamaño de la muestra.*

<b>Población Total</b>	<b>Nivel de confianza</b>	<b>Proporción de afirmativas</b>	<b>Proporción de negativas</b>	<b>Error admisible</b>	<b>Tamaño de la muestra</b>
<b>N</b>	<b>z</b>	<b>p</b>	<b>q</b>	<b>e</b>	<b>n</b>
120	1,28	0,5	0,5	7%	49,51

Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo

Con estos parámetros indicados en la tabla, se obtiene el tamaño de muestra de 50 redondeado, por lo tanto, la encuesta presentada por el INEC se aplica de manera aleatoria a 50 personas pertenecientes a la cooperativa.

### **3.1.1 Dimensiones**

Las dimensiones tomadas en consideración para la encuesta planteada, tendrán un valor designado, siendo el total de 1000 puntos. Las dimensiones escogidas se encuentran relacionadas con la vivienda, uso de tecnología, bienes, hábitos de consumo, actividad económica y nivel de educación del jefe de hogar, como podemos observar en la siguiente tabla:

Tabla 15 *Dimensiones de puntaje.*

<b>Dimensiones Puntaje</b>	<b>Puntaje</b>
Características de la vivienda	236
Nivel de educación	171
Actividad económica del hogar	170
Posesión de bienes	163
Acceso a la tecnología	161
Hábitos de consumo	99
<b>Total</b>	<b>1000</b>

Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo

### 3.1.2 Esquema de Resultados

Posteriormente para determinar resultados y realizar el respectivo análisis, encontramos 5 grupos socioeconómicos; dependiendo de la puntuación obtenida después de la encuesta, se definirá el estrato al cual pertenece, como indica la siguiente tabla:

Tabla 16 *Grupos socioeconómicos.*

<b>Grupos Socioeconómicos</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Nivel A</b>	845 a 1000 puntos
<b>Nivel B</b>	696 a 845 puntos
<b>Nivel C+</b>	535 a 696 puntos
<b>Nivel C-</b>	316 a 535 puntos
<b>Nivel D</b>	0 a 316 puntos

Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo

### 3.1.3 Caracterización de los Grupos Socioeconómicos

Tabla 17 *Grupos socioeconómicos Nivel A.*

<b>Nivel A</b>	
<b>Vivienda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Material del piso: duela, parquet, tablón o piso flotante.</li> <li>• Promedio dos cuartos con baño y ducha.</li> </ul>
<b>Bienes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono convencional, refrigerador, cocina, horno, lavadora, equipo de sonido, dos televisores a color.</li> <li>• 80% de hogares posee un promedio de dos vehículos o más.</li> </ul>
<b>Tecnología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de internet, computadora de escritorio y portátil.</li> <li>• Promedio de cuatro celulares.</li> </ul>
<b>Hábitos de consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vestimenta adquirida en centros comerciales.</li> <li>• Utilizan internet, correo electrónico, redes sociales.</li> <li>• En los últimos tres meses han leído libros para diferentes fines.</li> </ul>
<b>Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El jefe de hogar tiene un nivel de educación superior, y de posgrado.</li> </ul>
<b>Economía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El jefe de hogar se desempeña profesionalmente.</li> <li>• Afiliados al seguro IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.)</li> <li>• Salud privada.</li> </ul>

Fuente: INEC

Tabla 18 *Grupos socioeconómicos Nivel B*

<b>Nivel B</b>	
<b>Vivienda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el 46% de viviendas predomina el piso de: duela, parquet, tablón o piso flotante.</li> <li>• Promedio, dos cuartos con baño y ducha.</li> </ul>
<b>Bienes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 97% de hogares posee teléfono convencional, refrigeradora y cocina</li> <li>• El 80% de hogares posee horno, lavadora, equipo de sonido, dos televisores a color,</li> <li>• Un hogar por lo general posee un promedio de un vehículo</li> </ul>
<b>Tecnología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 81 % de hogares posee servicio de internet, computadora de escritorio</li> <li>• El 50 % de hogares posee computadora portátil</li> <li>• Cada hogar dispone de un promedio de tres celulares</li> </ul>
<b>Hábitos de consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Vestimenta es adquirida los centros comerciales.</li> <li>• El 98 % de hogares utilizan internet, correo electrónico.</li> <li>• El 76% de hogares utiliza redes sociales.</li> <li>• En el 69% de hogares han leído libros para diferentes fines.</li> </ul>
<b>Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El jefe de hogar tiene un nivel de educación superior.</li> </ul>
<b>Economía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un 26 % de los jefes de hogar, se desempeña profesionalmente en un nivel de mandos medio.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 92% de miembros del hogar son afiliados al seguro IESS. (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.)</li> <li>• Un 47% de los hogares cuentan con salud privada.</li> </ul>
--	--

Fuente: INEC

Tabla 19 *Grupos socioeconómicos Nivel C+*

<b>Nivel C+</b>	
<b>Vivienda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El material que predomina en el piso de las viviendas es: cerámica, baldosa, vinil o marmeton.</li> <li>• Promedio, un cuarto con baño y ducha.</li> </ul>
<b>Bienes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 83% de hogares poseen teléfono convencional, refrigeradora y cocina.</li> <li>• Un 67% de hogares posee horno, lavadora, equipo de sonido, dos televisores a color.</li> <li>• Un hogar posee dos televisores a color.</li> </ul>
<b>Tecnología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un 39 % de hogares poseen servicio de internet.</li> <li>• El 62 % posee computadora de escritorio.</li> <li>• 21 % de hogares posee computadora portátil.</li> <li>• Se Observa un promedio de dos celulares por hogar.</li> </ul>
<b>Hábitos de consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 38% de la vestimenta es adquirida en centros comerciales.</li> <li>• Un 90% de hogares utilizan internet.</li> <li>• El 77 % tiene correo electrónico.</li> <li>• El 63% de hogares utiliza redes sociales.</li> <li>• El 43% de hogares han leído libros para diferentes fines.</li> </ul>

<b>Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El jefe de hogar tiene un nivel de educación secundaria completa.</li> </ul>
<b>Economía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los jefes de hogar se desempeñan en trabajos de servicio, comerciantes y operadores de instalaciones, maquinarias y montadores.</li> <li>• El 77% de miembros del hogar son afiliados al seguro IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.)</li> <li>• Un 20% de los hogares cuentan con salud privada.</li> </ul>

Fuente: INEC

Tabla 20 *Grupos socioeconómicos Nivel C-*

<b>Nivel C-</b>	
<b>Vivienda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El material que predomina en la construcción de las viviendas es de ladrillo y cemento.</li> <li>• Promedio dos cuartos por vivienda, un cuarto con ducha.</li> </ul>
<b>Bienes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 52% de hogares posee teléfono convencional.</li> <li>• El 84% de hogares posee refrigeradora, cocina horno.</li> <li>• Un 48% de hogares posee lavadora, equipo de sonido.</li> <li>• El hogar posee un televisor a color.</li> </ul>
<b>Tecnología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 11 % de hogares posee computadora de escritorio</li> <li>• Promedio de dos celulares por hogar.</li> </ul>

<b>Hábitos de consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 14 % de la vestimenta es adquirida en centros comerciales.</li> <li>• 43 % de hogares utilizan internet.</li> <li>• 25% poseen correo electrónico correo electrónico.</li> <li>• 19% de hogares utiliza redes sociales.</li> <li>• 22% de hogares han leído libros para diferentes fines.</li> </ul>
<b>Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El jefe de hogar tiene un nivel de educación primaria completa.</li> </ul>
<b>Economía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los jefes de hogar se desempeñan como trabajadores de servicios y comerciantes, operadores de maquinarias y montadores.</li> <li>• 48% de miembros del hogar son afiliados al seguro IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.)</li> <li>• 6% de los hogares cuentan con salud privada.</li> </ul>

Fuente: INE

Tabla 21 *Grupos socioeconómicos Nivel D*

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nivel D</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vivienda</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El material que predomina en la construcción de las viviendas es: ladrillo, cemento, tabla sin tratar o tierra.</li> <li>• Promedio de un cuarto con baño.</li> </ul>
<b>Bienes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 12% de hogares posee teléfono convencional, refrigeradora, cocina.</li> <li>• 42% de hogares posee, refrigeradora, cocina horno.</li> <li>• 5% de hogares posee lavadora.</li> <li>• 10% tiene equipo de sonido.</li> <li>• Cada hogar posee un televisor a color.</li> </ul>

<b>Tecnología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promedio de un celular en el hogar.</li> </ul>
<b>Hábitos de consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9 % de hogares utilizan internet.</li> <li>• 9% de hogares han leído libros para diferentes fines.</li> </ul>
<b>Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El jefe de hogar tiene un nivel de educación primaria completa.</li> </ul>
<b>Economía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los jefes de hogar se desempeñan como trabajadores no calificados.</li> <li>• El 11% de miembros del hogar son afiliados al seguro IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.)</li> </ul>

Fuente: INEC  
Creación: Ronny Fajardo



### 3.1.4 Modelo de la encuesta



#### Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico

### Conozca el nivel socioeconómico de su hogar

Marque una sola respuesta con una (x) en cada una de la siguientes preguntas:

Características de la vivienda	puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>	
Suite de lujo	<input type="checkbox"/> 59
Cuarto(s) en casa de inquilinato	<input type="checkbox"/> 59
Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/> 59
Casa/Villa	<input type="checkbox"/> 59
Mediagua	<input type="checkbox"/> 40
Rancho	<input type="checkbox"/> 4
Chozas/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/> 0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>	
Hormigón	<input type="checkbox"/> 59
Ladrillo o bloque	<input type="checkbox"/> 55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/> 47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/> 17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/> 0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>	
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/> 48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input type="checkbox"/> 46
Ladrillo o cemento	<input type="checkbox"/> 34
Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/> 32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/> 0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>	
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input type="checkbox"/> 0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input type="checkbox"/> 12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/> 24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/> 32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>	
No tiene	<input type="checkbox"/> 0
Letrina	<input type="checkbox"/> 15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/> 18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/> 18
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/> 22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/> 38

Acceso a tecnología		puntajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	35
<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>		
No tiene celular nadie en el hogar	<input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 celular	<input type="checkbox"/>	8
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42

Posesión de bienes		puntajes finales
<b>1 ¿ Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	19
<b>2 ¿ Tiene cocina con horno?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	29
<b>3 ¿ Tiene refrigeradora?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	30
<b>4 ¿ Tiene lavadora?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	18
<b>5 ¿ Tiene equipo de sonido?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	18
<b>6 ¿ Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>		
No tiene TV a color en el hogar	<input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34
<b>7 ¿ Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6
Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15

Hábitos de consumo		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	6
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17

Fuente: INEC

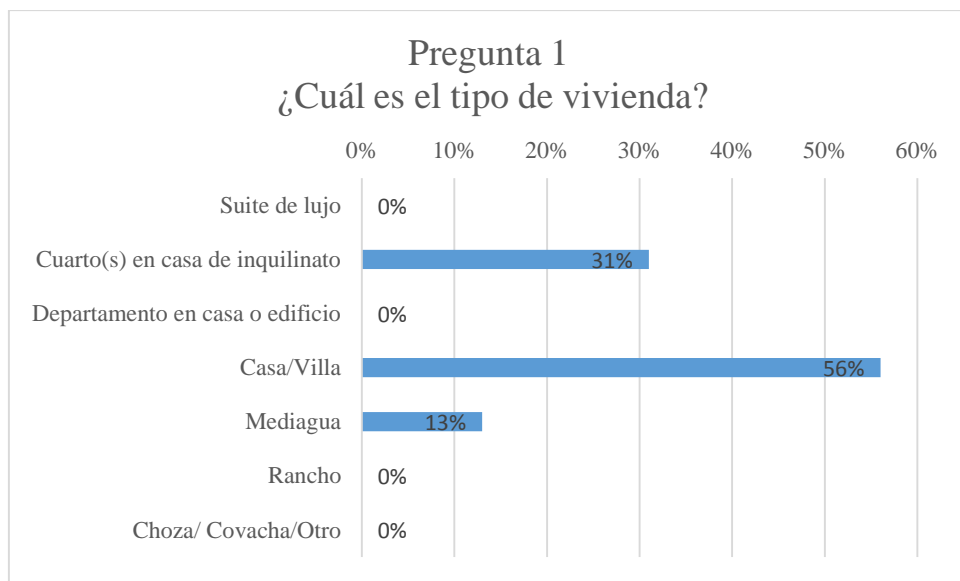
### 3.1.4 Resultados por pregunta de las encuestas

A continuación, se presenta los respectivos gráficos con los resultados de las preguntas realizadas en las encuestas, con el fin de caracterizar mediante las variables económicas y sociales, para así, determinar el nivel y perfil socioeconómico del artesano en el cantón Biblián

- Características de la vivienda

En esta sección, las preguntas de la encuesta presentada por el INEC se enfocan en describir los elementos básicos de la vivienda, con el fin de caracterizar y determinar los servicios con los que cuenta y el material presente en la vivienda. Estas preguntas son de valiosa utilidad para la identificación de las carencias básicas de la población.

Gráfico 27 *Tipo de vivienda.*

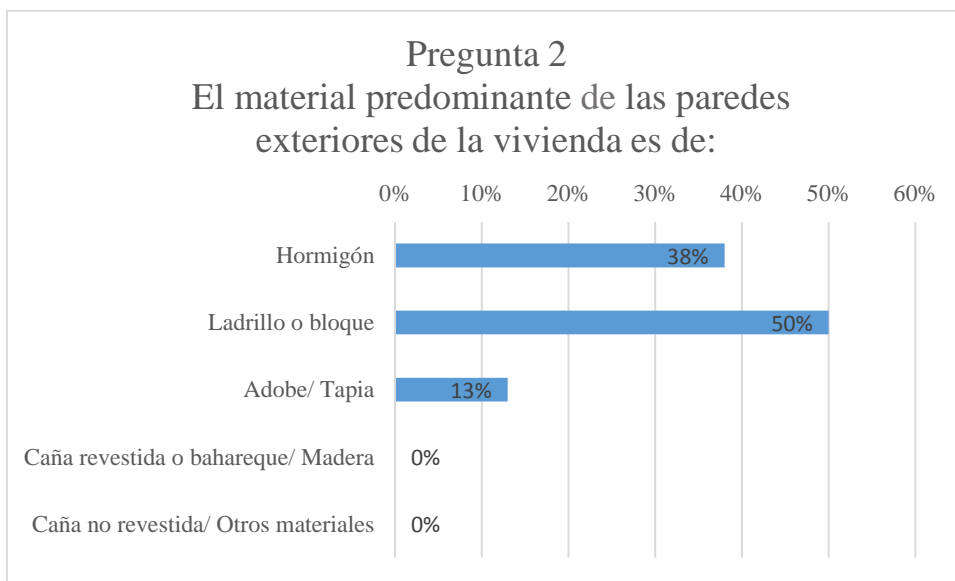


Creación: Ronny Fajardo

Dentro de las características de la vivienda, tenemos la primera variable a analizar sobre el tipo de vivienda; según las encuestas realizadas, como se observa en el gráfico, el 13% de las artesanas habitan en una mediagua, un 31% de artesanas pagan arriendo, ya sea casa o cuarto y con el porcentaje más alto tenemos, que un 56% de artesanas han invertido y poseen una casa o villa.

Con estos resultados, podemos constatar que más de la mitad de artesanas, dispone de una vivienda propia, sin embargo, existe un porcentaje significativo de familias que viven en lugares arrendados, por situaciones diversas.

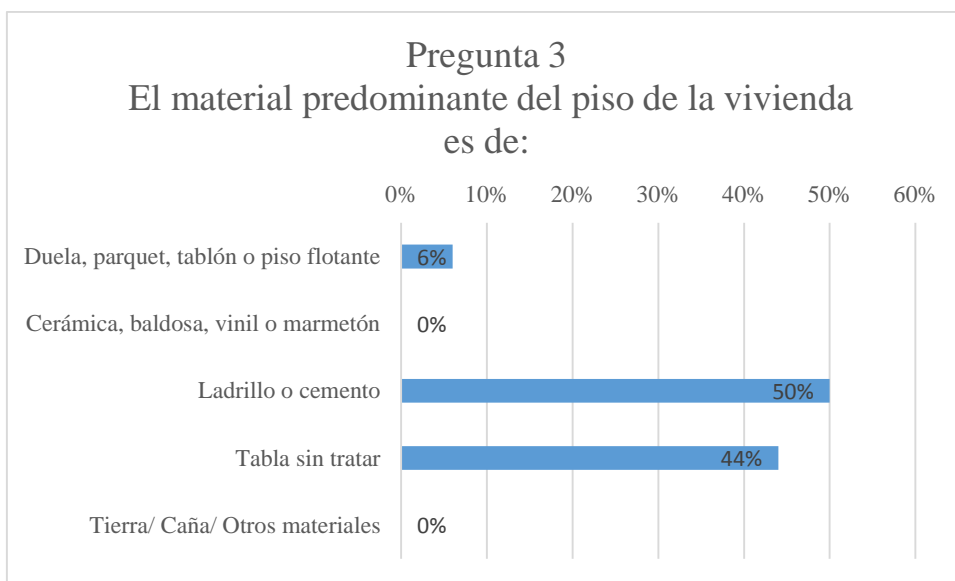
Gráfico 28 *Material predominante de las paredes exteriores de las viviendas.*



Creación: Ronny Fajardo

Como se puede observar en el gráfico, con un 50% el material que predomina en la construcción de las viviendas, es el ladrillo o bloque. Con un 38%, el material predominante en las estructuras de las paredes es el hormigón con un armazón de hierro, siendo este el mejor material recomendado ya que posee numerosas ventajas como: protección antisísmica, seguridad, calidad, exactitud etc. Finalmente, con un 13% el material que prevalece en la construcción de las paredes es el adobe o tapia, es decir son paredes de barro mezclado con paja y moldeada en forma de ladrillo que luego es secada al sol. Se puede constatar que la mayoría de familias habitan en un lugar seguro y digno.

