



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE FINANZAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADO/A EN FINANZAS

TÍTULO:

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
ARTESANAL DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN ARTESANAL DE
SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA EL MILAGRO ASOARTE, ABRIL 2023 -
MARZO 2024.**

AUTORES:

TATIANA CAMILA EGÜEZ NEVÁREZ

ERICK OCTAVIO ZAMBRANO SALVATIERRA

TUTOR:

ING. WALTER IVÁN NAVAS BAYONA

PORTOVIEJO-MANABÍ-ECUADOR

2024

Certificado del Tutor de Titulación

Ing. Walter Iván Navas Bayona Mgs., en calidad de Tutor del Proyecto de Titulación, certifico que los egresados Tatiana Camila Egüez Nevárez y Erick Octavio Zambrano Salvatierra, autores del Proyecto de Titulación denominado: “Estudio De Prefactibilidad Para La Creación De Un Centro Artesanal De La Asociación De Producción Artesanal De Sombreros De Paja Toquilla El Milagro ASOARTE, Abril 2023 - Marzo 2024”, han elaborado el mismo, siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Walter Iván Navas Bayona

Tutor del Trabajo de Titulación

Certificado del Tribunal

El trabajo de titulación denominado “Estudio De Prefactibilidad Para La Creación De Un Centro Artesanal De La Asociación De Producción Artesanal De Sombreros De Paja Toquilla El Milagro ASOARTE, abril 2023 - marzo 2024”, presentado por los egresados Tatiana Camila Egüez Nevárez y Erick Octavio Zambrano Salvatierra, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Mercedes Elina Intriago Cedeño

Coordinadora de Carrera

Ing. Walter Iván Navas Bayona

Tutor Trabajo Titulación

Ing. Francisco Xavier Dueñas Espinoza

Miembro del Tribunal

Eco. María Elizabeth Arteaga García

Miembro del Tribunal

Declaración de Autoría

Tatiana Camila Egüez Nevárez y Erick Octavio Zambrano Salvatierra, autores del trabajo de titulación denominado Estudio De Prefactibilidad Para La Creación De Un Centro Artesanal De La Asociación De Producción Artesanal De Sombreros De Paja Toquilla El Milagro ASOARTE, Abril 2023 - Marzo 2024”, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Finanzas de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Tatiana Camila Egüez Nevárez

Egresada de la Carrera de Finanzas

Erick Octavio Zambrano Salvatierra

Egresado de la Carrera de Finanzas

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad San Gregorio de Portoviejo por su acompañamiento en estos años de formación, a mis docentes por todo lo que han aportado para mi vida profesional y personal. A mi tutor de tesis Ing. Walter Iván Navas Bayona por su aporte en todo el proceso. A la Ing. Mercedes Elina Intriago Cedeño por su apoyo como docente y coordinadora. A la Asociación ASOARTE por la apertura y paciencia en todo el proceso. A mi compañero de tesis Erick Zambrano por todo lo que aportó para que crezcamos juntos en la carrera y, a todos los que han sido parte de mi proceso universitario: compañeros, familiares y amigos.

Tatiana Camila Egüez Nevárez.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mis tías: María Espinoza Moreira, Zoila Espinoza Moreira, Angelica Zambrano Espinoza, a mi tío Javier Gil y por supuesto a mi padre Richer Zambrano Espinoza que sin el apoyo incondicional de ellos nada de esto hubiera sido posible.

Aprovecho también para agradecer a todos los docentes que estuvieron involucrados en mi enseñanza desde escuela, colegio y por supuesto los universitarios ya que de todos pude aprender mucho para mi vida profesional. Agradezco a mi tutor de tesis el Ing. Walter Navas por ese apoyo incondicional que brindó en el trabajo de este proyecto de titulación y un principal agradecimiento a mi compañera de Tesis Camila Egüez Nevárez, siempre fue mi compañera de proyectos y ahora de tesis, solo ella puede entender cuánto trabajo y compromiso pusimos en la realización del mismo. Para finalizar quedaré agradecido por siempre a quienes me ayudaron de alguna forma ya sea directa o indirecta, quienes aportaron con su granito de arena para conseguir este logro personal tan importante para mí. ¡¡Mil gracias a todos!!

Eternamente agradecido,

Erick Zambrano.

DEDICATORIA

Dedico este logro a mis padres, hermanos, tía y a mi novio, por todo el amor y apoyo incondicional durante toda mi formación, por acompañarme y siempre querer lo mejor para mí. Dedicatoria especial a mi compañera de cuatro patitas “Panchita” por desvelarse junto a mí hasta terminar mis actividades académicas.

Tatiana Camila Egüez Nevárez.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a las futuras generaciones que deseen realizar un trabajo de condiciones similares para que les pueda ser una guía y brindar algunas pautas. Además, a nuestros docentes que siempre estuvieron ahí motivándonos y transmitiéndonos sus conocimientos, sin ellos no hubiera sido posible la realización de este proyecto de titulación.

Erick Octavio Zambrano Salvatierra

RESUMEN

Es indispensable que las asociaciones conozcan cómo formular y presentar proyectos con la finalidad de captar recursos que permitan su desarrollo. En virtud de lo anterior, el presente estudio tiene como finalidad diseñar un proyecto de inversión económico orientado al aprovechamiento de los recursos para crear valor a la Asociación de Producción Artesanal de Sombrero de Paja Toquilla el Milagro ASOARTE. La investigación es de tipo cuali-cuantitativo con enfoque exploratorio a través de estudio de campo, cuyos resultados serán obtenidos a partir de la elaboración del proyecto de inversión que contará con cuatro estudios: de mercado, técnico-legal, administrativo y financiero. Los resultados del estudio resaltan la importancia de identificar con precisión el público objetivo y la necesidad de una estrategia diferenciada frente a la competencia en Montecristi. Se enfatiza la importancia de mantener altos estándares de calidad, precios adecuados, ubicaciones estratégicas y una sólida estrategia de promoción, junto con la adaptación a las preferencias del consumidor y la mejora de la conciencia de marca a través del marketing. Respecto al proyecto, se respalda su viabilidad financiera mediante un análisis detallado que muestra un crecimiento sostenido en los índices de rentabilidad, una planificación coherente en la asignación de recursos y proyecciones realistas respaldadas por indicadores financieros clave, lo que sugiere un enfoque sostenible y anticipatorio.

Palabras Clave

Paja Toquilla, Rentabilidad, Viabilidad, Evaluación de proyecto.

ABSTRACT

It is essential that associations know how to formulate and present projects in order to attract resources that allow their development. By virtue of the above, the purpose of this study is to design an economic investment project aimed at the use of resources to create value for the ASOARTE Toquilla Straw Hat Artisan Production Association. The research is qualitative-quantitative with an exploratory approach through a field study, the results of which will be obtained from the preparation of the investment project that will have four studies: market, technical-legal, administrative and financial. The results of the study highlight the importance of accurately identifying the target audience and the need for a differentiated strategy compared to the competition in Montecristi. The importance of maintaining high quality standards, appropriate pricing, strategic locations and a strong promotion strategy is emphasized, along with adapting to consumer preferences and improving brand awareness through marketing. Regarding the project, its financial viability is supported by a detailed analysis that shows sustained growth in profitability rates, coherent planning in resource allocation and realistic projections supported by key financial indicators, suggesting a sustainable and anticipatory approach.

Palabras Clave

Toquilla Straw, Profitability, Viability, Project evaluation.

TABLA DE CONTENIDO

Certificado del Tutor de Titulación	II
Certificado del Tribunal.....	III
Declaración de Autoría.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA.....	VII
DEDICATORIA.....	VIII
RESUMEN	IX
Palabras Clave	IX
ABSTRACT	X
Palabras Clave	X
LISTA DE TABLAS	XV
LISTA DE FIGURAS	XVI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	3
1. Problematicación	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Antecedentes generales.....	3
1.3 Formulación del problema.....	6
1.5 Preguntas de la investigación	8
1.6 Delimitación del problema	8
1.7 Justificación	9
1.8 Objetivos.....	10
CAPÍTULO II.....	15
2. Contextualización	15

2.1 Marco teórico.....	15
2.2 Marco conceptual	15
2.3 Variables.....	21
2.4 Operacionalización de las variables	22
CAPITULO III	37
3. Marco metodológico	37
3.1 Plan de investigación	37
3.2 Tipos de investigación	37
3.3 Fuentes de investigación.....	26
3.4 Población	26
3.5 Tamaño de la muestra.....	27
CAPÍTULO IV	42
4. Análisis e Interpretación de los Resultados.....	42
4.1. Resultados de encuesta	42
4.2 Estudio de Mercado.....	30
4.2.1 Análisis de demanda	31
4.2.2 Análisis de oferta	32
4.2.1 Segmentación.....	33
4.1.5 Análisis comercialización.....	34
4.1.6 Marketing mix	35
4.2. Estudio Técnico – Legal.....	38
4.2.1 Tamaño	38
4.2.2 Localización.....	39
4.2.3 Ingeniería.....	40
4.3 Estudio Administrativo	47
4.3.1 Misión.....	47
4.3.2 Visión.....	48
4.3.3 Principios.....	48
4.3.4 Análisis de macroambientes (OA).....	48

4.3.5 Análisis de medio interno (FD)	49
4.3.6 FODA	49
4.3.7 Análisis PESTEL.....	50
CONCLUSIONES.....	56
CAPÍTULO V.....	45
5.1 Propuesta.....	45
5.1.1 Título de la Propuesta	45
5.1.2 Autores de la Propuesta	45
5.1.3 Empresas Auspiciantes	45
5.1.4 Área que Cubre la Propuesta	45
5.1.5 Fecha de Presentación	45
5.1.6 Fecha de Terminación	60
5.1.7 Duración de Proyecto	60
5.1.8 Participantes del Proyecto	60
5.1.9 Objetivo General de la Propuesta	60
5.1.10 Objetivo Específicos.....	60
5.1.11 Beneficiarios Directos	61
5.1.12 Beneficiarios Indirectos.....	61
5.1.13 Impacto de la Propuesta.....	61
5.1.14 Descripción de la Propuesta	61
5.1.15 Proyección de gastos	62
5.2 Estudio Financiero y Económico.....	63
5.2.1 Inversión inicial.....	63
5.2.2 Balance inicial	63
5.5.3 Financiamiento	67
5.2.4 Proyección de ventas	69
5.2.5 Proyección de costos	71
5.2.6 Costos de personalizaciones	72
5.2.7 Proyección de costos total	75
5.2.8 Estado de resultado proyectado	76

5.2.9 Ingreso por ventas.....	77
5.2.10 Índices financieros proyectados.....	78
5.2.11 Punto de equilibrio.....	81
5.2.12 Flujo de Caja.....	83
5.2.13 Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)	86
5.2.14 Análisis de sensibilidad	97
5.3 Importancia.....	103
5.4 Metas del proyecto.....	104
5.5 Finalidad de la propuesta.....	104
Referencias	105
Apéndices	108

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Variable Independiente: Estudio de prefactibilidad	22
Tabla 2 Variable Dependiente: Centro Artesanal.....	24
Tabla 3 Segmentación.....	34
Tabla 4 Estrategias del Marketing Mix	38
Tabla 7 Descripción del Producto.....	41
Tabla 8 Maquinaria y Equipo	43
Tabla 9 Funciones de los cargos.....	55
Tabla 10 Proyección de Gastos.....	62
Tabla 11 Proyección de Otros Gastos.....	62
Tabla 12 Inversiones Iniciales	64
Tabla 13 Origen de los recursos	65
Tabla 14 Costo Total Proyectado de los Productos.....	67
Tabla 15 Datos para el financiamiento	68
Tabla 16 Financiamiento del Proyecto	68
Tabla 17 Proyección de Ventas anuales	70
Tabla 18 Materiales Directos de Fabricación Sombrero 8 grados.....	71
Tabla 19 Materiales Indirectos de Fabricación Sombrero 8 grados	71
Tabla 20 Costos Mano de Obra Directa Sombrero 8 grados	72
Tabla 21 Costo Unitario Sombrero 8 grados	72
Tabla 22 Precio por personalizaciones	73
Tabla 23 Costo Materiales de Fabricación Personalizaciones.....	73
Tabla 24 Costo Mano de Obra Directa Personalizaciones	74
Tabla 25 Costo Unitario de Personalización	74
Tabla 26 Costos Totales Materia Prima Anualizados.....	75
Tabla 27 Estado de Resultados Proyectado	76
Tabla 5 Presupuesto de Ventas Mensual y Anual	77

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Descripción del Proceso Productivo	42
Figura 2 Fachada por fuera del proyecto.....	46
Figura 3 Zonificación	46
Figura 4 Proceso de Producción.....	47
Figura 5 FODA.....	50
Figura 6 Organigrama de la Asociación.....	54

INTRODUCCIÓN

La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas o un grupo artesanal con el fin de enfrentar procesos de globalización de las economías nacionales. Generalmente las Asociaciones del sector artesanal suelen desconocer el proceso e importancia de elaborar proyectos de inversión para así captar recursos, lo más común es que otras organizaciones realicen el acercamiento, lo que les ha permitido obtener los recursos necesarios causando dependencia de otras fuentes de inversión y no canalizarlos por sus propios medios. Esta situación no se aleja mucho de la realidad de la Asociación ASOARTE, la cual se dedica a la producción artesanal de sombreros de paja toquilla, ubicada en “El Milagro” Picoazá.

El sombrero de paja toquilla es considerado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad y como único en el mundo por su calidad y tejido artesanal difícil de imitar. A pesar de aquello, su elaboración y venta no es rentable para los artesanos debido a insuficiente maquinaria, desconocimiento de los costos del terminado, carencia de centros de acopio y desorganización. Esto procede a vender los sombreros sin terminar (“crudos”) a intermediarios a precios bajos que no se acercan a la realidad del costo de la producción de los mismos.

Se pretende buscar alternativas que mejoren el proceso de producción de sombreros de paja toquilla y que signifiquen a los artesanos una actividad rentable para poder satisfacer sus necesidades.

En función de lo previamente expuesto, el objetivo del presente estudio es diseñar un proyecto de inversión económico, orientado al aprovechamiento de los recursos para crear valor a la Asociación de producción artesanal de sombreros de paja toquilla el

Milagro ASOARTE. El contenido del presente estudio se distribuye en los siguientes aspectos: objetivos del estudio, marco metodológico, que abarca la formalidad en la recopilación de información, marco teórico, que posee información relevante para las bases que fundamentan el proyecto, la presentación del estudio de caso en la que se desarrollan los cuatro estudios: de mercado, técnico-legal, administrativo y financiero, las conclusiones respectivas relacionadas con los objetivos planteados y finalmente recomendaciones de posibles decisiones basadas en el análisis de los estudios realizado por los investigadores.

CAPÍTULO I

1. Problematización

1.1 Tema

Estudio de prefactibilidad para la creación de un centro artesanal de la Asociación de producción artesanal de sombreros de paja toquilla El Milagro ASOARTE, abril 2023 - marzo 2024.

1.2 Antecedentes generales

El inicio de la confección del sombrero de paja toquilla no está exactamente determinado, pero se asume por datos históricos que empezó en una época de Integración dentro de la Confederación Manteña. Se podía notar en las figuras de piedra o cerámica que llevaban en la cabeza una especie de protección para el clima caliente que sea cómoda y liviana, y a esto se suma que había suficiente materia prima adecuada para elaborar sombreros con esas características (Aguilar de Tamariz, 2009).

Aunque proviene de Ecuador, el sombrero de paja toquilla es conocido mundialmente como “Panama Hat” debido a que en ciertas ocasiones se exportó el producto por medio del canal de Panamá y las personas importantes que pasaban por ahí, como el ex presidente de Estados Unidos Theodore Roosevelt, suponían que los sombreros eran originarios de Panamá. Estos sombreros son elaborados a base de una planta relacionada con las palmeras y denominada “Carludovica Palmata”, misma que es cultivada entre otros lugares en Ecuador. Es de fibras suaves y duraderas, lo que permite que se

puedan elaborar varios productos a base de ella como carteras, portacubiertos, canastas y más objetos decorativos.

El proceso de producción de un sombrero puede durar hasta meses dependiendo de la calidad del sombrero y requiere varios pasos para llegar al producto final. Este proceso del tejido tradicional es reconocido desde el 2012 por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (UNESCO, 2012).

En Ecuador existe esta tradición del tejido en varios lugares como: Montecristi, Cuenca, Pile, Picoazá y más. Desafortunadamente, el desinterés por mantener esta parte de nuestra identidad perjudica a quienes se dedican al tejido, debido a que nacionalmente no existe un consumo lo suficientemente grande para que a las personas que se dedican a esto les signifique un negocio rentable.

En Picoazá-Portoviejo nació Margarita García, quien aprendió a tejer desde muy pequeña, lo que era parte de una tradición familiar se convirtió en su emprendimiento desde muy joven para sacar adelante a su familia, ella sustentaba sus necesidades tejiendo sombreros. Se dedicó a compartir sus conocimientos a miembros de su familia y personas de la comunidad. Por esa razón, en el año 2018 junto con tres de sus hijas menores se coordinaron con diferentes tejedoras de la zona y luego de varios procesos que tomaron tiempo y dedicación, fundaron la Asociación artesanal para la producción de sombreros de paja toquilla El Milagro ASOARTE. La Asociación está conformada por 23 socios, de los cuales 2 son hombres y el resto mujeres.

A raíz del terremoto del 16 de abril de 2016, se crearon varios proyectos e iniciativas para reactivar la economía del país, en especial los sectores más vulnerables. El Centro de Estudios y Solidaridad con América Latina (CESAL) impulsó un proyecto denominado “Fortaleciendo a la sociedad civil tras el terremoto. Hacia un desarrollo

económico y social participativo e inclusivo. Tejiendo Redes”, con el fin de mejorar la cadena de valor en el tejido de los sombreros, mediante planes de producción y comercialización para posicionar la marca de la Asociación en el mercado (CESAL, 2019).

En su catálogo de productos existen dentro de la oferta sombreros, carteras y productos de hogar, siendo estos últimos bajo pedido. El producto más vendido es el sombrero y “su calidad se define por el tipo de tejido y la densidad o cantidad de pajas trenzadas en cada pulgada lineal (PPL)” Catálogo. Mientras más alto es el grado, más fino será el sombrero. La Asociación presenta en su catálogo sombreros de grado 1 (8-10 PPL), grado 2 (10-12 PPL) y grado 3 (12-14 PPL). Los sombreros pueden ser personalizados, hay una variedad extensa de colores o se pueden pintar los sombreros con el diseño a elección del cliente.

Su capacidad productiva es entre 100 y 250 sombreros al mes, para llegar a completar su máximo necesitan alrededor de 200 artesanos de Picoazá. La planta de producción actualmente es alquilada y se encuentra en Picoazá. En este espacio se encuentran máquinas donadas (máquina industrial, maceteadora y prensa hidráulica), más los materiales necesarios para la producción de los sombreros.

Cuentan con puntos de venta en Plaza Lozada, Hotel Ceibo Real, Plaza Central, Texas (Estados Unidos) y venden al por mayor a entidades gubernamentales o a quienes lo soliciten. Al inicio de sus actividades, por necesidad vendían los sombreros sin terminar (“crudos”) a intermediarios a precios bajos que no se acercaban a la realidad del costo de la producción de los mismos, y ellos se dedicaban a realizar el “acabado” del sombrero. Esta última situación ha conllevado a que los tejedores de Picoazá no estén tan presentes en el mapa turístico y no puedan posicionar su marca, sumando a esto que el lugar físico en el que se encuentran no es el adecuado.

Otro factor importante y no positivo para la Asociación es la competencia indirecta existente. En el caso de los jóvenes, generalmente están más interesados en comprar sustitutos como las gorras. Para las personas más interesadas en un sustituto con el diseño similar al sombrero de paja toquilla, existen los sombreros colombianos o los chinos, que son elaborados con materiales de menor calidad, lo que permite que sea asequible para el público cumpliendo la misma función que el sombrero de paja toquilla, ignorando la importancia de conservar nuestra cultura, sin que se aprecie la experiencia que conlleva la elaboración de cada sombrero.

1.3 Formulación del problema

¿El estudio de prefactibilidad para la creación de un centro artesanal mejorará la rentabilidad de la Asociación ASOARTE?

1.4 Planteamiento del problema.

El sistema económico del Ecuador es definido por el artículo 283 de la Constitución del Ecuador (2008) como social y solidario. Para el ámbito de regulación y control de este sistema se creó la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011), misma que en su artículo 1 determina que la economía popular y solidaria es “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.

La Economía Popular y Solidaria es de forma social porque la producción de productos y servicios tienen el fin de satisfacer necesidades de los productores y comunidades, manteniendo su cultura y tradiciones sin la acumulación de capital sin

límites, siendo beneficiarios toda una comunidad (Villacres, et al., 2018). En este sentido, dicho sector es reconocido como una herramienta que permite fortalecer la economía local.

El sector económico artesanal pertenece al de la Economía Popular y Solidaria, y desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico del Ecuador ya que este aporta en la preservación de las culturas, en la generación de empleos y genera ingresos en las comunidades. En el país existen diferentes grupos étnicos que se dedican a producir artesanías como joyería, trabajos en madera, tejidos, etc. Lo interesante de estas producciones es que la mayoría de las técnicas utilizadas han sido transmitidas por varias generaciones, dándole a este arduo trabajo un plus.

Uno de los productos importantes en esta línea de economía artesanal es el sombrero de paja toquilla, mismo que se produce en varias provincias del país, entre ellas Manabí.

La provincia de Manabí está ubicada al noroeste del Ecuador y situada en el centro de la región litoral y del país. Uno de los principales atractivos de la provincia es el tejido tradicional de sombreros de paja toquilla considerado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad de acuerdo a la declaratoria emitida por la UNESCO desde el 5 de diciembre de 2012. Al centro de la provincia se encuentra el cantón Portoviejo, y a unos 5 km al noroeste del mismo, a orillas del Río Portoviejo, se ubica la parroquia Picoazá.

Las principales actividades de la población de Picoazá son: comercio al por mayor y menor, agricultura en menor escala, y el tejido de sombreros de paja toquilla. Esta última actividad generalmente es realizada por adultos mayores, quienes son en su mayoría mujeres que iniciaron con la actividad como manera de aportar a los ingresos familiares generando una dinámica de producción y comercialización intermedia de sombreros que

finalmente serán acabados y comercializados como producto final en ciudades como Montecristi o Cuenca (AVSI et al., 2017).

La Asociación artesanal para la producción de sombreros de paja toquilla El Milagro ASOARTE se fundó en el año 2018 con 23 socios, teniendo como actividad principal el tejido de sombreros de paja toquilla.

La Asociación ASOARTE, vende gran parte de su producción de sombreros “crudos” (sin los detalles finales del acabado) debido a que no cuentan con la localización adecuada y la demanda suficiente, situación que perjudica a la Asociación desvalorizando el trabajo de los tejedores de Picoazá e impidiendo que la actividad sea rentable.

Se pretende realizar un estudio de prefactibilidad para la creación de un centro artesanal, mismo en el cual la Asociación pueda agilizar su proceso productivo y mejorar su posición en el mercado a través de una localización más adecuada, atractiva y visible turísticamente.

1.5 Preguntas de la investigación

- ¿El limitado conocimiento de beneficios asociativos conlleva a una deficiente gestión administrativa y organizacional?
- ¿La escasa presencia en el mercado ocasiona un bajo nivel de rentabilidad?
- ¿El desconocimiento de gestión financiera motiva una carente gestión de fuentes de financiamiento?

1.6 Delimitación del problema

- **Campo:** Finanzas.
- **Área:** Administrativo-financiero.

- **Aspectos:** Procesos administrativos-financieros y de gestión.
- **Problema:** Inadecuada infraestructura para la producción y comercialización del sombrero de paja toquilla de la Asociación ASOARTE.
- **Tema:** Estudio de prefactibilidad para la creación de un centro artesanal de la Asociación de producción artesanal de sombreros de paja toquilla El Milagro ASOARTE
- **Delimitación temporal:** abril 2023 – marzo 2024.
- **Línea de investigación:** Finanzas y estrategias para el fortalecimiento organizacional.

1.7 Justificación

Investigar este proceso artesanal es importante debido a que el sombrero de paja toquilla es conocido a nivel internacional por la técnica ancestral de mucha delicadeza y dedicación, que permitió que el producto fuera declarado en el 2012 por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (UNESCO, 2012).

Se reconoce presencia histórica del sombrero de paja toquilla, razón por la que es necesario identificar nuevas oportunidades que promuevan este tipo de actividad creativa para revitalizar su proceso de producción y comercialización local.

La participación de la academia en este tema aportará en el estudio del sector de sombreros de paja toquilla y permitirá que existan posibilidades de elaborar proyectos articulados para el apoyo en el desarrollo y continuación de este proceso productivo tan importante culturalmente en el país.

Este estudio nace a raíz de la preocupación del inexistente interés de las nuevas generaciones por continuar con estas tradiciones y conocimientos debido a que la actividad

no es económicamente rentable, y con el fin de poder dar un giro en el mercado para que el tejido de sombreros de paja toquilla de la parroquia Picoazá sea valorado culturalmente y retome su importancia económica.

1.8 Objetivos

1.8.1 Objetivo general.

Diseñar un estudio de prefactibilidad para la creación de un centro artesanal de la Asociación de producción artesanal de sombreros de paja toquilla El Milagro ASOARTE.

1.8.2 Objetivos específicos.

- Elaborar el estudio de mercado para analizar la presencia del mercado y el público objetivo.
- Examinar las condiciones técnicas de la Asociación ASOARTE con el fin de determinar los recursos necesarios para la operación.
- Establecer la estructura administrativa-legal de la propuesta de creación de un centro artesanal para la Asociación ASOARTE.
- Evaluar la viabilidad financiera de la propuesta de inversión para la creación de un centro artesanal para la Asociación ASOARTE a través de un estudio financiero.

