



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

**“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACION DE LOS SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA EN LA
CIUDAD DE MANTA”**

TUTOR:

EC. ALEX HUGO RAMOS MENDOZA

AUTORAS:

BAILON VALLE MELANIE DENISSE

CASTRO ALCIVAR ANDREA ELIZABETH

**PORTOVIEJO – MANABI – ECUADOR
2022**

Certificado del tutor de titulación

Habiendo sido nombrado, como tutor del trabajo de titulación para la obtención del título de ingeniero en Gestión Empresarial, presentado por las egresadas Melanie Denisse Bailón Valle y Andrea Elizabeth Castro Alcívar, con el tema **“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA EN LA CIUDAD DE MANTA”**.

Certifico que he revisado y aprobado todo su contenido, encontrándose apta para su sustentación.

ECON. ALEX HUGO RAMOS MENDOZA

Certificado del tribunal

Este trabajo de graduación cuya autoría corresponde a Melanie Denisse Bailón Valle y Andrea Elizabeth Castro Alcívar, con el tema: “ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE LOS SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA EN LA CIUDAD DE MANTA”, ha sido aprobado luego de su defensa publica, en la forma presente por el tribunal examinador de grado denominado por la carrera de GESTION EMPRESARIAL, como requisito para la obtención del título de Ing. En GESTION EMPRESARIAL.

Ing. Mercedes Intriago Cedeño, MSc

Coordinadora de la carrera

Ec. Alex Ramos Mendoza, MSc

Tutor trabajo investigación

Ing. Martha García Briones, MSc

Miembro del tribunal

Ing. María Arteaga García, MSc

Miembro del tribunal

Declaración de autoría

Andrea Castro Alcívar y Melanie Bailon Valle, autores de este trabajo de titulación denominado “Estudio de prefactibilidad para la elaboración y comercialización de los sombreros de paja toquilla en la ciudad de Manta”, 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 Gestión Empresarial 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.

Melanie Bailon
Egresada de la Carrera de
Gestión Empresarial

Andrea Castro
Egresada de la Carrera de
Gestión Empresarial

Agradecimiento

Agradezco a quienes estuvieron a mi lado en los momentos de alegría y sobre todo en los difíciles, donde el sentirse abrumado era necesario para exigirme más e ir por la excelencia.

Mi familia, seres queridos, profesores y todas aquellas personas que gracias a la institución llegue a conocer a lo largo de esta carrera, fueron un aporte inmenso en mi vida personal y académica

Bailon Valle Melanie

Agradecimiento

Agradezco a mi familia por estar siempre presente en cada etapa de mi vida, a mi hija por ser la fuerza que me impulsa y motiva a seguir adelante en cada situación frente a cada adversidad, y a mis personas especiales que no sueltan mi mano.

Andrea Castro Alcívar

Dedicatoria

A mi mama, por ser mi pilar y nunca dejar de apoyarme, gracias a todo su esfuerzo para poder culminar esta meta. A Dios sobre todo por hacer esto posible.

Melanie Bailon Valle

Dedicatoria

A mi hija que es mi motor y ganas de superarme día a día y a Dios por permitirme cumplir esta meta.

Andrea Castro Alcívar

Resumen

El Ecuador tiene un alto potencial de exportación de los sombreros de paja toquilla, por cuanto su elaboración se ajuste a los márgenes de calidad internacional y se constituyen en un excelente producto para turistas extranjeros que potencian el producto localmente. El estudio de prefactibilidad permitirá conocer el ámbito de su elaboración, tomando como base de producción la ciudad de Manta, por su cercanía geográfica a la ciudad de Montecristi, considerada la cuna de la fabricación de los sombreros de paja toquilla que históricamente han calado en los mercados internacionales con gran demanda y según los métodos y técnicas desarrolladas durante la investigación se considera que gracias a la ubicación estratégica del local comercial tendrá una aceptación del producto más favorable. Este estudio realizado considera como base el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo, el estudio legal y el estudio económico, y provee elementos básicos y necesarios para la puesta en marcha del proyecto, que sostienen que, según las proyecciones, la empresa tendrá rentabilidad para comercializar sombreros vanguardistas elaborados con paja toquilla en la ciudad de Manta. Actualmente en el mercado de Manta no se ha ofrecido una empresa o local que ofrezca los sombreros de paja toquilla, lo representa una gran oportunidad para vender los productos que se presentan en este proyecto.

Palabras Claves: Mercado, Administrativo, paja toquilla, cliente, demanda.

Abstract

Ecuador has a high export potential for toquilla straw hats, since their elaboration conforms to international quality margins and they constitute an excellent product for foreign tourists who promote the product locally. The prefeasibility study will allow knowing the scope of its elaboration, taking the city of Manta as the production base, due to its geographical proximity to the city of Montecristi, considered the cradle of the manufacture of toquilla straw hats that have historically permeated the international markets with great demand and according to the methods and techniques developed during the investigation, it is considered that thanks to the strategic location of the commercial premises, it will have a more favorable acceptance of the product. This study carried out considers as a basis the market study, the technical study, the administrative study, the legal study and the economic study, and provides basic and necessary elements for the implementation of the project, which maintain that, according to the projections, the The company will be profitable to market avant-garde hats made with toquilla straw in the city of Manta. Currently in the Manta market there has not been a company or place that offers toquilla straw hats, it represents a great opportunity to sell the products that are presented in this project.

Keywords: Market, Administrative, Toquilla straw, client, demand.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<i>Certificado del tutor de titulación</i>	<i>ii</i>
<i>Certificado del tribunal</i>	<i>iii</i>
<i>Declaración de autoría</i>	<i>iv</i>
<i>Agradecimiento</i>	<i>v</i>
<i>Dedicatoria</i>	<i>vii</i>
<i>Resumen</i>	<i>ix</i>
<i>Abstract</i>	<i>x</i>
<i>Introducción</i>	<i>1</i>
CAPÍTULO I	2
<i>1. Problematización</i>	<i>2</i>
<i>1.1. Tema</i>	<i>2</i>
<i>1.2. Antecedentes generales</i>	<i>2</i>
<i>1.3. Formulación del problema</i>	<i>3</i>
<i>1.4. Planteamiento del problema</i>	<i>3</i>
<i>1.5. Preguntas de la investigación</i>	<i>4</i>
<i>1.6. Delimitación del problema</i>	<i>4</i>
<i>1.7. Justificación</i>	<i>5</i>
<i>1.8. Objetivos</i>	<i>6</i>
1.8.1. Objetivo General.....	6
1.8.2. Objetivos específicos.....	6
CAPÍTULO II	8
<i>2. Contextualización</i>	<i>8</i>
2.1. Marco teórico.....	8
1.2. Marco Conceptual.....	16
Estudio de mercado.....	17
1.3. Marco legal.....	20
1.4. Marco ambiental.....	23
1.5. Variables.....	24
1.5.1. Variable independiente.....	24
1.5.2. Variable dependiente.....	24