Gráfico 29 *Material predominante en el piso de las viviendas.*

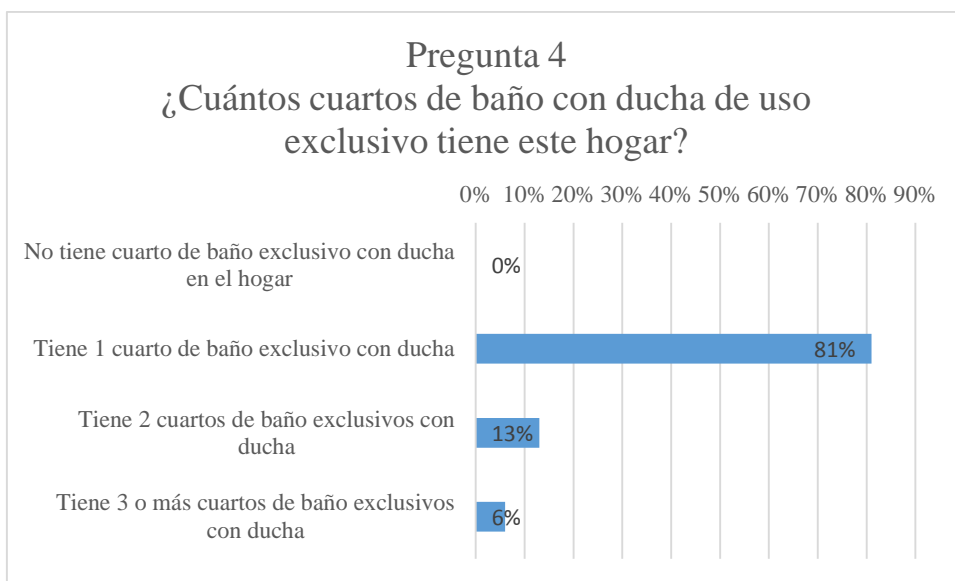


Creación: Ronny Fajardo

En cuanto al material que predomina en el piso de las viviendas, tenemos que en un 50% de viviendas, predomina el piso de ladrillo o cemento, a su vez, tenemos que en un 44% de viviendas el material que se utiliza es la tabla sin tallar y con un 6% el material predominante es el piso flotante, duela y parquet. Este material es el más caro debido a su calidad, resistencia y durabilidad, a su vez estéticamente es agradable para la presentación de la vivienda. Sin embargo, en los hogares de las familias encuestadas el material que más se utilizada es el cemento y ladrillo, este tipo de piso es muy popular por su bajo precio, durabilidad y resistencia, sin embargo, con el pasar del tiempo se presentan desprendimientos y grietas que pueden provocar filtraciones de agua, y con ello, el deterioro de las paredes y los pisos, provocando serios problemas en el futuro.



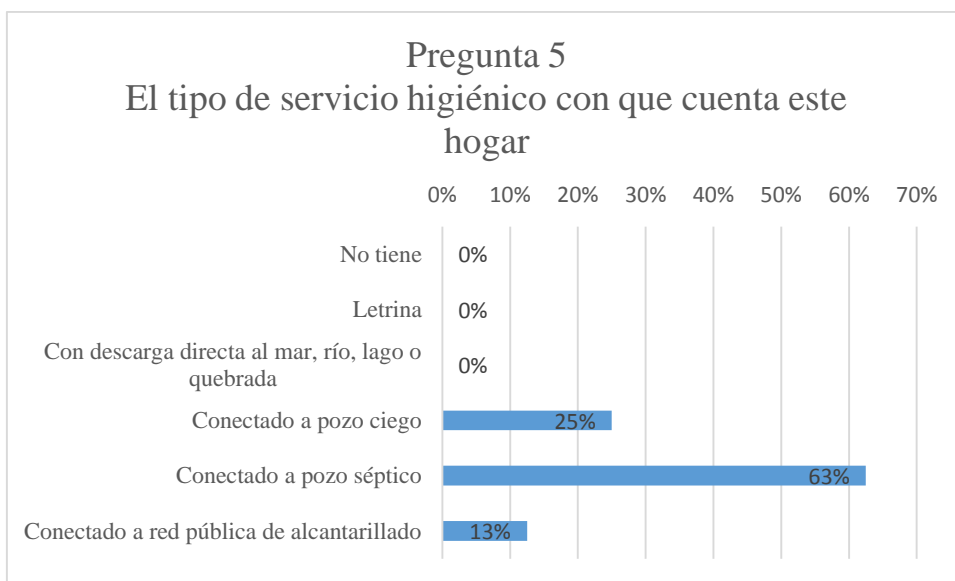
Gráfico 30 *Baños con ducha de uso exclusivo en el hogar.*



Creación: Ronny Fajardo

En base al gráfico de resultados, podemos observar que hoy en día, prácticamente todos los hogares encuestados disponen de servicio higiénico con ducha; estos dos elementos se han vuelto generales en la actualidad, como puede apreciarse en el gráfico, el 81% de hogares posee como mínimo un cuarto de baño exclusivo con ducha, el 13% posee dos cuartos de baño con ducha, y un 6% tiene más de 3 baños exclusivos con ducha. Afortunadamente esta variable ya no es un referente significativo de diferenciación entre ricos y pobres, ya que en la actualidad estos servicios se han convertido en instalaciones básicas que todo hogar dispone.

Gráfico 31 *Tipo ser servicio higiénico.*



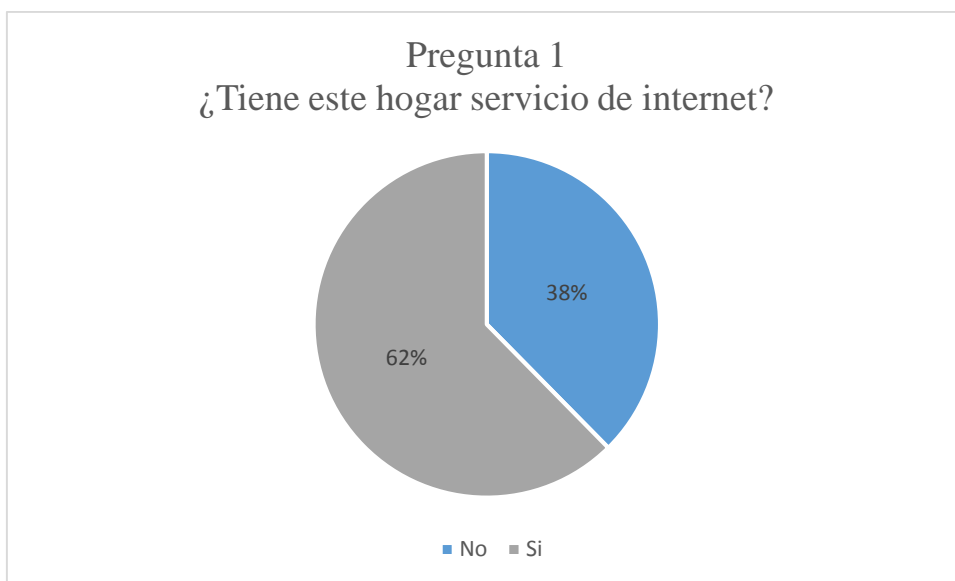
Creación: Ronny Fajardo

Hoy en día prácticamente todos los hogares disponen de servicio higiénico, este servicio se ha consolidado de manera básica en los hogares, sin embargo, como se observa en el gráfico, apenas un 13% están conectados a un sistema de alcantarillado público, las personas que cuentan con alcantarillado indicaban que viven en el sector urbano del Cantón Biblián, por el contrario, las personas que contaban con baño conectado a pozo ciego o pozo séptico, viven en el sector rural de Cantón. Se podría decir, que en el sector rural existen brechas de cobertura significativas, el servicio de saneamiento es una inversión que los municipios deben solventar, con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes.

- Acceso a tecnología

Dentro del segundo campo de análisis, tenemos el acceso a la tecnología; la importancia de este campo hace referencia a la necesidad de que los ciudadanos cada vez se encuentren más interconectados, convirtiéndose en la actualidad en una pieza clave de desarrollo social y económico.

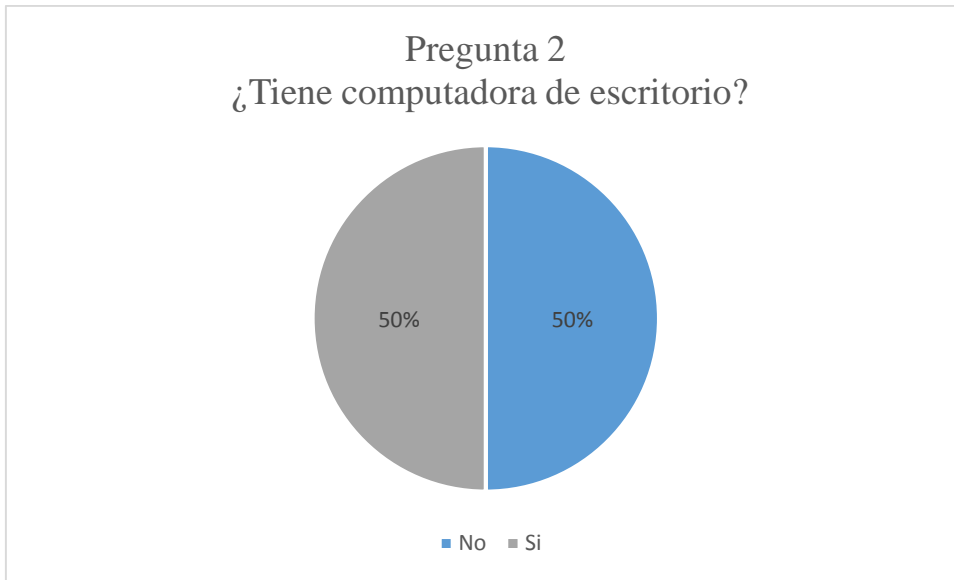
Gráfico 32 *Servicio de internet en el hogar.*



Creación: Ronny Fajardo

La conexión a internet hoy en día se ha convertido en un derecho fundamental para los ciudadanos, indispensable en el área de la educación y desarrollo del conocimiento. Como se muestra en el gráfico 21, un 62% de hogares si posee servicio de internet, la razón fundamental, es que las personas requieren de este servicio para sus estudios y/o trabajo. A su vez un 38% de la muestra no posee servicio de internet; en la actualidad este factor limita a los jóvenes que no pueden acceder a la información que requiere su proceso educativo, limitando en alguna medida su aprendizaje y en el caso de los adultos, al no tener las mismas posibilidades de utilizar estos recursos, se encuentran un tanto excluidos, provocando una desigualdad digital que sin duda, provoca una desventaja social y económica.

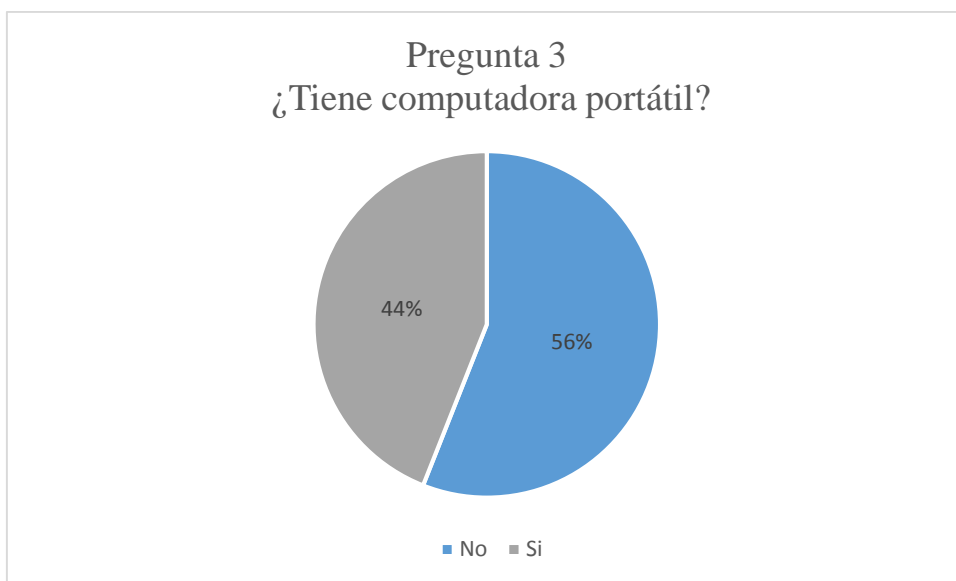
Gráfico 33 *Computadora de escritorio en el hogar.*



Creación: Ronny Fajardo

La llegada de las computadoras y de las tecnologías de la información y comunicación, resultó ser un elemento muy favorable en un hogar, principalmente en cuanto al acceso y aprovechamiento de esta herramienta en los ámbitos de la vida cotidiana. Como el gráfico lo indica, Gráfico 22, la mitad de la muestra posee esta herramienta tecnológica, estas han sido adquiridas para cubrir diferentes necesidades de los miembros del hogar, a su vez el otro porcentaje restante, no posee esta herramienta, como nos lo indicaban las personas encuestadas, no existe la necesidad de adquirir una, sin embargo, también nos supieron comentar que sus recursos económicos no lo permiten.

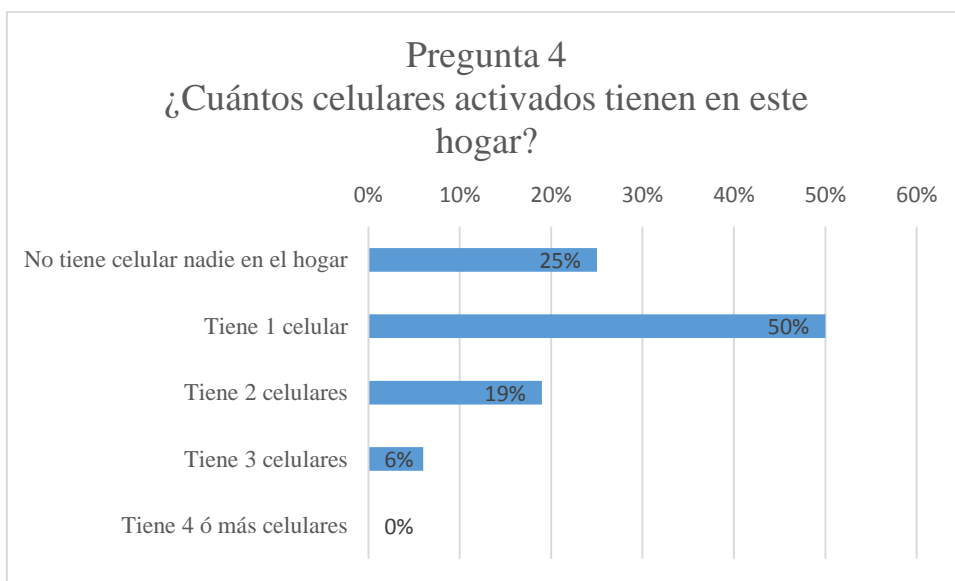
Gráfico 34 *Computadora portátil en el hogar.*



Creación: Ronny Fajardo

Las herramientas como una computadora portátil, contribuyen al crecimiento y difusión del conocimiento, estas a su vez han creado un entorno de desigualdad. Como el gráfico nos indica, un 56% de hogares de artesanos no poseen esta herramienta, dando paso a disparidades entre personas, teniendo efectos negativos como: no poder incorporarse a los nuevos modelos de desarrollo, desventajas en el ámbito laboral y estudiantil y más. Por otro lado, el 44 % de la muestra si posee computadora portátil, este porcentaje es un número significativo, permitiendo que muchos hogares de artesanos tengan la oportunidad de generar cambios sustanciales en su proceso productivo y social.