CAPÍTULO II

2. Contextualización

2.1 Marco teórico

2.1.1 Sector artesanal.

El sector económico artesanal pertenece al de la Economía Popular y Solidaria, y desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico del Ecuador ya que este aporta en la preservación de las culturas, en la generación de empleos y genera ingresos en las comunidades.

Yagual (2021) determina en su estudio sobre el sector artesanal que el mismo tiene muchas carencias, entre ellas la falta de conocimientos en el área de planificación y la estimación de sus costos de producción. Esta situación les perjudica para la creación de proyectos que les permita analizar problemáticas que se pueden mejorar o estrategias que se pueden implementar para su desarrollo.

Otro desafío determinado es la dificultad de permanecer en los mercados por varias razones: una de ellas es el desconocimiento de la maximización de sus ganancias y minimización de recursos; la otra razón es la competitividad existente en el sector (Yagual, 2021).

En un estudio enfocado en la creación de un centro de procesamiento y taller artesanal para elaborar productos de tagua en la comuna “Las Núñez”, Santa Elena (Pérez et al., 2017); se estableció la importancia de satisfacer las necesidades de sus habitantes de adquirir ese tipo de productos artesanales. En el cantón no existen centros artesanales para

la venta de estos productos, de ahí la necesidad del espacio para adquirir dichos productos que sean de calidad sin la necesidad de salir de la provincia para hacerlo.

Se determina en la revisión bibliográfica que el desarrollo económico productivo es fomentado a través de la elaboración de artesanías y que un centro de producción desarrolla la economía y turismo de la comuna, resaltando a su vez la historia del sector y del país.

Una de las alternativas es el análisis para la generación de fuentes de empleo que permitan el desarrollo de la comuna a través de un centro de producción de las artesanías en las que se especializan los habitantes de esta comuna, la tagua.

Una de las ventajas es que existe un potencial agrícola en la zona y mucho talento en los artesanos que trabajan con este material. La calidad y el conocimiento ancestral es algo que resalta en los productos artesanales.

Dentro de todo lo que se analiza en el estudio para la creación de este centro, se enfatiza la recomendación de realizar análisis de sensibilidad para tomar en cuenta las situaciones que pueden perjudicar el desarrollo y la rentabilidad del proyecto.

(Rivera & Hernández, 2018) en su estudio enfocado en los talleres y establecimientos de productos artesanales de la ciudad de Córdoba, establecen que el sector artesanal cuenta con escasos recursos humanos y materiales, y medios propios para la creación de estrategias de sostenibilidad. Esta situación crea dependencia a una demanda turística determinada como estacional y fluctuante. El sector artesanal debería enriquecer al turismo cultural y patrimonial, pero existen varios factores que afectan dicho sector, entre ellos la imitación de mala calidad, competencia desleal y el inexistente fomento y promoción por las entidades con competencias en el ámbito turístico y de comercio. Además, la falta de gestión estratégica público-privada que integre la artesanía, turismo y comercio local, no permite desarrollar estrategias de sostenibilidad para el sector y esto se

desenvuelve en que siga existiendo dificultades en las adecuaciones de los establecimientos de los negocios artesanales.

2.1.2 Estudio de Prefactibilidad.

2.1.2.1 Prefactibilidad. Es la etapa de un proyecto en la que se comparan los enfoques de los elementos de un proyecto para disminuir los riesgos y seleccionar las mejores opciones de inversión (Murcia et al., 2019).

Para Tovar & Parra (2022) este estudio “puede utilizarse como instrumento de negociación con entidades financieras o inversionistas potenciales. De la realización de este se espera mejorar el nivel de información para la toma de decisiones, realizar el diseño definitivo para su ejecución, o abandonar el proyecto” (p.22).

2.1.2.2 Estudio de Mercado. Es el punto de partida en los proyectos de inversión. En este estudio se define el bien a producir, se analizan los consumidores, la competencia, demanda y plan para la comercialización. Se basa en recolectar información necesaria para a partir de la misma identificar oportunidades, problemas o necesidades del mercado. El constante conocimiento de esto es necesario debido a que existen siempre cambios en el medio, avances tecnológicos y también un incremento en el número de competidores (Piguave, 2016).

En el análisis del consumidor se describe cuáles necesidades se van a satisfacer en los consumidores, segmentándolos por sexo, edad, ubicación geográfica y más factores; mientras que en el análisis de la competencia se debe establecer la identidad de los competidores, cantidad de los mismos con el fin de obtener más detalles del mercado como la participación del mercado de las empresas; precio, para conocer la sensibilidad de los

consumidores al precio; calidad, para conocer el valor del producto de los competidores; y el servicio que se presta (Rodríguez, 2018).

2.1.2.3 Estudio técnico. El estudio técnico o también conocido como la ingeniería del proyecto es un proceso interactivo, de creatividad, planeación de estrategias e innovación que determina la estructura física y administrativa de la empresa (Mondragon, 2017).

Este estudio pretende demostrar la viabilidad del proyecto tomando en cuenta los medios de producción y los requerimientos de materias primas e insumos, para seleccionar la mejor alternativa que permita abastecer el mercado con las restricciones que puedan existir (Rodríguez, 2018).

Determina toda la estructura de la organización, como los procesos de producción, conocimiento de expertos en tecnología, programación de obras, presupuestos, distribución de planta, adquisición de equipo, maquinaria y el aspecto jurídico de una organización (Mondragon, 2017).

2.1.2.4 Estudio administrativo-legal. En el estudio legal se determinan los requisitos necesarios para el funcionamiento legal de la empresa como los títulos de propiedad, permisos, patentes, registros, etc. (Tapia et al., 2017).

El estudio administrativo permite definir herramientas como la planeación de recursos humanos, el organigrama y la lineación para cumplir con las misiones organizacionales (Bustamante & Peña, 2020).

Se definen los lineamientos estratégicos del proyecto, el personal necesario para el proceso de producción y la comercialización de los productos. Se determinan las estrategias, misión, visión, valores, objetivos, organigramas y descripción de perfiles (Tovar & Parra, 2022).

2.1.2.5 Estudio financiero. Consiste en plasmar en términos monetarios las decisiones tomadas en la fase del estudio técnico como la materia prima, mano de obra, capacidad de maquinaria necesaria en el proceso, etc. A partir de esta información se podrán elaborar y analizar los estados financieros, calcular el punto de equilibrio, flujo del proyecto, razones financieras e indicadores de riesgo (Mondragon Puerto, 2017).

Esta fase permite evaluar el monto total de la inversión, costo de operación y capital de trabajo necesario para ejecutar el proyecto. Es necesario tomar en cuenta el valor del dinero en el tiempo analizando los aspectos positivos y negativos de los resultados para a partir de ellos tomar las decisiones (Bustamante & Peña, 2020).

Se presentan los estados financieros como el estado de resultados, que permite determinar si el periodo operativo produjo una pérdida o utilidad; y el balance general que determina las obligaciones y los derechos de la empresa (Mondragon, 2017).

A partir de la información financiera se desarrolla el flujo de efectivo para determinar el recurso específico necesario para el proyecto. Este flujo es importante para los inversionistas debido que a partir del mismo y su resultado pueden determinar si el proyecto es atractivo para ellos o no.

2.2 Marco conceptual

Activo.

Los activos son recursos financieros que tienen un grado de liquidez. “Son bienes, derechos, y otros recursos controlados económicamente por la empresa” (Kalala, 2015, p.4). Tienen la potencialidad de generar ingresos económicos en el futuro. Se dividen en el

activo fijo, que no se puede convertir en líquido a corto plazo, y activo circulante, que puede convertirse en líquido en menos de un año.

Análisis financiero.

Es un método de estudio que se realiza a la información contable de la empresa para establecer las consecuencias de las decisiones. La información a seleccionar debe ser relevante para la medición e interpretación y a partir de las conclusiones se toman decisiones con el fin de que el rendimiento a través del tiempo mejore (Fajardo & Soto, 2018).

Artesano.

Persona que elabora un producto manualmente o en ciertos casos con instrumentos artesanales de su región, y técnicas mantenidas por generaciones. Generalmente la materia prima identifica a la región proveniente del artesano, y la artesanía se diferencia entre los pueblos (Rivas, 2018).

Asociación.

Según el artículo 18 de la Ley de Economía Popular y Solidaria (2014), es un conjunto de personas con actividades económicas que tienen como fin la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios. En el artículo 19 de la misma Ley (2014) se define que como estructura interna deben constar con un estatuto social, órgano directivo, órgano de control interno y administrador, mismo que será el representante legal. Todos ellos estarán sujetos a rendición de cuentas, revocatoria del mandato y alternabilidad.

Capital de trabajo.

Es el efectivo mínimo necesario para la ejecución de las actividades operativas de una empresa. La gestión del capital de trabajo permite cubrir obligaciones a corto plazo y

tiene la capacidad de generar el financiamiento de sus operaciones sin la necesidad de uno externo (García et al., 2017).

La administración del capital de trabajo es supervisada por los directores financieros, quienes se encargan de proveer la cantidad correcta de activos corrientes porque las decisiones de capital de trabajo tienen efecto sobre el riesgo, rendimiento y precio de las acciones de la compañía (Van Horne & Wachowicz, 2010).

Diagnóstico financiero.

El diagnóstico financiero se define como el análisis que determina la situación financiera de una empresa mediante la información que proporciona la contabilidad de la misma. La información permite revelar los niveles de endeudamiento, liquidez, rentabilidad y punto de equilibrio financiero. Para esto es necesario recurrir a varios tipos de información cuantitativa y cualitativa que complemente la parte contable (Estrada & Monsalve, 2014).

Estudio de prefactibilidad.

El estudio de prefactibilidad es un método de investigación y planificación que permite anticipar riesgos y reconocer alternativas de un proyecto. Orienta a la posibilidad que cumpla con sus objetivos y los recursos sean utilizados eficientemente (Burdiles et al., 2019).

Las etapas de un estudio de prefactibilidad son la de formulación del proyecto y la evaluación del mismo.

Flujo de efectivo.

Registra los ingresos y egresos del efectivo que se desarrollan en la empresa para determinar el grado de liquidez que la misma posee. En base a este flujo, se logra determinar el efectivo que la empresa requiere para sus operaciones (Mondragon, 2017).

Diagnóstico FODA.

Posibilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización con el fin de proponer acciones y estrategias para su beneficio (Ramírez, 2017). Además, esta herramienta permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización mediante: los atributos de la organización conocidos como factores internos (fortalezas y debilidades); y los atributos del medio ambiente o factores externos (oportunidades y amenazas) (Sarli et al., 2015).

Indicadores financieros.

Son fórmulas que representan el desempeño de la empresa y a su vez permiten comparar con periodos diferentes. Los datos son tomados de los estados financieros de la empresa y dicha información permite tomar decisiones más acertadas (Cespedes & Rivera, 2019).

Para el análisis de las razones financieras es importante tomar en cuenta 3 aspectos; el primero es que no hay valores específicos en los resultados de las mismas que determinen que el desenvolvimiento de la empresa sea bueno o malo, es decir, es importante analizar varios factores y en base al giro de la empresa y su situación, se determinará si el resultado es el deseado; el segundo detalle a tomar en cuenta es que la información necesaria para la evaluación del rendimiento general de la empresa no la proporciona una sola razón financiera; y por último, para determinar algún bienestar

impactante se pueden utilizar los estados financieros del mismo periodo, de periodos anteriores o bien de otra empresa que pertenezca al mismo giro y sector (García, 2014).

Marketing mix.

Considerado el motor del marketing, es el conjunto de acciones necesarias para el éxito de los productos o servicios que una empresa oferta. Las estrategias del marketing mix están enfocadas en 4p's: producto, precio, plaza y promoción; con el fin de incrementar las ventas y utilidades de la empresa (Yépez et al., 2021).

Pasivo.

El pasivo representa las deudas y obligaciones de la empresa y “está compuesto por la suma de dinero que se debe a proveedores, bancos, acreedores diversos y algunas provisiones que establezcan; por ejemplo, para el pago de impuestos, gratificaciones, etcétera” (Moreno, 2014, p. 15).

Patrimonio.

Son los bienes, derechos y obligaciones que logran el funcionamiento de una empresa. Está compuesto por activo, pasivo y patrimonio neto. “El Patrimonio Neto constituye la parte residual de los activos de la empresa una vez deducidos todos sus pasivos” (Rajadell et al., 2014, p. 45). Es considerado como el valor de una empresa.

Proyecto de inversión.

Es la recopilación necesaria de información para que la actividad a realizar permita obtener utilidades. El riesgo en los proyectos existirá siempre, puede disminuir a través del correcto análisis de los factores a tomar en cuenta. Por esa razón es importante la elaboración de este proceso, a partir de los estudios se puede establecer si la idea es rentable económicamente si se implementa (Rengifo, 2018).

La formulación de un proyecto de inversión debe estar acorde a la información de los planes de desarrollo y estratégico de la organización en la cual se va a implementar, y se debe alinear con los planes de expansión y desarrollo de la nación, región o área de ejecución del mismo (Murcia et al., 2019).

Punto de equilibrio.

Es una herramienta que permite determinar la cantidad de productos que una empresa debe vender para cubrir sus costos. Es decir, el momento en el que el total de ingresos de una empresa es igual al de sus gastos totales. Esta herramienta es fundamental para la toma de decisiones debido a su precisión para determinar el punto en el que la empresa ni pierde, ni gana (Mazón et al., 2017).

Riesgo financiero.

En toda decisión financiera que se tome existirá un riesgo. Se considera al riesgo financiero a una incertidumbre en el comportamiento de variables económicas a futuro que puede causar pérdidas o poner en peligro la toma de decisiones en las inversiones de una empresa. No sólo se determina, sino que se mide, evalúa y controla las actividades y comportamiento de factores que afecten el entorno económico de una empresa (Gaytán, 2018); (García, 2017). El riesgo nunca va a desaparecer, pero sí se puede mitigar con un previo análisis y las decisiones correctas.

Tasa de descuento.

Es el valor de dinero a recibir en el futuro de un proyecto de inversión. Si el resultado de esta tasa es negativo, significa que el valor actual vale menos que lo que va a valer en un futuro (Vázquez, 2019).

Tasa Interna de Retorno (TIR).

La Tasa Interna de Retorno es una herramienta que sirve para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. “Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos” (Mete, 2014, p. 71).

Valor Actual Neto (VAN).

El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual/presente de la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos.

Para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de expectativa o alternativa/oportunidad, que es una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficios (Mete, 2014, p. 69).

Análisis de viabilidad.

En aspectos económicos, la viabilidad es la probabilidad de éxito que existe en un proyecto. Para mitigar los riesgos en un proyecto de inversión, es necesario examinar los aspectos positivos y negativos del mismo a través del análisis financiero y sus elementos como el VAN y TIR (Rus, 2020).

2.3 Variables

2.3.1 Variable independiente.

Estudio de prefactibilidad.

2.3.2 Variable dependiente.

Sector artesanal.

2.4 Operacionalización de las variables

Tabla 1 Variable Independiente: Estudio de prefactibilidad

Variable Independiente				
Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
El estudio de prefactibilidad es un método de investigación y planificación que permite anticipar riesgos y reconocer alternativas de un proyecto. Orienta a la posibilidad que cumpla con sus objetivos y los recursos sean utilizados eficientemente (Burdiles et al., 2019).	Estudio de Mercado	Competencia	¿Dónde compra usted los sombreros de paja toquilla?	Encuesta a población económicamente activa en Manabí
		Demanda	¿Con qué frecuencia compra usted sombreros de paja toquilla?	
		Preferencias y Prioridades	¿Qué le motiva a usted a comprar un sombrero de Paja Toquilla?	
	Estudio Técnico	Capacidad Instalada	¿Cuál es la máxima cantidad de sombreros que puede producir en un mes?	Entrevista a la presidenta de la asociación ASOARTE

	Tiempo de Elaboración	¿Qué tiempo demora la elaboración de un sombrero de paja toquilla según sus grados?	
	Artesanos necesarios	¿Con cuántos artesanos cuenta la asociación y cuántos de ellos intervienen en la elaboración de un sombrero?	
Estudio Administrativo-legal	Organismos de Control	¿A qué organismos de control le responde la Asociación ASOARTE?	
	Organigrama de la Asociación	¿Cuál es el organigrama de la Asociación ASOARTE?	
	Convenio o Socios Estratégicos	¿Con qué entidades la Asociación ASOARTE ha firmado convenios, recibido ayuda y considera como socio estratégico?	
Estudio Financiero	Inversión Inicial	¿Qué porcentaje de la inversión inicial está dispuesta a asumir la Asociación?	Entrevista a la presidenta de la asociación ASOARTE
	Estados financieros	¿Lleva la Asociación Estados Financieros?	

Indicadores financieros	¿Cuáles indicadores financieros son utilizados para realizar un estudio de prefactibilidad financiera?	Revisión Bibliográfica.
-------------------------	--	-------------------------

Tabla 2 Variable Dependiente: Centro Artesanal

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
El sector económico artesanal pertenece al de la Economía Popular y Solidaria. "A través de los productos artesanales podemos reconocer, diferenciar y admirar cada una de las culturas de las diferentes naciones del mundo" (Chillogalli, 2021).	Centro artesanal	Costo de infraestructura	¿Cuál será el costo total de la creación de un centro artesanal para la Asociación ASOARTE?	Facturas, proformas, análisis de precios y entrevista.
		Tiempo de Construcción	¿Cuánto tiempo tomará la creación de un centro artesanal para la Asociación ASOARTE?	Estimación en la entrevista al profesional encargado de la obra.
		Permisos y Documentos Legales	¿Qué permisos y documentos legales tiene que tener la Asociación para llevar a cabo la creación de un centro artesanal?	Entrevista a la Representante legal de la Asociación ASOARTE.

CAPITULO III

3. Marco metodológico

3.1 Plan de investigación

El enfoque del presente estudio cuali-cuantitativo, cuya base de información será considerada partiendo de cuatro ejes de estudio: de mercado, técnico-legal, financiero y administrativo. Para el estudio de mercado se realizó una encuesta a 384, y para el técnico-legal, administrativo y financiero se realizaron entrevistas a la representante legal de la Asociación de producción artesanal de sombrero de paja toquilla el Milagro ASOARTE (Catalina Zambrano), y a un experto en el área de construcción.

3.2 Tipos de investigación

3.2.1 Descriptiva.

En el presente estudio se recopiló información teórica para fundamentar los aspectos que conllevan un estudio de prefactibilidad (estudio de mercado, administrativo, técnico y financiero), a través de encuestas y entrevistas a diferente público objetivo. “La información suministrada por la investigación descriptiva debe ser verídica, precisa y sistemática. Se debe evitar hacer inferencias en torno al fenómeno. Lo fundamental son las características observables y verificables” (Guevara, et al., 2020, p.166).

3.2.2 De campo.

Nájera (2017) expone que en el proceso de investigación de campo se define la población a analizar, misma que estará definida como los clientes, posibles consumidores, entre otros; esto con el fin de determinar la situación actual y los factores importantes del sector e institución a investigar. Se realizó un diagnóstico de la situación a través de herramientas como la matriz de involucrados y árbol de problemas.

3.3 Fuentes de investigación

3.3.1 Primarias.

Información oral y escrita tomada de las personas entrevistadas y encuestadas para el estudio de prefactibilidad.

3.3.2 Secundarias.

El estudio está apoyado por la parte teórica, como revistas, textos, etc., que sustentan científicamente el enfoque que tienen los cuatro ejes, y una investigación histórica que permitió entender el contexto y los antecedentes del estudio.

3.4 Población

Según los resultados del censo realizados en el año 2010 (INEC, 2010) la población de la provincia de Manabí en el rango de edad entre 25 – 74 es 533.294.

3.5 Tamaño de la muestra

A partir de la información recopilada sobre la población en el rango de edad entre 25 – 74, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * N}$$

donde:

- $N = 533.294$
- $Z = 1.96$
- $p = 0,5$
- $q = 1 - p (0,5)$
- $e = 0,05$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 533.294}{0,05^2}$$
$$n = 384$$

CAPÍTULO IV

4. Análisis e Interpretación de los Resultados

4.1. Resultados de encuesta

El propósito fundamental del presente estudio de mercado es identificar con precisión los gustos y preferencias del mercado objetivo en relación con la adquisición de sombreros de paja toquilla. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante encuestas realizadas a un total de 384 personas.

Con el fin de facilitar el análisis de la encuesta, se implementó una pregunta filtro que permitió continuar con la encuesta únicamente a aquellos que afirmaban comprar sombreros de Paja Toquilla. El 49,3% de los encuestados respondió positivamente a esta pregunta inicial, constituyendo el grupo objetivo para el estudio.

En cuanto a la distribución por edades, se observa que las respuestas más significativas provienen de dos grupos: aquellos menores de 30 años, con un 28,6%, y aquellos de entre 30 y 40 años, con un 22,9%. Por otro lado, el 68,6% de las personas que compran sombreros son mujeres, y el 31,4% tiene ingresos mensuales que oscilan entre \$680 y \$1020.

La mayoría de los encuestados, específicamente el 74,3%, adquiere sombreros principalmente para uso personal, y dentro de este grupo, el 34,62% también los compra con la intención de regalarlos. Un segmento menor, el 2,9%, reveló comprar sombreros con la finalidad de revenderlos.

En cuanto a las motivaciones de compra, se destaca que la calidad es la principal, seguida de cerca por el precio y el valor cultural. Este hallazgo sugiere que la calidad

percibida es un factor determinante en la decisión de compra, respaldado por la relevancia del precio y la conexión emocional con el valor cultural del producto.

El análisis detallado de las respuestas obtenidas revela que el 97,1% de los encuestados realiza la compra de sombreros de paja toquilla una vez al año. Entre los lugares de adquisición más destacados, Montecristi lidera con un 51,43%, seguido por Picoazá con un 20% y Cuenca con un 11,43%. Estos resultados sugieren que Montecristi es el epicentro principal de las transacciones, resaltando la importancia de considerar estrategias para aumentar la presencia y visibilidad de los sombreros de la Asociación en este mercado clave.

En cuanto a la información sobre el producto, el 48,6% de las personas tiene conocimiento de los sombreros a través de redes sociales, mientras que el 51,4% lo descubre en puntos de venta físicos. Un dato relevante es que el 100% de los encuestados prefiere la experiencia de visitar un lugar físico, donde pueden examinar, palpar y probarse el sombrero antes de adquirirlo. Este hallazgo destaca la importancia de mantener presencia en puntos de venta físicos para maximizar la interacción con los potenciales compradores.

En relación al factor precio, el 37,1% de los encuestados está dispuesto a pagar hasta \$45 por un sombrero, seguido por el 25,7% dispuesto a pagar hasta \$35 y el 22,9% dispuesto a pagar hasta \$80, lo cual coincide con el rango de precios ofrecido por la Asociación. Esto sugiere que el precio actual es aceptado por la mayoría de los consumidores encuestados.

En términos de métodos de pago, el 45,7% de los encuestados prefiere realizar pagos en efectivo, mientras que el 28,6% prefiere pagos por transferencia. Estos datos indican la importancia de ofrecer diversas opciones de pago para adaptarse a las preferencias de los consumidores.

Un aspecto destacado es que el 54,3% de los encuestados desconoce la existencia de una Asociación dedicada a la producción de sombreros de paja toquilla. Este hallazgo destaca la necesidad de implementar estrategias de marketing y comunicación para aumentar la visibilidad y conciencia sobre la Asociación.

4.2 Estudio de Mercado

El presente estudio de mercado tiene como propósito analizar detalladamente los gustos y preferencias de los consumidores de nuestro producto, con el fin de identificar las variables y atributos necesarios para alcanzar las metas de ventas establecidas y asegurar la sostenibilidad del proyecto de la Asociación de Producción Artesanal de Sombrero de Paja Toquilla el Milagro (ASOARTE).

En primer lugar, se llevó a cabo un exhaustivo análisis de la demanda para comprender los intereses de la demanda potencial, identificando características estratégicas esenciales para la investigación. Asimismo, se realizó un análisis de la oferta con el objetivo de estudiar el comportamiento de la competencia y analizar los canales de comercialización de ASOARTE.

Este estudio se complementa con el análisis de las variables tradicionales del marketing mix, tales como precio, plaza, producto y promoción. Además, se consideraron aspectos adicionales como el embalaje, el eslogan y la implementación de campañas en redes sociales, especialmente relevantes en mercados globalizados y altamente interconectados.

En este contexto, se definen los productos con potencial para ingresar tanto en el mercado local como internacional. Además, se analizan las condiciones de la plaza,

proponiendo mejoras en el centro de acopio y venta para facilitar el acceso y motivar la compra de los consumidores habituales.

Asimismo, se determina el sistema de promoción necesario para difundir los productos, identificando los canales de comunicación pertinentes y estableciendo un sistema de gestión de ventas que permita la entrada a nuevos mercados o elevar la percepción de los productos en los mercados existentes.

La fijación de precios se aborda considerando las condiciones del mercado, los valores de productos similares y sustitutos, y la demanda existente en sombreros de paja toquilla. En resumen, este estudio proporciona un enfoque integral que guiará las estrategias de marketing y ventas de ASOARTE, asegurando un posicionamiento efectivo en los mercados locales e internacionales.

4.2.1 Análisis de demanda

4.2.1.1 Caracterización de la demanda.

Según un estudio de mercado de Pro Ecuador (2018) el mercado objetivo se concentra en adultos aproximadamente entre 40 y 55 años de edad, con poder adquisitivo alto y medio alto. La creciente demanda internacional de sombreros, impulsada por el reconocimiento de su calidad, ha experimentado un notable aumento en los últimos años. Sin embargo, la eficacia del punto principal de comercialización, ubicado en Picoazá, se ve comprometida debido a su difícil accesibilidad y falta de presencia en puntos turísticos estratégicos. Esta situación impide que los visitantes extranjeros conozcan la oferta de sombreros de la Asociación.