2.6	Operacionalización de las variables.....	24
2.6.1	Variable independiente.....	24
2.6.2	Elaboración y comercialización de los sombreros de paja toquilla en Manta ...	27
<i>CAPÍTULO III.....</i>		<i>29</i>
3	<i>Marco metodológico.....</i>	<i>29</i>
3.1	Plan de investigación.....	29
3.2	Tipo de investigación.....	29
3.3	Fuentes de información.....	32
3.4	Población.....	32
3.5	Muestra.....	33
3.5.1	Tipo De Muestra.....	33
3.5.2	Tamaño De La Muestra.....	33
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
<i>CAPÍTULO IV.....</i>		<i>35</i>
4.	<i>Formulación del proyecto.....</i>	<i>35</i>
4.1	Análisis e interpretación de los resultados.....	35
4.1.1	Encuesta dirigida a la población de Manta consumidora de sombreros	36
	Tabulación de las encuestas.....	36
4.2	Estudio de mercado.....	46
4.2.1	La oferta.....	51
4.2.2	La demanda.....	52
4.2.3	Estimación de la demanda actual.....	53
4.2.4	Demanda insatisfecha.....	54
4.2.5	Producto.....	55
4.2.6	Precio.....	58
4.2.7	Plaza.....	59
4.2.8	Promoción.....	59
4.3	Estudio Técnico.....	60
4.3.1	Dimensión y características del mercado.....	60
4.3.2	Tamaño del proyecto.....	61
4.3.2.1	Distribución del espacio en planta.....	61
4.3.3	Localización del proyecto.....	62
4.3.4	La tecnología del proceso productivo.....	66
4.3.5	Ingeniería del proceso productivo.....	69
4.3.6	Flujograma del proceso.....	70

.....	71
4.4.1 Formulación Estratégica	77
4.4.2 Misión y Visión de la empresa	79
4.4. Funciones del Talento Humano	82
4.5 Estudio Legal	88
4.5.1 Tipo de Empresa.....	88
<i>CAPITULO V</i>	97
<i>5. Propuesta</i>	97
5.1. Título de la Propuesta	97
5.2. Autores De La Propuesta	97
5.3. Empresa Auspiciante	97
5.4. Área que cubre la propuesta	97
5.5. Fecha De Presentación	97
5.6. Fecha De Terminación	98
5.7. Duración Del Proyecto.....	98
5.8. Participación del Proyecto.....	98
5.9. Objetivo General	98
5.10. Objetivo Especifico	98
5.11. Beneficiarios Directos.....	99
5.12. Beneficiarios Indirectos	99
5.13. Impacto De La Propuesta	99
5.14. Descripción De La Propuesta	99
5.15 Importancia	131
1.1 5.16 Metas Del Proyecto	131
1.2 5.17 Finalidad de la propuesta	131
<i>2. Bibliografía</i>	133

Índice de Tablas

Tabla 1 Variable Independiente	25
Tabla 2 Variable Dependiente.....	27
Tabla 3 Población urbana de Manta.....	32
Tabla 4 Frecuencia de uso del sombrero.....	36
Tabla 5 Demanda	37
Tabla 6 Consideraciones para comprar	38
Tabla 7 Tipo de material	39
Tabla 8 Lugar de preferencia	40
Tabla 9 Lugar de preferencia	41
Tabla 10 Forma de pago.....	42
Tabla 11 Presupuesto para comprar	43
Tabla 12 Material del sombrero	44
Tabla 13 Oferta	45
Tabla 14 Principales proveedores	47
Tabla 15 Principales competidores locales	49
Tabla 16 Poblacion estimada de Manta	52
Tabla 17 Demanda total de habitantes	53
Tabla 18 Demanda insatisfecha	54
Tabla 19 Tipos de productos.....	57
Tabla 20 Precios.....	58
Tabla 21 Maquinas.....	72
Tabla 22 Características muebles de oficina.....	73
Tabla 23 Mano de Obra.....	76
Tabla 24 Matriz FODA	77
Tabla 25 Objetivos Estratégicos.....	80
Tabla 26 Organigrama.....	81
Tabla 27 Manual del Gerente.....	82
Tabla 28 Manual del Jefe Administrativo.....	83
Tabla 29 Manual del Ing. En Marketing	84
Tabla 30 Manual del personal de producción	85
Tabla 31 Manual del Jefe de Ventas	86
Tabla 32 Manual de secretaria contadora.....	87
Tabla 33 Producción (en cantidad mensual)	100
Tabla 34 Proyección de Ingresos (en USD).....	101
Tabla 35 Costos y gastos.....	102
Tabla 36 Sueldos y Salarios	103
Tabla 37 Gasto Mensual de la Mano de Obra.....	105

Tabla 38 Pago a los artesanos	105
Tabla 39 Servicios Básicos	105
Tabla 40 Estado de Costos de Producción Proyectados.....	106
Tabla 41 Gastos Totales	108
Tabla 42 Depreciación y amortización	109
Tabla 43 Inversión.....	110
Tabla 44 Inversión (participación).....	112
Tabla 45 Capital de trabajo	112
Tabla 46 Estructura del Costo Unitario.....	113
Tabla 47 Financiamiento.....	113
Tabla 48 Financiamiento (participación)	114
Tabla 49 Amortización.....	115
Tabla 50 Resumen de la amortización	116
Tabla 51 Estados financieros	116
Tabla 52 Estado de resultados proyectado	118
Tabla 53 Flujo de caja	121
Tabla 54 Punto de Nivelación sombrero fino	123
Tabla 55 Punto de Nivelación de sombrero extra fino.....	123
Tabla 56 Punto de Nivelación del sombrero ultra fino	123
Tabla 57 Punto de Equilibrio Total.....	124
Tabla 58 Evaluación financiera.....	125