Gráfico 35 *Computadora portátil en el hogar.*



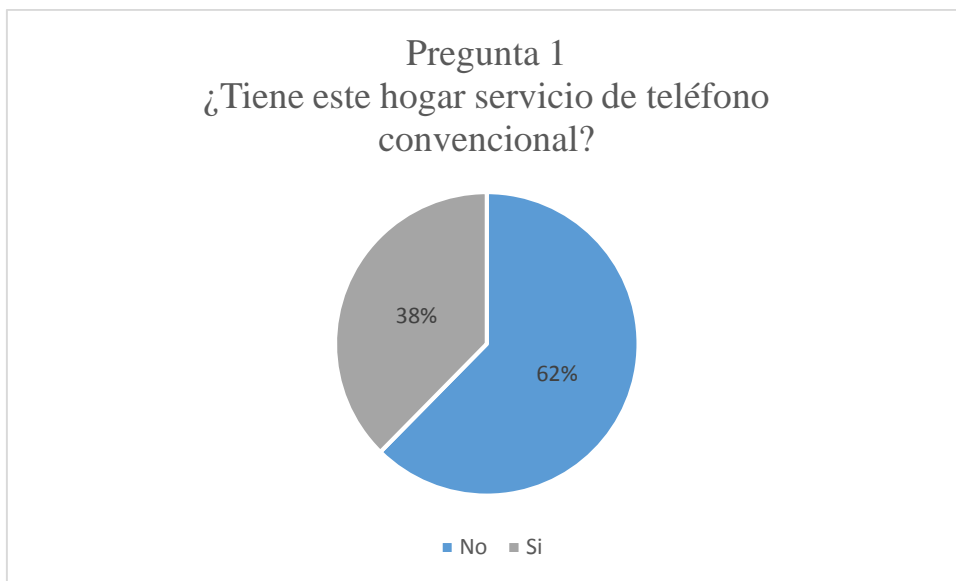
Creación: Ronny Fajardo

Los servicios de financiamiento de celulares sin duda han reducido la desigualdad social, actualmente se puede tener acceso a un teléfono celular a precios muy económicos para cualquier bolsillo. El celular se ha convertido en la actualidad en una herramienta clave por su eficiencia y rapidez. Acorde a los datos del grafico de resultados, existe solo un 25% de hogares que no posee este artefacto; el porcentaje restante cuenta con al menos un celular; la diferencia puede radicar en relación a la calidad del equipo, sin embargo, dejando de lado la calidad el celular para muchos es un artefacto que se utiliza a diario, sin importar el nivel socioeconómico.

- Posesión de bienes

Dentro del tercer campo de análisis, tenemos la posesión de bienes; este campo hace referencia a la adquisición de bienes materiales en los hogares, muchos de estos son bienes esenciales y otros para el entretenimiento y recreativos. En la actualidad, la disponibilidad de estos bienes es un índice que evidencia un desarrollo social y económico.

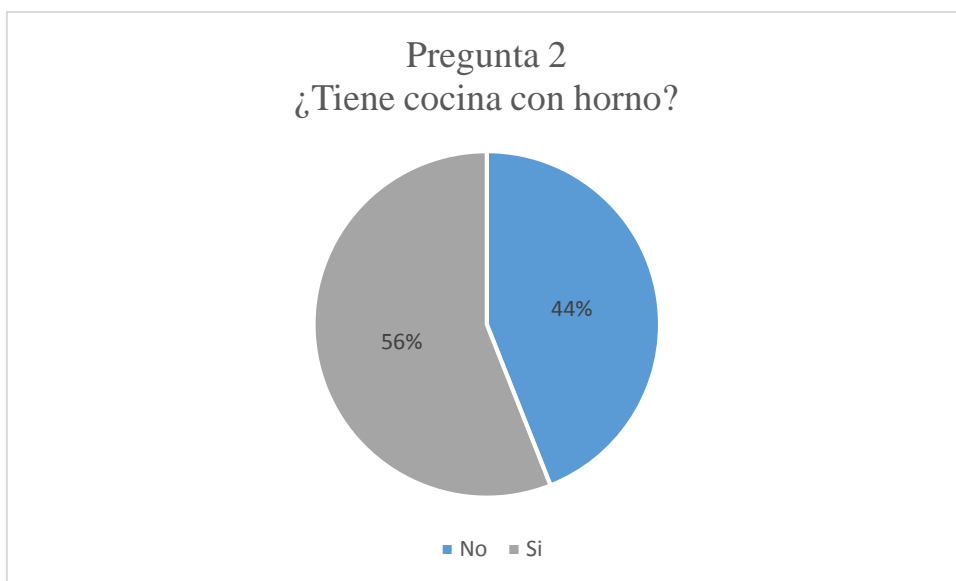
Gráfico 36 *Servicio de teléfono convencional.*



Creación: Ronny Fajardo

La telefonía convencional ha sufrido una disminución significativa debido al avance tecnológico en redes móviles, poco a poco este sistema se ha vuelto obsoleto y poco utilizado; como el gráfico nos muestra, el 62% de los hogares de artesanos no cuenta con teléfono convencional, la razón expuesta anteriormente puede ser una de las razones por las que la mayoría de los hogares no posea este servicio, a más del costo que significa. El 38% restante si posee este servicio, que a su vez tiene ventajas como las tarifas que siguen siendo mucho más bajas que en un teléfono móvil, sobre todo, al realizar llamadas a larga distancia, la cobertura que posee y la facilidad al momento de utilizarlo.

Gráfico 37 *Cocina con horno.*

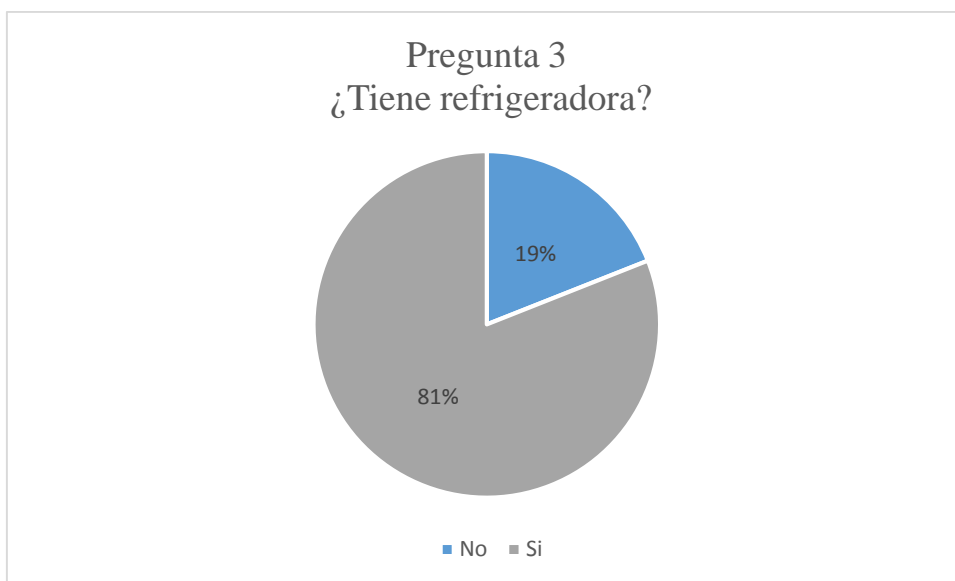


Creación: Ronny Fajardo

A través de esta pregunta, se obtuvo un resultado con respecto a posesión de bienes, cómo podemos observar en el gráfico, un 56% de encuestados posee como bien en sus hogares una cocina con horno, en los últimos años existió un incremento en la compra y venta de cocinas de inducción, sin embargo, debido a su costo muchas de estas no se implementaron en varios hogares, conservando la cocina tradicional a gas. Por otro lado, como podemos observar en el gráfico el 44% de artesanos no posee horno, sin embargo, esto no quiere decir que no posee cocina; los encuestados nos supieron dar a conocer que poseen cocinas industriales, aptas para preparar grandes cantidades de alimentos.



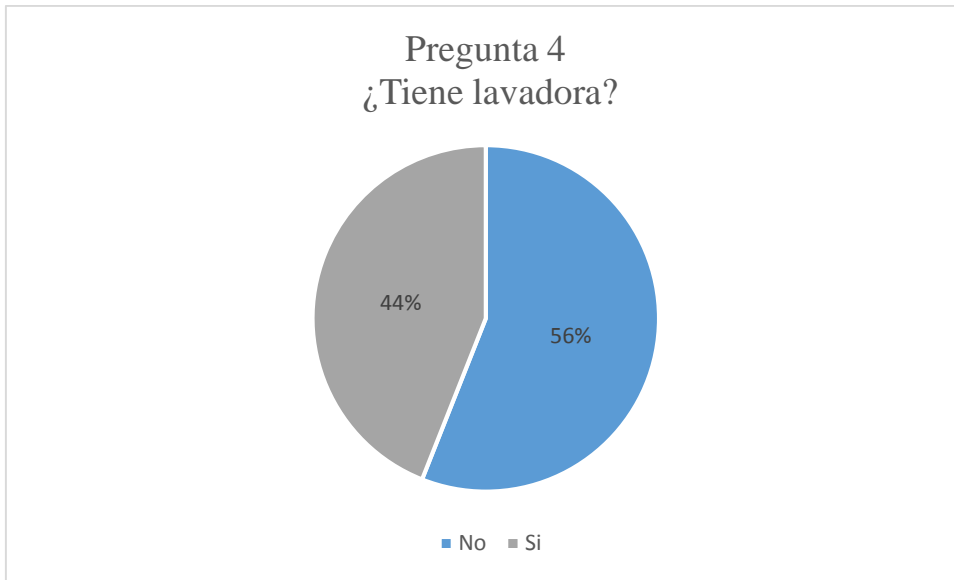
Gráfico 38 *Posesión de refrigeradora.*



Creación: Ronny Fajardo

Otro bien importante en el hogar es el refrigerador, este es un de los aparatos más importantes en la cocina, ya que sirve para conservar los alimentos seguros. Nuestro grafico de resultados nos indica que un 81% de la muestra posee este bien, garantizando la posibilidad de mantener los alimentos frescos, por otro lado, aunque con un porcentaje bajo, tenemos que un 19% de hogares no posee refrigeradora, a diferencia de otros electrodomésticos la refrigeradora es una herramienta esencial, sin embargo, las familias que no poseen este bien, expresaron que el alto costo de la inversión es un inconveniente al momento de querer adquirirlo. Si bien estas familias carecen de este bien, han mitigado su necesidad, utilizando el de los sus familiares cercanos ya que viven en lugares cercanos.

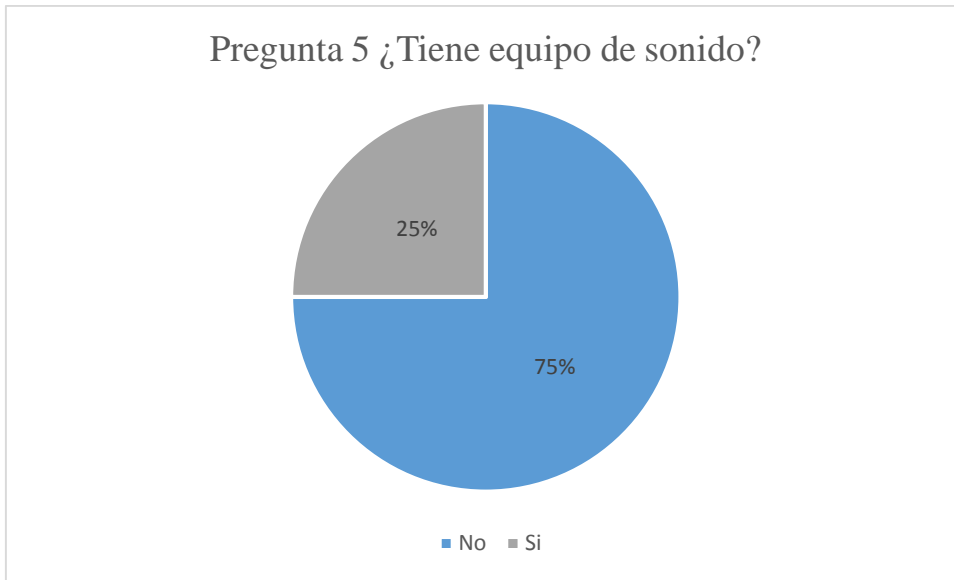
Gráfico 39 *Posesión de lavadora.*



Creación: Ronny Fajardo

Las lavadoras en los últimos años se han convertido en un elemento común en los hogares, Esta máquina facilita el trabajo haciendo más fácil el lavado de ropa; ofreciendo comodidad ahorro de tiempo, y por supuesto disminuye en gran medida el esfuerzo físico y las enfermedades relacionadas con esta actividad. Como podemos observar en el gráfico superior un 44% de hogares posee este artefacto, es importante notar que este porcentaje es bastante alto, percibiendo claramente que ya muchos hogares han optado por la adquisición de este producto; por otro lado tenemos que un 56% siendo este porcentaje más alto, que aún no poseen este bien; las mujeres de estos hogares continúan invirtiendo muchas horas al día en esta actividad, con el consiguiente deterioro de su salud, agravado en los casos en los que existan varios integrantes en la familia.

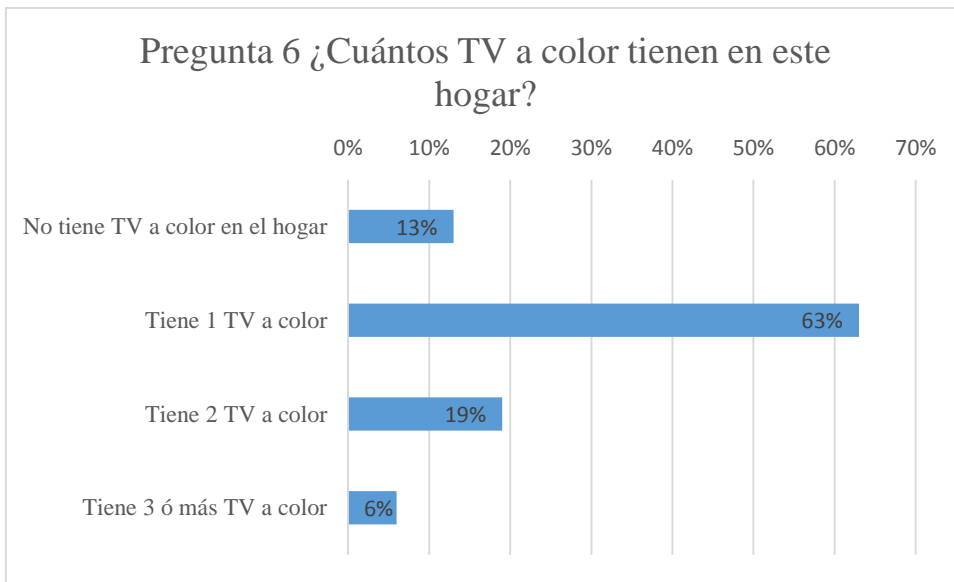
Gráfico 40 *Posesión de equipo de sonido.*



Creación: Ronny Fajardo

El equipo de sonido es un bien para el entretenimiento y la recreación que muchos hogares han optado por adquirirlos, sin embargo, en el gráfico de resultados podemos observar que solo un 25% de hogares posee este bien, mientras que un 75% de viviendas a optado por no adquirirlo; en base a este panorama podemos decir que las prioridades a solventar en la mayoría de los hogares son otras, muchos hogares no encuentran necesario adquirir este bien, según supieron expresar.

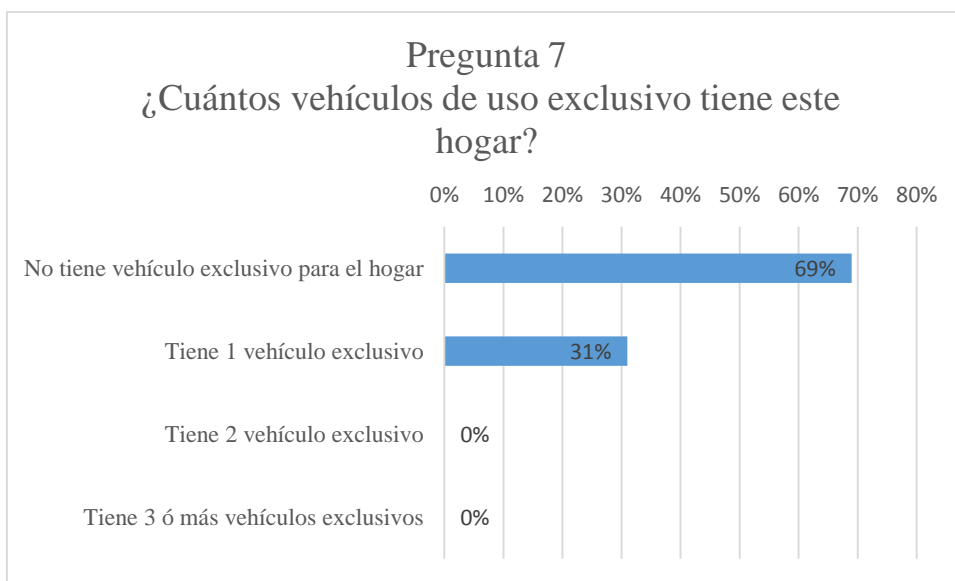
Gráfico 41 *Posesión de TV ha colores*



Creación: Ronny Fajardo

La televisión ha jugado un papel importante en los hogares del mundo, siendo un medio de información, educación y diversión; este artículo ha llegado a ser muy común y hasta esencial en los hogares. Como el gráfico superior muestra, un 63 % posee como mínimo un televisor a color en el hogar, posteriormente tenemos que el 19% posee alrededor de dos televisores a color y un 6% de encuestados posee tres o más televisores; dándonos un total de un 88% de hogares que como mínimo tiene un televisor y el restante que es un 13% no posee uno. Con estos resultados podemos observar que los hogares de artesanos han priorizado la compra este artefacto con sus utilidades. Debido al trabajo, estrés, necesidades que se viven en la sociedad moderna, el televisor cumple un papel importante, y quizá sea la razón por la que este es adquirido sin importar el nivel socio económico; el fin de este aparato es satisfacer las necesidades de ocio de un individuo. Cuando hablamos de ocio o tiempo libre, en la actual sociedad rápidamente se vincula al uso de recursos tecnológicos, las familias han optado por emplear más tiempo en ver la televisión que en otra actividad.

Gráfico 42 Vehículos de uso exclusivo en el hogar.