Es imperativo considerar la tendencia de consumo actual y replantear la estrategia de ubicación de venta. La fábrica, que actúa también como punto de venta, requiere una reevaluación para asegurar que esté ubicada en lugares de fácil acceso y en áreas turísticas clave. Esto garantizará que los potenciales compradores extranjeros estén informados y tengan acceso a la compra de sombreros de alta calidad durante su visita a la ciudad.

En este contexto, es esencial explorar la posibilidad de identificar y captar nuevos segmentos de mercado local. Al entender las preferencias y necesidades de los consumidores locales, la Asociación puede adaptar su oferta de productos y estrategias de marketing para satisfacer de manera efectiva las demandas del mercado interno.

La optimización de la ubicación de venta y la adaptación a las tendencias de consumo actuales son pasos fundamentales para aprovechar la creciente demanda internacional y explorar nuevas oportunidades en el mercado local. Estas acciones estratégicas no solo fortalecerán la posición de la Asociación en el mercado, sino que también permitirán un mayor alcance y éxito en la comercialización de los sombreros.

4.2.2 Análisis de oferta

Además de El Milagro, en Picoazá centro, Los Higuerones, Costa Rica y Montecristi se encuentran artesanos que se dedican al tejido del sombrero de paja toquilla, mismos que son considerados como competencia directa. Entre ellos se destacan los competidores de Montecristi debido a que el renombre internacional con el que cuentan le otorga una posición favorable a la hora de comercializar sus sombreros. El sombrero de Montecristi es reconocido como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, lo cual es una desventaja para competir en cuanto a reconocimiento de la marca de Picoazá.

Los sustitutos como los sombreros del mismo diseño, pero con materiales sintéticos perjudican a la red de artesanos de sombreros de paja toquilla ya que son más económicos. La Asociación además del sombrero “Picoazá Toquilla Hat”, realizan bajo pedido carteras y productos de hogar.

El sombrero de paja toquilla es confeccionado de manera artesanal por tejedoras y tejedores, el tiempo que toma el tejido depende de la calidad del sombrero. Una vez culminado el proceso de tejido, el sombrero pasa por un proceso que toma aproximadamente tres días (si hay buen sol para el proceso del secado) para estar listo para su comercialización. Los proveedores son intermediarios de la parroquia Picoazá, a quienes se les compra la materia prima al contado.

4.2.1 Segmentación

La estrategia de segmentación del mercado se ha diseñado considerando diversos criterios para identificar y llegar de manera efectiva a nuestro público objetivo. Desde una perspectiva geográfica, nos enfocaremos en hoteles ubicados en ciudades con una alta afluencia de turistas, así como en cruceros, aprovechando las oportunidades en destinos de gran interés. En cuanto a la demografía, nos dirigiremos a personas entre los 40 y 55 años basándonos en el estudio de Pro Ecuador previamente mencionado, de preferencia con nivel educativo básico - medio y un poder adquisitivo alto y medio alto. La segmentación psicográfica se centra en individuos preocupados por la salud, apreciadores del trabajo artesanal y seguidores de tendencias de moda. Por último, desde una perspectiva comportamental, nos dirigiremos a clientes interesados en sombreros de alta calidad y aquellos que deseen personalizar su producto, ofreciendo así opciones a medida para satisfacer sus necesidades y preferencias individuales. Este enfoque integral nos permitirá

adaptar nuestras estrategias de marketing y ventas de manera precisa, garantizando un mayor impacto en el mercado.

Tabla 3 Segmentación

Geográfica	Hoteles con estrategias de venta en ciudades con más afluencia de turistas. Cruceiros.
Demográfica	Edad: Entre 40 y 55 años. Sexo: Indiferente. Nivel educación: Básica – media. Poder adquisitivo: Medio alto – alto. Residencia: Indiferente.
Psicográfica	- Personas que se preocupen por su salud. - Personas que valoren el trabajo artesanal. - Personas que siguen tendencias de moda.
Comportamental	- Clientes interesados en obtener un sombrero de buena calidad. - Clientes que tienen la opción de personalizar su producto.

Nota. Elaborada por autores.

4.1.5 Análisis comercialización

En la actualidad, la Asociación de Producción Artesanal de Sombrero de Paja Toquilla el Milagro (ASOARTE) gestiona dos canales de distribución para llegar a sus consumidores. Estos canales son el canal directo, que involucra la conexión directa entre la Asociación y el consumidor final, y el canal detallista, que incluye la participación de un detallista entre la Asociación y el consumidor.

Dentro del canal directo, se implementan dos líneas estratégicas. En primer lugar, se llevan a cabo ventas directas de sombreros terminados al consumidor final, quienes pueden adquirirlos directamente en el local de la Asociación o a través de la página web y redes sociales de la organización. En segundo lugar, se realizan ventas de sombreros en su estado "crudo" a la competencia, que posteriormente los vende al consumidor final. Esta dualidad

de enfoques permite a ASOARTE abordar diferentes segmentos de mercado y satisfacer diversas demandas.

Por otro lado, el canal detallista cuenta con cinco puntos de venta, cuatro de los cuales están ubicados estratégicamente en Portoviejo y uno en Texas, Estados Unidos. Esta diversificación geográfica amplía la presencia de ASOARTE tanto a nivel local como internacional, permitiendo llegar a diferentes públicos y mercados.

La implementación de estos dos canales de distribución demuestra la versatilidad de la estrategia comercial de ASOARTE, adaptándose a las necesidades y preferencias de los consumidores, así como aprovechando oportunidades de expansión en mercados específicos. La combinación de canales directos y detallistas proporciona a la Asociación una mayor flexibilidad y alcance para consolidar su presencia en el mercado de sombreros de paja toquilla.

4.1.6 Marketing mix

4.1.6.1 Producto.

Es crucial que la Asociación mantenga un compromiso constante con la producción de productos de alta calidad que se alineen con los intereses y preferencias de sus clientes, especialmente en lo que respecta al diseño. La calidad de los sombreros de paja toquilla no solo influye en la satisfacción del cliente, sino que también contribuye a la reputación de la Asociación en el mercado.

Para lograr esto, es esencial llevar a cabo una atención meticulosa en cada etapa del proceso de producción, desde la selección de materiales hasta la elaboración final del sombrero. Garantizar la calidad implica mantener altos estándares de artesanía, durabilidad

y estética, de manera que cada producto cumpla o supere las expectativas del consumidor. En cuanto al diseño, la Asociación debe estar atenta a las tendencias del mercado y a las preferencias cambiantes de los clientes. La versatilidad en los diseños, la incorporación de elementos innovadores y la atención a detalles estéticos pueden marcar la diferencia.

La combinación de productos de calidad y diseños atractivos no solo fortalecerá la posición competitiva de la Asociación en el mercado, sino que también fomentará la lealtad de los clientes y atraerá a nuevos consumidores.

4.1.6.2 Precio.

Los resultados del estudio de mercado muestran claramente que existe una alineación favorable entre la disposición de los consumidores a pagar y los precios que la Asociación puede establecer para sus productos. La ventana de precio identificada, que oscila entre \$45 y \$80, es congruente con el proceso de fabricación de la Asociación y los costos asociados.

Esta correlación positiva entre la percepción de valor por parte de los consumidores y los costos de producción ofrece una oportunidad estratégica para la Asociación de Producción Artesanal de Sombrero de Paja Toquilla el Milagro (ASOARTE). La capacidad de ofrecer sombreros dentro de este rango de precios sugiere que la Asociación puede mantener un equilibrio rentable entre la calidad percibida de sus productos y la accesibilidad financiera para los clientes.

4.1.6.3 Plaza.

La elección de un punto estratégico para la distribución y venta de los productos de la Asociación es un enfoque clave que puede potenciar significativamente el alcance y la visibilidad de la organización. La ubicación propuesta, en un lugar concurrido por turistas extranjeros y nacionales, es una decisión acertada que puede generar beneficios significativos para la Asociación de Producción Artesanal de Sombrero de Paja Toquilla el Milagro (ASOARTE).

El centro artesanal propuesto no solo serviría como un punto de venta, sino también como un espacio donde los visitantes pueden experimentar directamente la artesanía y la tradición detrás de la producción de los sombreros. Esto puede agregar un componente experiencial que fortalecerá la conexión emocional de los consumidores con los productos de la Asociación.

4.1.6.4 Promoción.

La identificación de las preferencias de los consumidores en el estudio de mercado es un hallazgo valioso para la estrategia de marketing de la Asociación de Producción Artesanal de Sombrero de Paja Toquilla el Milagro (ASOARTE). La preferencia detectada de obtener información sobre los productos a través de las redes sociales y en puntos de venta físicos indica dos canales clave a los que la organización debería dirigir sus esfuerzos de comunicación.

4.1.6.5 Estrategias.

Con el fin de potenciar las 4P del marketing mix, se pretende implementar las siguientes estrategias:

Tabla 4 Estrategias del Marketing Mix

Estrategias	
Producto	En la etiqueta contar brevemente la historia del sombrero y el tiempo de elaboración del mismo (cada sombrero es único).
Precio	Aumentar el precio luego de revalorizar la cultura, la marca y el valor artesanal y patrimonial.
Plaza	Establecer puntos de exhibición y venta en localizaciones estratégicas (turísticas). Capacitarse en el manejo de redes sociales para llegar al público deseado.
Promoción	Potenciar la promoción con la historia del sombrero de paja toquilla y la importancia de preservar algo considerado como patrimonio universal.

Nota. Elaborada por autores.

4.2. Estudio Técnico – Legal

Este estudio se realizó para determinar la estructura de la organización, capacidad de producción, distribución geográfica del mercado, actividades de instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

4.2.1 Tamaño

La disponibilidad de mano de obra entre los socios de la Asociación proporciona una base sólida para cubrir la demanda promedio del mercado. Sin embargo, la flexibilidad para contratar alrededor de 200 artesanos adicionales de la comunidad cuando la demanda

supera lo habitual demuestra una capacidad de respuesta efectiva a las fluctuaciones del mercado.

El hecho de que la Asociación pueda contratar artesanos adicionales de la comunidad cuando sea necesario demuestra una capacidad de adaptación positiva. Este enfoque permite ajustar la capacidad de producción en función de la demanda variable, lo que puede ser clave para gestionar eficazmente picos estacionales u oportunidades de mercado inesperadas.

4.2.2 Localización

La Provincia de Manabí, situada en el noroeste de Ecuador, ocupa una posición central tanto en la región litoral como en el conjunto del país. Su ubicación geográfica la coloca en una posición estratégica, limitando al norte con Esmeraldas, al sur con Guayas, al este con Guayas y Pichincha, y al oeste con el Océano Pacífico. Con una extensión de 18,878.8 kilómetros cuadrados, representa aproximadamente el 7% del territorio nacional y el 30% del área de las cuatro provincias costeras de Ecuador.

La provincia de Manabí alberga un tesoro cultural reconocido a nivel mundial: el tejido tradicional de sombreros de paja toquilla. Este arte ha sido declarado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO desde el 5 de diciembre de 2012. Esta distinción resalta la importancia y singularidad de la artesanía local, otorgándole un estatus de reconocimiento internacional.

En el corazón de la provincia se encuentra el cantón Portoviejo, con una población aproximada de 330,000 habitantes y una superficie de 967.5 kilómetros cuadrados. Portoviejo limita al norte con los cantones Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar, al sur con el

cantón Santa Ana, al oeste con el cantón Montecristi y el Océano Pacífico, y al este con los cantones Pichincha y Santa Ana.

La parroquia Picoazá se ubica a orillas del Río Portoviejo a unos 5 km al noroeste del centro de la capital Manabita (Portoviejo). Tiene una población cercana a los 19.000 habitantes. Las principales actividades de la población de Picoazá son: Servicios, comercio al por mayor y menor, agricultura en menor escala, considerándose también una actividad importante el tejido de sombreros de paja toquilla realizado generalmente por una gran cantidad de adultos mayores, en su mayoría mujeres, que mediante esta actividad aportan a los ingresos familiares generando una dinámica de producción y comercialización intermedia de sombreros que finalmente serán acabados y comercializados como producto final en ciudades como Montecristi o Cuenca (AVSI, CUET, Municipio de Portoviejo, et al., 2017).

4.2.3 Ingeniería

Los estudios de ingeniería representan la parte técnica del proceso y procedimiento del proyecto. Implica definir los recursos técnicos de maquinarias, equipos y material requerido para cumplir las características del producto señalados en el estudio de mercado. Se muestra estos aspectos en los valores de inversión en activos fijos y de capital de trabajo que complementan la información del estudio financiero.

4.2.3.1 Descripción.

El producto definido está acorde a las características planteadas en el estudio de mercado. Manteniendo en la descripción los aspectos técnicos y clasificación del sombrero artesanal. Esta información se muestra en la siguiente tabla:

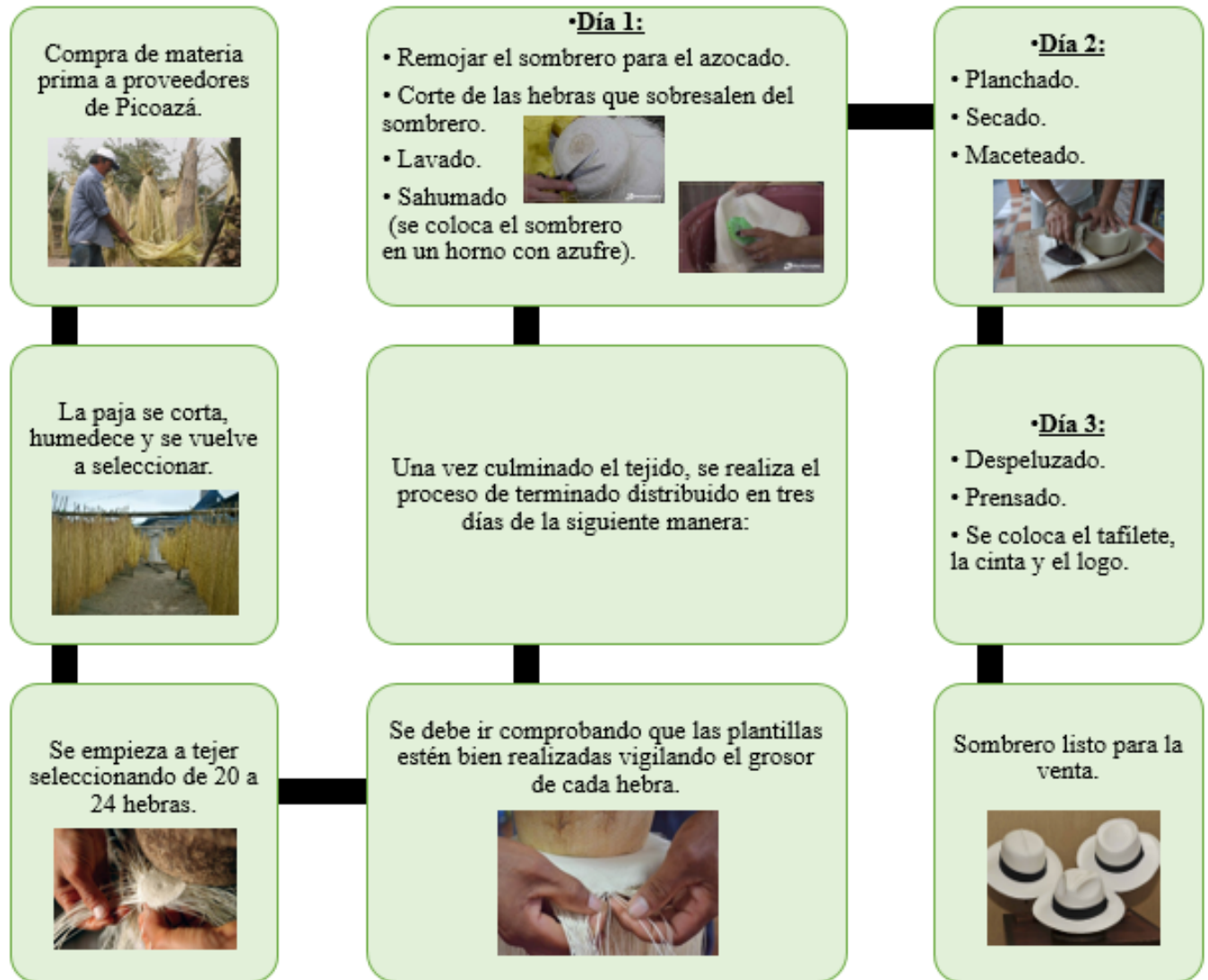
Tabla 5 Descripción del Producto

Producto base:	Sombrero artesanal de paja toquilla.
Producto real:	Sombrero con cinta y etiqueta que indica talla, modelo, grados y tiempo de elaboración.
Producto ampliado:	Producto entregado al consumidor final en caja o bolsa especial para sombreros.

Nota. Elaborada por autores.

4.2.3.2 Proceso productivo.

Figura 1 Descripción del Proceso Productivo






Nota. Elaborado por autores.

4.2.3.3 Disponibilidad de maquinaria y equipo.

La Asociación cuenta con la maquinaria y equipos necesarios para cumplir su actividad productiva y comercial, mismas que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 6 Maquinaria y Equipo

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Descripción	Foto
Maceteadora	1	Para dar la forma uniforme al tejido del sombrero.	
Cocina industrial	1	Hervir el agua con otros ingredientes para dar color a la paja toquilla.	
Paila de acero inoxidable	1	Recipiente para hervir el agua en el proceso de hervir el agua + canastilla para retirarla.	

Prensa
hidráulica

1

Para dar forma a la copa o
corona.



Plancha
hidráulica

1

Planchado para reafirmar.



Máquina
eléctrica
industrial

1

Coser los tafletes y forros de
algunos de los productos
elaborados con paja toquilla.



Mesa de
Trabajo

1

Se realiza la parte de
decoración del sombrero.



Moldes	31	Moldear los sombreros con las medidas acorde al cliente.
--------	----	--



Vehículo	1	Movilizar al personal.
----------	---	------------------------



Nota. Elaborada por autores.

4.2.3.4 Disponibilidad de mano de obra.

La composición de la mano de obra en la Asociación, con 21 mujeres y 2 hombres involucrados en el proceso productivo del sombrero, refleja una diversidad en la fuerza laboral. Además, la capacidad de la Asociación para tener a su disposición alrededor de 200 artesanos de la parroquia Picoazá representa una ventaja significativa.

4.2.3.5 Distribución de la planta.

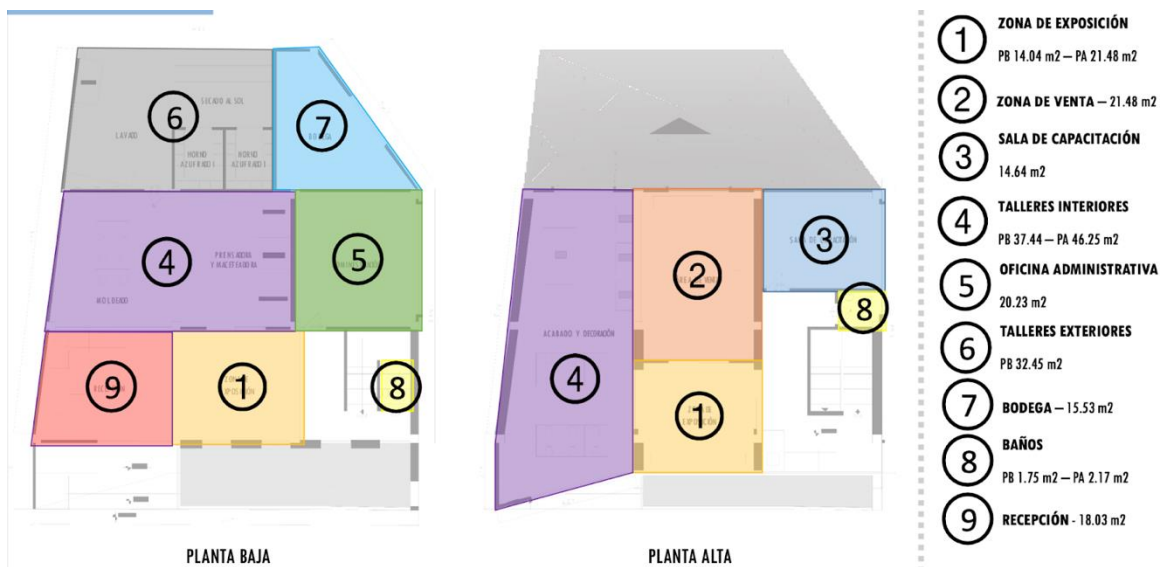
Actualmente la Asociación renta un espacio en el cual se realiza gran parte del proceso productivo de sombreros y a la vez donde se comercializan los mismos. El Municipio de Portoviejo hace unos años planeó apoyar la creación de un centro artesanal para los productores de sombreros de paja toquilla. La infraestructura fue presentada por ellos de la siguiente manera:

Figura 2 Fachada por fuera del proyecto



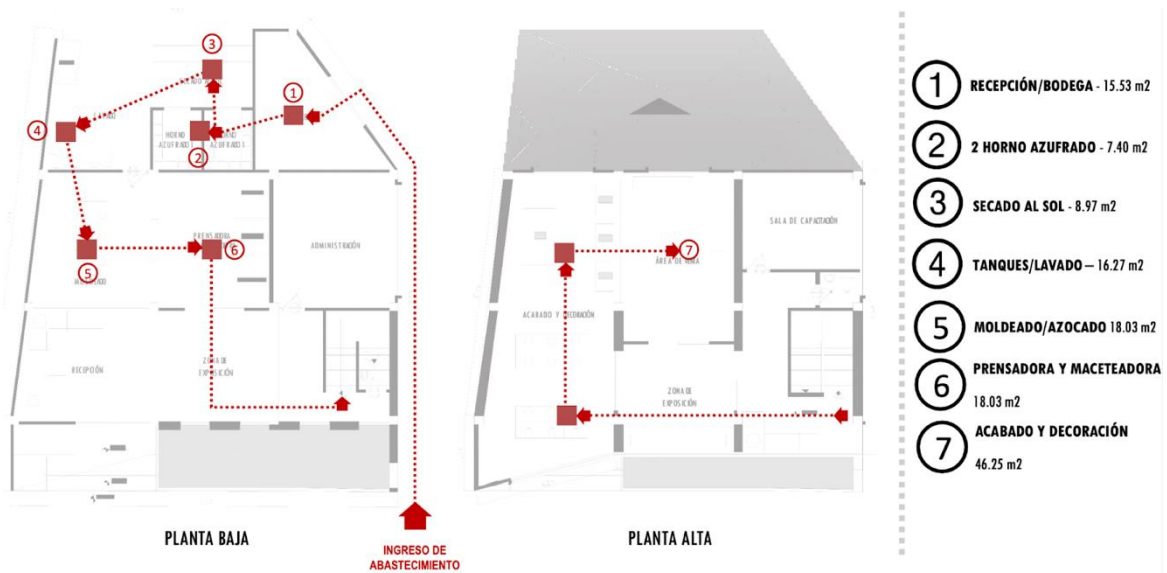
Nota. Tomado de Municipio de Portoviejo.

Figura 3 Zonificación



Nota. Tomado de Municipio de Portoviejo.

Figura 4 Proceso de Producción



Nota. Tomado de Municipio de Portoviejo.

4.3 Estudio Administrativo

En este estudio se determina el aspecto organizacional de la Asociación para analizar los recursos humanos, físicos y tecnológicos de la misma con la finalidad de utilizarlos de manera eficiente y eficaz. Para este fin, la Asociación registra aspectos de su Plan Estratégico que permite guiar las acciones de este cuerpo colegiado. Dentro de estos aspectos, se muestra aspectos de la cultura empresarial y los fines de la misma.

4.3.1 Misión

Recuperar el valor cultural, ancestral, social y económico de la actividad del tejido de sombreros de paja toquilla mediante el trabajo organizativo y la comercialización solidaria de los mejores sombreros de paja toquilla del mundo.

4.3.2 Visión

Facilitar a nuestros clientes el acceso a la mejor prenda de vestir producida socialmente y convertirnos en el primer referente nacional e internacional de producción y comercialización de sombreros artesanales.

4.3.3 Principios

Según el Art. 4 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011), 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.

4.3.4 Análisis de macroambientes (OA)

El sombrero de paja toquilla causa gran interés y admiración en el mercado internacional debido a que los productos artesanales son valorados por ser únicos y de gran calidad. Actualmente la asociación utiliza su capacidad productiva en un 20%, lo que le da

la oportunidad de poder crecer sus ventas y cumplir con sus pedidos. No obstante, el interés y la apreciación cultural son escasos, lo que genera que la demanda en el territorio sea insuficiente para que la Asociación sea un negocio rentable. Sumando a esa situación, los competidores se encuentran mejor posicionados.