Índice de Figuras

<i>Figura 1</i> Frecuencia de uso del sombrero.....	36
Figura 2 demanda.....	37
Figura 3 consideraciones para comprar.....	39
Figura 4 tipo de material	40
Figura 5 lugar de preferencia	41
<i>Figura 6</i> lugar de preferencia.....	42
Figura 7 forma de pago	43
Figura 8 presupuesto para compra	44
Figura 9 material del sombrero	45
Figura 10 Oferta	46
Figura 11 empaquetado.....	55
Figura 12 etiqueta.....	56
Figura 13 logotipo.....	57
Figura 14 distribución de planta.....	62
Figura 15 Localización del Cantón Manta - Provincia de Manabí	63
Figura 16 Localización del Barrio Córdoba en la ciudad de Manta	65
Figura 17 cosecha de la materia prima.....	66
Figura 18 desvene	67
Figura 19 artesanos cocinando la fibra y secado de la paja en cordeles	67
Figura 20 proceso de tejido	68
Figura 21 lavado y tejido del sombrero.....	69
Figura 22 prototipo del producto final	69
Figura 23 Flujograma del proceso.....	71
Figura 24 financiamiento del proyecto	114
Figura 25 Utilidad/Pérdida del Ejercicio.....	119

Introducción

El trabajo de titulación del Estudio de prefactibilidad para la elaboración y comercialización de los sombreros de paja toquilla en la ciudad de Manta, ha sido realizado con el propósito de saber si puede ser viable llevar a cabo la ejecución del mismo con éxito.

En el capítulo I se realiza el planteamiento del problema el cual se detalla por qué se llevó a cabo esta indagación, exhibiendo por completo antecedentes, justificación, delimitación, preguntas y objetivos de la exploración explicativa.

El capítulo II, se encuentra la investigación con respecto al marco teórico y conceptual establecidos, citas bibliográficas que se han considerado de suma relevancia para este trabajo. Asimismo, se encuentran las variables independiente y dependiente con su operacionalización.

En el capítulo III, se presentan las de fuentes primarias y secundarias, métodos e instrumentos que estuvieron aplicados al instante de ejecutar tanto el marco teórico como el estudio de mercado.

El capítulo IV representa como se constituyó el proyecto en base al análisis e interpretación de los resultados logrados al instante de recopilar información de las encuestas. Conjunto a ello, se describen otros ítems tales como la demanda y oferta de mercado, estudio técnico, representación del producto adyacente con su publicidad y promoción, el marco legal, estudio administrativo, entre otros.

En el capítulo V, se calcula un estudio financiero, puntualizando todos los valores, requerimientos e inversión que requiere la empresa para poder iniciar sus actividades.

CAPÍTULO I

1. Problematicación

1.1. Tema

Estudio de prefactibilidad para la elaboración y comercialización de los sombreros de paja toquilla en la ciudad de Manta

1.2. Antecedentes generales

El sombrero de paja toquilla un producto mundialmente demandado por su exquisita y fina confección artesanal, siendo actualmente Montecristi cuna de las artesanías ecuatorianas, el alargado sombrero paja toquilla representa una tradición inmensa para todo el Ecuador.

Esta artesanía en este momento se ve un poco amenazada ya que la población que aún lo teje es muy escasa y en su 90% son adultos mayores, pero siendo este el sustento de aquel que se dedica a su fabricación y comercialización hoy en día mucha gente Montecristense busca continuar este medio como forma de vivir. Por ello, el Ministerio de Cultura y Patrimonio impulsa varios talleres de capacitación para lograr que las tejedoras obtengan mayores conocimientos y precisión al momento de realizar sus productos, lo cual ayudaría a que mejoren su costo en el mercado.

A pesar de que Montecristi sea la cuna de los sombreros de paja toquilla, este proyecto se llevara a cabo en Manta por ser un puerto turístico y además se localiza en una bahía, que le ha dado la característica de puerto internacional en la costa del océano Pacífico, al centro de la Ecuador, a una altitud de 6 m s. n. m. y con un clima seco tropical de 23°C en promedio, ubicación que le otorga la capacidad de abrirse paso a dos espacios económicos, el turismo y el comercio. (GAD MANTA, 2019)

Manta es un punto importante de destino turístico, así, miles de turistas llegan cada año al moderno Terminal de Pasajeros de Cruceros. Es importante señalar, que en Manta los cruceros no tienen restricciones de calado y su arribo se realiza sin tiempo de espera, convirtiéndose en un escenario apreciado por las líneas navieras, siendo este el escenario perfecto para la comercialización de los sombreros.

1.3. Formulación del problema

¿De qué manera el estudio de prefactibilidad permitirá una mejor producción de los sombreros de paja toquilla para la comercialización en la ciudad de Manta?

1.4. Planteamiento del problema

Ecuador es un país latino aferrado a sus raíces y costumbres, las cuales son la principal razón de los artesanos para ser expresadas en productos elaborados a mano y generalmente con materiales naturales.

El sombrero de paja toquilla es originario de la costa ecuatoriana, con hondas raíces ancestrales. Es un producto mundialmente demandado por su exquisita confección artesanal, siendo actualmente el producto representativo de las artesanías ecuatorianas.

En el Ecuador, en la provincia de Manabí existe el cantón Montecristi reconocido por ser un alto fabricante de productos artesanales donde se destaca el trabajo con fibra vegetal como paja toquilla o mocora, de los cuales el sombrero es bien aceptado internacionalmente debido a su fina calidad.

El comercio de la paja toquilla en Montecristi, consiste en un lugar donde florece netamente el trabajo artesanal, cuyos artesanos se mantienen en la comodidad de sus casas, trabajan a su tiempo y bajo sus gustos, no tienen una competencia que les exija

superar sus estándares de diseño y confección, por lo que estos productos no se diferencian mucho entre ellos, razón principal es normal encontrar los mismos diseños y colores en todos los locales, limitando sus oportunidades de compra.

La ciudad de Manta ubicada a tan solo 15 minutos del cantón Montecristi, los convierte en cantones con lazos de comercio fortalecidos ya que por su puerto brinda la capacidad de realizar una exportación de los sombreros de paja toquilla a diversos destinos internacionales.

1.5. Preguntas de la investigación

- ¿Cuál será el tamaño de mercado para la comercialización?
- ¿El uso de la tecnología permitirá obtener un producto de mejor calidad?
- ¿Cuál será la inversión para la puesta en marcha para el producto de sombreros paja toquilla?
- ¿Con que tipo de capital se iniciará?

1.6. Delimitación del problema

Campo: Empresarial

Área: Estudio de prefactibilidad

Aspecto: Producción y comercialización

Tema: Estudio de prefactibilidad para la elaboración y comercialización de los sombreros de paja toquilla en Manta

Problema: ¿De qué manera el estudio de prefactibilidad permitirá una mejor producción de los sombreros de paja toquilla para la comercialización en la ciudad de Manta?