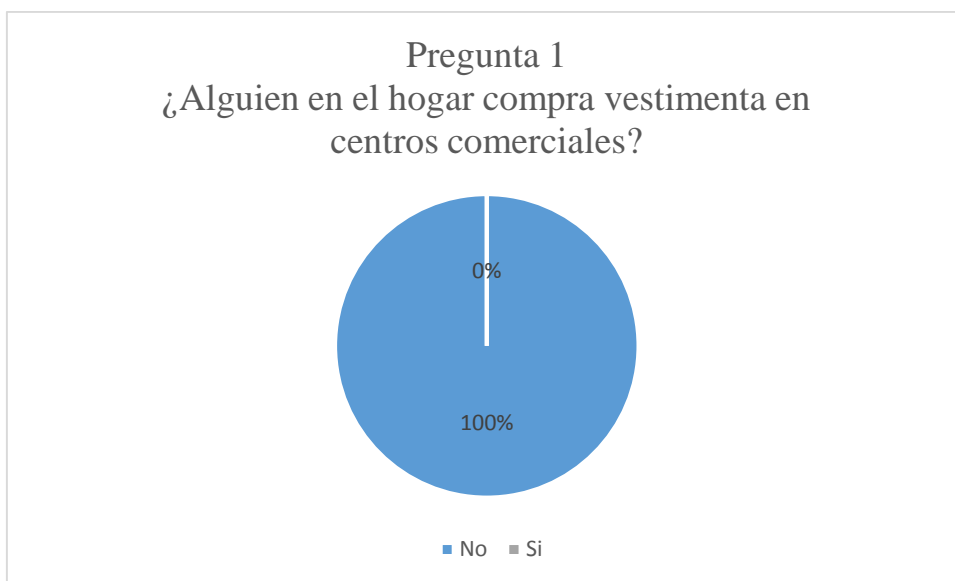


Creación: Ronny Fajardo

El ritmo de vida actual se ha vuelto una carrera, las distancias de movilización son amplias y el tiempo un factor muy importante. Por esta razón los vehículos han dejado de ser un lujo y han llegado a convertirse casi en una necesidad básica, y para muchos una herramienta indispensable para su trabajo. Según el INEC el número de vehículos vendidos ha crecido un 8.8% entre el año 2016 y 2017 a pesar de que la adquisición de vehículos se ha incrementado en el Ecuador y además se han vuelto necesarios, en realidad no muchos hogares tienen la facilidad de adquirir uno, debido al costo que conlleva; en el gráfico superior como se observa el 69% de hogares no poseen vehículo propio; este bien para un artesano o artesana se ha convertido en un lujo, aunque en el mercado se ofrezcan diferentes alternativas de financiamiento, no siempre se dispone del dinero suficiente para adquirirlo.

- Hábitos de consumo

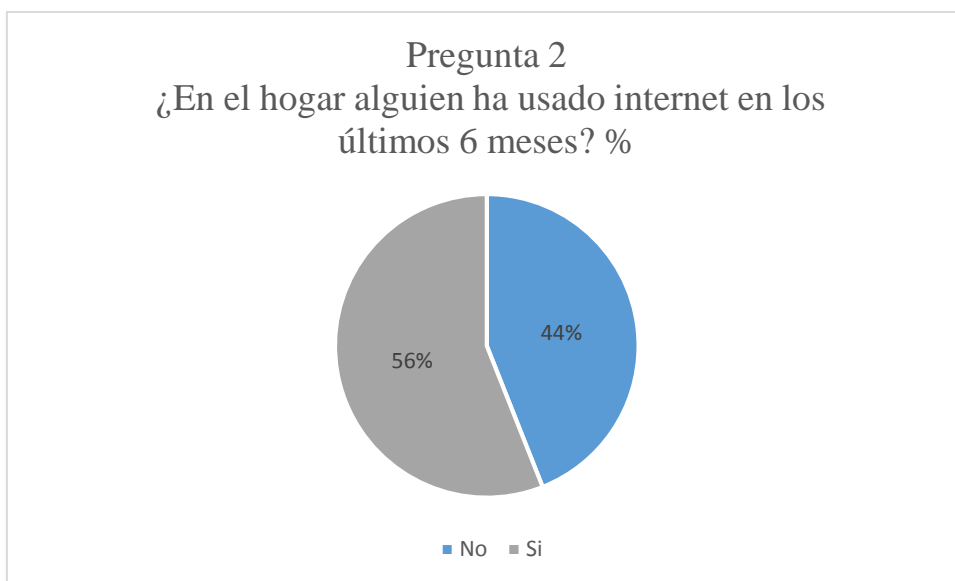
Gráfico 43 *Vestimenta comprada en centros comerciales.*



Creación: Ronny Fajardo

Los centros comerciales se han convertido en sitios para ocio y distracción, en estos espacios de recreación social mucha gente acude a comer o comprar ropa, calzado u otros productos; estos centros tienen mucha aceptación por la ciudadanía al ser multifuncionales y poder encontrar todo en un mismo lugar. Sin embargo, estas infraestructuras se encuentran en las ciudades más grandes y de mayor concurrencia. El cantón Biblián no cuenta con estas grandes infraestructuras, aquí predominan los establecimientos comerciales con capitales menores, siendo el lugar en donde la población adquiere su vestimenta y accesorios. Como se observa en el gráfico superior tenemos que el 100% de la población no adquiere su ropa en centros comerciales, las personas encuestadas nos supieron indicar que su vestimenta y accesorios las adquieren en tiendas y pequeños comercios de la ciudad de Biblián, pero especialmente en las ferias semanales muy típicas de estos pueblos y a los cuales acuden grandes cantidades de comerciantes y compradores que se abastecen de todo lo que se requiere.

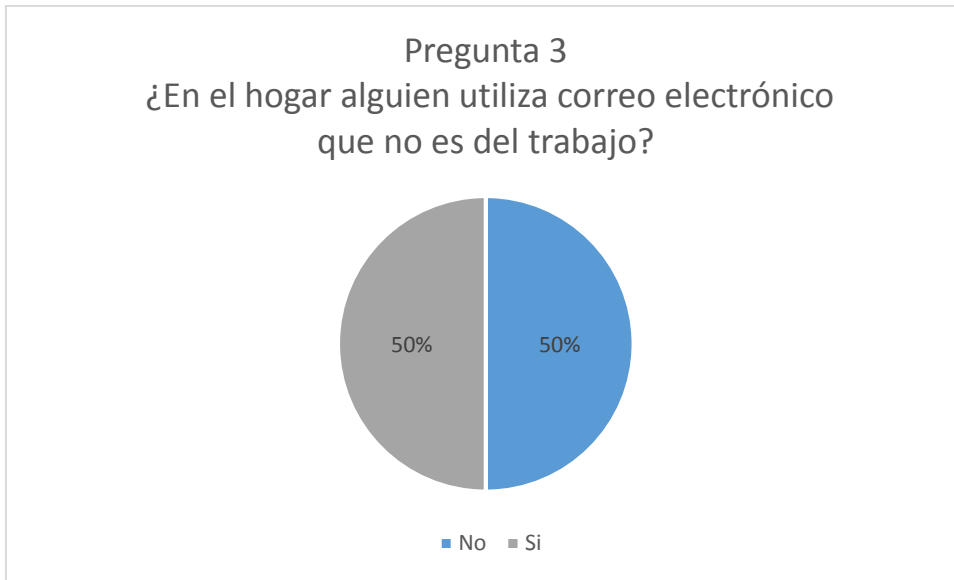
Gráfico 44 *Uso de internet.*



Creación: Ronny Fajardo

El acceso a internet en la actualidad se ha convertido en una necesidad indispensable; este ofrece oportunidades que benefician al usuario si lo ocupa de manera productiva. El acceso a internet dependerá de la capacidad económica para pagar la conexión cada mes y a su vez de la cobertura a la red. El 56% de encuestados si tiene acceso a internet lo cual viene a ser un porcentaje significativo, esto sin duda será de gran aporte a las familias que lo posean; a su vez tenemos que considerar un factor importante y de alta influencia en el acceso a internet, como es la edad de los usuarios; según la agencia de regulación y control de las telecomunicaciones indica que a medida que aumenta la edad, disminuye el uso del internet, siendo las edades entre quince a veinte y cuatro años las que mayoritariamente utilizan este servicio. Este dato concuerda con lo encuestado, la razón por que estos hogares han usado internet, es porque en el hogar habitan jóvenes de los rangos de edad antes mencionado, estos ocupan este servicio de manera educativa, de entretenimiento y comunicación. Un importante 44% de personas encuestadas, no han usado internet en los últimos seis meses, expresando que no disponen de este servicio, porque no consideran necesario o porque su disponibilidad económica no lo permite; esta situación sin duda genera una brecha digital lo que provoca una desigualdad de posibilidades de acceso a la información, comunicación inmediata y conocimiento.

Gráfico 45 *Uso de correo electrónico.*

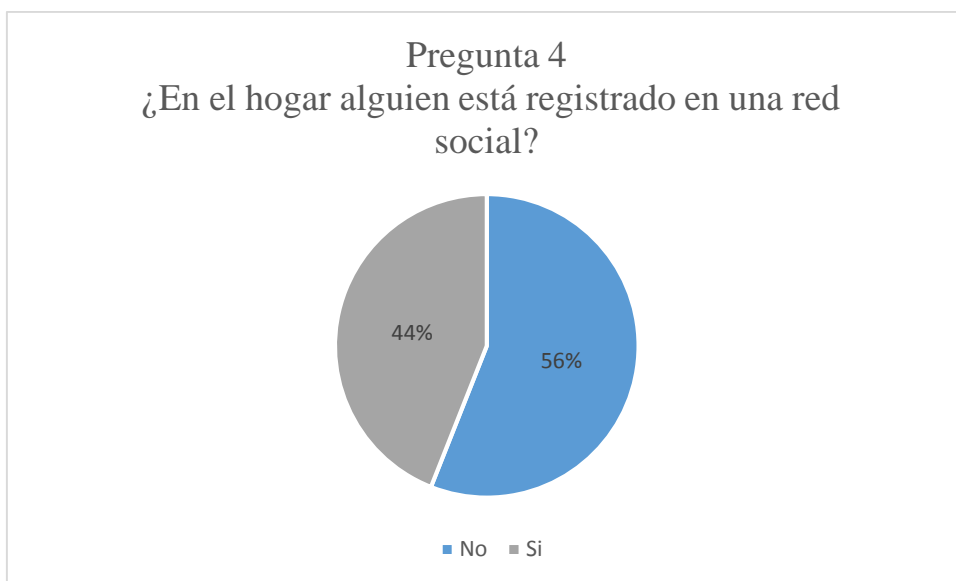


Creación: Ronny Fajardo

A partir de la implementación del internet, se ha creado una interminable lista de instrumentos de comunicación, entre estos se encuentra el correo electrónico el cual se ha transformado en una plataforma abierta que realiza las funciones de correo, facilitando el intercambio de información. Un 50% de encuestados ha decidido crearse un correo electrónico, para fines propios; mientras que el otro 50% no cuenta con este servicio. Las personas que no utilizan, expresaron que no es necesario adquirirlo ya que en su entorno este medio no es necesario para comunicarse, estas personas optan por comunicarse de tipo verbal o por teléfono.



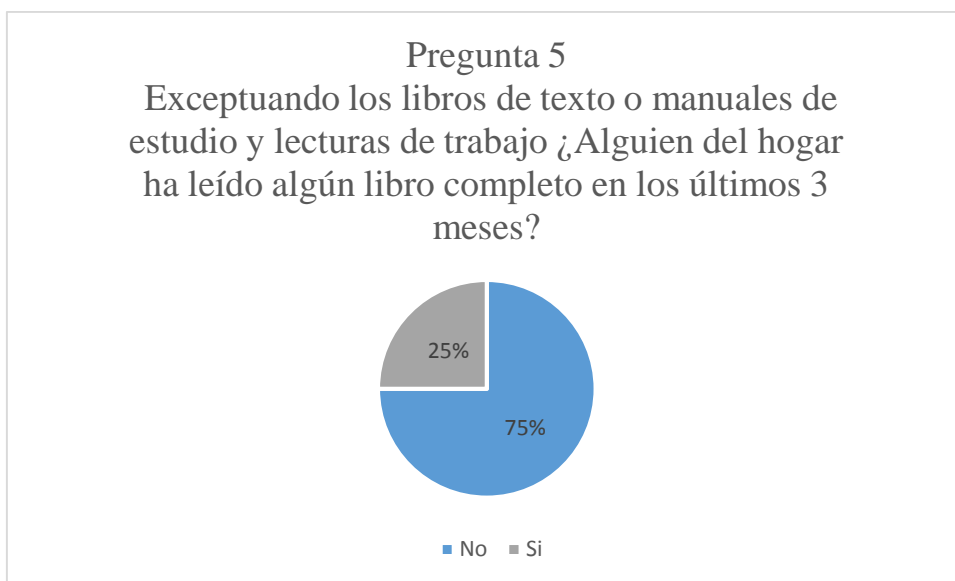
Gráfico 46 *Uso de redes sociales.*



Creación: Ronny Fajardo

El mundo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación continúa en gran crecimiento y Ecuador, también sigue evolucionando en la implementación de equipamientos y servicios que satisfagan las demandas que cada vez son mayores en este ámbito. Las redes sociales se han convertido en un elemento de articulación del individuo con el entorno, generando un impacto de comunicación y entretenimiento, dando como resultado que el acceso y utilización de las redes sociales vaya cada vez más en aumento. Según nuevos estudios en Pew Research Center, *Teens, Social Media & Technology Overview*, el uso de las redes sociales varía según el nivel socioeconómico del hogar, este estudio indica que en el caso de Facebook, los hogares con menos posibilidades económicas son los que más utilizan este medio que las familias más adineradas. Tenemos que tener en cuenta que el acceso a cualquier red social no tiene ningún costo. En los resultados de la encuesta aplicada, se observa que un 44% de hogares se encuentra registrado en una red social, mientras que un 56% no tiene acceso.

Gráfico 47 *Lectura en los últimos 3 meses.*



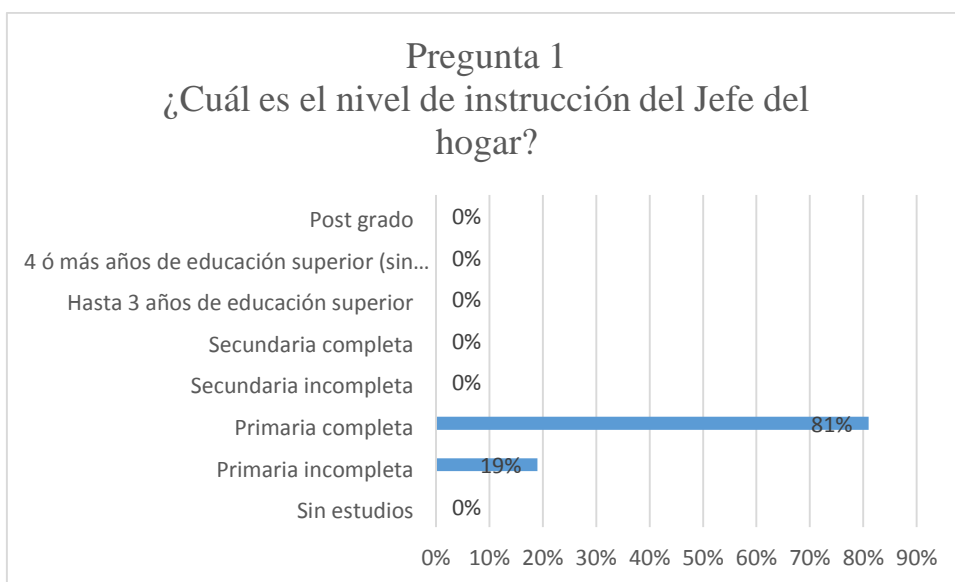
Creación: Ronny Fajardo

El hábito de la lectura en las personas se desarrolla de distinta manera, dependiendo del contexto social y cultural en cual el individuo se desenvuelva, existen muchos factores que intervienen en la necesidad de la lectura; uno de ellos, inconscientemente leemos todos los días: los mensajes de texto, las señales de tráfico, las facturas de consumos, las vallas publicitarias, etc.; y conscientemente cuando leemos un libro, una revista, el diario, etc. Esta forma de lectura se ve condicionada por el factor de solvencia económica, siendo este un factor clave que limita la compra de libros, textos, revistas, periódicos, etc. Otro factor importante es el llegar a considerar a la lectura como un hábito de entrenamiento y entretenimiento que estimule a más lectores sobre todo en los extractos sociales más jóvenes que es en donde, cada vez se lee menos libros, pese a que el libro es una tecnología para muchos inmejorable: compacta, portátil, fácil de usar, autónoma y asequible. Según estadísticas presentadas por el INEC en el Ecuador el 52 % de ecuatorianos leen un promedio de un libro por año, también se indica que un 57% de ecuatorianos no lee ya que considera a la lectura una actividad aburrida; y un 32% de la población no lee por falta de tiempo.