4.3.5 Análisis de medio interno (FD)

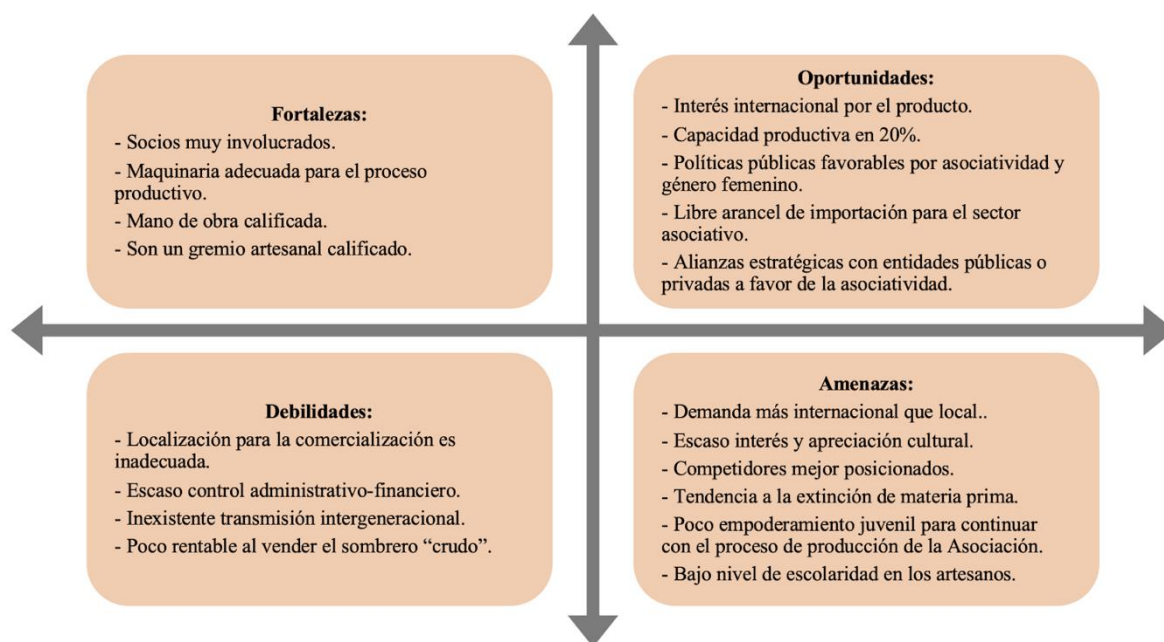
Los socios de la Asociación se encuentran muy involucrados en la actividad y para ello cuentan con la maquinaria adecuada y mano de obra calificada. Sin embargo, la transmisión intergeneracional cada vez es más reducida lo cual provoca que la mano de obra de calidad de los artesanos vaya desapareciendo.

La localización no es la adecuada estratégicamente y los artesanos se han visto obligados a vender el sombrero “crudo”, lo que resulta poco rentable.

4.3.6 FODA

Se determinaron los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) de la Asociación para desarrollar un plan estratégico que permita el correcto desarrollo de la organización, mismos que se detallan a continuación:

Figura 5 FODA



Nota. Elaborada por autores.

4.3.7 Análisis PESTEL

4.3.7.1 Análisis político.

Los emprendimientos del sector financiero popular y solidario deben ser reconocidos, fomentados y fortalecidos con el fin de que exista el buen vivir, comercio justo y responsable, equidad de género y distribución equitativa y solidaria. Hay instituciones que se encargan de desarrollar proyectos de inclusión financiera y económica, pero es importante que exista apoyo de los gobiernos en el proceso de ajustar políticas que permitan el desarrollo de este sector (Arias Casillas, 2018).

El gobierno actual no ha dirigido suficientes esfuerzos hacia el sector popular y solidario, descuidando la vital tarea de reactivar su economía, especialmente después de una pandemia que ha resultado perjudicial para este sector. Esta falta de atención

gubernamental ha puesto a las asociaciones en una posición complicada, obligándolas a buscar fuentes alternativas de financiamiento o, en muchos casos, a considerar la dolorosa decisión de abandonar sus emprendimientos debido a la falta de rentabilidad.

El sector popular y solidario, compuesto por pequeñas asociaciones y emprendimientos, desempeña un papel fundamental en la economía local y en la generación de empleo. Sin embargo, la falta de apoyo gubernamental ha dejado a estas organizaciones luchando por mantenerse a flote en un entorno económico desafiante.

Es imperativo que las políticas gubernamentales se enfoquen en fortalecer y revitalizar el sector popular y solidario, reconociendo su importancia para la economía y brindando el apoyo necesario para su recuperación y prosperidad a largo plazo.

4.3.7.2 Análisis económico.

El índice de inflación en el país para diciembre de 2022 fue del 3,74% según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022).

El incremento de la inflación es perjudicial para la Asociación debido a que el precio de la materia prima y otros materiales necesarios para la producción podrían elevarse.

No hay estabilidad económica para las personas que se dediquen sólo a esta actividad porque hay producción suficiente pero no suficientes pedidos. Las ferias que hacen los gobiernos son de gran ayuda para el sector artesanal.

4.3.7.3 Análisis social.

Es importante destacar la contribución diversa de género en la producción, lo cual puede influir positivamente en la calidad y la creatividad de los productos. Son más

mujeres las involucradas en la Asociación (21 de los 23 socios) lo que permite el aumento del nivel de autonomía y promueve al empoderamiento de la mujer.

Cada vez existe menos interés de las nuevas generaciones por formar parte de los artesanos dedicados a la producción de sombreros de paja toquilla. La mayoría de los artesanos actuales son adultos/adultos mayores por lo que se prevé que en unos años esta profesión y cultura desaparezca.

Los emprendimientos son parte de la productividad de un país y aportan a disminuir el desempleo y pobreza. Es por esto que se deben crear leyes y programas que impulsen los emprendimientos, más aún si estos son artesanales.

4.3.7.4 Análisis tecnológico.

Los socios de ASOARTE cuentan con un nivel de la parte productiva que les permite que la producción sea eficaz sin perder la calidad y también el conocimiento del tejido, que va de generación en generación y es declarado patrimonio de la UNESCO.

La carencia de conocimientos administrativos dentro de la Asociación crea una dependencia significativa de aquellos pocos que sí poseen estas habilidades.

En cuanto al proceso de elaboración de los sombreros, se destaca que este puede extenderse hasta 3 días después de completar el tejido, aunque este período está sujeto a las condiciones climáticas. La dependencia del clima para el secado del sombrero puede resultar en demoras considerables en la producción. Se reconoce la existencia de una máquina especial diseñada para eliminar esta dependencia climática y agilizar el proceso, sin embargo, lamentablemente, la Asociación aún no cuenta con esta herramienta.

La adquisición de una máquina especializada podría no solo optimizar el tiempo de producción, sino también reducir la vulnerabilidad ante condiciones climáticas adversas. Esta inversión podría considerarse como un paso estratégico para mejorar la eficiencia y la autonomía operativa de la Asociación, permitiendo un mayor control sobre los tiempos de producción.

4.3.7.5 Análisis ecológico.

La materia prima para el proceso de elaboración del producto es escasa. No existen alianzas estratégicas entre instituciones como Ministerio de Ambiente, Ministerio de Agricultura, Asociación de Tejedores de Paja Toquilla para aumentar la inversión en el cultivo de la paja toquilla.

4.3.7.6 Análisis legal.

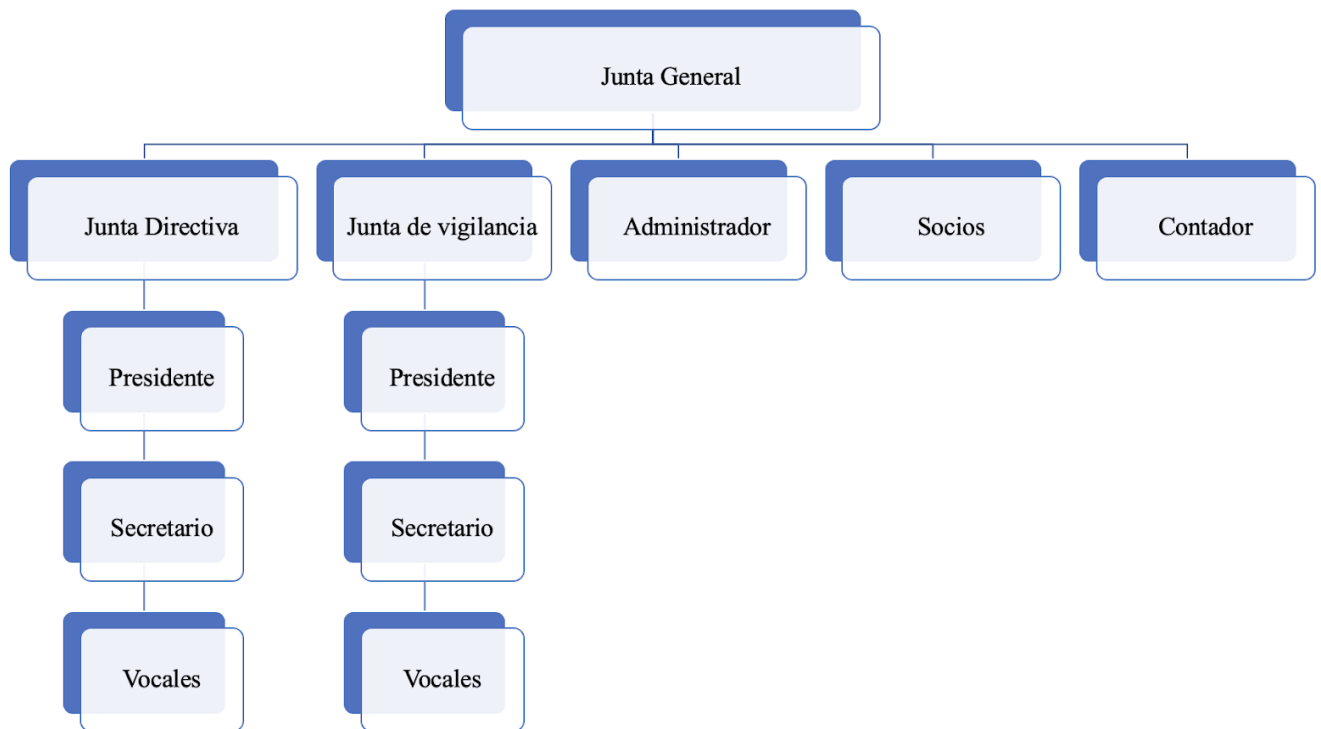
Existe un marco legal normativo para el sector asociativo como la Constitución de la República y la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, en el que se establece que se garantiza la libertad de asociación con fines pacíficos y se pretende normar y organizar a las personas que buscan el bien común en base a la productividad incluyente, participativa y equitativa.

4.3.7.8 Organigrama.

Otro aspecto dentro del estudio administrativo dentro de la organización está el organigrama estructural de la Asociación. Esta estructura permite definir los niveles de funciones y de responsabilidad dentro de la Asociación de acuerdo a la normativa y estatuto vigente. Sin embargo, no representa un organigrama funcional de empresa, debido a la falta

de departamento formales y por el tipo de modelo de negocio que mantiene en la actualidad la Asociación. Se muestra el organigrama en la siguiente figura:

Figura 6 Organigrama de la Asociación



Nota. Elaborado por autores.

4.3.7.9 Descripción de funciones.

La descripción detallada de funciones en base a los cargos en la Asociación ASOARTE es esencial para una gestión eficiente de recursos humanos, proporcionando claridad, orientación y un marco sólido para la evaluación y el desarrollo de los asociados.

La Asociación cuenta con varios cargos, mismos que tienen sus funciones independientes detalladas a continuación:

Tabla 7 Funciones de los cargos

CARGO	FUNCIONES
Junta General	* Aprobar las cuentas del año. * Modificar estatutos.
Junta Directiva	* Representar a la Asociación.
Junta de Vigilancia	* Es el órgano interno de las actividades económicas que responde a la Asamblea General.
Presidente	* Firmar documentación de firma conjunta con la representante legal.
Vicepresidente	* Representar al presidente cuando esté ausente.
Tesorero	* Llevar los registros contables de la Asociación.
Secretaria	* Hacer actas o informes de las reuniones.
Representante Legal/Administrador	* Llevar la correcta administración. * Realizar trámites. * Aprobar presupuestos. * Analizar proyectos y contratos.
Socios	* Asistir a las reuniones. * Votar por lo que cree mejor para la Asociación.
Contador	* Realizar estados financieros. * Hacer declaraciones.
Jefe de Producción	* Analizar pronósticos de ventas. * Supervisar la producción y cerciorarse que se cumpla de manera correcta el proceso productivo.
Producción	* Elaboración del producto.
Jefe de Calidad	* Realizar constantes controles de calidad.
Jefe de Comercialización	* Manejo de redes sociales. * Analizar posibles puntos de venta.

Nota. Elaborada por autores.

CONCLUSIONES

- En este análisis integral del mercado para la Asociación de Producción Artesanal de Sombrero de Paja Toquilla el Milagro (ASOARTE), se destaca una clara identificación del mercado objetivo, enfocándose en adultos de 40 a 55 años con poder adquisitivo alto y medio alto; y turistas que se interesen por lo cultural y artesanal. La competencia, especialmente de artesanos reconocidos internacionalmente en Montecristi, demanda una estrategia de diferenciación mediante la destacada calidad de los productos. El marketing mix resalta la necesidad de mantener altos estándares de calidad, precios alineados con la disposición de los consumidores, ubicaciones estratégicas y una sólida estrategia de promoción, especialmente en redes sociales y puntos de venta físicos. Además, la adaptación a las preferencias del consumidor, centrada en la calidad y el valor cultural, así como la importancia del canal de comunicación físico, refuerzan la necesidad de una presencia efectiva en el mercado. La falta de conocimiento de la marca subraya la necesidad de estrategias de marketing y comunicación para aumentar la conciencia y visibilidad de la Asociación.
- La Asociación de Producción Artesanal de Sombrero de Paja Toquilla el Milagro (ASOARTE) demuestra una capacidad de respuesta efectiva a la demanda del mercado al contar con una base sólida de mano de obra entre sus socios y la flexibilidad para contratar hasta 200 artesanos adicionales cuando la demanda supera lo habitual. En cuanto a la ubicación estratégica, la parroquia Picoazá representa un tesoro cultural. La distinción de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO destaca la importancia y singularidad de esta artesanía

a nivel internacional. La distribución propuesta para la planta, incluye tanto el proceso productivo como la comercialización, destinando un espacio a la exposición de los procesos que se llevan a cabo en la elaboración del sombrero y su historio, simulando el estilo de un museo. Esto aportará a que los visitantes nacionales e internacionales puedan apreciar de mejor manera todo lo que conlleva la elaboración e importancia cultural del sombrero de paja toquilla, dándole así un valor agregado a la experiencia de la compra.

- La Asociación tiene una misión y visión claramente definidas, centrándose en la recuperación del valor cultural y económico del tejido de sombreros de paja toquilla, así como en la comercialización solidaria de productos de alta calidad. Su compromiso con los principios de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria refleja valores éticos, equidad de género y responsabilidad social y ambiental. Aunque enfrenta desafíos como la falta de apreciación cultural y la competencia en el mercado nacional, su capacidad productiva ofrece oportunidades de crecimiento. Internamente, la implicación activa de los socios y la disponibilidad de recursos son fortalezas, pero la transmisión intergeneracional y la venta de sombreros "crudos" son debilidades. Además, el análisis PESTEL destaca la falta de apoyo gubernamental, desafíos económicos y sociales, así como la necesidad de mejoras tecnológicas y ecológicas. A pesar de estos desafíos, la Asociación se beneficia del marco legal existente que respalda su modelo de Asociación y Economía Popular y Solidaria.
- Se debe realizar un estudio del proyecto de la Asociación ASOARTE respaldado por un análisis financiero detallado y estratégico, para determinar si es viable. La

combinación de financiamiento externo a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN) y un aporte propio, sería una opción.

CAPÍTULO V

5.1 Propuesta

5.1.1 Título de la Propuesta

Creación de un centro artesanal para la Asociación de producción artesanal de sombreros de paja toquilla El Milagro ASOARTE, a través de un estudio de prefactibilidad.

5.1.2 Autores de la Propuesta

- Tatiana Camila Egüez Nevárez
- Erick Octavio Zambrano Salvatierra

5.1.3 Empresas Auspiciantes

Ninguna

5.1.4 Área que Cubre la Propuesta

Este proyecto abarcará la provincia de Manabí, ciudad de Portoviejo, en la Parroquia Picoazá.

5.1.5 Fecha de Presentación

Marzo 2024

5.1.6 Fecha de Terminación

La fecha de entrega de este proyecto está establecida para el mes de abril del año 2024, previo a la sustentación del mismo.

5.1.7 Duración de Proyecto

La duración del presente proyecto de investigación se rige en base al cronograma otorgado por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, luego de haber sido aprobado su propuesta y estructura, la misma que debe estar dividida en capitulados relacionados con el progreso mercadotécnico, administrativo, técnico, legal y financiero que además pueda aportar con la comunidad para posteriores investigaciones.

5.1.8 Participantes del Proyecto

- Autores del proyecto
- Tutor y docentes de titulación
- Miembros de la Asociación ASOARTE
- Público en general

5.1.9 Objetivo General de la Propuesta

Crear un estudio financiero que permita demostrar la viabilidad de la creación de un centro artesanal de sombreros de paja Toquilla de la Asociación ASOARTE, EN Milagro de Picoazá.

5.1.10 Objetivo Específicos

- Definir los estados financieros proyectados de forma anual hasta cumplir con el periodo de 5 años (60 meses).
- Pronosticar la inversión requerida para llevar a cabo la iniciativa del proyecto.
- Conocer la rentabilidad de la inversión.

5.1.11 Beneficiarios Directos

- Autores del proyecto

5.1.12 Beneficiarios Indirectos

- Miembros de ASOARTE
- Público en general

5.1.13 Impacto de la Propuesta

El centro artesanal de sombreros de paja toquilla en Milagro de Picoazá, es una iniciativa que promete cumplir con la satisfacción de los compradores y asociados, tanto por la facilidad de ubicar la sede de la asociación en un lugar visible, así como generar empleo y rentabilidad para sus asociados.

5.1.14 Descripción de la Propuesta

La siguiente propuesta, tiene como finalidad mostrar la viabilidad de un estudio de prefactibilidad para la creación de un centro artesanal de sombreros de paja toquilla para la Asociación ASOARTE en Milagro, Picoazá.

Es importante destacar que la factibilidad de este estudio se basa en la información recopilada a partir de los datos provistos por el Banco Central del Ecuador, dado que es crucial examinar la situación actual del desarrollo económico del país y su respectiva información.

5.1.15 Proyección de gastos

Para lograr una visión clara y detallada de las inversiones y compromisos financieros que requiere el emprendimiento para su operación y desarrollo sostenible, se desglosan los gastos estimados del proyecto. En estos valores se contemplan los egresos por cargos administrativos, de ventas y otros que requiere el proyecto para su ejecución. Se incluye valores por servicios básicos y de mantenimiento que, a pesar de naturaleza técnica, se han incluido como administrativo por la amplitud de la cuenta. Los valores de estos egresos se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 8 Proyección de Gastos

Gastos Administrativos		
	Honorario profesional	COSTO ANUAL
Contador	20,00	240,00
GASTO TOTAL		\$ 240,00

Nota. Elaborada por autores.

Tabla 9 Proyección de Otros Gastos

Otros Gastos			
ITEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	
Publicidad	\$ 20,00	\$ 240,00	
Mantenimiento de página Web	\$ 16,67	\$ 200,00	
Pago de Patentes	\$ -	\$ 30,00	

Cuerpo de Bomberos	\$	-	\$	15,00
Pagos Municipales	\$	-	\$	15,00
Gasto Vehicular	\$	-	\$	175,00
Mantenimiento de Maquinaria	\$	-	\$	1.000,00
Mantenimiento de Moldes	\$	-	\$	50,00
Gasolina	\$	40,00	\$	480,00
TOTAL DE GASTOS			\$	2.205,00
TOTAL DE GASTOS			\$	2.445,00

Nota. Elaborada por autores.

5.2 Estudio Financiero y Económico

5.2.1 Inversión inicial

El proyecto tiene un costo total de \$270.076,48 de los cuales la Asociación cuenta con \$ 80.708,72 por lo que el financiamiento externo deberá ser de \$189.367,76, mismo que será destinado a la compra de una máquina para el secado de sombrero, para tres meses de capital de trabajo y la construcción de un centro artesanal. Los valores de aporte de la Asociación corresponde a las inversiones de equipos empleados en la actualidad para la confección de los sombreros, siendo valores que en algunos casos tiene depreciación de años anteriores que en la estimación de la depreciación se consideran para la estimación del tiempo de vida útil de los mismos.

5.2.2 Balance inicial

De los activos fijos de la Asociación, se posee el 31,26%. Para completar el porcentaje total de los mismos es necesaria la compra de una máquina secadora de sombreros cuyo precio

es \$ 5.000, representando el 1,94% y la construcción de un centro artesanal que representa el 66,80%.

Para calcular el capital de trabajo y considerarlo en el financiamiento, se extrajo el costo total del primer año \$ 45.146,05 y del total de gastos \$ 2.445,00 (referencia en tablas 10 y 11 del estudio administrativo). Ambos rubros se los dividió para 4 para así conocer el capital de trabajo de los primeros tres meses de operación, dejando así un capital de trabajo de \$ 11.897,76.

Tabla 10 Inversiones Iniciales

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Maceteadora	1	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00
Cocina Industrial	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Prensa Hidráulica	1	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00
Plancha Hidráulica	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Máquina industrial de coser	3	\$ 300,00	\$ 900,00
Secadora de Sombrero	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Ormas de sobreros (moldes)	31	\$ 500,00	\$ 15.500,00
Máquina de corte Silhouette	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Guillotina	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Impresora para sublimar	1	\$ 576,00	\$ 576,00
Impresora láser	1	\$ 750,00	\$ 750,00
SUBTOTAL			\$ 50.436,00
VEHÍCULOS			
Vehículos	1	\$ 18.559,93	\$ 18.559,93
SUBTOTAL			\$ 18.559,93
EQUIPO DE CÓMPUTO			
Computación	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Impresora EPSON	1	\$ 276,79	\$ 276,79
SUBTOTAL			\$ 976,79
EQUIPO DE OFICINA			
Muebles y Enseres	1	\$ 3.736,00	\$ 3.736,00
SUBTOTAL			\$ 3.736,00

PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			
Edificios	1	\$ 172.470,00	\$ 172.470,00
Terreno	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
SUBTOTAL			\$ 184.470,00
CAPITAL DE TRABAJO			
Proyección de Costos		\$ 11.286,51	\$ 11.286,51
Proyección de Gastos		\$ 611,25	\$ 611,25
SUBTOTAL			\$ 11.897,76
INVERSIÓN TOTAL			\$ 270.076,48

Nota. Elaborada por autores.

Los valores de inversión incluyen el terreno estimado de la construcción a valor de mercado de acuerdo a lo establecido en el avalúo catastral. Se incluye valores de inversión de maquinaria que se requiere en la ejecución del proyecto. Adicionalmente, se contempla valores por inversión en tecnología y comunicación, que se han establecido por la estrategia comercial, y que permite sostener información del proyecto en la puesta en marcha de la actividad comercial.

Tabla 11 Origen de los recursos

ORIGEN DE LOS RECURSOS			
FINANCIAMIENTO EXTERNO (DEUDA)		\$ 189.367,76	70%
APORTACIÓN DE SOCIOS		\$ 80.708,72	30%
TOTAL		\$ 270.076,48	100%

Nota. Elaborada por autores.

Se plantea la adquisición de una máquina de secado con un valor en el mercado de 5.000,00 dólares, lo que constituye un 2,64% del financiamiento externo proyectado. La inversión más significativa mediante el financiamiento estará destinada a la construcción de un centro artesanal, con un costo estimado de 172.470,00 dólares, representando así un 91,08% del total del financiamiento externo. Este enfoque estratégico busca asignar

recursos de manera equilibrada, permitiendo la incorporación de la maquinaria necesaria mientras se destina la mayor proporción de los fondos al proyecto principal.

En función de los valores de costo unitario por cada producto y de las estimaciones de ventas proyectados, se ha determinado el valor por año de cada producto. En la Tabla 14 se muestra de todos los productos las estimaciones anuales de costos de producción, permitiendo definir los costos por materia prima, mano de obra de directa y costos indirectos.

Tabla 12 Costo Total Proyectado de los Productos

Costo Total Proyectado de productos					
Rubros	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sombrero de 8 grados	\$ 19.738,44	\$ 20.679,04	\$ 21.666,67	\$ 22.703,68	\$ 23.792,54
Sombrero de 10 grados	\$ 15.222,96	\$ 15.953,23	\$ 16.720,01	\$ 17.525,12	\$ 18.370,50
Sombrero de 12 grados	\$ 7.154,78	\$ 7.944,58	\$ 8.329,45	\$ 8.733,57	\$ 9.157,90
Sombrero de 14 grados	\$ 2.235,10	\$ 2.580,86	\$ 2.706,82	\$ 2.839,07	\$ 2.977,94
Personalización	\$ 794,77	\$ 822,16	\$ 850,91	\$ 881,11	\$ 912,81
TOTAL	\$ 45.146,05	\$ 47.979,87	\$ 50.273,86	\$ 52.682,55	\$ 55.211,68

Nota. Elaborada por autores.

Continuación				
AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 24.935,84	\$ 26.136,31	\$ 27.396,80	\$ 28.720,32	\$ 30.110,01
\$ 19.258,14	\$ 20.190,16	\$ 21.168,79	\$ 22.196,35	\$ 23.275,28
\$ 9.603,44	\$ 10.071,26	\$ 10.562,47	\$ 11.078,24	\$ 11.619,80
\$ 3.123,75	\$ 3.276,85	\$ 3.437,60	\$ 3.606,39	\$ 3.783,62
\$ 946,10	\$ 981,05	\$ 1.017,75	\$ 1.056,28	\$ 1.096,74
\$ 57.867,27	\$ 60.655,63	\$ 63.583,41	\$ 66.657,58	\$ 69.885,46

Nota. Elaborada por autores.

5.5.3 Financiamiento

El propósito fundamental es asegurar el financiamiento a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), bajo un plazo de 10 años y una tasa del 10,82%. Con la intención de preservar la liquidez de la empresa y evitar una carga financiera excesiva, se busca aprovechar uno de los beneficios proporcionados por la CFN: un período de gracia de hasta 24 meses. Se ha decidido optar por 12 meses de gracia, permitiendo el pago exclusivo de los intereses durante el primer año. Posteriormente, los pagos del financiamiento se realizarán de manera trimestral, marcando así un enfoque estratégico para garantizar la sostenibilidad financiera del proyecto. Se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 13 Datos para el financiamiento

N	Periodos	Trimestres	40
		Tasa anual	10,82%
TI		Tasa trimestral	2,71%
VP		Valor del prestamo	\$ 189.367,76
SI		Saldo inicial	\$ 189.367,76
PG		PERIODO DE GRACIA	1 AÑO
PM		PAGO TRIMESTRAL	\$8.296,23

Nota. Elaborada por autores.