Delimitación espacial – La investigación se realizará en la ciudad de Manta en la provincia de Manabí

Delimitación temporal- La investigación se efectuará en el periodo octubre 2021 – marzo 2022

Línea de investigación: Desarrollo e innovación empresarial

1.7. Justificación

Este tema de investigación radica su importancia por la trascendencia histórica que tiene el sombrero de paja toquilla, conocido y buscado por su extrema finura. Los artesanos de Montecristi, en la provincia de Manabí, en Ecuador, poseen los conocimientos ancestrales y técnicos en la fabricación artesanal del sombrero, en la selectiva elección del calibre de la paja y en la técnica de tejido manual, que permiten obtener un grado de perfección, por lo que es un producto con gran demanda en los mercados internacionales lo que hace que tenga mayor auge en el sector nacional, por lo tanto amerita el estudio de la producción y comercialización, con eso se busca reconocer el patrimonio cultural que expresa la cultura milenaria y ancestral del Ecuador y hacerle extensión en Manta para destacar la importancia y darle un valor agregado.

La importancia del tema se enfoca en crear una nueva alternativa de negociación para que se continúe manteniendo los niveles de comercialización por la gran demanda que tiene el producto y por ende no dejar perder este patrimonio nacional que viene con más fuerza y más reconocimiento actualmente.

La novedad del trabajo radica en que en Manta no se han realizado estudios referentes a la organización de la producción y la comercialización de este producto, los beneficiarios corresponderán a todos productores que se dedican a la elaboración de este tipo de productos

El aporte a la academia será el total de un material bibliográfico que servirá como fuente de consulta para las nuevas generaciones, así mismo a la sociedad contribuye a tener un negocio más organizado que permitirá crear mejores fuentes de trabajo y podrá crear nuevas plazas de trabajo para el desarrollo de la sociedad.

1.8. Objetivos

1.8.1. Objetivo General

Desarrollar un estudio de la prefactibilidad para la creación y comercialización de sombreros de paja toquilla

1.8.2. Objetivos específicos

- Analizar el estudio de mercado para la creación de una empresa para la elaboración y comercialización de sombreros de paja toquilla en el cantón de Manta.
- Establecer la menor cantidad de tecnología y realzar la producción artesanal para la elaboración del sombrero relacionada con la calidad total del producto total

- Investigar las normativas legales y requisitos para la comercialización de sombreros de paja toquilla.
- Determinar la inversión presupuestaria para la ejecución del proyecto

CAPÍTULO II

2. Contextualización

2.1. Marco teórico

Para poder entender lo que es el patrimonio artesanal hay que tener presente el significado de patrimonio, que tiene distintas acepciones, pero que todas señalan algo en común, que es la cantidad y sobre todo la calidad de bienes que una persona y/o institución heredan, poseen y acumulan a lo largo de varias generaciones. Considerado así, el patrimonio vendría a ser la herencia cultural, tradicional, oral, escrita, de monumentos e incluso construcciones en ruinas y edificaciones antiguas, que pudieron haber sido destruidas por diversos motivos, pero que han sobrevivido a través de los años y formaron parte importante en su tiempo de su entorno y pasaron a formar herencia valiosa de un Estado, pueblo o nación y deben ser celosamente guardados, con extremo cuidado, para que no se pierdan en el tiempo y peor en el olvido colectivo, pues constituyen esencia fundamental de la historia y de la identidad, que es lo que singulariza e individualiza a las culturas en la actual sociedad globalizada. (Universidad del Azuay, 2021)

Según Aguilar (2021) al patrimonio artesanal muchos autores lo ubican como parte del patrimonio folclórico, pues las artesanías son los objetos, destrezas y/o habilidades de un pueblo, elaboradas a mano y con el auxilio de muy pocas y elementales herramientas y maquinarias y que sirven para la creación de objetos tanto para uso cotidiano, como artístico-decorativo, objetos que pueden ser elaborados con fibras naturales, vegetales y sintéticas.

Además, el tejido artesanal de sombreros de paja toquilla representa fuentes de trabajo, que más que una forma de producción cumple el rol importante de destacar la cultura, historia y simbolismo, destacando las actividades artísticas rurales pero sin olvidar las urbanas, para ser en conjunto artífices de un producto empoderado.

Estudio de Factibilidad

Concepto

Investigaciones de la Universidad Libertador Pedagógica Experimental citado por (Romero, 2011), indicaron la investigación de factibilidad es conjunto de una de las cinco etapas de un proyecto factible los cuales son diseño, evaluación de propuesta, diagnóstico y factibilidad”.

Para (Morales, 2009), “El estudio de factibilidad guía a el sondeo en búsqueda del conocimiento del recurso económico en el que se desenvuelve el proyecto, capacidad productiva, métodos técnicos, operación y estructura del mismo y los detalles financieros”.

Romero (2011), aseguró que “la factibilidad de un proyecto es una propuesta desarrollada bien sustentada en un modelo viable el cual tiene como meta brindar una solución de un problema señalado e identificado o cuando una organización presenta una necesidad”.

Por otro lado, (Ramirez, Vidal, & Dominguez, 2009), proponen que “estudio de factibilidad es una argumentación para definir si una propuesta es considerada

conveniente o no conveniente para una organización”. Además (Ramirez V. D., 2009) señalan los diferentes puntos a considerar los cuales deberán pasar por proceso de mejora y desarrollo para que el análisis sea exitosa y si el proyecto prorratea a la conservación del ambiente. También consideran (Ramirez, "Etapas Del Análisis De Factibilidad, 2009) que este tipo de investigación es integra en su debida temporada de pre inversión de un análisis de estudios. Las otras etapas se denominan maduración y funcionamiento.

El fin de este proyecto de investigación se fija en la necesidad de los estudios y proyectos de inversión sea debidamente demostrada, su sustentación y documentación requerida, dando las soluciones económicas – financieras favorables al estudio, proyecto u objeto el cual este dirigido.

Estudio de Mercado

Las evaluaciones de proyectos de inversión deben considerar elementos fundamentales de un estudio de mercado para obtener información relevante que permita evaluar tales proyectos con la debida precisión. (Chain, 2014)

(HAMITLON & PEZO, 2005) consideran que “los elementos objetos de análisis para este tipo de estudios son: el producto, mercado, demanda, oferta, precios y proveedores”.