Como se observa en el gráfico superior, un 75% de encuestados no ha leído un libro en los últimos 3 meses, concordando con los datos presentados por el INEC. A este porcentaje tan elevado, se le puede atribuir las diversas razones dadas anteriormente, como: condiciones de vida precarias, en donde la compra de un libro no es una prioridad, dando como resultado que no se disponga de bienes de información, y que se considere a la lectura una actividad aburrida, y por tanto no se dedique tiempo a esta actividad. Estos niveles tan bajos de lectura generan grandes problemas para el desarrollo de la comunidad; la lectura debe ser una actividad en la que toda la comunidad se involucre. En la actualidad el ministerio de educación plantea estrategias y mecanismos, en los en procesos educativos y de alfabetización, para promover no solo la lectura si no también, la escritura y la investigación. Se debe tener en cuenta que los centros educativos no son el único lugar donde se estimula la lectura a niños y adolescentes; la familia es un factor clave de estimulación y desarrollo de este hábito para las futuras generaciones.

- Nivel de educación.

Gráfico 48 *Nivel de instrucción del jefe de hogar.*

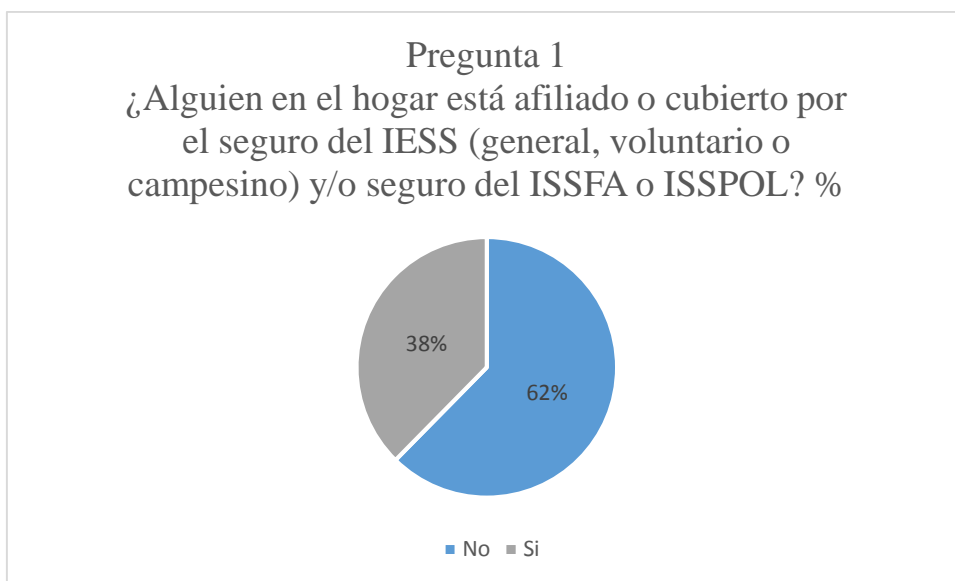


Creación: Ronny Fajardo

En la actualidad la educación, promueve el bienestar y contribuye a disminuir las desigualdades sociales, actualmente las preocupaciones en el ámbito de la enseñanza llevan a que, sin distinción, las personas tengan acceso a la educación pública, ejerciendo así sus derechos sociales básicos; sin embargo, las oportunidades que tiene los ecuatorianos y ecuatorianas para acceder a una educación, aun dependen de su situación socioeconómica, su residencia, su sexo, su edad y su condición étnica. Los sectores rurales sufren por la falta de recursos y oportunidades para obtener una educación de calidad, a diferencia de los sectores urbanos. Los estudios adquiridos por los jefes de hogar reflejan claramente las desigualdades en el Ecuador. Como el grafico nos indica, un 19% no ha culminado la primaria y un 81% de jefes de hogar ha completado solamente la primaria. Estos estudios adquiridos resumen el nivel de educación formal que han tenido los jefes de hogar, siendo este un nivel extremadamente bajo; en la actualidad los niveles de escolaridad obligatorio del capital humano se han incrementado, esto limita el desarrollo de los hogares que en su pasado no contaron con la oportunidad de una educación completa; sin embargo, hay que tener en cuenta que la educación no solo abarca a la educación formal, sino también el aprendizaje informal que se ha dado por generaciones, que constituyen un peso creciente en la vida de muchas familias campesinas, brindándoles otra alternativa de subsistencia. Al ser estos datos alarmantes, se espera que la educación sea una prioridad para las futuras generaciones, tanto en diversos sectores y actores que se encuentran vinculados con la educación.

- Actividad económica del hogar.

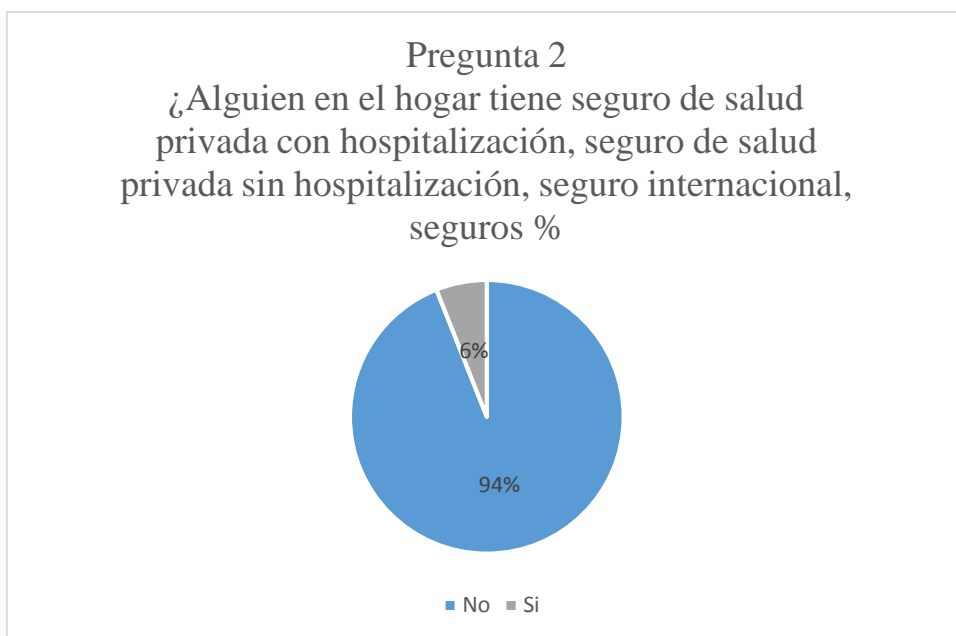
Gráfico 49 Afiliación al seguro del IESS.



Creación: Ronny Fajardo

La Constitución del Ecuador, establece que el sistema de seguridad social es un servicio público y atenderá las necesidades de la población mediante la aportación, con el fin de cubrir contingencias de enfermedades, maternidad, riesgos del trabajo, cesantía, vejez, invalidez, discapacidad y muerte. Como se observa en el gráfico un 62 % de encuestados no cuenta con algún miembro afiliado a un seguro, en primera instancia se puede observar una brecha laboral amplia, en donde los trabajadores no acceden a una protección básica adecuada; el aporte a un seguro es la salvaguardia en el presente y en el futuro, que garantiza un nivel de vida digna en los ciudadanos. A pesar de los beneficios que la seguridad social ofrezca, es evidente que no todas las personas tienen acceso a este beneficio, ya sea por la falta de ingresos económicos, o porque no se encuentra vinculada al mundo del trabajo con un empleo formal, o porque se encuentran en el sector informal. Frente a estas necesidades, las personas que no pueden acceder a este sistema; el gobierno plantea un conjunto de políticas gubernamentales con el fin de brindar una protección social, como amparo mínimo frente a los más pobres por falta de ingresos, ofreciéndoles atención médica, vivienda y dependiendo de las condiciones económicas también el gobierno brinda transferencias de dinero, con un monto mínimo para la subsistencia.

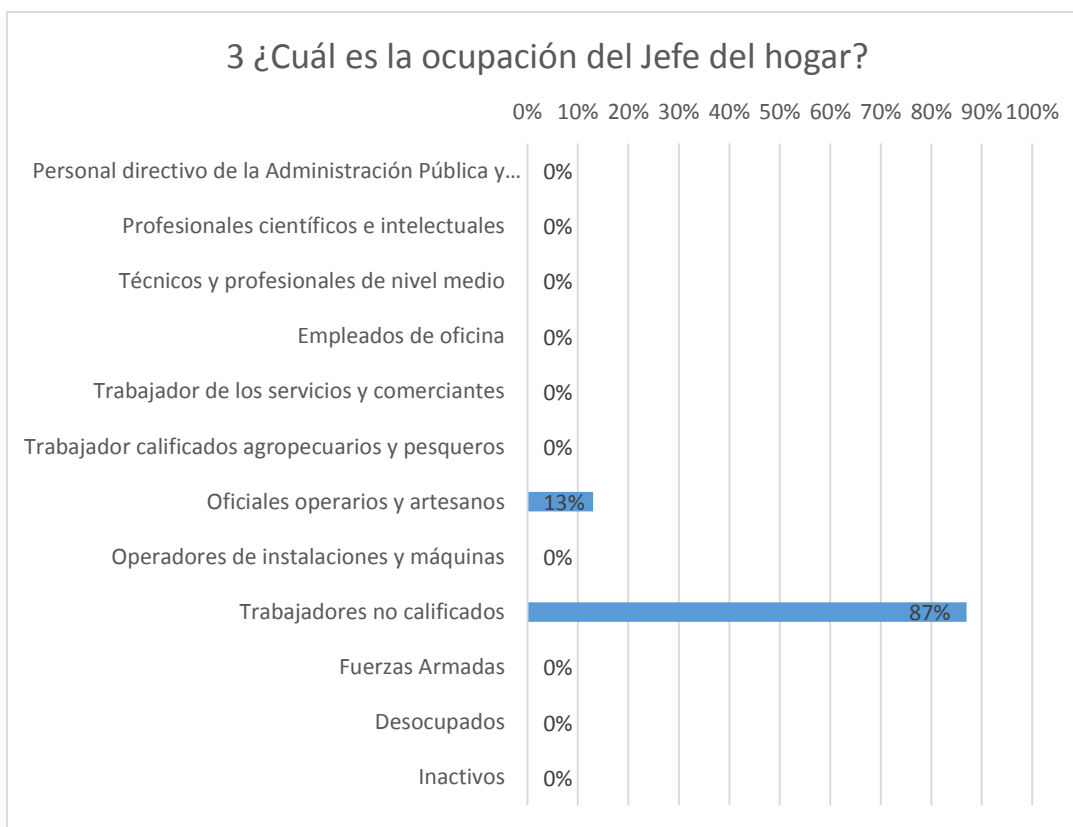
Gráfico 50 Afiliación a seguro privado.



Creación: Ronny Fajardo

En el Ecuador existe una gran oferta de compañías de seguros y compañías médicas pre pagadas, sin embargo, las contrataciones de estos servicios representan un costo y gastos ocultos; además los beneficios de un seguro privado dependerán de la cobertura deseada. Como se observa en el gráfico, apenas un 6% de ciudadanos cuenta con este beneficio. En un país donde la salud publica sufre de muchas limitaciones, las alternativas privadas son una posibilidad muy lejana debido a los altos costos de la atención, sin embargo como es el caso de la zona encuestada, no se tiene la oportunidad de elegir una alternativa, los planes de contingencia no son necesidades de primera instancia en una sociedad, donde aún las necesidades primordiales básicas no se han solventado, dando como resultado un 94% de personas que no poseen ningún tipo de seguro de salud privado.

Gráfico 51 *Ocupación del jefe del hogar.*



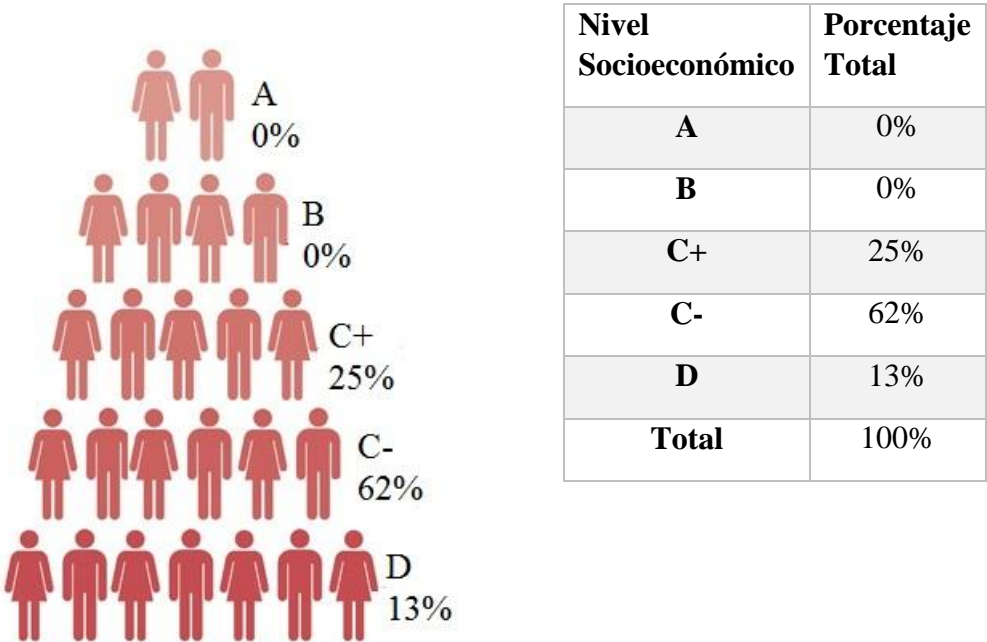
Creación: Ronny Fajardo

El jefe de hogar ya sea mujer o hombre es aquel que más aporta económicamente, y toma las decisiones más relevantes para el bienestar familiar, en el gráfico 36 se pudo determinar que el máximo nivel alcanzado por los jefes de hogar es hasta el séptimo de educación básica, esto claramente revela la relación que existe con la ocupación del jefe de hogar; como se observa en el gráfico de resultados un 87% son trabajadores no calificados y un 13% de personas encuestadas, son oficiales operarios y artesanos. EL 100% de encuestas, fueron realizadas en el sector artesanal, la razón por la que se les considera trabajadores no calificados es debido a que realizan su trabajo de manera informal; para ser consideradas artesanas, se debe contar con un título que otorga la Junta Nacional de Defensa del Artesano y posteriormente tener su calificación artesanal, lo que le posibilita acceder a los beneficios que establece la Ley de Defensa del Artesano. Las cooperativas conjuntamente con el Cantón Biblián se encuentran trabajando por las calificaciones correspondientes a los y las artesanas.

También se debe tomar en cuenta que las familias artesanas, le consideran a esta una fuente secundaria de ingresos, en su mayoría poseen sus terrenos y se dedican a la producción agrícola y ganadera, las cantidades de producción de sombreros es mínima, y las venden en los mercados de la zona, como nos supieron indicar los encuestados.

**3.1.5 Análisis de los resultados finales de la encuesta**

Gráfico 52 Nivel socioeconómico.



Creación: Ronny Fajardo

Evidenciar la realidad socioeconómica del artesano es de vital importancia, estas posibilitan encontrar vías que mejoren el presente y futuro de las y los artesanas y sus familias, siendo actores fundamentales en la producción y generación del empleo, tan necesario en la economía del país. Mostrar el panorama y el posicionamiento respecto a una situación socioeconómica, refuerza el compromiso social de generar un cambio en las políticas sociales y económicas de manera que estas, mejoren la calidad de vida de las grandes mayorías de los ecuatorianos y en particular de los artesanos.



Se tiene que tomar en cuenta que el estudio realizado, no solo clasifica a los estratos por los ingresos que percibe, sino por otro tipo de variables las cuales permiten percibir fortalezas no solo económicas; por ejemplo: se puede tener familias con ingresos muy bajos, sin embargo, estas pueden tener niveles de educación bastante altos, o por el contrario, ingresos altos y hábitos de consumo bajos; esta situación un tanto contradictoria nos ayudará a definir el perfil del artesano en el cantón Biblián.

El análisis de las seis dimensiones propuestas: características de la vivienda, accesos a tecnología, posesiones de bienes, hábitos de consumo, nivel de educación, y la actividad económica del hogar, permite evidenciar el panorama actual de los hogares de los y las artesanas en el cantón Biblián, obteniendo como resultados que: En el estrato A se encuentra el 0% de la población investigada, al igual que en el estrato B; en el tercer grupo socioeconómico tenemos el estrato C+ se ubica el 25% de la población investigada; en el estrato C- se obtuvo como resultado un 62% de la población que pertenece a este cuarto grupo y para finalizar en el quinto grupo socioeconómico, un 13% de las familias encuestadas se ubican en el estrato D, como se observa en el gráfico 40.

Los niveles socioeconómicos A y B, se consideran niveles altos de calidad de vida de acuerdo con las variables presentadas, estos dos grupos socioeconómicos, gozan de mayores comodidades, sus hogares disponen de excelentes condiciones en las características de la vivienda; tiene acceso a la tecnología sus niveles de estudios alcanzan niveles de instrucción superior y de posgrado respectivamente, lo que les permite desempeñarse profesionalmente en cargos importantes de administración pública o empresas privadas; a su vez su estatus les permite contar con el beneficio del servicio de salud pública o privada. Según la encuesta realizada, en este grupo socioeconómico el resultado es del 0%.

A partir del nivel C+ la calidad de vida empieza a variar, iniciando por la vivienda, este grupo está compuesto por el 25% de la población investigada. Este porcentaje es un valor significativo de la población, estos gozan de ligeros excedentes que les permite mejorar su calidad de vida, sobre todo en el ámbito de la posesión de bienes; (poseen teléfono convencional, horno, cocina, lavadora, equipo de sonido, televiso, vehículo) a su vez, a pesar de que los jefes de hogar han terminado solo la secundaria, en su mayoría son trabajadores independientes, con recursos y servicios que les permite solventar este nivel de vida.