Tabla 14 Financiamiento del Proyecto

	Periodo	Saldo Inicial	Interés	Amor. Capital	Pago Trimestral	Saldo Final	Int. Anual	Am. Anual
AÑO 1	1	189.367,76	5.122,40			189.367,76		
	2	189.367,76	5.122,40			189.367,76		
	3	189.367,76	5.122,40			189.367,76		
	4	189.367,76	5.122,40			189.367,76	\$20.489,59	\$ -
AÑO 2	5	189.367,76	5.122,40	3.173,83	8.296,23	186.193,93		
	6	186.193,93	5.036,55	3.259,68	8.296,23	182.934,25		
	7	182.934,25	4.948,37	3.347,86	8.296,23	179.586,40		
	8	179.586,40	4.857,81	3.438,41	8.296,23	176.147,98	\$ 19.965,13	\$ 13.219,78
AÑO 3	9	176.147,98	4.764,80	3.531,42	8.296,23	172.616,56		
	10	172.616,56	4.669,28	3.626,95	8.296,23	168.989,61		
	11	168.989,61	4.571,17	3.725,06	8.296,23	165.264,55		
	12	165.264,55	4.470,41	3.825,82	8.296,23	161.438,73	\$ 18.475,66	\$ 14.709,25
AÑO 4	13	161.438,73	4.366,92	3.929,31	8.296,23	157.509,42		
	14	157.509,42	4.260,63	4.035,60	8.296,23	153.473,83		
	15	153.473,83	4.151,47	4.144,76	8.296,23	149.329,07		
	16	149.329,07	4.039,35	4.256,88	8.296,23	145.072,19	\$ 16.818,37	\$ 16.366,54
AÑO 5	17	145.072,19	3.924,20	4.372,02	8.296,23	140.700,17		
	18	140.700,17	3.805,94	4.490,29	8.296,23	136.209,88		
	19	136.209,88	3.684,48	4.611,75	8.296,23	131.598,13		
	20	131.598,13	3.559,73	4.736,50	8.296,23	126.861,64	\$ 14.974,35	\$ 18.210,56
AÑO 6	21	126.861,64	3.431,61	4.864,62	8.296,23	121.997,02		
	22	121.997,02	3.300,02	4.996,21	8.296,23	117.000,81		
	23	117.000,81	3.164,87	5.131,35	8.296,23	111.869,45		
	24	111.869,45	3.026,07	5.270,16	8.296,23	106.599,30	\$ 12.922,57	\$20.262,34
AÑO 7	25	106.599,30	2.883,51	5.412,72	8.296,23	101.186,58		

	26	101.186,58	2.737,10	5.559,13	8.296,23	95.627,45		
	27	95.627,45	2.586,72	5.709,50	8.296,23	89.917,95		
	28	89.917,95	2.432,28	5.863,95	8.296,23	84.054,00	\$ 10.639,61	\$ 22.545,30
AÑO 8	29	84.054,00	2.273,66	6.022,57	8.296,23	78.031,43		
	30	78.031,43	2.110,75	6.185,48	8.296,23	71.845,96		
	31	71.845,96	1.943,43	6.352,79	8.296,23	65.493,16		
	32	65.493,16	1.771,59	6.524,64	8.296,23	58.968,53	\$ 8.099,43	\$ 25.085,47
AÑO 9	33	58.968,53	1.595,10	6.701,13	8.296,23	52.267,40		
	34	52.267,40	1.413,83	6.882,39	8.296,23	45.385,01		
	35	45.385,01	1.227,66	7.068,56	8.296,23	38.316,44		
	36	38.316,44	1.036,46	7.259,77	8.296,23	31.056,68	\$ 5.273,06	\$ 27.911,85
AÑO 10	37	31.056,68	840,08	7.456,14	8.296,23	23.600,53		
	38	23.600,53	638,39	7.657,83	8.296,23	15.942,70		
	39	15.942,70	431,25	7.864,98	8.296,23	8.077,72		
	40	8.077,72	218,50	8.077,72	8.296,23	0,00	\$ 2.128,23	\$ 31.056,68
TOTAL		129.785,99	189.367,76	298.664,16		\$129.785,99	\$189.367,76	

Nota. Elaborada por autores.

5.2.4 Proyección de ventas

Tras la finalización de la construcción del centro artesanal, se proyecta un escenario inicial donde las ventas alcanzarán 150 sombreros mensuales durante el primer año, generando ingresos brutos mensuales de 7.175,00 dólares y un total anual de 86.100,00 dólares. A medida que avanzan los años, se anticipa un crecimiento sostenido, con un incremento del 5% en las ventas respecto al año anterior. Este ritmo ascendente culminaría en el décimo año con ingresos brutos proyectados de 133.569,36 dólares. Este pronóstico refleja la confianza en el potencial de crecimiento sostenible del centro artesanal en el mercado.

Tabla 15 Proyección de Ventas anuales

ESCALABILIDAD ANUAL DE VENTAS INTEGRAL, INCREMENTO DE UNIDADES MÁS PRECIO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
% Incremento en Ventas total		105%	105%	105%	105%	
Sombrero de grado 8	\$ 31.500,00	\$ 33.075,00	\$ 34.728,75	\$ 36.465,19	\$ 38.288,45	
Sombrero de grado 10	\$ 27.000,00	\$ 28.350,00	\$ 29.767,50	\$ 31.255,88	\$ 32.818,67	
Sombrero de grado 12	\$ 18.480,00	\$ 19.404,00	\$ 20.374,20	\$ 21.392,91	\$ 22.462,56	
Sombrero de grado 14	\$ 8.400,00	\$ 8.820,00	\$ 9.261,00	\$ 9.724,05	\$ 10.210,25	
Personalizaciones	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16	
Ventas anuales en dinero	\$ 86.100,00	\$ 90.405,00	\$ 94.925,25	\$ 99.671,51	\$ 104.655,09	

Nota. Elaborada por autores.

Continuación				
AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
105%	105%	105%	105%	105%
\$ 40.202,87	\$ 42.213,01	\$ 44.323,66	\$ 46.539,85	\$ 48.866,84
\$ 34.459,60	\$ 36.182,58	\$ 37.991,71	\$ 39.891,30	\$ 41.885,86
\$ 23.585,68	\$ 24.764,97	\$ 26.003,22	\$ 27.303,38	\$ 28.668,55
\$ 10.720,77	\$ 11.256,80	\$ 11.819,64	\$ 12.410,63	\$ 13.031,16
\$ 918,92	\$ 964,87	\$ 1.013,11	\$ 1.063,77	\$ 1.116,96
\$109.887,84	\$ 115.382,23	\$ 121.151,35	\$ 127.208,91	\$ 133.569,36

Nota. Elaborada por autores

5.2.5 Proyección de costos

La asociación vende cuatro tipos de sombreros que se clasifican según sus grados: 8, 10, 12 y 14 respectivamente. También, se realizan personalizaciones como diseños pintados a mano, nombres o frases cosidas, entre otros. Independientemente de los grados, los sombreros comparten los mismos insumos, aunque las cantidades y dimensiones varían según el grado, al igual que los costos asociados con la mano de obra. Cuanto mayor sea el grado, el honorario del tejedor será más notable.

Tabla 16 *Materiales Directos de Fabricación Sombrero 8 grados*

Materiales Directos de Fabricación				
INSUMO	UNIDAD	PRECIO	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Paja Toquilla	Cogollo	\$ 0,22	8	\$ 1,76
Cinta	Rollo	\$ 32,00	0,07	\$ 2,29
Tafilete	Unidad	\$ 28,00	0,07	\$ 2,00
Costo total material Directo de Fabricación				\$ 6,05

Nota. Elaborada por autores.

Tabla 17 *Materiales Indirectos de Fabricación Sombrero 8 grados*

Material Indirecto de Fabricación				
INSUMO	UNIDAD	PRECIO	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Agua	m3	\$ 0,35	1	\$ 0,35
Jabón blanco	Unidad	\$ 0,65	0,05	\$ 0,03
Azufre	Quintal	\$ 60,00	0,01	\$ 0,82
Aguja	Unidad	\$ 0,20	0,05	\$ 0,01
Goma	Gramos	\$ 2,25	0,15	\$ 0,34
Hilo	Rollo	\$ 3,00	0,33	\$ 1,00
Costo total material Indirecto de Fabricación				\$ 2,55

Nota. Elaborada por autores.

Tabla 18 Costos Mano de Obra Directa Sombrero 8 grados

Costos por Mano de Obra Directa			
Artisanos	Honorario	Unidad	Costo por Unidad
Tejedor	\$ 10,00	1,00	10,00
Operario	\$ 2,31	1,00	2,31
COSTO TOTAL			\$ 12,31

Nota. Elaborada por autores.

Es entonces que en el caso del sombrero de grado 8, el costo unitario de fabricación por sombrero es de 21,93 dólares en el primer año, y se estima que esos costos se vayan reduciendo por economía de escala al producir en mayor volumen.

Tabla 19 Costo Unitario Sombrero 8 grados

Costo Unitario de Sombrero de 8 grados										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costo U.										
Total	\$21,93	\$ 21,88	\$ 21,84	\$ 21,79	\$ 21,75	\$ 21,71	\$ 21,67	\$ 21,63	\$ 21,60	\$ 21,57

Nota. Elaborada por autores.

5.2.6 Costos de personalizaciones

La asociación ofrece una amplia gama de sombreros personalizados, cada uno con un precio de venta al público único. Estos productos varían en costos de mano de obra, materiales directos e indirectos, lo que complica el cálculo preciso de los costos. Para simplificar la gestión en este proyecto, se optó por utilizar un costo promedio para cada uno de estos aspectos.

En este contexto, el costo promedio del precio de venta al público (PVP) se establece en \$ 5,07. El costo total de fabricación promedio asciende a \$ 3,04, considerando tanto la mano de obra directa costando \$ 1,52, como los costos de materiales directos e

indirectos. Además, se incluye el costo indirecto de fabricación, que se sitúa en \$ 0,25.

Sumando estos elementos, obtenemos un costo total de fabricación de \$ 4,82.

Este enfoque nos proporciona un margen promedio de rentabilidad del 5% por cada personalización. Esta metodología de cálculo facilita la gestión financiera y la determinación de precios, asegurando una operación eficiente y transparente para la asociación.

Tabla 20 Precio por personalizaciones

Tipo de personalización	PVP	Mano de Obra Directa	Material Directo	Material Indirecto	Costos Indirectos de Fabricación	Costo Total	Rentabilidad
Calado	\$ 4,40	\$ 1,32	\$ 1,76	\$ 0,88	\$ 0,22	\$ 4,18	\$ 0,22
Ala ancha	\$ 4,40	\$ 1,32	\$ 1,76	\$ 0,88	\$ 0,22	\$ 4,18	\$ 0,22
Color	\$ 1,20	\$ 0,36	\$ 0,48	\$ 0,24	\$ 0,06	\$ 1,14	\$ 0,06
Dibujo	\$ 15,00	\$ 4,50	\$ 6,00	\$ 3,00	\$ 0,75	\$ 14,25	\$ 0,75
Caja pequeña de basa	\$ 2,50	\$ 0,75	\$ 1,00	\$ 0,50	\$ 0,13	\$ 2,38	\$ 0,13
Caja cartón para 4 sombreros	\$ 3,00	\$ 0,90	\$ 1,20	\$ 0,60	\$ 0,15	\$ 2,85	\$ 0,15
Caja cartón para 50 sombreros	\$ 5,00	\$ 1,50	\$ 2,00	\$ 1,00	\$ 0,25	\$ 4,75	\$ 0,25
Costo Promedio	\$ 5,07	\$ 1,52	\$ 2,03	\$ 1,01	\$ 0,25	\$ 4,82	

Nota. Elaborada por autores.

Tabla 21 Costo Materiales de Fabricación Personalizaciones

Costo total de Materiales de Fabricación	
Material Directo	\$ 2,03
Material Indirecto	\$ 1,01
Costo Total	\$ 3,04

Nota. Elaborada por autores.

Tabla 22 Costo Mano de Obra Directa Personalizaciones

Costos por Mano de Obra Directa			
Artesanos	Honorario	Unidad	Costo por Unidad
Artesano	\$ 1,52	1,00	1,52
COSTO TOTAL			\$ 1,52

Nota. Elaborada por autores.

Tabla 23 Costo Unitario de Personalización

Costo Unitario de personalización										
	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo U. Total	\$ 6,62	\$ 6,53	\$ 6,43	\$ 6,34	\$ 6,26	\$ 6,18	\$ 6,10	\$ 6,03	\$ 5,96	\$ 5,89

Nota. Elaborada por autores.

5.2.7 Proyección de costos total

Para poder hacer la proyección de costos total de fabricación es necesario multiplicar los costos unitarios de fabricación por la cantidad que se pretende producir o vender en cada año. Obteniendo así la siguiente proyección de los costos anualizada en materia prima:

Tabla 24 Costos Totales Materia Prima Anualizados

Rubros	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sombrero de 8 grados	\$ 7.732,97	\$ 8.119,62	\$ 8.525,60	\$ 8.951,88	\$ 9.399,47
Sombrero de 10 grados	\$ 5.419,31	\$ 5.690,28	\$ 5.974,79	\$ 6.273,53	\$ 6.587,21
Sombrero de 12 grados	\$ 2.273,33	\$ 2.831,40	\$ 2.972,97	\$ 3.121,62	\$ 3.277,70
Sombrero de 14 grados	\$ 594,73	\$ 861,57	\$ 904,65	\$ 949,88	\$ 997,37
Personalización	\$ 365,14	\$ 383,40	\$ 402,57	\$ 422,70	\$ 443,83
TOTAL	\$ 16.385,48	\$ 17.886,27	\$ 18.780,58	\$ 19.719,61	\$ 20.705,59

Nota. Elaborada por autores.

Continuación				
AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 9.869,45	\$ 10.362,92	\$ 10.881,07	\$ 11.425,12	\$ 11.996,37
\$ 6.916,57	\$ 7.262,40	\$ 7.625,52	\$ 8.006,79	\$ 8.407,13
\$ 3.441,58	\$ 3.613,66	\$ 3.794,35	\$ 3.984,06	\$ 4.183,27
\$ 1.047,24	\$ 1.099,61	\$ 1.154,59	\$ 1.212,32	\$ 1.272,93
\$ 466,03	\$ 489,33	\$ 513,79	\$ 539,48	\$ 566,46
\$ 21.740,87	\$ 22.827,91	\$ 23.969,31	\$ 25.167,77	\$ 26.426,16

Nota. Elaborada por autores.

5.2.8 Estado de resultado proyectado

En el estado de resultados proyectado, se anticipa un aumento del 4% en los gastos administrativos y en los gastos de ventas. Esta previsión se basa en consideraciones de inflación, donde se toma en cuenta el índice de precios al consumidor. En el año 2022, dicho índice fue del 3.74%, razón por la que en este proyecto se estima una inflación del 4% específicamente para los gastos administrativos y los gastos de ventas. Este enfoque refleja la intención de ajustar los presupuestos y proyecciones en respuesta a las condiciones económicas y la variación de los costos asociados con la inflación en el periodo considerado.

Tabla 25 Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS										
<i>Asociación ASOARTE</i>										
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos	86.100,00	90.405,00	94.925,25	99.671,51	104.655,09	109.887,84	115.382,23	121.151,35	127.208,91	133.569,36
Costo de venta	45.146,05	47.979,87	50.273,86	52.682,55	55.211,68	57.867,27	60.655,63	63.583,41	66.657,58	69.885,46
Utilidad Bruta	40.953,95	42.425,13	44.651,39	46.988,96	49.443,41	52.020,58	54.726,61	57.567,94	60.551,33	63.683,90
Gastos adm.	2.005,00	2.085,20	2.168,61	2.255,35	2.345,57	2.439,39	2.536,96	2.638,44	2.743,98	2.853,74
Gastos de ventas	440,00	457,60	475,90	494,94	514,74	535,33	556,74	579,01	602,17	626,26
Depreciación	15.028,69	15.028,69	13.591,35	13.591,35	13.591,35	9.533,15	9.533,15	9.533,15	9.533,15	9.533,15
Gastos financieros	20.489,59	19.965,13	18.475,66	16.818,37	14.974,35	12.922,57	10.639,61	8.099,43	5.273,06	2.128,23
Utilidad antes imp.	2.990,67	4.888,52	9.939,87	13.828,95	18.017,40	26.590,14	31.460,14	36.717,90	42.398,97	48.542,52
Utilidad Neta	2.990,67	4.888,52	9.939,87	13.828,95	18.017,40	26.590,14	31.460,14	36.717,90	42.398,97	48.542,52

5.2.9 Ingreso por ventas

Establecer metas de ventas anuales es una práctica esencial para la planificación estratégica de la Asociación de Producción Artesanal de Sombrero de Paja Toquilla el Milagro (ASOARTE). Según los objetivos propuestos, se pretende vender la siguiente cantidad de sombreros en diferentes grados y personalizaciones:

Tabla 26 Presupuesto de Ventas Mensual y Anual

PRESUPUESTO DE VENTAS MENSUAL Y ANUAL, ESCALABILIDAD EN VENTAS				
<i>Asociación ASOARTE</i>				
CONCEPTO DE VENTAS Y PRECIO POR UNIDAD				
CONCEPTO DE VENTA	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO DE VENTA POR UNIDAD PROMEDIO	PROMEDIO DE VENTAS UNIDADES MENSUAL	PROMEDIO DE VENTAS EN UNIDADES AÑO 1
Sombrero de grado 8	Unidad	\$ 35,00	75	900
Sombrero de grado 10	Unidad	\$ 45,00	50	600
Sombrero de grado 12	Unidad	\$ 77,00	20	240
Sombrero de grado 14	Unidad	\$ 140,00	5	60
Personalizaciones	Unidad	\$ 6,00	20	120
TOTAL			170	1920

Nota. Elaborada por autores.

Considerando el objetivo de incrementar las ventas en un 5% cada año, podemos calcular los ingresos proyectados por venta anual para cada categoría de sombrero y personalizaciones en los próximos años, dejando como ingreso por venta anual lo que se detalla a continuación

5.2.10 Índices financieros proyectados

A continuación, se extraen los índices financieros desde el estado de situación financiera y el estado de resultados proyectado. Los principales índices a analizar son: rentabilidad (ROA, ROE y margen de venta), liquidez (razón corriente y prueba ácida), endeudamiento (solvencia), gestión (rotación de inventarios, activos fijos y de activos totales).

Tabla 28 *Índices Financieros Proyectados Anualizados*

FÓRMULAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ÍNDICES DE RENTABILIDAD											
ROA	UTILIDAD NETA / TOTAL ACTIVO	1,11%	1,78%	3,80%	5,55%	7,57%	11,53%	14,17%	17,14%	20,55%	24,44%
ROE	UTILIDAD NETA / TOTAL PATRIMONIO	3,91%	6,23%	11,90%	15,82%	19,67%	22,50%	23,84%	24,67%	25,15%	25,34%
MARGEN DE VENTA	UTILIDAD NETA / TOTAL INGRESOS	3,47%	5,41%	10,47%	13,87%	17,22%	24,20%	27,27%	30,31%	33,33%	36,34%
ÍNDICE LIQUIDEZ											
RAZÓN CORRIENTE	ACTIVOS CORRIENTES / PASIVOS CORRIENTES	605%	131%	159%	165%	149%	540%	533%	534%	534%	535%

PRUEBA ÁCIDA	(ACTIVOS CORRIENTES- INVENTARIO) / PASIVOS CORRIENTES	338%	65%	80%	83%	74%	274%	266%	267%	267%	268%
ÍNDICE ENDEUDAMIENTO											
SOLVENCIA	TOTAL DE PASIVOS / TOTAL ACTIVOS	71,69%	71,36%	68,08%	64,95%	61,54%	48,74%	40,58%	30,50%	18,28%	3,52%
ÍNDICE GESTIÓN											
ROTACIÓN DE INVENTARIO	TOTAL INGRESOS / TOTAL DE INVENTARIO	7,14	7,14	7,14	7,14	7,14	7,14	7,14	7,14	7,14	7,14
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	TOTAL INGRESOS / TOTAL ACTIVOS FIJOS	0,35	0,36	0,40	0,45	0,50	0,55	0,61	0,67	0,75	0,83
ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES	TOTAL INGRESOS / TOTAL ACTIVOS TOTALES	0,32	0,33	0,36	0,40	0,44	0,48	0,52	0,57	0,62	0,67

Nota. Elaborada por autores.

5.2.10.1 Índices de rentabilidad.

- **ROA (Retorno sobre los Activos):** Aumenta progresivamente, partiendo de 1,11% en el primer año hasta alcanzar el 24,44% en el décimo año. Esto sugiere una mejora en la eficiencia en el uso de los activos para generar beneficios.
- **ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio):** Experimenta un crecimiento constante, desde 3,91% en el primer año hasta un 25,34% en el décimo año. Indica una mejora en la rentabilidad en relación con el patrimonio neto, reflejando un uso eficiente del capital propio.
- **Margen de Venta:** También muestra un aumento constante, desde 3,47% en el primer año hasta un 36,34% en el décimo año. Esto indica una mejora en la eficiencia en la generación de ganancias a partir de los ingresos totales.

5.2.10.2 Índice de liquidez.

- **Razón Corriente:** Experimenta variaciones, pero en general, los activos corrientes son significativamente mayores que los pasivos corrientes a lo largo del periodo. Esto sugiere una capacidad adecuada para cubrir las obligaciones a corto plazo.
- **Prueba Ácida:** Similar a la razón corriente, muestra un patrón de variación, pero en general, la empresa tiene una capacidad razonable para cubrir sus obligaciones corrientes excluyendo el inventario.

5.2.10.3 Índice de endeudamiento.

- **Solvencia:** Muestra una disminución progresiva del 71,69% en el primer año al 3,52% en el décimo año. Indica una reducción en la dependencia de la deuda para financiar las operaciones.

5.2.10.4 Índices de gestión.

- **Rotación de Inventario:** Permanece constante en 7,14 a lo largo de los años. Indica que el inventario se renueva aproximadamente 7 veces al año.
- **Rotación de Activos Fijos y Totales:** Experimentan un aumento progresivo. Muestra que la empresa está generando más ingresos con el mismo conjunto de activos fijos y totales, lo que indica una gestión eficiente de los recursos.

5.2.11 Punto de equilibrio

La información que se detalla a continuación indica que en el año uno, la empresa necesita vender 1174 sombreros y realizar 10 personalizaciones para alcanzar el equilibrio. Esto significa que la suma de los ingresos generados por la venta de los sombreros y las personalizaciones es suficiente para cubrir todos los costos de la empresa, incluidos los costos de producción, operativos y cualquier otro gasto asociado.

Es decir, la empresa debe vender y personalizar un total de 1184 unidades para no tener pérdidas ni ganancias al final del año.

Tabla 29 Punto de Equilibrio Ventas en Unidades

VENTAS POR PRODUCTO PARA PUNTO DE EQUILIBRIO										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Grado 8	433	429	425	421	417	413	409	405	401	397
Grado 10	371	368	364	361	357	354	350	347	344	341
Grado 12	254	252	249	247	245	242	240	238	235	233
Grado 14	115	114	113	112	111	110	109	108	107	106
Personaliz.	10	10	10	10	10	9	9	9	9	9
TOTAL UNIDADES	1.184	1.172	1.161	1.150	1.139	1.128	1.118	1.107	1.096	1.086

Nota. Elaborada por autores.

Tabla 30 Punto de Equilibrio Ventas en Unidades Monetarias

PUNTO DE EQUILIBRIO POR AÑO											
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
PV PROMEDIO	57,15	60,01	63,01	66,16	69,47	72,94	76,59	80,42	84,44	88,66	
COSTO UNITARIO VARIABLE PROMEDIO	25,08	26,34	27,65	29,03	30,49	32,01	33,61	35,29	37,06	38,91	
COSTO FIJO	37.963,28	39.481,81	41.061,08	42.703,52	44.411,67	46.188,13	48.035,66	49.957,08	51.955,37	54.033,58	
P.E. (UNIDADES)	1.183,73	1.172,46	1.161,29	1.150,23	1.139,28	1.128,43	1.117,68	1.107,04	1.096,49	1.086,05	
P.E. (DOLARES)	67.652,69	70.358,79	73.173,15	76.100,07	79.144,07	82.309,84	85.602,23	89.026,32	92.587,37	96.290,87	

Nota. Elaborada por autores.

El punto de equilibrio expresado en unidades monetarias en el primer año quedaría de la siguiente forma: El sombrero de grado 8 representaría el 37% de los ingresos brutos con \$ 31.500,00, siendo así el sombrero más comercializado por la asociación, mientras que el sombrero de grado 14 apenas representa el 10% del ingreso con \$ 8.400,00, y las personalizaciones apenas representan el 1% del nivel de ingresos con \$ 720,00.

Tabla 31 *Porcentaje de Ventas - Punto de Equilibrio*

ESCALABILIDAD EN VENTAS INTEGRAL	AÑO 1	PORCENTAJE	PVP	PROMEDIO –
Sombrero de grado 8	\$ 31.500,00	37%	\$ 35,00	\$ 12,80
Sombrero de grado 10	\$ 27.000,00	31%	\$ 45,00	\$ 14,11
Sombrero de grado 12	\$ 18.480,00	21%	\$ 77,00	\$ 16,53
Sombrero de grado 14	\$ 8.400,00	10%	\$ 140,00	\$ 13,66
Personalizaciones	\$ 720,00	1%	\$ 6,00	\$ 0,05
Ventas anuales en dinero	\$ 86.100,00	100%		\$ 57,15

Nota. Elaborada por autores.

5.2.12 Flujo de Caja

Se estimaron los ingresos y egresos de efectivo de la ASOCIACIÓN de los próximos 10 años a través de un flujo de caja proyectado con la intención de anticipar problemas de liquidez, identificar oportunidades de inversión y ayudar en la toma de decisiones financieras.