El producto

En concordancia con Mejía (Cordova, 2011), el producto es el objeto capaz de satisfacer una necesidad en forma física o como un servicio. También propone cinco clasificaciones para el producto:

Primera clasificación: dentro de esta categoría se encuentran los bienes duraderos, no duraderos y de servicios,

Segunda clasificación: se ubican los bienes de consumo y de capital,

Tercera clasificación: se añade a los bienes intermedios, en proceso y finales,

Cuarta clasificación: son los bienes complementarios, inferiores, normales y superiores,

Quinta clasificación: se incluye a los bienes raíces, muebles e inmuebles.

También sugiere que para hacer una evaluación del producto se debe considerar los aspectos que indiquen el grado de diferenciación del producto, las especificaciones técnicas del producto para su producción y todas las características físicas del mismo.

(Cordova, 2011)

El cliente

(Cordova, 2011) identifica al cliente como un elemento importante en el mercado y lo denomina como el mercado objetivo. Para un proyecto de negocios. De igual manera, al cliente lo clasifica en cuatro grupos:

El consumidor individual.- Se afirma que gran cantidad de proyecto tienen el objetivo de producir bienes que de manera directa o indirecta satisfacen las necesidades de los consumidores finales.

El consumidor industrial. - Dentro de este grupo se identifican aquellos consumidores que adquieren productos para usarlos en la producción de otros productos. Dentro de esta clasificación se encuentran los propios consumidores industriales y productores de servicios. El elemento más importante a considerar dentro de este grupo es la demanda,

ya que para mercado no busca satisfacer la necesidad de un consumidor individual, sino más bien la de los productores de bienes y servicios. Es por esta razón que, (Cordova, 2011) argumenta que este tipo de demanda está más relacionada con las características técnicas de los productos, la entrega y los procedimientos de compra (Cordova, 2011)

La cadena de comercialización. - Se considera como un tercer grupo de consumidores a las cadenas de comercialización debido al gran desarrollo e influencia que poseen sobre el mercado. Se identifica con características similares a los compradores industriales.

El consumidor institucional.- En esta categoría se identifican a organizaciones públicas y privadas que demandan bienes y servicios para su beneficio propio, más no para los procesos de producción.

Además de esta clasificación, los clientes deben ser claramente identificados, clasificados, ubicados geográficamente, entre otras variables que segmenten a los clientes del negocio. (Cordova, 2011)

La demanda

Es la suma de todos los bienes que un cliente desea obtener de acuerdo a su valor, precio. (Balbin, 2010). Sin embargo, la demanda se puede encontrar amenazada y cambiar por otras situaciones independientes al precio dando como ejemplo: el nivel de ganancias o ingresos, el precio sustitutos y complementarios, la diferencia de gustos, estados de ánimos, situación económica del país y preferencias, expectativas y tamaño del mercado, su ubicación. En general la demanda indica que cuando todos estos factores se mantienen, sin tomar en cuenta el precio, la cantidad demanda se inclina a una disminución cuando el precio se eleva y viceversa (Harrinson, 2009)

Demanda individual: refleja el comportamiento del consumidor individual,

Demanda de mercado. Representa el conjunto de individuos que demandan un determinado bien o servicio.

Teoría del Productor

Indica que los productores buscan una combinación óptima de los factores de producción, trabajo y capital, que les permita maximizar los beneficios y minimizar los costos. Este nivel de producción se convierte en la oferta del mercado. (Bergara, 2011)

Teoría de la oferta y de la demanda

Este modelo indica que en un libre mercado y competitivo, de un determinado bien o servicio, el precio de los mismos se define en el punto de equilibrio entre la oferta y la demanda, donde los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio señalado todo lo que los productores ofrecen. Esta teoría proviene de la unión de la ley de la oferta y la demanda. (Sinibaldi, 2009).

Por otra parte, Peña (2017) manifestó que el estudio de mercado de un proyecto es uno de los análisis más significativos y complejos, se centraliza hacia el consumidor y la cantidad del producto que demandaría. En él se representa los productos o servicios que creará el proyecto, a que mercado va encaminado, área geográfica del mercado, su oferta y demanda existente de productos y materias primas. Para los proyectos el estudio de mercado es una parte importante los objetos específicos que se tiene que definir son:

Producto: Detallar el producto o servicio, sus especificaciones técnicas y de calidad.

Mercado: Muestran la forma como se apreció el mercado meta y que materiales se utilizaron para establecer la demanda potencial y la demanda efectiva del proyecto.

Oferta y demanda del mercado: Se ejecuta un análisis de la demanda total del producto en el mercado, ponderar la producción total, así como las importaciones y las exportaciones de productos similares que representan la competencia del proyecto

Estructura del mercado

Determina el o los marcos competitivos del mercado de un servicio o bien, donde puede existir rivalidad entre los factores que componen al mercado. Las identificadas como competencia son los siguientes:

Perfecta: es conocida mundialmente por el sistema de libre mercado, donde no existe ventaja por parte de los productores sobre sus competidores y una vez que se determina un equilibrio entre la oferta y la demanda se puede fijar el precio.

Sus características principales son las siguientes:

No existen barreras, ni impedimentos de entrada o salida, en el mercado, para las empresas,

No existe la intervención del estado, ni agentes que afecten el libre mercado.

Existen bienes homogéneos,

Gran cantidad de productores y demandantes,

Disponibilidad de los factores de producción.

Una vez identificada la situación problemática que acontece el presente proyecto, es necesario analizarla en contextos macro, meso y micro.

A pesar que el proyecto sea llevado en la República de Ecuador, es imprescindible conocer si en el mercado extranjero existe la fabricación de sombreros de paja toquilla o fibra

vegetal, porque no sólo se trata del reconocimiento de la competencia internacional, sino también tener conocimiento del nivel de aceptación de este tipo de carteras en otros países, ya que se habla de fabricar un producto personalizado e innovador capaz de ser exportado, de igual forma detectar a leves rasgos su producción y comercialización que delaten la existencia de una marca extranjera que se dedique a la elaboración de carteras de paja toquilla de alta calidad.

Es así como en América Latina se ha detectado una marca peruana llamada “Galera”, dedicada a la producción y comercialización de productos de fibra vegetal, hace uso de la red social “Instagram” donde se da a conocer como una marca que oferta un producto hecho a mano cumpliendo con procesos y materiales que provean de calidad y diseño diferente y mejorado al tradicional.

Ecuador, posee un alto número de artesanos que se dedican al trabajo de este material, y como se dijo anteriormente, desean proyectar la cultura de ellos, sin embargo, eso no ha retrasado que surjan nuevas ideas en la fabricación de estos sombreros.