La mayoría de la población encuestada se encuentra en el estrato C- con un 62%. Las familias de este nivel, llevan una vida modesta, poseen un mínimo de recursos para cubrir sus necesidades básicas; su aspiración es tener una calidad de vida mejor. Para la correcta identificación, de este estrato como anteriormente se ha señalado, el INEC seleccionó a una población referente, a partir de esto, los estratos hacen referencia a la medición de necesidades básicas insatisfechas, es decir, se midió simultáneamente de varias formas la pobreza (vianda, tecnología, posesión de bienes, hábitos de consumo, educación, actividad económica) lo cual nos ayuda a definir el perfil del artesano en relación a diferentes conceptos de bienestar.

En el estrato C- las familias, con muchas dificultades apenas pueden cubrir sus necesidades básicas para la subsistencia de su hogar, ubicándose por tanto los umbrales de la pobreza. Según el INEC en comparación de los años 2006 -2014 la pobreza en la provincia del Cañar ha disminuido un -24.3%, sin embargo, esta tasa varía según el área de residencia, urbano/rural, por esa razón se verifica en datos presentados por el INEC que, en el censo del 2010 el porcentaje de pobreza en la provincia de Cañar era de un 67.4% mientras que en el cantón Biblián en el mismo año el porcentaje de pobreza era de un 71.1%.

No es pobreza extrema, el perfil de un artesano en el cantón Biblián, al ubicarse en su mayoría en el estrato C- si consideramos algunos indicadores como, las características de las construcciones que son en su mayoría de ladrillo o cemento, muchas de las cuales son alquiladas, pocos poseen teléfono convencional, existe prioridad en artículos de para el hogar como: refrigeradora, cocina, horno, televisión y celulares básicos; muy pocos tiene acceso a internet, sin embargo en este estrato, un buen porcentaje dispone de vivienda y servicios básicos; las secciones que sin duda marcan diferencia, y disminuye la calidad de vida de los artesanos y los ubica en este estrato, son las siguientes:

En primer lugar la red pública en el área de cobertura de alcantarillado, con referencia de las áreas urbanas y rurales varia muy significativamente, como se observó en el grafico 24 solo un 13% tiene servicio de alcantarillado; en su mayoría, las viviendas cuentan con un pozo séptico; este medio de eliminación de aguas servidas ocasiona deslizamientos en los terrenos y que ponen en riesgo las viviendas de las familias artesanas y, a su vez en su mayoría, los desechos desembocan en quebradas, contaminando el medio ambiente.

Otro aspecto que se debe tener en cuenta es el nivel de educación de las familias artesanas; de acuerdo a los registros de la Dirección de Educación del Cañar, en el año 2010 el cantón Biblián cuenta con establecimientos de educación inicial, básica y bachillerato, dispersados por las cinco parroquias del cantón, sin embargo estos centros educativos se encuentran deteriorados y si la implementación necesaria que asegure una educación de calidad, los centros primarios abastecen a un 57.8%, mientras que en la educación media, las instituciones cubren un 17%, se debe tener en cuenta que existe migración a las grandes ciudades como Azogues sin embargo, claramente se evidencia un déficit de cobertura. Es de vital importancia que los centros educativos otorguen una educación de calidad para lo cual, es necesario que los establecimientos se encuentren en óptimas condiciones, las nuevas generaciones son el futuro de las familias de los artesanos y las artesanas y estos tienen el derecho de gozar de una educación plena; a diferencia de los jefes de hogar de las familias artesanas que como en el gráfico 38 nos muestra, el 81% de jefes de hogar terminaron apenas la primaria; y el restante 19% no lo logro, este factor es uno de los principales limitantes, como se mencionó anteriormente, en la actualidad los niveles de escolaridad obligatorio del capital humano se han incrementado, mejorando de manera muy significativa las capacidades de los y las artesanas que en su pasado, no contaron con la oportunidad de una educación completa sin embargo, tenemos que revalorizar y tomar muy en cuenta el aprendizaje de los valores y técnicas ancestrales que se transmiten de generación en generación, esto constituye un peso creciente en la vida de muchas familias campesinas, brindándoles otra alternativa de subsistencia.

Las manos de los artesanos son capaces de crear piezas que la mente imagina, reconocer el mérito y el valor de lo artesanal es lo que nos humaniza y nos permite reflexionar sobre el conocimiento y destreza depositada detrás de cada producto. Los artesanos en su gran mayoría esta rama, a pesar de tener solamente los estudios de primaria, poseen un conocimiento incalculable, que ni en las universidades se podrá obtener, ellos son el reflejo palpable de nuestra cultura, la tradición y autenticidad de nuestros pueblos, que se ha transmitido entre generaciones. A partir de esta fortaleza se debe iniciar un proceso de revalorización del trabajo artesanal, y fortalecer al artesano empírico o informal, titularlo en la Junta Nacional de Defensa del Artesano y que, con su calificación artesanal goce de los beneficios que establece la Ley de Defensa del Artesano.

Las cooperativas conjuntamente con la junta Provincial del Cañar se encuentran trabajando en la consecución de las calificaciones a fin de que las artesanas puedan hacer uso de los derechos y beneficios que la ley les otorga, especialmente en el campo de la seguridad social; en los gráficos de resultados aún existe un 62% de artesanos que no se encuentra afiliado a ningún tipo de seguro.

Es importante también mencionar la gestión del agua ya sea pública o privada, siendo un factor importante que mejora la calidad de vida de los habitantes; según información proporcionada por la SENAGUA, en el Cantón Biblián existen alrededor de 392 concesiones de agua, beneficiando a las familias del Cantón. Otro factor que presenta el INEC y es importante mencionar, es el fenómeno migratorio que se dio en el sector, que sin duda ha influenciado en el ámbito económico y social. En el censo del 2010 existió un total de 1198 migrantes existiendo una disminución del 20% con respecto al censo anterior, sin embargo, se considera este dato de mucha importancia ya que muchas de las familias de los artesanos reciben remesas de familiares migrantes, influyendo notablemente en su calidad y forma de vida.

### **3.2 Valor social del sombrero de paja toquilla en el cantón Biblián.**

El reconocido sombrero de paja toquilla, denominado “*Panama Hat*” se elabora en ciudades del Ecuador. Sin embargo, como ya se ha mencionado antes, este nombre errado nace desde los inicios de su auge en la mitad del siglo XIX cuando se elaboraba especialmente para exportar al país de Panamá, lugar donde se comercializaría de manera masiva cuya una de las intenciones fue de proteger de los rayos solares tanto a trabajadores y empresarios de la construcción de Canal de Panamá. Durante las últimas décadas el Ecuador ha intentado recuperar el reconocimiento como país portador de la técnica de elaboración y tejido del sombrero de paja toquilla, erróneamente conocido como “*Panama Hat*”, que como ya es de conocimiento general, éste se produce en provincias del ya mencionado país. En el año 2012, la declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad no solo daría paso a generar una conciencia acerca de la importancia de preservar y transmitir la técnica de tejido de esta artesanía, sino que también dio iniciativa a proyectos cuyo objetivo principal era la enseñanza y la práctica de esta habilidad, uno de los principales proyectos fue el Centro de Formación Artesanal en la comuna de Pile.

Con la finalidad de garantizar la transmisión del conocimiento del tejido tradicional del sombrero, el INPC impulsó la creación de la Escuela Taller en Pile, cantón Montecristi, en junio de 2012. Para lograr el desarrollo de este primer incentivo, existió un convenio firmado con la Refinería del Pacífico Eloy Alfaro, entidad que financió la construcción de la infraestructura que contaría con aulas y un espacio adecuado que serviría para que los alumnos realicen el proceso de elaboración del sombrero de paja toquilla. De igual manera, la intención es complementar la cadena productiva y comercial de tal forma que los artesanos puedan obtener directamente las ganancias o ingresos por la venta de los sombreros. (INPC, 2013)

De este modo, se trató que los más jóvenes conozcan tanto la historia como todos los procesos involucrados desde el cultivo y cuidado de la *Carludovica Palmata* hasta llegar a los pasos a seguir para alistar la materia prima y así se terminen incluyéndose en la completa elaboración y producción del tejido del sombrero de paja toquilla.

En la actualidad, en ciudades del Ecuador, está surgiendo una revalorización por el uso de esta artesanía, especialmente en las ciudades del austro ecuatoriano donde en algún punto de la historia, este artículo formó parte de la vida cotidiana de la mayoría de los pobladores de la sierra sur ecuatoriana, utilizado desde sus inicios como herramienta de protección contra los rayos solares. En la ciudad de Cuenca, en el año 2019 surge una iniciativa que busca cambiar el nombre de “Panama Hat” por “Ecuadorian Hat” mediante una campaña denominada “Hat Friday”, la misma que busca incentivar en la ciudadanía, no solo dentro del austro ecuatoriano sino a nivel nacional, el uso del sombrero de paja toquilla y que el mismo sea reconocido a nivel mundial como un artículo netamente ecuatoriano. Esta campaña fue un impulso hacia la revalorización del uso del sombrero de paja toquilla, fomentado por la Asociación de Jóvenes Empresarios, activa hace tres años en la ciudad de Cuenca y hace cinco años en el país. (Mercurio, 2019)

Esta iniciativa cuenta con el apoyo de varias casas comerciales de sombreros de paja toquilla, quienes se han sumado al proyecto aportando varios modelos sin marca alguna para la promoción e inicio de esta campaña, misma que ha incentivado a empresas privadas como Homero Ortega, la Casa Paredes – Roldán, cuyos gerentes indican que el Hat Friday dinamizó el negocio tanto para las tejedoras como los exportadores, puesto que las ventas llegaron a duplicarse en el primer cuatrimestre del año. (Castillo, 2019)

### **3.3 El turismo, alternativa económica para el artesano.**

En la actualidad, el turismo es una de las actividades económicas que más plazas de trabajo genera, a pesar de su continuo desarrollo, la actividad turística fomenta la iniciativa y el emprendimiento de diferentes ámbitos laborales, considerando que, con el ingreso de turistas procedentes de diferentes lugares del mundo, la población local identifica las distintas necesidades generando fuentes de trabajo de manera individual o grupal.

El Tejido Tradicional del sombrero de paja toquilla ecuatoriano fue reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en el año 2012, con dicho reconocimiento se espera a nivel local conservar y fomentar la práctica de este tejido que ha sido transmitido de generación en generación; sin embargo, a nivel internacional se espera crear una relación más fuerte de esta artesanía con su lugar de origen. Posterior a su declaración, esta artesanía ecuatoriana se empezó a reconocer en diferentes países a nivel mundial por diferentes razones, ya sea porque fueron adquiridos directamente en las provincias del Ecuador o por que fueron encontrados en diversos locales comerciales a nivel europeo, en países tales como Francia, Italia y España.

En la actualidad, conocer el tejido del sombrero de paja toquilla ha llegado a ser una de las principales experiencias turísticas que únicamente se pueden vivir en ciertos países sudamericanos. Conocer los principales lugares donde se elaboran los sombreros de paja toquilla como lo es la ciudad de Montecristi en la provincia de Manabí y en ciudades como Sigsig, Gualaceo, Chordeleg y Cuenca en las provincias de Azuay y Cañar.

En épocas de días festivos, el sombrero de paja toquilla se promociona a través de ferias turísticas a nivel nacional e internacional, en las que participan directamente las tejedoras de la Cooperativa Padre “Rafael González”, exponiendo sus herramientas de trabajo, el tejido en sí y la manera en que le dan forma a varios artículos a base de paja toquilla como lo son bolsos, canastas, aretes y adornos. De esta manera muchas personas conocen ya el producto fuera del país y ya que varias son las motivaciones para desplazarse a diferentes lugares del planeta, el conocer el proceso de elaboración y el poder adquirir auténticos artículos de paja toquilla, logra que muchas personas al movilizarse alrededor de países de Sudamérica, lleven consigo este emblemático artículo netamente ecuatoriano.

Las ferias tanto nacionales como internacionales son uno de los canales de distribución más fuertes utilizados por las tejedoras, ya que es un nicho que representa las ventas más altas en artículos de paja toquilla. Según información obtenida por el GAD de Biblián, durante el año 2018 se tiene un estimado que entre las diferentes ferias que las tejedoras de la asociación “Padre Rafael González” asistieron, se obtuvo una venta de 25000 artículos aproximadamente.

### **3.4 Ventajas y desventajas del efecto multiplicador de la actividad turística.**

El fenómeno "multiplicador del turismo" es producto del encadenamiento de constantes efectos que le siguen al consumo turístico. En los últimos veinte años, la economía del turismo se ha nutrido de múltiples trabajos orientados a la explicación de los procesos turísticos, como así también al análisis de los impactos que el turismo provoca, tanto a nivel ambiental como político, económico o cultural. (Sur, 2006)

El impacto o resultado directo del turismo es el reflejo económico (salarios, rentas, intereses y beneficios) derivado directamente de las entradas percibidas por los factores productivos del sector turístico y los anexos al mismo, a consecuencia de los consumos y gastos realizados por los turistas, mientras que el resultado o impacto indirecto es el valor añadido generado por la compra de bienes y servicios. (Vásquez, 2007)

### **3.4.1 Ventajas del efecto multiplicador de la actividad turística:**

El efecto multiplicador de la actividad turística es lo que ocasiona el desarrollo turístico, económico, sociocultural y ambiental de un pueblo, dentro de las principales ventajas producidas por este efecto se ha citado las siguientes:

- Genera de plazas de trabajo a corto plazo, mediano y largo plazo.
- Diversos ingresos económicos para la localidad.
- Fomenta la competitividad comercial y empresarial.
- Incentiva el desarrollo de conocimientos y la constante capacitación.
- Estimula el emprendimiento.
- Transmitir y conservar tradiciones y costumbres propias.

La actividad turística por su naturaleza, redistribuye recursos desde las grandes ciudades a las economías regionales o locales, específicamente con el impacto que ello tiene. Por razones como ésta la Organización Mundial del Turismo indica que la actividad turística juega un papel fundamental en términos de la disminución de la pobreza por ser uno de los sectores más activos y de mayor crecimiento.

El denominado impacto directo del turismo es el reflejo económico proveniente directamente de los ingresos percibidos por los factores productivos del sector turístico y los anexos al mismo, a consecuencia de los consumos y gastos realizados por los turistas, mientras que el impacto indirecto es el valor añadido generado por la compra de bienes y servicios. Por otro lado, el impacto inducido es el resultante de los gastos adicionales realizados por el personal empleado en el sector derivados de las rentas percibidas a causa o con origen en el consumo turístico. (Vásquez, 2007)



### **3.4.2 Desventajas del efecto multiplicador de la actividad turística:**

Al referirse a aspectos negativos producidos por efectos del desarrollo de la actividad turística o mejor conocidos como el efecto multiplicador, lo principal a citar es la pérdida de costumbres o identidades. Las llegadas de personas extranjeras a los diferentes lugares de un país son motivadas por conocer la cultura y las diferentes formas de vida de los individuos, por lo cual destinan dinero para solventar gastos con base en acomodación, alimentación, transportación y el acceso a la demostración de eventos culturales dentro de los diferentes sitios visitados, especialmente los lugares que han logrado preservar sus tradiciones y estilos de vida. Sin embargo, en la actualidad al igual que se desarrollan las diferentes ciudades, existen pueblos y comunidades que optan por el deseo de aislarse y no mantener contacto alguno con las distintas civilizaciones.

De igual manera, los pueblos que mantienen sus costumbres y a su vez el contacto con la civilización, por razones acordes a la globalización, a los cambios climáticos que ocasionan que la tierra sea improductiva y que conllevan conflictos de sobrevivencia, obligan a los pobladores a desplazarse hacia la ciudad en busca de oportunidades que reflejen un sustento de vida, teniendo como consecuencia la pérdida de dialectos, costumbres y tradiciones adoptando hábitos y prácticas ajenas o extranjeras.

Por otro lado, las personas que optan con permanecer en su pueblo natal se apegan a la actividad turística, que apoya la revalorización y preservación de las diferentes culturas y estilos de vida, con la intención de transmitirlos a futuras generaciones. El denominado Turismo Comunitario ofrece este tipo de experiencias y busca que los turistas convivan con miembros de la comunidad, formen parte de sus costumbres, tradiciones y se sientan parte de la misma. Sin embargo, al estar relacionadas con la visita de personas por el interés de conocer sus formas de vida, existe el declive hacia la teatralización, es decir se produce la existencia de la comercialización de la cultura realizando sus actividades tradicionales únicamente para los eventos programados a cambio de una remuneración obtenida mediante el cobro de un ingreso al área o su vez a través de la venta de artesanías producidas con productos locales por los mismos pobladores.

### **3.5 Diferencias y posicionamiento del sombrero de paja toquilla del cantón Biblián.**

El Sombrero de paja toquilla producido en el cantón Biblián es elaborado por artesanas nativas de la localidad u oriundas de otros cantones que conforman la provincia de Cañar, que se han radicado ya hace muchos años atrás en el cantón por diferentes motivos como mejores ingresos económicos por facilidades de comercio y cercanía con los cantones de economías más estables o desarrolladas.