Tabla 32 Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
<i>Asociación ASOARTE</i>							
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	—
Ingresos		86.100,00	90.405,00	94.925,25	99.671,51	104.655,09	
Costo de venta		- 45.146,05	- 47.979,87	- 50.273,86	- 52.682,55	- 55.211,68	
Utilidad Bruta		40.953,95	42.425,13	44.651,39	46.988,96	49.443,41	
Gastos administrativos		- 2.005,00	- 2.085,20	- 2.168,61	- 2.255,35	- 2.345,57	
Gastos de ventas		- 440,00	- 457,60	- 475,90	- 494,94	- 514,74	
Depreciación		- 15.028,69	- 15.028,69	- 13.591,35	- 13.591,35	- 13.591,35	
Gastos financieros		- 20.489,59	- 19.965,13	- 18.475,66	- 16.818,37	- 14.974,35	
Utilidad antes de participación e impuestos		2.990,67	4.888,52	9.939,87	13.828,95	18.017,40	
Utilidad antes impuestos		2.990,67	4.888,52	9.939,87	13.828,95	18.017,40	
Utilidad despues de part. E impuesto		2.990,67	4.888,52	9.939,87	13.828,95	18.017,40	
Depreciación		15.028,69	15.028,69	13.591,35	13.591,35	13.591,35	
Gasto financiero		20.489,59	19.965,13	18.475,66	16.818,37	14.974,35	
Activos fijos	- 258.178,72		- 20.526,79			- 1.726,79	
Capital de trabajo	- 11.897,76						
Valor de desecho (Residual)							
FLUJO DE CAJA	- 270.076,48	44.490,28	29.132,58	61.886,62	71.896,56	80.891,12	

Nota. Elaborada por autores.

Continuación

CONCEPTO	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	—
Ingresos	109.887,84	115.382,23	121.151,35	127.208,91	133.569,36	
Costo de venta	- 57.867,27	- 60.655,63	- 63.583,41	- 66.657,58	- 69.885,46	
Utilidad Bruta	52.020,58	54.726,61	57.567,94	60.551,33	63.683,90	
Gastos administrativos	- 2.439,39	- 2.536,96	- 2.638,44	- 2.743,98	- 2.853,74	
Gastos de ventas	- 535,33	- 556,74	- 579,01	- 602,17	- 626,26	
Depreciación	- 9.533,15	- 9.533,15	- 9.533,15	- 9.533,15	- 9.533,15	
Gastos financieros	- 12.922,57	- 10.639,61	- 8.099,43	- 5.273,06	- 2.128,23	
Utilidad antes de participación e impuestos	26.590,14	31.460,14	36.717,90	42.398,97	48.542,52	
Utilidad antes impuestos	26.590,14	31.460,14	36.717,90	42.398,97	48.542,52	
Utilidad despues de part. E impuesto	26.590,14	31.460,14	36.717,90	42.398,97	48.542,52	
Depreciación	9.533,15	9.533,15	9.533,15	9.533,15	9.533,15	
Gasto financiero	12.922,57	10.639,61	8.099,43	5.273,06	2.128,23	
Activos fijos	-	-	-	-	-	
Capital de trabajo					11.897,76	
Valor de desecho (Residual)					206.964,00	
FLUJO DE CAJA	102.226,15	114.553,18	127.786,28	142.003,13	376.150,71	

Nota. Elaborada por autores.

5.2.13 Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

Para calcular la tasa mínima atractiva de rendimiento se lo realizó mediante la combinación de dos modelos financieros el CAPM y WACC, técnicas combinadas que permiten determinar la Tasa Mínima Atractiva de Retorno del proyecto (TMAR). Para este propósito es necesario utilizar los flujos de cajas descontados estimados para la inversión. Este modelo se inicia definiendo el costo financiero del patrimonio por medio del modelo de CAPM. Este modelo requiere para su implementación la tasa libre de riesgo, la tasa promedio de rendimiento de la industria y el nivel de riesgo financiero del sector económico.

El riesgo financiero del sector denominado riesgo Beta (β), es una variable que en el mundo financiero se estima en función de la volatilidad del precio de la acción de la empresa en análisis junto con la volatilidad del mercado. Sin embargo, en el caso del Ecuador no existe información sobre el Beta de los sectores de la economía. Debido a esta limitación de información financiera, la técnica empleada para estimar el Beta de una economía o empresa, es considerar valores de un país distinto en donde se puede determinar el beta de dicha industria y luego transformar ese riesgo a la realidad de la economía o país que se analiza. A este proceso se le denomina beta apalancado y beta sin apalancamiento que ha sido desarrollado para emplear esta técnica a economías emergentes o en desarrollo.

Para el inicio del proceso se consideró el beta apalancado del sector de vestir de los Estados Unidos, sin embargo el producto del proyecto no registra una industria específica y por lo tanto no hay valores de beta al no existir una industria de empresas que realicen sombreros de paja toquilla que coticen en bolsa de valores. Bajo esta premisa se considera a

la industria de confección de ropa como el sector más similar o que podría clasificar el producto de paja toquilla. Con este fin se tomaron datos de 3 empresas que se desenvuelven en el campo textil, vendiendo ropa y accesorios de moda. Las empresas seleccionadas fueron: Adidas, Nike, Dior.

Tabla 33 Datos de la Industria - Adidas, Nike; Dior

ADIDAS		NIKE		DIOR	
Date	Precio	Date	Precio	Date	Precio
1/2/2019	199.839.752	1/2/2019	81.464.073	1/2/2019	338.012.024
1/3/2019	202.646.500	1/3/2019	80.019.699	1/3/2019	367.803.467
1/4/2019	214.341.232	1/4/2019	83.674.309	1/4/2019	382.266.205
1/5/2019	239.695.435	1/5/2019	73.490.089	1/5/2019	375.245.361
1/6/2019	257.461.853	1/6/2019	80.200.478	1/6/2019	402.860.016
1/7/2019	274.578.552	1/7/2019	82.187.569	1/7/2019	410.724.945
1/8/2019	255.754.959	1/8/2019	80.725.922	1/8/2019	391.499.542
1/9/2019	270.880.188	1/9/2019	89.956.978	1/9/2019	379.439.972
1/10/2019	262.535.248	1/10/2019	85.771.393	1/10/2019	386.605.804
1/11/2019	268.130.188	1/11/2019	89.545.128	1/11/2019	419.463.776
1/12/2019	274.815.643	1/12/2019	97.288.345	1/12/2019	399.189.728
1/1/2020	271.022.430	1/1/2020	92.477.242	1/1/2020	395.026.703
1/2/2020	237.595.093	1/2/2020	85.831.924	1/2/2020	354.965.057
1/3/2020	195.253.754	1/3/2020	79.675.964	1/3/2020	304.096.039
1/4/2020	198.383.118	1/4/2020	83.951.530	1/4/2020	331.114.349
1/5/2020	224.935.379	1/5/2020	94.929.367	1/5/2020	356.793.304
1/6/2020	225.977.417	1/6/2020	94.654.533	1/6/2020	354.527.954
1/7/2020	226.267.593	1/7/2020	94.229.774	1/7/2020	325.455.872
1/8/2020	246.292.160	1/8/2020	108.015.251	1/8/2020	339.790.375
1/9/2020	267.090.576	1/9/2020	121.461.029	1/9/2020	332.188.782
1/10/2020	246.679.092	1/10/2020	116.178.429	1/10/2020	347.201.874
1/11/2020	258.577.728	1/11/2020	130.323.380	1/11/2020	406.684.174
1/12/2020	288.179.230	1/12/2020	136.873.459	1/12/2020	431.959.442
1/1/2021	253.450.684	1/1/2021	129.509.506	1/1/2021	411.457.489
1/2/2021	279.472.870	1/2/2021	130.663.147	1/2/2021	439.524.445
1/3/2021	257.513.672	1/3/2021	129.092.819	1/3/2021	493.558.044
1/4/2021	248.468.735	1/4/2021	128.830.521	1/4/2021	583.295.898
1/5/2021	288.614.532	1/5/2021	132.560.822	1/5/2021	638.696.533
1/6/2021	306.869.843	1/6/2021	150.378.448	1/6/2021	652.633.545
1/7/2021	299.244.568	1/7/2021	163.051.910	1/7/2021	657.439.392

1/8/2021	293.721.100	1/8/2021	160.355.652	1/8/2021	613.225.647
1/9/2021	265.712.708	1/9/2021	141.598.160	1/9/2021	599.769.226
1/10/2021	276.955.170	1/10/2021	163.106.476	1/10/2021	651.191.833
1/11/2021	249.826.675	1/11/2021	165.007.721	1/11/2021	640.138.306
1/12/2021	247.529.297	1/12/2021	162.501.999	1/12/2021	704.746.338
1/1/2022	236.824.554	1/1/2022	144.626.633	1/1/2022	661.303.101
1/2/2022	207.300.903	1/2/2022	133.374.512	1/2/2022	616.411.743
1/3/2022	207.154.266	1/3/2022	131.430.801	1/3/2022	597.103.577
1/4/2022	189.381.424	1/4/2022	122.078.018	1/4/2022	569.589.539
1/5/2022	180.328.827	1/5/2022	116.351.021	1/5/2022	566.687.500
1/6/2022	168.053.207	1/6/2022	100.051.102	1/6/2022	553.008.789
1/7/2022	167.097.229	1/7/2022	112.782.387	1/7/2022	646.316.895
1/8/2022	147.658.981	1/8/2022	104.469.940	1/8/2022	609.189.026
1/9/2022	118.382.111	1/9/2022	81.573.891	1/9/2022	581.831.726
1/10/2022	98.565.460	1/10/2022	91.217.323	1/10/2022	612.120.178
1/11/2022	121.747.963	1/11/2022	107.958.885	1/11/2022	707.382.324
1/12/2022	126.926.178	1/12/2022	115.163.361	1/12/2022	665.369.324
1/1/2023	146.762.756	1/1/2023	125.705.154	1/1/2023	779.202.759
1/2/2023	141.066.711	1/2/2023	117.274.132	1/2/2023	774.283.630
1/3/2023	162.098.251	1/3/2023	121.074.997	1/3/2023	809.701.904
1/4/2023	158.772.247	1/4/2023	125.459.641	1/4/2023	818.556.458
1/5/2023	150.865.494	1/5/2023	104.213.089	1/5/2023	767.206.726
1/6/2023	177.779.999	1/6/2023	109.272.263	1/6/2023	806.385.376
1/7/2023	184.000.000	1/7/2023	109.651.817	1/7/2023	795.474.854
1/8/2023	184.419.998	1/8/2023	101.029.861	1/8/2023	752.328.796
1/9/2023	166.619.995	1/9/2023	94.980.583	1/9/2023	691.329.163
1/10/2023	167.199.997	1/10/2023	102.425.163	1/10/2023	646.695.251
1/11/2023	192.139.999	1/11/2023	109.900.002	1/11/2023	670.995.911
1/12/2023	184.160.004	1/12/2023	108.205.704	1/12/2023	701.743.713
1/1/2024	165.520.004	1/1/2024	100.820.000	1/1/2024	625.500.000

Nota. Elaborada por autores.

Con los datos de las cotizaciones de esas empresas, se sumaron entre sí para simular la industria que se necesitaba. Luego, se utilizaron los datos del S&P500 como macrodato de las 500 empresas más grandes que cotizan en bolsa de valores para poder reconocer el comportamiento del mercado en general y la volatilidad de la industria con la economía del

país. A raíz de eso se calculó la variación de cotización de la industria y S&P500

independientemente. Una vez obtenida esa variación, se multiplicaron entre ellas. Luego se

aplicó la fórmula $(ri - Ri)^2$, para de esta forma conocer la varianza del mercado.

Tabla 34 Varianza del Mercado

FECHA	PRECIO DE ACCIONES		VARIACIÓN DEL PRECIO		Varianza del mercado	
	S&P 500	Industria ropa y accesorios	S&P 500 (ri)	Industria ropa y accesorios	ri * ra	(ri - Ri) ^2
1/2/2019	4739,21	619315849,00				
1/3/2019	4769,83	650469666,00	0,006460992	0,0503036	0,00032501	0,00019712
1/4/2019	4567,80	680281746,00	-0,042355807	0,045831622	-0,0019412	0,001209429
1/5/2019	4193,80	688430885,00	-0,08187749	0,011979065	-0,0009808	0,005520271
1/6/2019	4288,05	740522347,00	0,022473652	0,075666945	0,00170051	0,00090316
1/7/2019	4507,66	767491066,00	0,051214421	0,036418508	0,00186515	0,003456662
1/8/2019	4588,96	727980423,00	0,018035965	-0,051480264	-0,0009285	0,000656125
1/9/2019	4450,38	740277138,00	-0,030198564	0,016891546	-0,0005101	0,000511646
1/10/2019	4179,83	734912445,00	-0,060792562	-0,007246871	0,00044056	0,002831687
1/11/2019	4169,48	777139092,00	-0,002476177	0,057458065	-0,0001423	2,60384E-05
1/12/2019	4109,31	771293716,00	-0,014431056	-0,00752166	0,00010855	4,69512E-05
1/1/2020	3970,15	758526375,00	-0,033864566	-0,016553151	0,00056057	0,000690933
1/2/2020	4076,60	678392074,00	0,026812589	-0,105644713	-0,0028326	0,001182779
1/3/2020	3839,50	579025757,00	-0,058161213	-0,146473287	0,00851906	0,002558564
1/4/2020	4080,11	613448997,00	0,062667014	0,059450274	0,00372557	0,004934497
1/5/2020	3871,98	676658050,00	-0,05101088	0,103038807	-0,0052561	0,001886331
1/6/2020	3585,62	675159904,00	-0,073956994	-0,002214037	0,00016374	0,004406043
1/7/2020	3955,00	645953239,00	0,103017051	-0,043258886	-0,0044564	0,012231478
1/8/2020	4130,29	694097786,00	0,044321113	0,074532558	0,00330337	0,002693618
1/9/2020	3785,38	720740387,00	-0,083507453	0,038384507	-0,0032054	0,005765136
1/10/2020	4132,15	710059395,00	0,091607712	-0,014819472	-0,0013576	0,009837996
1/11/2020	4131,93	795585282,00	-5,3241E-05	0,12044892	-6,413E-06	5,66365E-05
1/12/2020	4530,41	857012131,00	0,096439194	0,077209635	0,00744603	0,010819777
1/1/2021	4373,94	794417679,00	-0,034537713	-0,073038	0,00252257	0,000726774
1/2/2021	4515,55	849660462,00	0,032375844	0,069538713	0,00225137	0,001596387
1/3/2021	4766,18	880164535,00	0,055503759	0,035901486	0,00199267	0,00397943
1/4/2021	4567,00	960595154,00	-0,041790281	0,091381345	-0,0038189	0,001170414
1/5/2021	4605,38	1059871887,00	0,008403766	0,103349192	0,00086852	0,000255448
1/6/2021	4307,54	1109881836,00	-0,064672188	0,0471849	-0,0030516	0,003259636

1/7/2021	4522,68	1119735870,00	0,04994498	0,008878453	0,00044343	0,003309004
1/8/2021	4395,26	1067302399,00	-0,028173561	-0,046826642	0,00131927	0,000424137
1/9/2021	4297,50	1007080094,00	-0,022242143	-0,056424782	0,00125501	0,000215009
1/10/2021	4204,11	1091253479,00	-0,021731239	0,083581619	-0,0018163	0,000200287
1/11/2021	4181,17	1054972702,00	-0,005456565	-0,033246883	0,00018141	4,50457E-06
1/12/2021	3972,89	1114777634,00	-0,049813808	0,056688606	-0,0028239	0,001783782
1/1/2022	3811,15	1042754288,00	-0,040710918	-0,064607814	0,00263024	0,001097726
1/2/2022	3714,24	957087158,00	-0,02542802	-0,082154666	0,00208903	0,000318589
1/3/2022	3756,07	935688644,00	0,011262062	-0,022357957	-0,0002518	0,000354984
1/4/2022	3621,63	881048981,00	-0,03579273	-0,058395133	0,00209012	0,000796017
1/5/2022	3269,96	863367348,00	-0,097102686	-0,020068842	0,00194874	0,008014497
1/6/2022	3363,00	821113098,00	0,028452947	-0,048941218	-0,0013925	0,001298299
1/7/2022	3500,31	926196511,00	0,040829616	0,127976783	0,00522524	0,002343391
1/8/2022	3271,12	861317947,00	-0,065477058	-0,070048379	0,00458656	0,003352189
1/9/2022	3100,29	781787728,00	-0,052223703	-0,092335495	0,0048221	0,001993153
1/10/2022	3044,31	801902961,00	-0,018056375	0,025729789	-0,0004646	0,000109776
1/11/2022	2912,43	937089172,00	-0,043320161	0,168581758	-0,007303	0,001277433
1/12/2022	2584,59	907458863,00	-0,112565796	-0,031619519	0,00355928	0,011022235
1/1/2023	2954,22	1051670669,00	0,143013012	0,158918285	0,02272738	0,022677943
1/2/2023	3225,52	1032624473,00	0,091834731	-0,018110419	-0,0016632	0,009883083
1/3/2023	3230,78	1092875152,00	0,001630745	0,058347134	9,5149E-05	8,48187E-05
1/4/2023	3140,98	1102788346,00	-0,027795145	0,009070747	-0,0002521	0,000408694
1/5/2023	3037,56	1022285309,00	-0,032926029	-0,072999535	0,00240358	0,000642474
1/6/2023	2976,74	1093437638,00	-0,02002265	0,069601244	-0,0013936	0,000154845
1/7/2023	2926,46	1089126671,00	-0,016890961	-0,003942581	6,6594E-05	8,67133E-05
1/8/2023	2980,38	1037778655,00	0,018424991	-0,047146046	-0,0008687	0,000676206
1/9/2023	2941,76	952929741,00	-0,012958079	-0,081760126	0,00105945	2,89349E-05
1/10/2023	2752,06	916320411,00	-0,064485206	-0,038417659	0,00247737	0,003238321
1/11/2023	2945,83	973035912,00	0,070409075	0,061894835	0,00435796	0,006082134
1/12/2023	2834,40	994109421,00	-0,037826351	0,021657483	-0,0008192	0,000914905
1/1/2024	2784,49	891840004,00	-0,017608665	-0,102875413	0,0018115	0,000100595

Nota. Elaborada por autores.

Una vez obtenida la varianza, se calculó el beta apalancado de la industria textil de los Estados Unidos, por medio de varias técnicas que permiten definir el valor de riesgo del sector, el mismo que se estimó en 0,3442 mediante del método de covarianza y varianza, como se muestra en la tabla 36:

Tabla 35 Varianza, Covarianza y Beta Apalancado

MÉTODO COVARIANZA Y VARIANZA	
COVARIANZA DE ACCIÓN Y MERCADO	0,0009701042
VARIANZA DEL MERCADO	0,00281874
BETA APALANCADO (Bi)	0,3442

Nota. Elaborada por autores.

Una vez obtenido el beta apalancado de la industria en Estados Unidos, el mismo debe corregirse con el beta sin apalancamiento, es decir sin el efecto de los escudos fiscales y endeudamiento como elementos que distorsionan la rentabilidad. Es necesario para estimar el beta sin apalancar tener los datos del Activo, Pasivo y Patrimonio de las tres empresas seleccionadas (Nike, Adidas y Dior):

Tabla 36 Activos, Pasivos y Patrimonio de Adidas, Nike y Dior

	Nike	Dior	Adidas
	NKE	CDI.PA	ADS.DE
PASIVOS	23.527.000,00	77.637.000,00	14.945.000,00
PATRIMONIO	14.004.000,00	54.314.000,00	5.351.000,00
ACTIVO	37.531.000,00	131.951.000,00	20.296.000,00

Nota. Elaborada por autores.

Con esos datos se suman el total de los activos, pasivos y patrimonios para conocer esos rubros del sector. Además, es necesario conocer la tasa impositiva de Estados Unidos por ser el lugar en donde cotizan estas empresas. Posteriormente, con la fórmula $\beta_1 = \beta_u(1 + (1 - t) \left(\frac{D}{E}\right))$ se procede a desapalancar el beta, dando así como resultado 0,17 como se muestra en la tabla 37:

Tabla 37 Beta Desempalacado

Pasivo	116.109.000
Patrimonio	73.669.000
Tasa impositiva USA	35%
B(levered)	0,3442
β (unlevered)	0,17

Nota. Elaborada por autores.

Con este beta sin apalancamiento se procede a apalancarlo nuevamente pero con los riesgos del mercado en Ecuador. Como en este país no existe un mercado de empresas que se dediquen al mismo giro de negocio y que coticen en bolsa de valores, se lo realiza con los datos del primer año de la empresa que realizará la inversión y que asumirá el riesgo, es decir, la Asociación ASOARTE.

Tabla 38 Activos, Pasivos y Patrimonio 1er año de ASOARTE

PASIVOS	193.882,37
PATRIMONIO	76.569,79
ACTIVO	270.452,16

Nota. Elaborada por autores.

Se necesita calcular el costo de la deuda (K_d). Para ello se utiliza la fórmula $K_d = i - (1 - t)$, en donde “ i ” es la tasa de interés que aplicará el pasivo que adquirió la empresa como financiamiento para la realización del proyecto, y “ t ” es la tasa impositiva que pagan las empresas, en el caso de Ecuador, es el 25%. Una vez aplicada la fórmula, se obtiene $K_d = 10,79\%$. Con los datos ahora conocidos ya se está en capacidad de realizar el apalancamiento del beta al mercado ecuatoriano. Se utiliza la misma fórmula que se utilizó para desapalancar, obteniendo así un beta apalancado de 0,49.

Definido el riesgo de mercado del sector en la economía del Ecuador, es decir el beta de la inversión, se puede calcular el CAPM utilizando la fórmula $E(r_i) = r_f +$

$\beta[E(rm) - rf]$, donde para ello es necesario conocer “rm” que será la tasa de consumo del Ecuador, la cual es 16,23% según el Banco Central del Ecuador a fecha de Enero de 2024, y donde “rf” será la prima de riesgo, que para el cálculo de este proyecto se tomó la tasa libor, misma que es del 6% con corte al 17 de Enero de 2024. Se procede a realizar el cálculo del CAPM dando así un resultado de 10,82%.

Ahora para conocer la tasa de descuento para así descontar los flujos de efectivo y valorar el proyecto, se utilizó el modelo WACC que no es más que el coste medio ponderado del capital, y que requiere conocer los costos de los pasivos de la empresa y el costo de oportunidad del capital o patrimonio de la empresa. Para ello se aplica la siguiente fórmula:

$$WACC = \frac{E}{E + D} * R_E + \frac{D}{E + D} * R_D * (1 - T)$$

Al considerar los datos del primer año estimados en el proyecto para los pasivos, activos y patrimonio, se obtuvo un WACC de 8,87%. Este valor define el costo de rendimiento mínimo del proyecto capaz de cubrir los costos financieros de los pasivos y el costo exigido por los inversionistas o del patrimonio para compensar los riesgos asociados al proyecto. Por lo tanto, el valor del WACC se convierte en la TMAR del proyecto o también conocida como tasa de descuento de los flujos proyectados, la cual nos servirá para poder calcular el VAN, TIR y el PAYBACK de la inversión.

Tabla 39 Flujo de Caja Proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
FLUJO DE CAJA	- 270.076,48	44.490,28	29.132,58	61.886,62	71.896,56	80.891,12	102.226,15	114.553,18	127.786,28	142.003,13	376.150,71
		40.867,04	24.580,75	47.964,61	51.184,72	52.898,22	61.405,92	63.206,75	64.766,23	66.110,49	160.857,89
	- 270.076,48	-229.209,44	-204.628,70	-156.664,09	-105.479,37	-52.581,15	8.824,78	72.031,53			

Nota. Elaborada por autores.

En base al flujo de caja proyectado y a la TMAR obtenida, se determina el Valor Actual Neto (VAN), que es la diferencia entre los flujos de efectivo entrantes y salientes del proyecto, descontados al valor presente; la Tasa Interna de Retorno (TIR), misma que hace que el VAN sea igual a cero; Relación Beneficio/Costo (R B/C), que indica la proporción entre los beneficios y los costos del proyecto; y el Periodo de Recuperación (PAY BACK), el cual determina el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial.

Tabla 40 VAN, TIR, Costo-Beneficio y Payback

TMAR	8,87%
VAN	\$363.766,13
TIR	25,30%
R B/C	\$2,35
PAY BACK	8 años, 8 meses

Nota. Elaborada por autores.

- **TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno):** En este caso, la TMAR es del 8,87%, lo que significa que el proyecto debe generar un rendimiento igual o superior a este porcentaje para considerarse atractivo.
- **VAN (Valor Actual Neto):** Un VAN positivo de \$363,766.13 indica que el proyecto puede generar un retorno financiero favorable, ya que el valor actual neto es mayor que cero.
- **TIR (Tasa Interna de Retorno):** En este caso, la TIR es del 25,30%, lo que indica que el proyecto es rentable, ya que supera la TMAR del 8,87%.
- **R B/C (Relación Beneficio/Costo):** Un valor de \$2,35 implica que, por cada unidad monetaria invertida, el proyecto generará \$2,35 en beneficios.
- **PAY BACK (Periodo de Recuperación):** En este caso, el periodo de recuperación es de 8 años y 8 meses.

El crecimiento sostenido en los índices de rentabilidad, como el ROA, el ROE y el Margen de Venta, a lo largo de los 10 años, sugiere una gestión eficiente de los recursos. Los índices de liquidez indican la capacidad para cumplir con las obligaciones a corto plazo. La asignación estratégica de recursos, con un enfoque en la construcción del centro artesanal, equilibrando la adquisición de la máquina de secado, muestra una planificación coherente. Las proyecciones de producción y ventas, respaldadas por la diversificación de la oferta de sombreros y personalizaciones, junto con un punto de equilibrio establecido en la venta y personalización de 1,184 unidades, indican un enfoque realista y sostenible. El análisis de sensibilidad de la TMAR y la evaluación a través del VAN, TIR, Relación

Beneficio/Costo y Payback refuerzan la viabilidad financiera del proyecto, proporcionando herramientas para anticipar posibles escenarios.