Ecuador es un país latino aferrado a sus raíces y costumbres, las cuales son la principal razón de los artesanos para ser expresadas en productos elaborados a mano y generalmente con materiales naturales. Tal acto se ha convertido en una tradición con los años, y el sustento de aquel que se dedica a su fabricación y comercialización.

El sombrero de paja toquilla es originario de la costa ecuatoriana, con hondas raíces ancestrales. Es un producto mundialmente demandado por su exquisita confección artesanal, siendo actualmente el producto representativo de las artesanías ecuatorianas. Sin embargo, esta fibra con el paso de los años ha evolucionado en su confección por lo

que ya no solo se hacen sombreros, sino también carteras, adornos domésticos, muebles, los trabajos y diseños tradicionales, no han detenido a que surjan marcas que como “Galera”, han querido darle un giro positivo a la fabricación de los productos elaborados en paja toquilla, específicamente a carteras, tales como las “Beabelle” de la ciudad de Guayaquil, y “María Amazonas” de la ciudad de Quito, así mismo como la marca peruana “Galera”, poseen páginas en la red social de Instagram que muestran el trabajo al que se dedican a diario, permitiéndoles acercarse entre vendedor y comprador. Razón principal por la que hoy que hay tanto realce en cuanto al valor de productos elaborados con paja toquilla hoy por hoy tienen mayor demanda.

En el Ecuador, en la provincia de Manabí existe el cantón Montecristi reconocido por ser un alto fabricante de productos artesanales donde se destaca el trabajo con fibra vegetal como paja toquilla o mocora, de los cuales el sombrero es reconocido internacionalmente debido a su fina calidad.

El comercio de la paja toquilla en Montecristi, consiste en un lugar donde florece netamente el trabajo artesanal, cuyos artesanos se mantienen en la comodidad de sus casas, trabajan a su tiempo y bajo sus gustos, su competencia es ellos mismos, cuyos productos no se diferencian mucho entre ellos, por lo que es común encontrar los mismos diseños y colores en todos los locales, limitando sus oportunidades de compra. Este proyecto pretende contratar a estos tejedores artesanales que con su habilidad logren plasmar las ideas de confección y diseño innovadoras que se tienen.

1.2. Marco Conceptual

Prefactibilidad

Supone un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto. Si se estima que su implantación es viable, la idea se transformará en un proyecto que será llevado a cabo (Merino, 2013)

Empresa

Según Julio García y Cristóbal Casanueva, una empresa es “una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros, proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de recursos y la consecución de determinados objetivos.” (Casanueva, 2012)

Estudio de mercado

De acuerdo con el criterio de Bóveda et al., (2015) en su libro guía práctica para la elaboración de un plan de negocio definen al mercado como un grupo de consumidores que quieren comprar productos o servicios que satisfacen una necesidad o deseo. El mercado de un producto puede consistir en niños, jóvenes, adultos, padres, ancianos o empresas con determinadas características.

Según Rodríguez (2018) el estudio de mercado: “es un documento que contiene los resultados del estudio de la demanda que el bien o servicio tendrá entre su mercado meta” (p.27).

Por otra parte, Peña (2017) manifestó que el estudio de mercado de un proyecto es uno de los análisis más significativos y complejos, se centraliza hacia el consumidor y la cantidad del producto que demandaría. En él se representa los productos o servicios que creará el proyecto, a que mercado va encaminado, área geográfica del mercado, su

oferta y demanda existente de productos y materias primas. Para los proyectos el estudio de mercado es una parte importante los objetos específicos que se tiene que definir son:

Producto: Detallar el producto o servicio, sus especificaciones técnicas y de calidad.

Mercado: Muestran la forma como se apreció el mercado meta y que materiales se utilizaron para establecer la demanda potencial y la demanda efectiva del proyecto.

Oferta y demanda del mercado: Se ejecuta un análisis de la demanda total del producto en el mercado, ponderar la producción total, así como las importaciones y las exportaciones de productos similares que representan la competencia del proyecto. En él es preciso delimitar concretamente a los productores y consumidores, así como establecer las estrategias de comercialización.

Materia Prima: Precisar las peculiaridades de los proveedores, de insumos, lugar de ubicación (nacional e internacional), precios, costos y medios de transporte, etc.

Precio del producto: La determinación del precio del producto puede hacerse de varias maneras. (Peña, 2017)

Ventas

El concepto de venta sostiene que los consumidores y los negocios, si se les deja solos, normalmente no adquirirán una cantidad suficiente de los productos de la organización; por ello, ésta debe emprender una labor agresiva de ventas y promoción (Philip Kotler,2005)

Comercio

El comercio es el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor, o a cambio de dinero. (Andres Sevilla,2005)

Calidad

Es un atributo muy tenido en cuenta en la mayoría de casos. Además, también es un adjetivo que se utiliza como un instrumento de venta a la hora de aplicarlo a cualquier servicio, producto, o marca. (Peiró, 2020)

Turismo

Conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones. (Oscar de la Torre Padilla,1980)

Logística

La **logística** es "el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo. (Hair Joseph y McDaniel Carl, 2002)

Sombreros Paja Toquilla

El sombrero panamá o sombrero de paja toquilla es un tradicional sombrero con ala de Ecuador, que se confecciona de las hojas trenzadas de la palmera del sombrero de paja toquilla (Citlati Lopez,2004)

Manufactura

Se entiende por manufactura, fabricación o producción al proceso que convierte una materia prima en uno o más productos de consumo. Para ello, modifica las características del material inicial mediante un conjunto de operaciones en las que interviene maquinaria, energía y mano de obra (Sevilla,2004)

La oferta

Constituye la cantidad que se oferta un bien por los negocios, Personas naturales y empresas a un precio establecido. Los puntos importantes que también puede presentar una diferencia en la oferta, es decir variaciones en las cantidades que se oferta, damos como ejemplo los siguientes factores: el costo de producción, la tecnología del país en el cual se produce, expectativas del cliente y tamaño del mercado que se desea abastecer. (Bergara, 2011)

Producto Artesanal

Según de la Calle, desde un punto de vista tecnológico, el producto artesanal se define a través de un proceso de producción fundamentalmente manual; desde una perspectiva antropológica, es el modo de producción tradicional por ser la tradición la que proporciona las técnicas, los útiles y los diseños; desde una óptica cultural, se funde con el concepto de *arte pop u lar*, arte anónimo transmitido de padres a hijos (Cruz, 2008)

1.3. Marco legal

Según Loor (2022) en el Ecuador el marco legal está conformado por diversos cuerpos normativos que rigen el seguimiento, control y coordinación de las actividades

empresariales, la normativa legal vigente para el control de las actividades empresariales es la siguiente:

Constitución de la República del Ecuador.