La producción del sombrero de paja toquilla elaborado en el cantón Biblián tiene lugar en La Cooperativa de Producción Artesanal “Padre Rafael González” a manos de alrededor de 120 tejedoras quienes obtienen la materia prima (fibras o hebras) lista para tejerse con base en los diferentes y principales modelos existentes tales como: el *Chulla*, que consiste en tejer con una sola hebra de paja toquilla obteniendo como resultado un tejido muy fino y de excelente calidad; el *Cuenca o común*, es un diseño en forma de cheurones y se logra un tejido más grueso que permite al sombrero ser más robusto. Sin embargo, este último se vio que era un sombrero pesado y se produjo un nuevo modelo que sería el diseño *Brisa*, que consiste en formar pequeños cuadrados utilizando un diámetro más grueso con respecto a las hebras a utilizar. Existe un último modelo, quizá el más reconocido a nivel nacional e internacional, denominado *Montecristi*. Este ejemplar es producido únicamente en la provincia de Manabí en la ciudad con el mismo nombre de Montecristi, cuya característica es la finura en la que se tejen las hebras, ocasionando una densidad de entre 250 y 400 mallas existentes por cm<sup>2</sup> del sombrero. (Genre, 2018)

Es importante recalcar que en Biblián se produce el sombrero de paja toquilla con una densidad desde 80cm<sup>2</sup> hasta 180 cm<sup>2</sup> por mallas existentes, que es además exportado a países como Italia, España y Estados Unidos. (Genre, 2018) Por esta razón el Ministerio de Turismo apoya la iniciativa de reconocer el trabajo de las artesanas del país y promover los saberes de los artesanos del Ecuador, al mundo entero.

De igual manera, la confección y comercialización de sombreros de paja toquilla, en la actualidad es una de las actividades que recibe el apoyo de los gobiernos autónomos descentralizados donde se lo produce a través de proyectos de fortalecimiento y enriquecimiento del tejido. Por este motivo, el cantón Biblián se encuentra respaldado por el

Gobierno Provincial de Cañar, apoyándose en ejes de acción como: el fortalecimiento socio-organizativo, capacitación en tejido e innovación productiva, implementación del centro de acopio y de gestiones comerciales y de marketing. (Turismo, [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec), 2017)

Con la iniciativa de la marca propia Bibilak para el cantón Biblián en 2016, se buscó incentivar la producción y la promoción de artesanías a base de paja toquilla elaboradas en el cantón Biblián, logrando obtener una manera directa de exportación y promoción en el extranjero evitando contacto o mediación con terceros.

En la actualidad, Bibilak es una de las empresas productoras, comercializadoras y exportadoras de sombreros de paja toquilla más sólidas y organizadas que han sido fundadas por tejedoras y artesanas oriundas del cantón Biblián. Cabe indicar que una de las principales características de la Cooperativa Artesanal en comparación con otras compañías ya posicionadas como lo son Homero Ortega, La Casa Paredes, entre otras situadas entre las empresas comercializadoras más grandes del austro ecuatoriano, es que además de producir y realizar los acabados a los sombreros de paja toquilla, también los exportan y comercializan de manera directa en países como Italia, España y Francia.

## **Conclusión**

La actividad toquillera en la actualidad tiene una estrecha relación con la actividad turística local, tanto de la provincia de Azuay como de Cañar. En las últimas décadas, el turismo se ha ido desarrollando para ofrecer una oportunidad económica que lleva de la mano actividades ancestrales que son de interés público, sin embargo, la situación económica de las personas que se dedican a este oficio en base a la encuesta presentada, sigue siendo baja o de recursos escasos por lo que a su vez la actividad de confección de sombreros de paja toquilla se ve afectada y quienes la conservan como herencia ancestral son únicamente familias del sector rural.

## **Recomendaciones**

El trabajo desarrollado nos ha llevado a comprender el fondo de la cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla, el conocer los actores fundamentales presentes tanto en las fases de comercialización como de la producción, y se ha evidenciado que a pesar de que las artesanas son las portadoras de las diferentes técnicas de tejido de los sombreros y artículos de paja toquilla, esta actividad no gira en torno de ellas.

En la actualidad, se ha visto diferentes maneras de “incentivo” hacia la compra y uso de los sombreros de paja toquilla elaborados no solo en el cantón Biblián sino a nivel del austro ecuatoriano, y de igual manera a otras actividades de tipo ancestral que en la actualidad tienen un nexo con el turismo nacional y extranjero, ya se han actividades de tipo folklore, cultural, etc., como en estas fechas, la festividad del Corpus Cristi.

Es notorio, por parte de entidades públicas y privadas el apoyo que brindan hacia estas festividades, por conservarlas, mantenerlas vivas y poder transmitir las a futuras generaciones, pero es importante mencionar que el apoyo es dirigido directamente a la actividad como tal. Sin embargo, detrás de cada una de estas acciones se encuentran especialmente adultos mayores, que además de ser portadores de técnicas ancestrales, son padres y madres de familia, al frente de un sustento familiar por lo cual se ven obligados a conseguir una remuneración o ingresos que le permitan generar una calidad de vida para sus familiares.

Al ser la cadena de producción y comercialización del sombrero de paja toquilla poco o casi nada rentable para los portadores de las técnicas de tejido, se maquilla o se vende un incentivo o apoyo hacia este tipo de actividades, cuando en realidad lo que protegen tanto las entidades públicas o privadas son un interés económico propio de ellos. Desde la declaratoria del tejido de los sombreros de paja toquilla como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, lo único que se ha estado salvaguardando, es una imagen tanto nacional como internacional de conservacionismo o de actitud de defensa de la tradición, cuando la realidad es otra. Cuando la realidad económica y social de las artesanas se ha mantenido igual que antes de la declaratoria, puesto que ellas siguen teniendo esta actividad toquillera como terciaria o de menor incidencia.

Como recomendación principal, es importante decir que se debe realzar el valor tanto social como económico que se brinda a la elaboración de paja toquilla, ya que el mismo en la actualidad es demasiado bajo o nulo con relación a la importancia ancestral que conlleva esta actividad. Como se ha mencionado con anterioridad, los ingresos recibidos por cada sombrero tejido son realmente bajos, no representa ni el tiempo ni el valor social de los artículos, si la situación se mantiene, la cadena de producción y comercialización de los sombreros de paja toquilla llegaría a su fin, puesto que los portadores de estas técnicas buscarían otras fuentes de ingresos abandonando esta actividad ancestral.

# Anexos:

## Anexo 1

**INEC** Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico

**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
 Marque una sola respuesta con una (x) en cada una de las siguientes preguntas.

Características de la vivienda	puntuajes finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>	
Suite de lujo <input type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de inquilinato <input checked="" type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio <input type="checkbox"/>	59
Casa/Villa <input type="checkbox"/>	59
Mediagua <input type="checkbox"/>	40
Rancho <input type="checkbox"/>	4
Choza/ Covacha/Otro <input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>	
Hormigón <input checked="" type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque <input type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia <input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera <input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales <input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>	
Duela, parquet, tablón o piso flotante <input type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón <input type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento <input type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar <input checked="" type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales <input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>	
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar <input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha <input checked="" type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha <input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha <input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>	
No tiene <input type="checkbox"/>	0
Letrina <input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada <input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego <input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico <input checked="" type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado <input type="checkbox"/>	38

Acceso a tecnología	puntuajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?</b>	
No <input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí <input type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>	
No <input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí <input type="checkbox"/>	35

34  
33

18

Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de Instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input checked="" type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
1 Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
2 Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
3 Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
4 Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
5 Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
6 Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
7 Oficiales operarios y artesanos	<input checked="" type="checkbox"/>	17
8 Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
9 Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
10 Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
11 Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
12 Inactivos	<input type="checkbox"/>	17



**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
 Marque una sola respuesta con una X en la columna de la siguiente tabla.

383

Características de la vivienda		Puntaje final
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
1 Sulte de lujo	<input type="checkbox"/>	59
2 Cuarto(s) en casa de Inquilinato	<input type="checkbox"/>	59
3 Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/>	59
4 Casa/Villa	<input checked="" type="checkbox"/>	59
5 Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
6 Rancho	<input type="checkbox"/>	4
7 Choza/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
1 Hormigón	<input type="checkbox"/>	59
2 Ladrillo o bloque	<input checked="" type="checkbox"/>	55
3 Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
4 Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
5 Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
1 Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/>	48
2 Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input type="checkbox"/>	46
3 Ladrillo o cemento	<input checked="" type="checkbox"/>	34
4 Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/>	32
5 Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
1 No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input type="checkbox"/>	0
2 Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input checked="" type="checkbox"/>	12
3 Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
4 Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
1 No tiene	<input type="checkbox"/>	0
2 Letrina	<input type="checkbox"/>	15
3 Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
4 Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
5 Conectado a pozo séptico	<input checked="" type="checkbox"/>	22
6 Conectado a red pública de alcantarillado	<input checked="" type="checkbox"/>	38
<b>Acceso a tecnología</b>		
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	35

198

5



Scanned with CamScanner



<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
No tiene celular nadie en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 celular	<input checked="" type="checkbox"/>	8	
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		puntos finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
1 No tiene TV a color en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
2 Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9	
3 Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23	
4 Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
1 No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
2 Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6	
3 Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11	
4 Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		puntos finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	



Scanned with CamScanner

Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		Puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de Instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input checked="" type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		Puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17

Agrok



Scanned with CamScanner

4  
S02

**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
 Marque con una X en la columna que indica la siguiente característica

Características de la vivienda		puntuaje final	
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>			
Suite de lujo	<input type="checkbox"/>	59	
Cuarto(s) en casa de Inquilinato	<input type="checkbox"/>	59	
Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/>	59	
Casa/Villa	<input checked="" type="checkbox"/>	59	
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40	
Rancho	<input type="checkbox"/>	4	
Choza/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0	
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>			
Hormigón	<input type="checkbox"/>	59	
Ladrillo o bloque	<input checked="" type="checkbox"/>	55	
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47	
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17	
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0	
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>			
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/>	48	
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input type="checkbox"/>	46	
Ladrillo o cemento	<input type="checkbox"/>	34	
Tabla sin tratar	<input checked="" type="checkbox"/>	32	
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0	
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input type="checkbox"/>	12	
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24	
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input checked="" type="checkbox"/>	32	
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>			
No tiene	<input type="checkbox"/>	0	
Letrina	<input type="checkbox"/>	15	
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18	
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18	
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/>	22	
Conectado a red pública de alcantarillado	<input checked="" type="checkbox"/>	38	

216

Acceso a tecnología		puntuaje final	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de Internet?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	45	
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	35	



Scanned with CamScanner

<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
No tiene celular nadie en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 celular	<input type="checkbox"/>	8	
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		Puntajes finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
No tiene TV a color en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 TV a color	<input checked="" type="checkbox"/>	9	
Tiene 2 TV a color	<input checked="" type="checkbox"/>	23	
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input checked="" type="checkbox"/>	6	
Tiene 2 vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	11	
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		Puntajes finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	


Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de instrucción del jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input checked="" type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17

483

24  
 24



Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico

**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
 Marque una X en la casilla correspondiente a la siguiente respuesta

Características de la vivienda	puntuajes finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>	
Suite de lujo <input type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de Inquilinato <input type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio <input type="checkbox"/>	59
Casa/Villa <input checked="" type="checkbox"/>	59
Mediagua <input type="checkbox"/>	40
Rancho <input type="checkbox"/>	4
Choza/ Covacha/Otro <input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>	
Hormigón <input type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque <input checked="" type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia <input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera <input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales <input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>	
Duela, parquet, tablón o piso flotante <input type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón <input type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento <input type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar <input checked="" type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales <input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>	
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar <input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha <input checked="" type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha <input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha <input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>	
No tiene <input type="checkbox"/>	0
Letrina <input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada <input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego <input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico <input checked="" type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado <input type="checkbox"/>	38

18

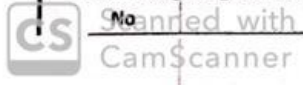
Acceso a tecnología	puntuajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?</b>	
No <input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí <input type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>	
No <input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí <input type="checkbox"/>	35


Scanned with CamScanner

<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>		
No tiene celular nadie en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 celular	<input type="checkbox"/>	8
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42

Posesión de bienes		puntajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	19
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	29
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	30
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	18
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	18
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>		
No tiene TV a color en el hogar	<input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 TV a color	<input checked="" type="checkbox"/>	9
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6
Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15

Hábitos de consumo		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	6
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0



Sí	<input type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input checked="" type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17



325  
332

6

**INEC** Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico

**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**

Marcando una (X) a la respuesta con una (✓) en cada una de la siguientes preguntas.

Características de la vivienda	puntos finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>	
Suite de lujo	59
Cuarto(s) en casa de Inquilinato	59
Departamento en casa o edificio	59
Casa/Villa	59
Mediagua	40
Rancho	4
Choza/ Covacha/Otro	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>	
Hormigón	59
Ladrillo o bloque	55
Adobe/ Tapia	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	17
Caña no revestida/ Otros materiales	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>	
Duela, parquet, tablón o piso flotante	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	46
Ladrillo o cemento	34
Tabla sin tratar	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>	
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>	
No tiene	0
Letrina	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	18
Conectado a pozo ciego	18
Conectado a pozo séptico	22
Conectado a red pública de alcantarillado	38
<b>Acceso a tecnología</b>	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de Internet?</b>	
No	0
Sí	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>	
No	0
Sí	35

179

<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
No tiene celular nadie en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 celular	<input checked="" type="checkbox"/>	8	
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		Puntajes finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
No tiene TV a color en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9	
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23	
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6	
Tiene 2 vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	11	
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		Puntajes finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	



Scanned with  
CamScanner

Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes binomiales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de Instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input checked="" type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes binomiales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17

398  
405

**ENCUESTA DE ESTRATIFICACIÓN DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO**

**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
Marque con una X en la casilla correspondiente

Características de la vivienda		puntos finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
Suite de lujo	<input type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de Inquilinato	<input type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Casa/Villa	<input type="checkbox"/>	59
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
Rancho	<input type="checkbox"/>	4
Choza/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
Hormigón	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque	<input type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input checked="" type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento	<input type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
No tiene	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Letrina	<input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/>	38

Acceso a tecnología		puntos finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de Internet?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	35



Scanned with CamScanner

<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>		
No tiene celular nadie en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 celular	<input type="checkbox"/>	8
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42

Posesión de bienes		puntajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	19
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	29
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	30
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	18
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	18
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>		
No tiene TV a color en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6
Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15

Hábitos de consumo		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	6
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0



Scanned with  
CamScanner

Sí	<input type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de Instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input checked="" type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17



350

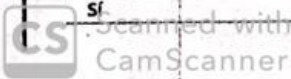
**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**

Marque una sola respuesta con una X en la columna de la siguiente(s) opción(es)

Características de la vivienda		Puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
Suite de lujo	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de Inquilinato	<input type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/>	59
Casa/Villa	<input type="checkbox"/>	59
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
Rancho	<input type="checkbox"/>	4
Choza/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
Hormigón	<input type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque	<input checked="" type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento	<input checked="" type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
No tiene	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Letrina	<input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/>	38

165

Acceso a tecnología		Puntajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de Internet?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	35



<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
No tiene celular nadie en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 celular	<input type="checkbox"/>	8	
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input checked="" type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		puntos finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
No tiene TV a color en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9	
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23	
Tiene 3 ó más TV a color	<input checked="" type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6	
Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11	
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		puntos finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	



Scanned with CamScanner



Sí	<input type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Excepcionalmente los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo</b>		
<b>¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de instrucción del jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input checked="" type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17



Scanned with  
CamScanner



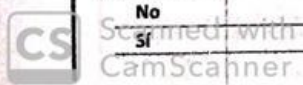
1  
368  
405

**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
 Marque un (1) en la respuesta con una (X) en cada una de las siguientes 12 preguntas.

Características de la vivienda		puntuajes finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
Suite de lujo	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de Inquilinato	<input type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/>	59
Casa/Villa	<input type="checkbox"/>	59
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
Rancho	<input type="checkbox"/>	4
Chozas/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
Hormigón	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque	<input type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento	<input type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar	<input checked="" type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input checked="" type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
No tiene	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Letrina	<input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/>	38

177

Acceso a tecnología		puntuajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de Internet?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	35



<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
No tiene celular nadie en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 celular	<input checked="" type="checkbox"/>	8	
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		puntuajes finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
No tiene TV a color en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9	
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23	
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6	
Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11	
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		puntuajes finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	

Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input checked="" type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17

CS Scanned with  
CamScanner  
Agricultura.