5.2.14 Análisis de sensibilidad

Para este análisis se plantearon dos posibles escenarios pesimistas, que permitirán determinar a cuál de ellos el proyecto muestra una mayor sensibilidad.

Tabla 41 Escenario 1: Reducción de Ventas en un 5%

FLUJO DE CAJA PROYECTADO (REDUCCION VENTAS 5%)						
Asociación ASOARTE						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		81.795,00	85.884,75	90.178,99	94.687,94	99.422,33
Costo de venta		-45.146,05	-47.979,87	-50.273,86	-52.682,55	-55.211,68
Utilidad Bruta		\$ 36.648,95	\$ 37.904,88	\$ 39.905,13	\$ 42.005,38	\$ 44.210,65
Gastos administrativos		-2.005,00	-2.085,20	-2.168,61	-2.255,35	-2.345,57
Gastos de ventas		-440,00	-457,60	-475,90	-494,94	-514,74
Depreciación		-15.028,69	-15.028,69	-13.591,35	-13.591,35	-13.591,35
Gastos financieros		-20.489,59	-19.965,13	-18.475,66	-16.818,37	-14.974,35
Utilidad antes de participación e impuestos		-\$ 1.314,33	\$ 368,27	\$ 5.193,61	\$ 8.845,37	\$ 12.784,65
Participacion de empleados		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes impuestos		-\$ 1.314,33	\$ 368,27	\$ 5.193,61	\$ 8.845,37	\$ 12.784,65
Impuesto a la renta		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad despues de part. E impuesto		-\$ 1.314,33	\$ 368,27	\$ 5.193,61	\$ 8.845,37	\$ 12.784,65

Depreciación	15.028,69	15.028,69	13.591,35	13.591,35	13.591,35	
Gasto financiero	20.489,59	19.965,13	18.475,66	16.818,37	14.974,35	
Activos fijos	-258.178,72	- -	20.526,79	-	- - 1.726,79	
Capital de trabajo	- 11.897,76					
Valor de desecho (Residual)						
FLUJO DE CAJA	-270.076,48	31.575,28	15.571,83	47.647,83	56.945,84	65.192,85

Nota. Elaborada por autores.

Continuación

CONCEPTO	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	—
Ingresos	104.393,45	109.613,12	115.093,78	120.848,47	126.890,89	
Costo de venta	-57.867,27	-60.655,63	-63.583,41	-66.657,58	-69.885,46	
Utilidad Bruta	\$ 46.526,18	\$ 48.957,49	\$ 51.510,37	\$ 54.190,89	\$ 57.005,43	
Gastos administrativos	-2.439,39	-2.536,96	-2.638,44	-2.743,98	-2.853,74	
Gastos de ventas	-535,33	-556,74	-579,01	-602,17	-626,26	
Depreciación	-9.533,15	-9.533,15	-9.533,15	-9.533,15	-9.533,15	
Gastos financieros	-12.922,57	-10.639,61	-8.099,43	-5.273,06	-2.128,23	
Utilidad antes de participación e impuestos	\$ 21.095,75	\$ 25.691,03	\$ 30.660,33	\$ 36.038,53	\$ 41.864,05	
Participación de empleados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad antes impuestos	\$ 21.095,75	\$ 25.691,03	\$ 30.660,33	\$ 36.038,53	\$ 41.864,05	
Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad despues de part. E impuesto	\$ 21.095,75	\$ 25.691,03	\$ 30.660,33	\$ 36.038,53	\$ 41.864,05	

Depreciación	9.533,15	9.533,15	9.533,15	9.533,15	9.533,15
Gasto financiero	12.922,57	10.639,61	8.099,43	5.273,06	2.128,23
Activos fijos	-	-	-	-	-
Capital de trabajo					11.897,76
Valor de desecho (Residual)					206.964,00
FLUJO DE CAJA	85.742,97	97.245,84	109.613,58	122.921,79	356.115,30

Nota. Elaborada por autores.

Tabla 42 TMAR, VAN, TIR, Costo-Beneficio en escenario 1

TMAR	8,87%
VAN	\$262.403,02
TIR	20,78%
R B/C	\$1,97

Nota. Elaborada por autores.

- VAN: En este escenario el proyecto generaría un retorno financiero favorable.
- TIR: El proyecto ante este escenario es rentable en menor proporción.
- R B/C: El proyecto generará \$1,97 en beneficios por cada unidad monetaria invertida.

Tabla 43 Escenario 2: Aumento del Costo de Ventas en un 5%

FLUJO DE CAJA PROYECTADO (REDUCCION VENTAS 5%)						
Asociación ASOARTE						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		86.100,00	90.405,00	94.925,25	99.671,51	104.655,09
Costo de venta		-47.403,36	-50.378,86	-52.787,55	-55.316,68	-57.972,27
Utilidad Bruta		\$ 38.696,64	\$ 40.026,14	\$ 42.137,70	\$ 44.354,83	\$ 46.682,82
Gastos administrativos		-2.005,00	-2.085,20	-2.168,61	-2.255,35	-2.345,57
Gastos de ventas		-440,00	-457,60	-475,90	-494,94	-514,74
Depreciación		-15.028,69	-15.028,69	-13.591,35	-13.591,35	-13.591,35
Gastos financieros		-20.489,59	-19.965,13	-18.475,66	-16.818,37	-14.974,35
Utilidad antes de participación e impuestos		\$ 733,36	\$ 2.489,53	\$ 7.426,18	\$ 11.194,82	\$ 15.256,82
Participacion de empleados		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes impuestos		\$ 733,36	\$ 2.489,53	\$ 7.426,18	\$ 11.194,82	\$ 15.256,82
Impuesto a la renta		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad despues de part. E impuesto		\$ 733,36	\$ 2.489,53	\$ 7.426,18	\$ 11.194,82	\$ 15.256,82
Depreciación		15.028,69	15.028,69	13.591,35	13.591,35	13.591,35
Gasto financiero		20.489,59	19.965,13	18.475,66	16.818,37	14.974,35
Activos fijos	- 258.178,72	-	- 20.526,79	-	-	- 1.726,79
Capital de trabajo	- 11.897,76					
Valor de desecho (Residual)						
FLUJO DE CAJA	- 270.076,48	37.718,37	21.935,60	54.345,54	63.994,18	72.609,36

Nota. Elaborada por autores.

Continuación

CONCEPTO	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	—
Ingresos	109.887,84	115.382,23	121.151,35	127.208,91	133.569,36	
Costo de venta	-60.760,63	-63.688,41	-66.762,58	-69.990,46	-73.379,73	
Utilidad Bruta	\$ 49.127,21	\$ 51.693,82	\$ 54.388,77	\$ 57.218,45	\$ 60.189,63	
Gastos administrativos	-2.439,39	-2.536,96	-2.638,44	-2.743,98	-2.853,74	
Gastos de ventas	-535,33	-556,74	-579,01	-602,17	-626,26	
Depreciación	-9.533,15	-9.533,15	-9.533,15	-9.533,15	-9.533,15	
Gastos financieros	-12.922,57	-10.639,61	-8.099,43	-5.273,06	-2.128,23	
Utilidad antes de participación e impuestos	\$ 23.696,78	\$ 28.427,36	\$ 33.538,73	\$ 39.066,10	\$ 45.048,25	
Participacion de empleados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad antes impuestos	\$ 23.696,78	\$ 28.427,36	\$ 33.538,73	\$ 39.066,10	\$ 45.048,25	
Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad despues de part. E impuesto	\$ 23.696,78	\$ 28.427,36	\$ 33.538,73	\$ 39.066,10	\$ 45.048,25	
Depreciación	9.533,15	9.533,15	9.533,15	9.533,15	9.533,15	
Gasto financiero	12.922,57	10.639,61	8.099,43	5.273,06	2.128,23	
Activos fijos	-	-	-	-	-	
Capital de trabajo					11.897,76	
Valor de desecho (Residual)					206.964,00	
FLUJO DE CAJA	93.546,06	105.454,83	118.248,77	132.004,49	365.667,89	

Nota. Elaborada por autores.

Tabla 44 *TMAR, VAN, TIR, Costo-Beneficio en escenario 2*

TMAR	8,87%
VAN	\$310.380,98
TIR	22,92%
R B/C	\$2,15

Nota. Elaborada por autores.

- VAN: En este escenario el proyecto generaría un retorno financiero favorable.
- TIR: El proyecto ante este escenario es rentable en menor proporción.
- R B/C: El proyecto generará \$2,15 en beneficios por cada unidad monetaria invertida.

Una vez analizados los dos posibles escenarios, se determinó que el proyecto es mucho más sensible a la disminución del nivel de ventas que al aumento del costo de las mismas.

La segunda opción tiene una relación Beneficio/Costo más alta, lo que sugiere un rendimiento más robusto en términos de generación de beneficios en comparación con la primera opción. Esto podría indicar una mayor eficiencia financiera y una mayor rentabilidad potencial en el segundo proyecto. Sin embargo, es crucial considerar otros factores, como el riesgo asociado y el contexto general del proyecto, antes de tomar decisiones finales de inversión.

5.3 Importancia

Desarrollar proyectos emprendedores en este ámbito es crucial para elevar el nivel de vida de la comunidad, considerando la abundancia de recursos y generación de empleos que se distinguen entre sí por diversas características. La importancia de establecer un centro artesanal de tejido de sombreros radica en varios aspectos clave:

- **Conservación cultural:** Salvaguarda y promueve técnicas tradicionales de tejido, preservando una parte esencial del patrimonio cultural y artístico para futuras generaciones.
- **Desarrollo económico:** Proporciona una fuente de ingresos estables para los artesanos, contribuyendo al desarrollo económico local y al empoderamiento de la comunidad artesanal.
- **Generación de empleo:** Crea oportunidades de trabajo directas e indirectas en la comunidad, desde la producción hasta la comercialización de los sombreros.
- **Fomento del turismo:** Atrae turistas interesados en la cultura y las artesanías locales, impulsando así el turismo cultural y aumentando la visibilidad de la región.
- **Educación y formación:** Ofrece un espacio para la transmisión de conocimientos y habilidades de tejido entre generaciones, asegurando la continuidad de la tradición.
- **Innovación y diversificación:** Alienta a los artesanos a innovar en diseños y técnicas, manteniendo viva la tradición mientras se adaptan a las tendencias del mercado actual.

En conjunto, la creación de un centro artesanal de tejido de sombreros no solo beneficia a los artesanos asociados económica y socialmente, sino que también fortalece la identidad cultural de la comunidad y contribuye al desarrollo sostenible.

5.4 Metas del proyecto

- Fomentar la creación de empleos mediante el establecimiento del centro artesanal.
- Conseguir el financiamiento necesario para cubrir los costos iniciales y de inversión del proyecto.
- Ofrecer un lugar donde los artesanos puedan comercializar sus productos.
- Lograr una ganancia sostenible a lo largo del tiempo.

5.5 Finalidad de la propuesta

El propósito de la iniciativa de crear un centro artesanal de tejido de sombreros para unos asociados sería revitalizar y promover la artesanía tradicional, generando oportunidades económicas sostenibles para los artesanos. Este centro no solo buscaría preservar una técnica artesanal valiosa y parte de la herencia cultural, sino también mejorar las condiciones de vida de los asociados a través de la creación de empleo y el incremento de sus ingresos. Al mismo tiempo, apuntaría a educar y sensibilizar a la comunidad y a los visitantes sobre la importancia del tejido tradicional, contribuyendo al turismo cultural y al reconocimiento global del arte local.

Referencias

- Asamblea Nacional. (2014). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*.
- Burdiles, P., Castro, M., & Simian, D. (Enero-Febrero de 2019). Planificación y factibilidad de un proyecto de investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30, 8-18.
- Bustamante Rodas, F., & Peña Pérez, D. (2020). Tesis, Institución universitaria ESUMER, Facultad de Estudios Empresariales y de Mercadeo, Medellín.
- Cespedes Santamaria, S., & Rivera Cordova, L. (2019). *Los Ratios Financieros*. Universidad Peruana Unión, Ciencias Empresariales, Lima.
- Estrada López, V., & Monsalve Velásquez, S. (2014). *Diagnóstico Financiero de la empresa PROCOPAL S.A.* Tesis de grado, Universidad de Medellín, Facultad de Ingeniería.
- Fajardo Ortiz, M., & Soto González, C. (2018). *Gestión Financiera Empresarial*. Machala, Ecuador: UTMACH.
- García Aguilar, J., Galarza Torres, S., & Altamirano Salazar, A. (2017). Importancia de la administración eficiente del capital de trabajo en las Pymes. *Revista Ciencia Unemi*, 10(23), 30-39.
- García Jiménez, O. (2014). Fórmula DuPont y su rentabilidad, vista desde la óptica administrativa. *Inquietud Empresarial*, 14(2), 89-113.
- García Vega, D. (2017). *Control de riesgos en la empresa*.
- Gaytán Cortés, J. (Julio-Diciembre de 2018). Clasificación de los riesgos financieros. *Mercados y Negocios*(38).

- Mazón Arevalo, L., Villao Burgos, D., Núñez, W., & Serranoluyó, M. (Junio de 2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba –Ecuador. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 3(8), 14-24.
- Murcia Murcia, J., Díaz Piraquive, F., Medellín Duarte, V., Santana Viloria, L., Oñate Bello, G., Rodríguez Murcia, S., Rodríguez López, G. (2019). *Proyectos. Formulación y Criterios de Evaluación* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
- Mondragon Puerto, D. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Primera ed.). Bogotá, Colombia: Fondo editorial Areandino.
- Pérez, J., Garcés, J., Villao, K., & Camacho, I. (2017). Estudio para la creación del centro de procesamiento y taller artesanal para la elaboración de productos derivados del marfil vegetal (tagua), en la comuna Las Núñez, provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 4(1), 7-15.
- Ramírez Rojas, J. L. (2017). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas.
- Rengifo Zuasnahabar, J. (2018). *Proyecto de inversión y financiamiento*. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Economía.
- Rivas, R. (2018). La Artesanía: patrimonio e identidad cultural. *Revista de Museología Kóot*(9), 80-96.
- Rivera Mateos, M., & Hernández Rojas, R. (Julio-diciembre de 2018). Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local: retos y oportunidades en una ciudad histórico-patrimonial (Córdoba, España). *Estudios Geográficos*, 79(285), 529-553.

- Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyecto de inversión. Una propuesta metodológica* (Primera ed.). Ciudad de México, México.
- Rus Arias, E. (Abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com>
- Sarli, R., González, S., & Ayres, N. (2015). Análisis FODA. Una herramienta necesaria. *Revista de la Facultad de Odontología*, 9(1), 17-20.
- Tapia Muñoz, M., Granizo Lara, S., & Granizo Lara, L. (Enero de 2017). Estudio de Prefactibilidad de proyectos sociales y productivos. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Tovar Hernández, I., & Parra Echavarría, L. (2022). *Estudio de prefactibilidad para la producción de panela baja en químicos saborizada en el Municipio de Campamento Antioquia y comercialización del producto en el Valle de Aburrá*. Tesis, Universidad EAFIT, Medellín.
- Van Horne, J., & Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. PEARSON ED.
- Vázquez Burguillo, R. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com>
- Yagual Limón, H. (2021). *Costo y ventas aplicados al sector artesanal en Ecuador*. Santa Elena.
- Yépez Galarza, G., Quimis Izquierdo, N., & Sumba Bustamante, R. (21 de Marzo de 2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo de Conocimiento*, 6(3), 2045-2069.

Apéndices

Apéndice A. Convenio con la Asociación ASOARTE



CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA COORDINACIÓN DE LA CARRERAS DEL ÁREA EMPRESARIAL, CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO; Y LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN ARTESANAL DE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA "ASOARTE"

En la ciudad de Portoviejo, a los 29 días del mes de agosto del año 2023, suscriben el presente Convenio Interinstitucional, entre la Dirección del Área Empresarial, carrera de Diseño Gráfico de la "Universidad San Gregorio de Portoviejo", con número de ruc 1391709811001, representada por la Ing. Mercedes Elina Intriago Cedeño con número de cédula 1313508580 en su calidad Directora del Área Empresarial y coordinadora de las carreras de Finanzas y Administración de Empresas y tecnologías, debidamente facultada mediante el oficio **USGP-C.U.206-12-2020** e Ing. Freddy Veliz Verzosa, con número de cédula 0927124107, en su calidad de Coordinador de la carrera de Diseño Gráfico, debidamente facultada mediante el oficio **USGP-C.U.206-12-2020**; y, a quienes en adelante y para efectos de este instrumento se denominará "**COORDINADORES**"; y por otra parte, la Asociación de Producción Artesanal de Sombreros de Paja Toquilla "ASOARTE", con número de ruc 1391868804001, representado legalmente por Catalina Jamileth Zambrano Palma, con número de cédula 131665545-3, en su calidad de administradora de la Asociación de Producción Artesanal de Sombreros de Paja Toquilla "ASOARTE", debidamente facultada mediante representante legal, quien en adelante y para efectos de este instrumento se la denominará "**ADMINISTRADORA**". Las partes libre y voluntariamente convienen suscribir el presente convenio, con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - ANTECEDENTES:

- 1.1. La Universidad San Gregorio de Portoviejo, es una institución de educación superior, creada mediante la Ley 2000-33, dictada por el Congreso Nacional y promulgada en el Registro Oficial No. 229 del 21 de diciembre de 2000. Sus actividades académicas se regularán de conformidad con lo dispuesto en la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Superior y su Reglamento, en el Estatuto, Reglamentos y Resoluciones emitidos por la Universidad y de los Organismos que rigen el Sistema de Educación Superior en el Ecuador.
- 1.2. La Universidad San Gregorio de Portoviejo, es una institución que cuenta con los organismos pertinentes para el desarrollo de la investigación científica y para potenciar el avance del conocimiento y las actividades de vinculación con la sociedad, tiene como propósito la interacción entre la Universidad y la comunidad, en procura de lograr el desarrollo de la cultura, la educación, la ciencia y la tecnología, como agentes permanentes del bienestar y la transformación regional y nacional.
- 1.3. La Universidad San Gregorio de Portoviejo, es una comunidad académica particular, con personería jurídica propia, autonomía académica, administrativa,

financiera y orgánica, acorde con los objetivos del régimen del desarrollo y los principios establecidos en la Constitución de la República.

- 1.4. Su misión es ser una Universidad humanista e inclusiva, comprometida con la gestión del conocimiento y la cultura al servicio de la sociedad.
- 1.5. Su visión es ser una Universidad protagonista en la transformación social.
- 1.6. En la Resolución USG-H.C.U-191-09-2013 tomada por el Honorable Consejo Universitario en su Sesión Ordinaria del día 3 de septiembre del año 2013, la misma que dice literalmente:
"Autorizar a los Coordinadores de Carreras de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, suscribir convenios con Instituciones Públicas y Privadas para proyectos de Vinculación con la Sociedad y Pasantías de los Estudiantes".

SEGUNDA. – INTERPRETACIÓN:

Los términos del convenio deben interpretarse en sentido literal, en el convenio del mismo, y cuyo objeto revela claramente la intención de los intervinientes. En todo caso, su interpretación se la realizará de la siguiente manera:

- Cuando los términos se hallan definidos en las leyes ecuatorianas, se estará a tal definición;
- Si no están definidos en las leyes ecuatorianas, se estará a lo dispuesto en el convenio en su sentido literal y obvio, de conformidad con el objeto y la intención de los intervinientes; y,
- En falta o insuficiencia, se aplicarán las normas contenidas en el Título XIII del Libro IV del Código Civil.

TERCERA. - OBJETO:

Establecer alianzas estratégicas entre la academia y las comunidades que faciliten y fortalezcan la colaboración entre las partes en áreas de interés común y permitan el desarrollo de proyectos en los ámbitos de los procesos sustantivos a través de las prácticas preprofesionales, investigación, vinculación, desarrollo comunitario y/o actividades académicas y gestión de alianzas estratégicas en conjunto.

CUARTA. - OBJETOS ESPECÍFICOS:

El presente convenio tiene por objetivo promover en forma conjunta acciones tendientes a promover el desarrollo local de la parroquia Picoazá, creando lazos de colaboración recíproca en los campos académicos, científicos y tecnológicos, tales como estrategias de comercialización, promoción, gestión de proyectos, herramientas de gestión administrativa-financiera para la cooperación para diseño y validación metodológica y protocolos de información y gestión del proceso investigativo y de vinculación.

QUINTA. - ACTIVIDADES:

Las actividades a desarrollar por parte de "La Carrera" serán:

1. Participación en talleres y encuentros de cooperación inter-institucional con actores involucrados.
2. Proyectos de Prácticas Pre-profesionales.
3. Difundir en las redes de la institución los distintos procesos que se ejecuten en el marco del presente convenio
4. Otras actividades de interés mutuo relacionadas con el objetivo del presente convenio

Las actividades a desarrollar por parte de "La Organización" serán:

1. Promover la participación de las organizaciones, trabajadores, funcionarios en los espacios de formación que se realicen, en el marco de este convenio.
2. Promocionar la información necesaria para el desarrollo de talleres y encuentros de cooperación inter-institucional con actores involucrado.
- 3.- Facilitar el acceso a los estudiantes para el desarrollo de los procesos de práctica pre profesional.
- 4.- Difundir en las redes de la organización los distintos procesos que se ejecuten en el marco del presente convenio.

SEXTA. – COMPROMISOS CONJUNTOS:

Para alcanzar el objeto contemplado en el presente instrumento, las partes se comprometen a lo siguiente: (exponer los compromisos de las partes firmantes)

DE LA COORDINACIÓN DE LAS CARRERAS FINANZAS, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y TECNOLOGÍAS DEL ÁREA EMPRESARIAL, CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA UNIVERSIDAD "SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO", proceden dar cumplimiento con lo convenido según el objeto del mismo.

Se compromete en dar cumplimiento a lo señalado en el objeto del presente convenio esto es, proporcionar el equipo de docentes y de los estudiantes la realización de los procesos de investigación, vinculación y prácticas preprofesionales conforme a la disponibilidad del capital humano, modalidad de estudio y horarios que internamente las coordinaciones de las carreras analicen, y a su vez coordinar actividades de interés común para las partes.

SÉPTIMA. – VIGENCIA:

La vigencia del presente convenio será de cinco años contados a partir de la suscripción del mismo. En caso de que ninguna de las partes manifestará de forma expresa y por escrito su voluntad de no renovarlo con al menos treinta (30) días de anticipación, se entenderá renovado por el mismo periodo.

OCTAVA. – COMPROMISO LEGALES Y ECONÓMICOS:

Por la suscripción de este convenio no existe obligación pecuniaria o económica de parte de la "Asociación de Producción Artesanal de Sombreros de Paja Toquilla "ASOARTE"" para con "CARRERAS DEL ÁREA EMPRESARIAL, TECNOLOGÍAS, Y LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO". Así mismo, "LAS COORDINACIONES DE LA CARRERAS", no está obligada a cancelar a la "Asociación de Producción Artesanal de Sombreros de Paja Toquilla "ASOARTE"" ningún valor económico.

NOVENA. – RELACIÓN LABORAL:

Por la naturaleza del presente convenio, ninguna de las partes adquiere obligaciones laborales, ni económicas, respecto de los practicantes o terceros, ni responsabilidad patronal, y/o personal.

DÉCIMA. – PROPIEDAD INTELECTUAL:

Se respetará la propiedad intelectual y de todo el contenido que sea compartido de "LAS CARRERAS DEL ÁREA EMPRESARIAL Y LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO" a la "Asociación de Producción Artesanal de Sombreros de Paja Toquilla "ASOARTE"" o viceversa, de tal manera que dicho contenido, información u otro material que sea considerado de propiedad intelectual de algunas de las partes, no podrá ser utilizado ni parcial, ni totalmente sin previa autorización por escrito por parte del propietario.

DÉCIMA PRIMERA. - PROHIBICIÓN DE CESIÓN:

El presente Convenio no es susceptible de ser cedido parcial o totalmente a terceros, bajo ningún título. Carecerán de validez cualquier intento o acción de cesión o subrogación en los derechos y compromisos establecidos en este instrumento y además será causal de terminación inmediata del Convenio.

DÉCIMA SEGUNDA. – MODIFICACIÓN DEL CONVENIO:

El presente instrumento podrá ser revisado y modificado durante su ejecución, con la aceptación de las partes; para lo cual la parte interesada, deberá presentar la revisión o reforma parcial por escrito motivadamente sus sugerencias. Dicha modificación entrará en vigor en la fecha en que se suscriba la correspondiente adenda modificatoria.

DÉCIMA TERCERA. – SUPERVISIÓN, EJECUCIÓN Y CUMPLIMIENTO:

La supervisión, ejecución y cumplimiento del presente convenio, se efectuará por parte de la Carrera de Finanzas, la Ing. Mercedes Elina Intriago Cedeño; y por parte de la Asociación de Producción Artesanal de Sombreros de Paja Toquilla "ASOARTE", un representante de la institución.

En caso de ser necesario, las partes delegarán coordinadores o responsables para velar por el cumplimiento del objeto y compromisos adquiridos en el presente instrumento.

DÉCIMA CUARTA. – DOMICILIO:

Toda y cualquier notificación con respecto al objeto de este convenio deberá hacerse por escrito y podrá ser entregado personalmente, por correo electrónico enviado por la parte a quien la notificación está dirigida a las siguientes direcciones:

El Área Académica Empresarial, Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad San Gregorio de Portoviejo:

Nombre: Ing. Mercedes Elina Intriago Cedeño.

Ing. Freddy Véliz Verzosa

Dirección: Av. Metropolitana y Av. Olímpica.