Ley de Compañías

Ley de Régimen Tributario.

Código de Trabajo.

Ley de Comercio.

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.

Ley de Simplicidad Tributaria.

Ley de Seguridad Social.

Requisitos para su Legitimidad

Estructura legal de la empresa

Reservar un nombre. Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo se debe revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que se ha pensado.

Elaborar los estatutos. Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

Abrir una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país.

Requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno de los socios.

Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.

Pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”:

Elevar a escritura pública. Acudir donde un notario público y llevar la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

Aprobar el estatuto. Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

Publicación en un diario. La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

Obtención de los permisos municipales.

En el municipio de la ciudad donde se crea la empresa, se deberá:

Pagar la patente municipal

Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones y demás requisitos.

Inscripción de compañía: Con todos los documentos antes descritos, acudir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

Realizar la Junta General de Accionistas. La primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

Obtención de los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

Inscripción el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

Obtención del RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se adquiere en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

El formulario correspondiente debidamente lleno.

Original y copia de la escritura de constitución.

Original y copia de los nombramientos.

Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.

De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.

Obtención de la carta para el banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías entregarán una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para poder disponer del valor depositado.

1.4. Marco ambiental

El desarrollo del proyecto se sujetará a las normas y cuidados del medio ambiente con la finalidad de que no afecte a la población con la elaboración y producción de sombreros de paja toquilla, cabe destacar que estos sombreros de paja toquilla se elaboran a través de un trenzado a mano por lo que lo hace un producto artesanal.

1.5. Variables

1.5.1. Variable independiente

Estudio de prefactibilidad

1.5.2. Variable dependiente

Producción y comercialización de sombreros de paja toquilla

2.6 Operacionalización de las variables

2.6.1 Variable independiente

Tabla 1

Variable Independiente

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIA	INDICADOR	ITEM	TECNICA	O
			BASICO	INSTRUMENTO	
El objetivo del estudio de factibilidad es desarrollar la alternativa seleccionada en cada uno de los módulos en los que está dividido este proyecto para llevar acabo la ejecución de la elaboración de los sombreros de paja toquilla y justificar la viabilidad técnica, económica, ambiental y social del mismo.	Estudio de mercado	Sistema del mercado	¿Compra usted sombreros habitualmente?	Encuestas	
		Tamaño del mercado Oferta y demanda	¿Con qué frecuencia adquiere sombreros		
	Recursos economicos				
	Estudio tecnico	Localización del proyecto.	¿De qué forma prefiere comprar un sombrero?	Encuestas	
		Factibilidad del proyecto	Cuál es el presupuesto que está dispuesto a		
	Estudios financieros	relacion Costo	Beneficio-	invertir por un sombrero	Encuestas

2.6.2 Elaboración y comercialización de los sombreros de paja toquilla en Manta

Tabla 2

Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIA	INDICADOR	ITEM BASICO	INSTRUMENTO
La comercialización de los sombreros de paja toquilla tienen cada vez más alcance y con esto se busca no solo cubrir la demanda local sino también exportar y llevar este producto a nivel	Publico demandante	Preferencias Precio	¿Tiene algún lugar de preferencia para adquirir sus sombreros?	Encuesta
		Nivel de consumo		
		Nivel de adquisición	¿Usa sombreros elaborados a base de fibra vegetal como paja toquilla?	Encuesta
	Comercializacion	Compra		

internacionales para que
 sea reconocido como
 Ecuatoriano y no como

¿Qué es lo que más
 considera para comprar un
 sombrero?

Panama Hats

Cliente y Fidelización

¿De qué manera prefiere
 realizar la compra de un

Viabilidad Nivel de
 rentabilidad

sombrero? Encuesta

—
 —
 —
 —

CAPÍTULO III

3 Marco metodológico

3.1 Plan de investigación

El presente trabajo tiene como finalidad poder realizar el estudio y análisis de la elaboración y comercialización de sombreros de paja toquilla en la ciudad de Manta para lo que se hizo una recopilación de información selectiva y así representar las conclusiones pertinentes para llevar a cabo la propuesta del proyecto en el que se determinará si el estudio de prefactibilidad permitirá una mejor producción de los sombreros de paja toquilla para en el sector costero (Manta).

3.2 Tipo de investigación

Exploratoria: Este tipo de investigación se enfocará en la visita a los artesanos del cantón Montecristi, quienes conocen sobre el trabajo, tiempos y gastos que conlleva la elaboración de los sombreros de paja toquilla, a través de la exploración de la zona y de sus artesanos se puede determinar las necesidades que se ven dentro de la plaza de mercado para poder reclutarlos y conseguir su mano de obra para la elaboración en Manta.

Descriptivas: Su enfoque se va a la parte de definir o describir el proceso mediante el cual se elaboran los sombreros de paja toquilla, hasta su ubicación en las manos de los clientes finales, donde se pueda especificar las propiedades y características las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Este tipo de investigación es utilizada debido a que se necesita describir la situación actual que viven las diversas asociaciones de tejedores en el cantón Montecristi, además de conocer sus procesos de producción y de comercialización. En el proceso de recopilación de información consiste en leyes, normas, reglamentos, reseñas de historia, boletines informativos, etc.; relevantes y pertinentes para el desarrollo del trabajo.

Explicativas: A través de las visitas en campo se podrán realizar son aquellos trabajos donde se muestran deficiencias o inexistencias, se centra en determinar los orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos, donde el objetivo es conocer por que suceden ciertos hechos mediante la delimitación de las relaciones causales existentes o, al menos, de las condiciones en que ellas producen. Este es el tipo de investigación que más profundiza el conocimiento de la realidad, porque explica la razón, el porqué de las cosas, y es por lo tanto más complejo y delicado pues el riesgo de cometer errores aumenta considerablemente. (Aguilera, 2017)

La presente investigación analiza la perspectiva de presentar viabilidad de la comercialización de los sombreros de paja toquilla elaborados en la ciudad de Manta, cuya línea de investigación de la Carrera de ciencias administrativas es la gestión empresarial.

Tipo de investigación

Enfoque cualitativo.

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos, expone Samperi en la entrevista (2014, pág. 4)

A pesar de que la tesis tiene un enfoque cualitativo, se extrae información cuantitativa con el fin de identificar de manera precisa aquellas novedades que se encontraron como las primeras exportaciones.

Alcance.