422

40



Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico

Conozca el nivel socioeconómico de su hogar

Marque una sola respuesta con una X en cada una de las siguientes preguntas

Características de la vivienda		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
Suite de lujo	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de Inquilinato	<input type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/>	59
Casa/Villa	<input type="checkbox"/>	59
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
Rancho	<input type="checkbox"/>	4
Choza/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
Hormigón	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque	<input type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento	<input checked="" type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
No tiene	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Letrina	<input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/>	38

173

Acceso a tecnología		puntajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	35



Scanned with CamScanner

<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
No tiene celular nadie en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 celular	<input type="checkbox"/>	8	
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		Puntajes Finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
No tiene TV a color en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9	
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23	
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6	
Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11	
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		Puntajes Finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	



Scanned with  
CamScanner

Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	28
<b>5 Excepcionalmente los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de instrucción del jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input checked="" type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17

CS Scanned with CamScanner

S12

**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
 Marque una sola respuesta con una X en cada una de las siguientes opciones

S13

Características de la vivienda		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
Suite de lujo	<input type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de inquilinato	<input type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/>	59
Casa/Villa	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
Rancho	<input type="checkbox"/>	4
Choza/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
Hormigón	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque	<input type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input checked="" type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento	<input type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input checked="" type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
No tiene	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Letrina	<input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/>	38

185

Acceso a tecnología		puntajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	35

CS Scanned with CamScanner



<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
No tiene celular nadie en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 celular	<input checked="" type="checkbox"/>	8	
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		puntos finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
No tiene TV a color en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9	
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23	
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6	
Tiene 2 vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	11	
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		puntos finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	



Scanned with CamScanner

Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	28
<b>5 Excepcionalmente los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo</b>		
<b>¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de Instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input checked="" type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17

CS Scanned with CamScanner

583 1/2

**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
 Marque una sola respuesta con una X en cada una de la siguiente(s) opción(es)

Características de la vivienda		porcentaje frecuencia
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
Suite de lujo	<input type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de Inquilinato	<input type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Casa/Villa	<input type="checkbox"/>	59
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
Rancho	<input type="checkbox"/>	4
Chozas/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
Hormigón	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque	<input type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input checked="" type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento	<input type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input checked="" type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
No tiene	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Letrina	<input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/>	38

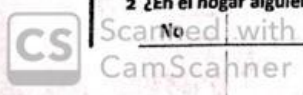
160

Acceso a tecnología		porcentaje frecuencia
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	35

<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
1 No tiene celular nadie en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
2 Tiene 1 celular	<input type="checkbox"/>	8	
3 Tiene 2 celulares	<input checked="" type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		puntuajes finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
No tiene TV a color en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9	
Tiene 2 TV a color	<input checked="" type="checkbox"/>	23	
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6	
Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11	
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		puntuajes finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>			
	<input checked="" type="checkbox"/>	0	



Sí	<input type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de Instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input checked="" type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17



Scanned with  
CamScanner

V3  
531



Conozca el nivel socioeconómico de su hogar

Marque una X en la casilla con una X en la casilla de la siguiente columna.

Características de la vivienda		puntajes Totales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
Suite de lujo	<input type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de Inquilinato	<input type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/>	59
Casa/Villa	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
Rancho	<input type="checkbox"/>	4
Choza/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
Hormigón	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque	<input type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input checked="" type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento	<input type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
No tiene	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Letrina	<input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/>	38

156

Acceso a tecnología		puntajes Totales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	35

<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
No tiene celular nadie en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 celular	<input checked="" type="checkbox"/>	8	
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		puntajes finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
No tiene TV a color en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9	
Tiene 2 TV a color	<input checked="" type="checkbox"/>	23	
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6	
Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11	
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		puntajes finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	



CamScanner

Sí	<input type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Excepcuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria Incompleta	<input checked="" type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input type="checkbox"/>	39
Secundaria Incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17

CS Scanned with CamScanner  
 Narcahuasi



693 17



Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico

**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
 Marque una sola respuesta con una X en cada una de las siguientes opciones.

Características de la vivienda		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
Suite de lujo	<input type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de Inquilinato	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/>	59
Casa/Villa	<input type="checkbox"/>	59
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
Rancho	<input type="checkbox"/>	4
Chozas/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
Hormigón	<input type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque	<input checked="" type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento	<input checked="" type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
No tiene	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Letrina	<input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/>	38

Acceso a tecnología		puntajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de Internet?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	35

<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
No tiene celular nadie en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 celular	<input checked="" type="checkbox"/>	8	
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		puntos finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input type="checkbox"/>	0	
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
No tiene TV a color en el hogar	<input type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 TV a color	<input checked="" type="checkbox"/>	9	
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23	
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6	
Tiene 2 vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	11	
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		puntos finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado Internet en los últimos 6 meses?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	



Scanned with  
CamScanner

Sí	<input type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Excepcuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de Instrucción del Jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Primaria Incompleta	<input type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input type="checkbox"/>	39
Secundaria Incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17

**ENCUESTA DE ESTRATIFICACIÓN DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO**

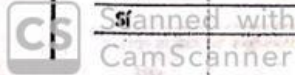
**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
 Marque una sola respuesta con una X en cada una de la siguientes opciones

Características de la vivienda		puntos finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
Suite de lujo	<input type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de Inquilinato	<input type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/>	59
Casa/Villa	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
Rancho	<input type="checkbox"/>	4
Choza/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
Hormigón	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque	<input type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input checked="" type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento	<input type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input checked="" type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
No tiene	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Letrina	<input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico	<input type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/>	38

Acceso a tecnología		puntos finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	35

179



<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	39	
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>			
No tiene celular nadie en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 celular	<input type="checkbox"/>	8	
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22	
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32	
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42	

Posesión de bienes		Puntajes finales	
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	19	
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	29	
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	30	
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	18	
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>			
No tiene TV a color en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 TV a color	<input type="checkbox"/>	9	
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23	
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34	
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>			
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6	
Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11	
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15	

Hábitos de consumo		Puntajes finales	
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	
Sí	<input type="checkbox"/>	6	
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>			
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0	



Scanned with  
CamScanner

Sí	<input type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de instrucción del jefe del hogar?</b>		
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
Primaria incompleta	<input checked="" type="checkbox"/>	21
Primaria completa	<input type="checkbox"/>	39
Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17



Scanned with  
CamScanner  
Agricultos.

536

US

16



Areo

Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico

**Conozca el nivel socioeconómico de su hogar**  
 Marque una única opción con una X en la columna de la izquierda.

Características de la vivienda		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el tipo de vivienda?</b>		
Suite de lujo	<input type="checkbox"/>	59
Cuarto(s) en casa de inquilinato	<input type="checkbox"/>	59
Departamento en casa o edificio	<input type="checkbox"/>	59
Casa/Villa	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Mediagua	<input type="checkbox"/>	40
Rancho	<input type="checkbox"/>	4
Choza/ Covacha/Otro	<input type="checkbox"/>	0
<b>2 El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:</b>		
Hormigón	<input checked="" type="checkbox"/>	59
Ladrillo o bloque	<input type="checkbox"/>	55
Adobe/ Tapia	<input type="checkbox"/>	47
Caña revestida o bahareque/ Madera	<input type="checkbox"/>	17
Caña no revestida/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>3 El material predominante del piso de la vivienda es de:</b>		
Duela, parquet, tablón o piso flotante	<input type="checkbox"/>	48
Cerámica, baldosa, vinil o marmetón	<input type="checkbox"/>	46
Ladrillo o cemento	<input checked="" type="checkbox"/>	34
Tabla sin tratar	<input type="checkbox"/>	32
Tierra/ Caña/ Otros materiales	<input type="checkbox"/>	0
<b>4 ¿Cuántos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene cuarto de baño exclusivo con ducha en el hogar	<input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 cuarto de baño exclusivo con ducha	<input checked="" type="checkbox"/>	12
Tiene 2 cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	24
Tiene 3 o más cuartos de baño exclusivos con ducha	<input type="checkbox"/>	32
<b>5 El tipo de servicio higiénico con que cuenta este hogar es:</b>		
No tiene	<input type="checkbox"/>	0
Letrina	<input type="checkbox"/>	15
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo ciego	<input type="checkbox"/>	18
Conectado a pozo séptico	<input checked="" type="checkbox"/>	22
Conectado a red pública de alcantarillado	<input type="checkbox"/>	38

186

Acceso a tecnología		puntajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de internet?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	45
<b>2 ¿Tiene computadora de escritorio?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	35

CS Scanned with CamScanner

<b>3 ¿Tiene computadora portátil?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	39
<b>4 ¿Cuántos celulares activados tienen en este hogar?</b>		
No tiene celular nadie en el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 celular	<input checked="" type="checkbox"/>	8
Tiene 2 celulares	<input type="checkbox"/>	22
Tiene 3 celulares	<input type="checkbox"/>	32
Tiene 4 ó más celulares	<input type="checkbox"/>	42

Posesión de bienes		puntajes finales
<b>1 ¿Tiene este hogar servicio de teléfono convencional?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	19
<b>2 ¿Tiene cocina con horno?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	29
<b>3 ¿Tiene refrigeradora?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	30
<b>4 ¿Tiene lavadora?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	18
<b>5 ¿Tiene equipo de sonido?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	18
<b>6 ¿Cuántos TV a color tienen en este hogar?</b>		
No tiene TV a color en el hogar	<input type="checkbox"/>	0
Tiene 1 TV a color	<input checked="" type="checkbox"/>	9
Tiene 2 TV a color	<input type="checkbox"/>	23
Tiene 3 ó más TV a color	<input type="checkbox"/>	34
<b>7 ¿Cuántos vehículos de uso exclusivo tiene este hogar?</b>		
No tiene vehículo exclusivo para el hogar	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Tiene 1 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	6
Tiene 2 vehículo exclusivo	<input type="checkbox"/>	11
Tiene 3 ó más vehículos exclusivos	<input type="checkbox"/>	15

Hábitos de consumo		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar compra vestimenta en centros comerciales?</b>		
No	<input checked="" type="checkbox"/>	0
Sí	<input type="checkbox"/>	6
<b>2 ¿En el hogar alguien ha usado internet en los últimos 6 meses?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0



Scanned with  
CamScanner



Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	26
<b>3 ¿En el hogar alguien utiliza correo electrónico que no es del trabajo?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	27
<b>4 ¿En el hogar alguien está registrado en una red social?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	28
<b>5 Exceptuando los libros de texto o manuales de estudio y lecturas de trabajo ¿Alguien del hogar ha leído algún libro completo en los últimos 3 meses?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	12

Nivel de educación		puntajes finales
<b>1 ¿Cuál es el nivel de Instrucción del Jefe del hogar?</b>		
1 Sin estudios	<input type="checkbox"/>	0
2 Primaria incompleta	<input type="checkbox"/>	21
3 Primaria completa	<input checked="" type="checkbox"/>	39
4 Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	41
5 Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	65
6 Hasta 3 años de educación superior	<input type="checkbox"/>	91
7 4 ó más años de educación superior (sin post grado)	<input type="checkbox"/>	127
8 Post grado	<input type="checkbox"/>	171

Actividad económica del hogar		puntajes finales
<b>1 ¿Alguien en el hogar está afiliado o cubierto por el seguro del IESS (general, voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	39
<b>2 ¿Alguien en el hogar tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida?</b>		
No	<input type="checkbox"/>	0
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	55
<b>3 ¿Cuál es la ocupación del Jefe del hogar?</b>		
Personal directivo de la Administración Pública y de empresas	<input type="checkbox"/>	76
Profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>	69
Técnicos y profesionales de nivel medio	<input type="checkbox"/>	46
Empleados de oficina	<input type="checkbox"/>	31
Trabajador de los servicios y comerciantes	<input type="checkbox"/>	18
Trabajador calificados agropecuarios y pesqueros	<input type="checkbox"/>	17
Oficiales operarios y artesanos	<input checked="" type="checkbox"/>	17
Operadores de instalaciones y máquinas	<input type="checkbox"/>	17
Trabajadores no calificados	<input type="checkbox"/>	0
Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>	54
Desocupados	<input type="checkbox"/>	14
Inactivos	<input type="checkbox"/>	17

## Bibliografía

- Américas, S. C. (2014). *www.migracionea.org*. Obtenido de <http://www.migracionea.org/index.php/es/indice-general-2012/33-sicremi/publicacion-2012/paises-es/420-ecuador-sintesis-historica-de-la-migracion-internacional.html>
- Asamblea constituyente. (2008). *Constitución 2008*. Obtenido de [http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- BBC, N. (5 de Enero de 2016). *El pueblo ecuatoriano donde se tejen los sombreros más finos y caros del mundo*. Obtenido de [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/151221\\_ecuador\\_sombreros\\_seda\\_paja\\_caros\\_mz](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/151221_ecuador_sombreros_seda_paja_caros_mz)
- Blog, C. V. (2017). <http://charonventanas.blogspot.com/>. Obtenido de <http://charonventanas.blogspot.com/2017/12/charon-ventanas-traves-de-este-corredor.html>
- Castillo, L. (26 de Abril de 2019). *www.elcomercio.com*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/sombreros-paja-toquilla-cuenca-turismo.html>
- Castro, M. J. (2018). *La tejedoras de paja toquilla de la provincia de Azuay y los dilemas de la declaratoria del tejido como patrimonio inmaterial*. Quito.
- CIDAP. (2016). *www.documentacion.cidap.gob.ec*. Obtenido de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/775/1/Artesanas%20de%20Bibli%C3%A1n%20exportan%20sombreros%20con%20la%20marca%20pa%C3%ADs.pdf>
- Comercio, E. (8 de Abril de 2018). *Actualidad*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/millones-extranjeros-ecuador-turismo-economia.html>
- Constituyente, A. (2008). *Constitución del Ecuador*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp\\_ecu-int-text-const.pdf](https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf)
- Domínguez, M. E. (1991). *El sombrero de paja toquilla: historia y economía*. (B. C. Ecuador, Ed.) Cuenca, Azuay, Ecuador. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=T9VzAAAACAAJ>
- EcuRed. (2017). *www.ecured.cu*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n\\_Bibli%C3%A1n\\_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Bibli%C3%A1n_(Ecuador))

- Espectador, E. (3 de Septiembre de 2016). *Seminario de la Provincia de Cañar El Espectador*. Obtenido de <http://www.elespectadorazogues.com/?p=6665>
- Espinoza, J. (2012). *Plan de Exportación de Sombreros de Paja Toquilla a España*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/473/1/09397.pdf>
- ESPOL. (2004). *MEJORAMIENTO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA FIBRA NATURAL DE PAJA TOQUILLA PARA LA ELABORACIÓN DE SOMBREROS Y OTRAS ARTESANÍAS EN LA COMUNA DE BARCELONA DE PENÍNSULA DE SANTA ELENA*.
- Expreso. (11 de Octubre de 2017). *www.expreso.ec*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/en-barcelona-son-campeones-para-el-tejido-con-paja-toquilla-CJ1759343>
- Genre, B. C. (26 de Julio de 2018). Obtenido de [https://www.bon-clic-bon-genre.es/content-qualidad-tejido-grado-panama\\_0.htm](https://www.bon-clic-bon-genre.es/content-qualidad-tejido-grado-panama_0.htm)
- INPC. (5 de Marzo de 2013). *Issu*. Obtenido de [Issu: https://issuu.com/inpc/docs/paja\\_toquilla\\_manabi](https://issuu.com/inpc/docs/paja_toquilla_manabi)
- Ley de Defensa del Artesano*. (2008). Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu168907.pdf>
- Ley de Turismo*. (2001). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ley Orgànica de Economía Popular y Solidaria*. (2014). Obtenido de [http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/LOTAIP\\_Anexos/Lit\\_A/lit\\_a2/7\\_ley\\_organica\\_de\\_economia\\_popular\\_y\\_solidaria.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/LOTAIP_Anexos/Lit_A/lit_a2/7_ley_organica_de_economia_popular_y_solidaria.pdf)
- Ley Orgànica de Transparencia y Acceso a la Información Pública*. (2004). Obtenido de <https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/LOTAIP.pdf>
- (s.f.). *Mejores Relaciones entre los miembros de la cadena productiva y un producto de calidad fortalecen la competitividad*.
- Mercurio, E. (11 de Marzo de 2019). Viernes con Sombrero de Paja Toquilla.
- Monsalve, L. (1953). *El Sombrero de Paja Toquilla*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Moscardó, J. S. (19 de Febrero de 2015). *www.elcomercio.com*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/sombrero-pajatoquilla-tradicion-montecristi.html>
- Rodriguez, Á. (12 de Octubre de 2014). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/las-casas-exportadoras-de-sombreros-de-paja-toquilla-propiedad-de-judios>

- Sur, U. N. (Enero de 2006). *bibliotecadigital.uns.edu.ar*. Obtenido de [http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2525-12952006001100001&lng=en&nrm=iso](http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2525-12952006001100001&lng=en&nrm=iso)
- Tamariz, M. L. (2009). *Tejiendo la Vida*.
- Turismo, M. d. (2014). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/sombrero-de-paja-toquilla-es-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad/>
- Turismo, M. d. (2017). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/bibilak-toquilla-fashion-2017-mostrara-lo-mejor-de-la-paja-toquilla-de-biblian/>
- Universo, E. (16 de Octubre de 2018). *www.eluniverso.com*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/10/16/nota/7002953/ecuador-cifras-empleo-desempleo-empleo-adecuado-se-mantienen>
- Vásquez, F. J. (2007). *Tesis Doctorales de Economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/El%20Multiplicador%20turistico.htm>
- Vistazo. (26 de Octubre de 2015). *www.vistazo.com*. Obtenido de <https://www.vistazo.com/seccion/turismo/artesantias-una-tradicion-cuencana>
- Yagual, D. T. (2016). *Caracterización Socioproductiva del Proceso de Producción de la Paja Toquilla en la comuna Barcelona*. Obtenido de Caracterización Socioproductiva del Proceso de Producción de la Paja Toquilla en la comuna Barcelona.: <file:///C:/Users/ANDREA/Downloads/UPSE-TAA-2016-041.pdf>