Teléfono: 0986774010

0981258453

Email: meintriago@sangregorio.edu.ec

fevelizv@sangregorio.edu.ec



Asociación de Producción Artesanal de Sombreros de Paja Toquilla "ASOARTE"

Nombre: Catalina Jamileth Zambrano Palma

Dirección: Venezuela S/N Las Flores, Vía al Milagro

Teléfono: 0939458071

Email: picoazatoquillaquality@outlook.com

DÉCIMA QUINTA. – TERMINACIÓN DEL CONVENIO:

Las partes darán por terminado el convenio, en los casos siguientes:

1. Por cumplimiento de su objeto o del plazo establecido para su ejecución;
2. Por sentencia ejecutoriada que declare la nulidad del Convenio;
3. Por terminación unilateral del Convenio: Puede darse cuando una de las partes se encuentre incurso en las siguientes causales:
 - Por incumplimiento del objeto del Convenio;
 - Por incumplimiento de las obligaciones asumidas por las Partes en la ejecución de este convenio, en virtud del marco legal y normativo;
 - Por cesión o transferencia total o parcial de obligaciones o derechos derivados del convenio, salvo los casos previamente definidos dentro del presente instrumento; y,
 - Por suspensión de la ejecución del Convenio sin autorización expresa de ambas Partes.

DÉCIMA SEXTA. - NATURALEZA DEL CONVENIO:

Las Partes acuerdan y declaran que el presente Convenio es solamente de cooperación interinstitucional, por tanto, su naturaleza es esencialmente civil y se lo celebra al amparo de los contenidos del Código Civil. Este Convenio nunca podrá derivar en connotaciones de orden laboral, expresándose de modo concreto que no nace ni existe ninguna relación contractual laboral de dependencia sino de carácter civil entre las Partes y que las relaciones de éstas con sus respectivos trabajadores son de su propia cuenta, sin que la otra tenga absolutamente nada que ver en tales relaciones, a ningún título, como tampoco hacerse cargo de las obligaciones y responsabilidades que cada uno de ellos en forma individual tiene respecto de sus trabajadores.

DÉCIMA SÉPTIMA. - SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS:

En caso de surgir cualquier controversia entre las partes, derivada de la aplicación del presente Convenio, las partes por medio de sus representantes buscarán un acuerdo directo entre ellos bajo los principios de buena fe y equidad. De no mediar acuerdo alguno, el asunto controvertido podrá someterse libre y voluntariamente a petición de cualquiera de las partes, a los procedimientos de mediación. Ambas partes acuerdan elegir a Portoviejo, Ecuador como el lugar para cualquier arbitraje, y si es el caso, se someterán a los jueces o tribunales de la ciudad en mención.

DÉCIMA OCTAVA. – DOCUMENTOS HABILITANTES:

- Por parte de "Carrera de Finanzas", nombramiento o designación oficial del /Dirección / la Coordinador/a de carrera.

- Por parte "La Organización", nombramiento / designación / RUC (depende la naturaleza de la organización)

DÉCIMA NOVENA. – ACEPTACIÓN Y RATIFICACIÓN:

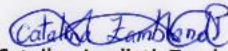
Las partes intervinientes aceptan y ratifican en todas sus partes el contenido del presente instrumento, sin reserva de ninguna clase y por convenir a sus intereses, para constancia de lo cual, lo firman a los 29 días del mes de agosto de 2023, no obstante, el presente instrumento quedará perfeccionado y entrará en vigor desde la fecha en que sea suscrito por todas las partes.



Ing. Mercedes Elina Intriago Cedeño
Directora del Área Académica Empresarial
UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE
PORTOVIEJO



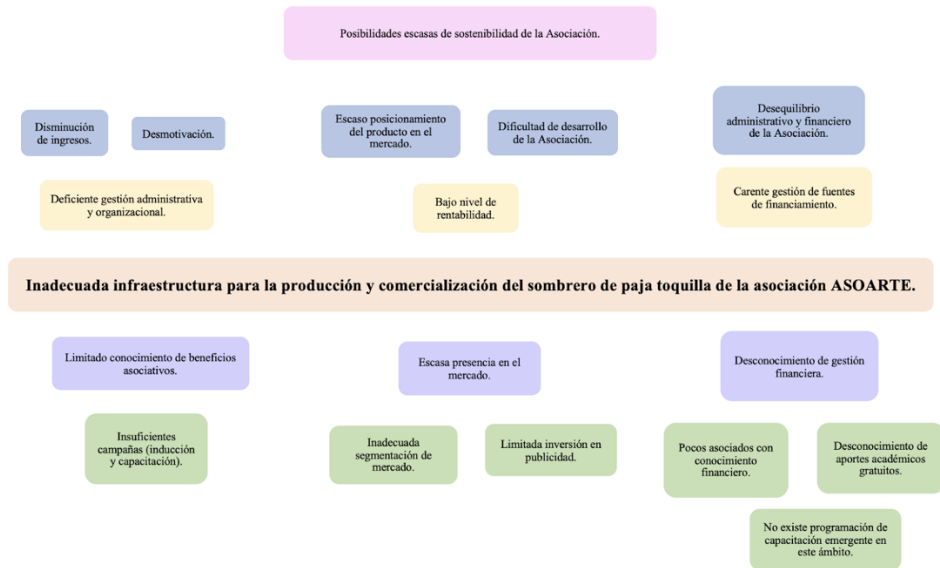
Ing. Freddy Véliz Verzosa
Coordinador de la Carrera de Diseño Gráfico
UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO



Catalina Jamileth Zambrano Palma
Administradora de la Asociación de
Producción Artesanal de Sombreros de
Paja Toquilla "ASOARTE"

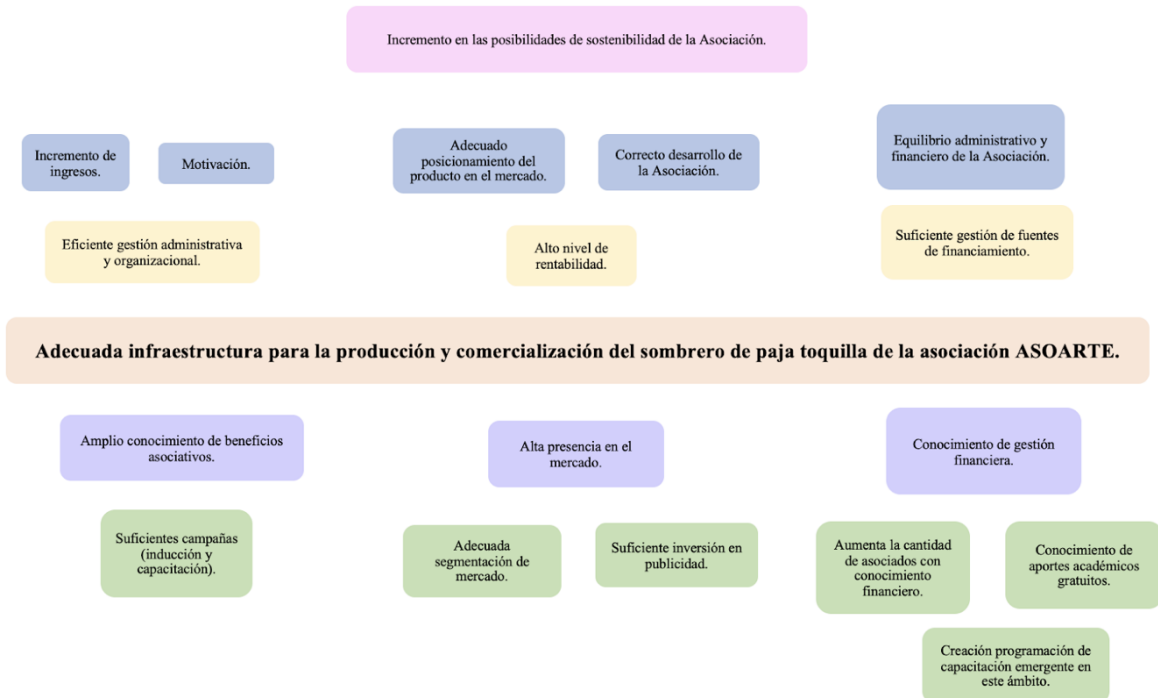
Apéndice B. Árbol de Problemas

ÁRBOL DE PROBLEMAS:



Apéndice C. Árbol de Objetivos

ÁRBOL DE OBJETIVOS:



Apéndice D. Encuesta



La presente explicación del consentimiento informado es proveer a los participantes en esta investigación una clara explicación sobre la naturaleza de este estudio y su rol como participante en la misma. Este trabajo es conducido por docentes de la Universidad San Gregorio de Portoviejo. El objetivo de este estudio es: Diseñar un estudio de prefactibilidad para la creación de un centro artesanal de la Asociación de producción artesanal de sombreros de paja toquilla El Milagro ASOARTE. Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá brindar la información solicitada en la entrevista. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que se recoja no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Si tiene alguna duda sobre este proyecto puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Desde ya, agradecemos su participación.

- **¿A qué organismos de control le responde la Asociación ASOARTE?**
- **¿Cuál es el organigrama de la Asociación ASOARTE?**
- **¿Con cuántos artesanos cuenta la asociación y cuántos de ellos intervienen en la elaboración de un sombrero?**
- **¿Qué tiempo demora la elaboración de un sombrero de paja toquilla según sus grados?**

- **¿Cuál es la máxima cantidad de sombreros que puede producir en un mes?**
- **¿La asociación lleva una contabilidad de costos, así como un seguimiento de la cuenta inventarios?**
- **¿La asociación cuenta con un contador fijo que lleve todos los estados contables de la misma?**
- **¿Cuánto puntos de venta tiene la asociación y cuáles son?**
- **¿Con que entidades la Asociación ASOARTE ha firmado convenios, recibido ayuda y considera como socio estratégico?**
- **¿Qué entidades han ayudado a la asociación con donaciones ya sea de efectivo o maquinaria?**
- **¿Cuál es la principal necesidad que tiene la asociación en estos momentos?**

Apéndice E

Estudio de Mercado - Picoazá Toquilla Quality.

Estimado/a.

Nos encontramos realizando una investigación para mejorar las estrategias de venta del sombrero de paja toquilla de la Asociación ASOARTE de Picoazá, Ecuador.

Este proyecto forma parte de una investigación de tesis gestionada por la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Le estaríamos muy agradecidos si pudiera dedicar aproximadamente 10 minutos de su tiempo para responder a este cuestionario, mismo que es completamente confidencial y anónimo, sus datos serán utilizados exclusivamente con fines científicos y estadísticos. Agradecemos de antemano su participación y por tomarse el tiempo para contestar el cuestionario.

1. ¿Compra sombreros de paja toquilla (Panama Hats)?

- Sí
- No

(Si responde “No”, salta a la pregunta 2. Si responde “Sí”, salta a la pregunta 3.)

2. ¿Por qué motivo no compra sombrero de paja toquilla?

- No es de su agrado
- No le encuentra utilidad
- No conoce que lo venden en Portoviejo
- Otro: _____

3. ¿Cuál es su rango de edad?

- Menor a 30 años
- de 30 a 40 años
- de 41 a 50 años
- de 51 a 60 años
- Mayor a 60 años

4. Seleccione el género al que pertenece.

- Hombre
- Mujer

5. Cuando usted compra sombreros de paja toquilla lo hace para:

- Uso Personal
- Regalarlo
- Revenderlo

6. ¿Qué le motiva a usted a comprar un sombrero de paja toquilla?

Seleccione en orden de prioridad siendo 1 el menos importante y 5 el más importante. Cada número se puede seleccionar una sola vez.

	1	2	3	4	5
Precio					
Calidad					
Diseño					
Tendencia de Moda					
Valor cultural					

7. ¿Con qué frecuencia usted compra sombreros de paja toquilla?

- Una vez al año
- De dos a tres veces al año
- Más de tres veces al año

8. ¿Dónde compra usted los sombreros de paja toquilla?

- Ecuahats Sombreros EC
- Sombreros Finos Jaime Lopez
- Asociación Casa del Sombrero
- Asociación ASOARTE Picoazá
- Modesto Hats
- Cuenca Ecuadorian Hands
- Montecuator Hats
- Otro: _____

9. ¿A través de qué medios conoce la promoción de los sombreros de paja toquilla?

- Redes sociales
- Revistas
- Televisión
- Radio
- Puntos de venta físicos
- Otro: _____

10. Compra los sombreros de paja toquilla a través de:

- Catálogos
- Páginas en línea
- Locales
- Otro: _____

11. Seleccione el rango de ingresos que percibe mensualmente:

- No tengo ingresos de ningún tipo
- Menos del básico (450 USD al mes)

- Salario básico (450 USD al mes)
- Entre 450 USD y 680 USD al mes
- Entre 680 USD y 1.020 USD al mes
- Entre 1.020 USD y 1.360 USD al mes
- Entre 1.360 USD y 1.700 USD al mes
- Entre 1.700 USD y 2.040 USD al mes
- Entre 2.040 USD y 2.380 USD al mes
- Entre 2.380 USD y 2.720 USD al mes
- Entre 2.720 USD y 3.060 USD al mes
- Entre 3.060 USD y 3.500 USD al mes
- Entre 3.500 USD y 4.000 USD al mes
- Más de 4.000 USD al mes

12. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un sombrero de paja toquilla?

- Hasta \$35
- Hasta \$45
- Hasta \$80
- Hasta \$140
- Más de \$140
- No estoy dispuesto a pagar el rango de valores mencionados.

13. ¿Cuál método de pago prefiere?

- Tarjeta de crédito / débito
- Efectivo
- Transferencia
- Otro: _____

14. ¿Ha escuchado que en la ciudad de Portoviejo existe una Asociación que se dedica a la producción de sombreros de paja toquilla?

- Sí
- No

15. ¿Estaría dispuesto a comprar sombrero de paja toquilla en la Asociación de productores de Picoazá?

- Sí
- No
- Tal vez

Apéndice F. Costos materiales sombrero 10 grados

Materiales Directos de Fabricación Sombrero 10 grados				
INSUMO	UNIDAD	PRECIO	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Paja			10	
Toquilla	Cogollo	\$ 0,22		\$ 2,20
Cinta	Rollo	\$ 32,00	0,07	\$ 2,29
Tafilete	Unidad	\$ 28,00	0,07	\$ 2,00
Costo total material Directo de Fabricación				\$ 6,49

Material Indirecto de Fabricación Sombrero 10 grados				
INSUMO	UNIDAD	PRECIO	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Agua	m3	\$ 0,35	1	\$ 0,35
Jabón blanco	Unidad	\$ 0,65	0,05	\$ 0,03
Azufre	Quintal	\$ 60,00	0,01	\$ 0,82
Aguja	Unidad	\$ 0,20	0,05	\$ 0,01
Goma	Gramos	\$ 2,25	0,15	\$ 0,34
Hilo	Rollo	\$ 3,00	0,33	\$ 1,00
Costo total material Indirecto de Fabricación				\$ 2,55

Costo total de Materiales de Fabricación Sombrero 10 grados	
Material Directo	\$ 6,49
Material Indirecto	\$ 2,55
Costo Total	\$ 9,03

Costos por Mano de Obra Directa Sombrero 10 grados			
Artesanos	Honorario	Unidad	Costo por Unidad
Tejedor	\$ 12,00	1,00	12,00
Operario	\$ 3,31	1,00	3,31
COSTO TOTAL			\$ 15,31

Unidades de Venta Proyectadas										
Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sombrero de 10 grados	600	630	662	695	729	766	804	844	886	931

Materiales de Fabricación Proyectados										
Materiales	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Directos	\$3.891,43	\$ 4.086,00	\$ 4.290,30	\$4.504,82	\$ 4.730,06	\$4.966,56	\$5.214,89	\$ 5.475,63	\$ 5.749,41	\$ 6.036,88
Indirectos	\$1.527,88	\$ 1.604,28	\$ 1.684,49	\$1.768,72	\$ 1.857,15	\$1.950,01	\$2.047,51	\$ 2.149,89	\$ 2.257,38	\$ 2.370,25
Total Anualizado	\$5.419,31	\$ 5.690,28	\$ 5.974,79	\$6.273,53	\$ 6.587,21	\$6.916,57	\$7.262,40	\$ 7.625,52	\$ 8.006,79	\$ 8.407,13

Mano de Obra Directa										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Artisanos										
Tejedor	\$ 7.200,00	\$ 7.560,00	\$ 7.938,00	\$ 8.334,90	\$ 8.751,65	\$ 9.189,23	\$ 9.648,69	\$10.131,12	\$ 10.637,68	\$11.169,56
Operario	\$ 1.986,00	\$ 2.085,30	\$ 2.189,57	\$ 2.299,04	\$ 2.414,00	\$ 2.534,70	\$ 2.661,43	\$ 2.794,50	\$ 2.934,23	\$ 3.080,94
Total Anualiz	\$ 9.186,00	\$ 9.645,30	\$ 10.127,57	\$10.633,94	\$11.165,64	\$11.723,92	\$12.310,12	\$12.925,62	\$ 13.571,91	\$14.250,50

Apéndice G. Costos materiales y proyecciones sombrero 12 grados

Materiales Directos de Fabricación Sombrero 12 grados				
INSUMO	UNIDAD	PRECIO	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Paja Toquilla	Cogollo	\$ 0,22	12,00	\$ 2,64
Cinta	Rollo	\$ 32,00	0,07	\$ 2,29
Tafilete	Unidad	\$ 28,00	0,07	\$ 2,00
Costo total material Directo de Fabricación				\$ 6,93

Material Indirecto de Fabricación Sombrero 12 grados				
INSUMO	UNIDAD	PRECIO	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Agua	m3	\$ 0,35	1	\$ 0,35
Jabón blanco	Unidad	\$ 0,65	0,05	\$ 0,03
Azufre	Quintal	\$ 60,00	0,01	\$ 0,82
Aguja	Unidad	\$ 0,20	0,05	\$ 0,01
Goma	Gramos	\$ 2,25	0,15	\$ 0,34
Hilo	Rollo	\$ 3,00	0,33	\$ 1,00
Costo total material Indirecto de Fabricación				\$ 2,55

Costo total de Materiales de Fabricación Sombrero 12 grados	
Material Directo	\$ 6,93
Material Indirecto	\$ 2,55
Costo Total	\$ 9,47

Costos por Mano de Obra Directa Sombrero 12 grados			
Artesanos	Honorario	Unidad	Costo por Unidad
Tejedor	\$ 15,00	1,00	15,00
Operario	\$ 4,31	1,00	4,31
COSTO TOTAL			\$ 19,31

Unidades de Venta Proyectadas Sombrero 12 grados										
Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sombrero de 12 grados	240	252	265	278	292	306	322	338	355	372

Materiales de Fabricación Proyectados Sombrero 12 grados										
Materiales	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Directos	\$ 1.662,17	\$ 1.745,28	\$ 1.832,54	\$ 1.924,17	\$ 2.020,38	\$ 2.121,40	\$ 2.227,47	\$ 2.338,84	\$ 2.455,78	\$ 2.578,57
Indirectos	\$ 611,15	\$ 1.086,12	\$ 1.140,43	\$ 1.197,45	\$ 1.257,32	\$ 1.320,19	\$ 1.386,19	\$ 1.455,50	\$ 1.528,28	\$ 1.604,69
Total Anualizado	\$ 2.273,33	\$ 2.831,40	\$ 2.972,97	\$ 3.121,62	\$ 3.277,70	\$ 3.441,58	\$ 3.613,66	\$ 3.794,35	\$ 3.984,06	\$ 4.183,27

Mano de Obra Directa Sombrero 12 grados										
Artesanos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Tejedor	\$3.600,00	\$3.780,00	\$3.969,00	\$4.167,45	\$4.375,82	\$4.594,61	\$4.824,34	\$5.065,56	\$5.318,84	\$5.584,78
Operario	\$1.034,40	\$1.086,12	\$1.140,43	\$1.197,45	\$1.257,32	\$1.320,19	\$1.386,19	\$1.455,50	\$1.528,28	\$1.604,69
Total Anualizado	\$4.634,40	\$4.866,12	\$5.109,43	\$5.364,90	\$5.633,14	\$5.914,80	\$6.210,54	\$6.521,07	\$6.847,12	\$7.189,48

Costo Total Proyectado de Sombrero de 12 grados										
Rubros	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materiales Direct. Indir.	\$2.273,33	\$2.831,40	\$2.972,97	\$3.121,62	\$3.277,70	\$3.441,58	\$ 3.613,66	\$ 3.794,35	\$ 3.984,06	\$ 4.183,27
MOD	\$4.634,40	\$4.866,12	\$5.109,43	\$5.364,90	\$5.633,14	\$5.914,80	\$ 6.210,54	\$ 6.521,07	\$ 6.847,12	\$ 7.189,48
CIF	\$ 247,06	\$ 247,06	\$ 247,06	\$ 247,06	\$ 247,06	\$ 247,06	\$ 247,06	\$ 247,06	\$ 247,06	\$ 247,06
TOTAL	\$7.154,78	\$7.944,58	\$8.329,45	\$8.733,57	\$9.157,90	\$9.603,44	\$10.071,26	\$10.562,47	\$11.078,24	\$11.619,80

Costo Unitario de Sombrero de 12 grados										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costo Unitario Total	\$ 29,81	\$ 31,53	\$ 31,48	\$ 31,43	\$ 31,39	\$ 31,35	\$ 31,31	\$ 31,28	\$ 31,24	\$ 31,21
PVP	\$ 77,00									

Apéndice H. Costos materiales y proyecciones sombrero 14 grados

Materiales Directos de Fabricación Sombrero 14 grados				
INSUMO	UNIDAD	PRECIO	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Paja Toquilla	Cogollo	\$ 0,22	14	\$ 3,08
Cinta	Rollo	\$ 32,00	0,07	\$ 2,29
Tafílete	Unidad	\$ 28,00	0,07	\$ 2,00
Costo total material Directo de Fabricación				\$ 7,37

Material Indirecto de Fabricación Sombrero 14 grados				
INSUMO	UNIDAD	PRECIO	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Agua	m3	\$ 0,35	1	\$ 0,35
Jabón blanco	Unidad	\$ 0,65	0,05	\$ 0,03
Azufre	Quintal	\$ 60,00	0,01	\$ 0,82
Aguja	Unidad	\$ 0,20	0,05	\$ 0,01
Goma	Gramos	\$ 2,25	0,15	\$ 0,34
Hilo	Rollo	\$ 3,00	0,33	\$ 1,00
Costo total material Indirecto de Fabricación				\$ 2,55

Costo total de Materiales de Fabricación Sombrero 14 grados			
	Material Directo	\$	7,37
	Material Indirecto	\$	2,55
	Costo Total	\$	9,91

Costos por Mano de Obra Directa Sombrero 14 grados			
Artesanos	Honorario	Unidad	Costo por Unidad
Tejedor	\$ 20,00	1,00	20,00
Operario	\$ 6,31	1,00	6,31
COSTO TOTAL			\$ 26,31

Unidades de Venta Proyectadas										
Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sombrero de 14 grados	60	63	66	69	73	77	81	85	89	93

Materiales de Fabricación Proyectados										
Materiales	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Directos	\$ 441,94	\$ 464,04	\$ 487,24	\$ 511,60	\$ 537,18	\$ 564,04	\$ 592,25	\$ 621,86	\$ 652,95	\$ 685,60
Indirectos	\$ 152,79	\$ 397,53	\$ 417,41	\$ 438,28	\$ 460,19	\$ 483,20	\$ 507,36	\$ 532,73	\$ 559,36	\$ 587,33
Total Anualizado	\$ 594,73	\$ 861,57	\$ 904,65	\$ 949,88	\$ 997,37	\$ 1.047,24	\$ 1.099,61	\$ 1.154,59	\$ 1.212,32	\$ 1.272,93

Mano de Obra Directa										
Artesanos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Tejedor	\$1.200,00	\$1.260,00	\$1.323,00	\$ 1.389,15	\$1.458,61	\$1.531,54	\$1.608,11	\$1.688,52	\$ 1.772,95	\$1.861,59
Operario	\$ 378,60	\$ 397,53	\$ 417,41	\$ 438,28	\$ 460,19	\$ 483,20	\$ 507,36	\$ 532,73	\$ 559,36	\$ 587,33
Total Anualizado	\$1.578,60	\$1.657,53	\$1.740,41	\$ 1.827,43	\$1.918,80	\$2.014,74	\$2.115,47	\$2.221,25	\$ 2.332,31	\$2.448,93

Costo Total Proyectado de Sombrero de 14 grados										
Rubros	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materiales Direct. Indir.	\$ 594,73	\$ 861,57	\$ 904,65	\$ 949,88	\$ 997,37	\$1.047,24	\$1.099,61	\$1.154,59	\$ 1.212,32	\$1.272,93
MOD	\$ 1.578,60	\$1.657,53	\$1.740,41	\$ 1.827,43	\$1.918,80	\$2.014,74	\$2.115,47	\$2.221,25	\$ 2.332,31	\$2.448,93
CIF	\$ 61,76	\$ 61,76	\$ 61,76	\$ 61,76	\$ 61,76	\$ 61,76	\$ 61,76	\$ 61,76	\$ 61,76	\$ 61,76
TOTAL	\$ 2.235,10	\$2.580,86	\$2.706,82	\$ 2.839,07	\$2.977,94	\$3.123,75	\$3.276,85	\$3.437,60	\$ 3.606,39	\$3.783,62

Costo Unitario de Sombrero de 14 grados										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costo Unitario Total	\$ 37,25	\$ 40,97	\$ 40,92	\$ 40,87	\$ 40,83	\$ 40,79	\$ 40,75	\$ 40,72	\$ 40,68	\$ 40,65
PVP	\$ 133,00									

Apéndice I. Visita a la Asociación



Nota. Letrero de la Asociación en El Milagro Picoazá.



Nota. Artesana en proceso de terminado del sombrero.



Nota. Actual centro de producción y venta.



Nota. Erick Zambrano (autor), Margarita García (tejedora) y Camila Egüez (autora) en las instalaciones de la Asociación en El Milagro Picoazá.