Diseño Cualitativo.- La finalidad de la investigación-acción es comprender y resolver problemáticas específicas de una colectividad vinculadas a un ambiente (grupo, programa, organización o comunidad), según señala Samperi (2014) frecuentemente aplicando la teoría y mejores prácticas de acuerdo con el planteamiento. Asimismo, se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para proyectos, procesos. Se aplicará este diseño debido a que se busca dar una solución anteriormente planteada al analizar la factibilidad de exportación, para su crecimiento social y económico para los tejedores de sombreros de paja toquilla del cantón Montecristi, además de generar ingresos de divisas y mejoras en la balanza comercial.

3.3 Fuentes de información

En cuanto a las fuentes de información en el desarrollo de este tema se fundamentó en las fuentes primarias que toda la información que se obtuvo directamente a través del estudio de encuestas realizadas a los habitantes de Manta.

También se utilizó las fuentes de información secundarias puesto que se elaboró el marco teórico con datos referentes a fuentes de textos, revistas, folletos, páginas de internet y otros tipos de documentos que le dieron el soporte bibliográfico al trabajo.

3.4. Población

El presente proyecto de la empresa ANMEL se llevará a cabo en la ciudad de Manta, pero se ha tomado en cuenta un rango específico de edad de la población urbana, en la cual se encuestará a 105.475 habitantes entre 20 a 54 años para reconocer su factibilidad.

Tabla 3

Población urbana de Manta

Población de Manta-Urbana	
Edad	Población
De 20 a 24 años	19.380
De 25 a 29 años	18.899
De 30 a 34 años	17.450
De 35 a 39 años	15.597

De 40 a 44 años	13.510
De 45 a 49 años	11.390
De 50 a 54 años	9.249
Total	105.475

Fuente: (INEC, 2010)

3.5. Muestra

3.5.1 Tipo De Muestra

Este trabajo investigativo se llevará a cabo con una muestra estatificada. En que de acuerdo a la información del censo es 105.475 habitantes.

3.5.2 Tamaño De La Muestra

Fórmula:

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{z^2 * P * Q + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)105475}{(1.96)^2 (0.5)(0.5) + 105475(0.05)^2}$$

$$n = \frac{101.298,19}{264,6479}$$

n= 383 Tamaño de la muestra

n= Muestra

P = probabilidad a favor

Q = probabilidad en contra

Z= nivel de confianza

E= error de muestra

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada es la encuesta, con este método se conocerá si la población de Manta utiliza sombreros de paja toquilla y poder indagar acerca de la demanda y competencia que existe dentro del mercado.

CAPÍTULO IV

4. Formulación del proyecto

4.1 Análisis e interpretación de los resultados

Estudio de prefactibilidad para la elaboración y comercialización de sombreros de paja toquilla en Manta

Una vez conseguida la información seleccionada para realizar el estudio de prefactibilidad en la ciudad de Manta, se pudo establecer 383 personas encuestadas de 15 a 30 años con un 40%, de 30 a 45 años con un 25% y 45 a 65 años con un 35%, cabe recalcar que las encuestas fueron realizadas a mujeres del área Urbana y Rural del Cantón Manta, entre los cuales se pueden destacar los siguientes sectores, Barrio la Pochita, Divino niño, San Mateo, Tarqui, San Lorenzo, Colorado, Barrio Córdova, Avenida Metropolitana y Eloy Alfaro, Cielito Lindo, Cumbre de Manta, Santa Marianita y entre otros, tomando en cuenta a la población de zona marítima (zona playera) y zona del terminal portuario de Manta quienes más se encuentran interesados en comprar el producto.

4.1.1 Encuesta dirigida a la población de Manta consumidora de sombreros

Tabulación de las encuestas.

Pregunta 1: ¿Compra usted sombreros habitualmente?

Tabla 4

Frecuencia de uso del sombrero

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	200	58%
No	183	48%
Total	383	100%

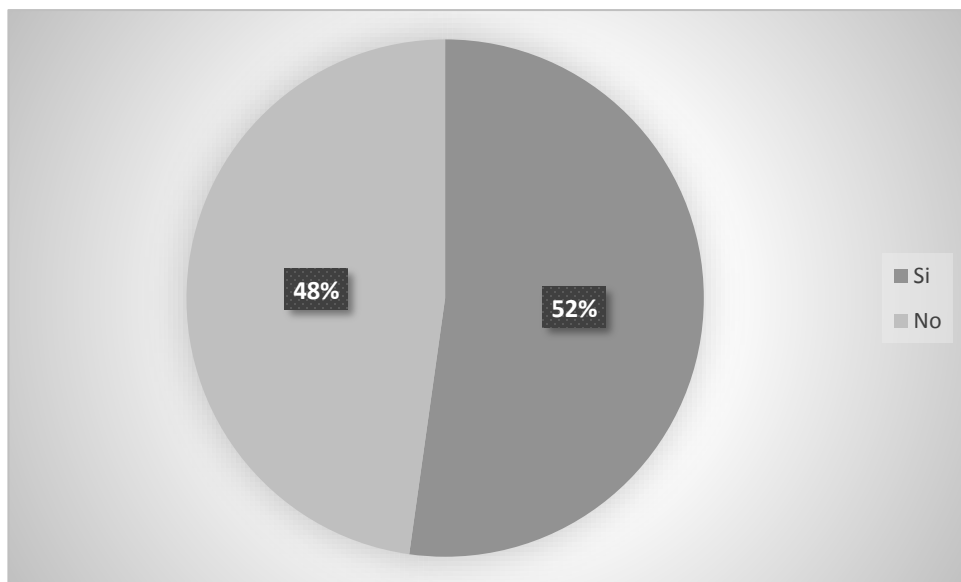


Figura 1 Frecuencia de uso del sombrero

En esta primera pregunta se logra interpretar que de los 383 encuestados, el 52% de ellos compran habitualmente sombreros en general, cuyo porcentaje representa 200 personas,

mientras que el 48% no compran habitualmente y representa a 183 personas encuestadas. Señalando que existe una afluencia positiva en la demanda del sombrero de paja toquilla. El objetivo de esta pregunta es saber cuántas aproximadamente sería el porcentaje de los posibles compradores, sin embargo, es un considerable porcentaje de las personas que no compran sombreros habitualmente que quizás por inexistencia del producto en el sector no se ha facilitado llegar a ese nicho de mercado.

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia adquiere sombreros?

Tabla 5

Demanda

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 Cada mes	17	4%
1 Cada bimestre	26	7%
1 Cada trimestre	298	78%
1 Cada semestre	42	11%
Total	383	100%

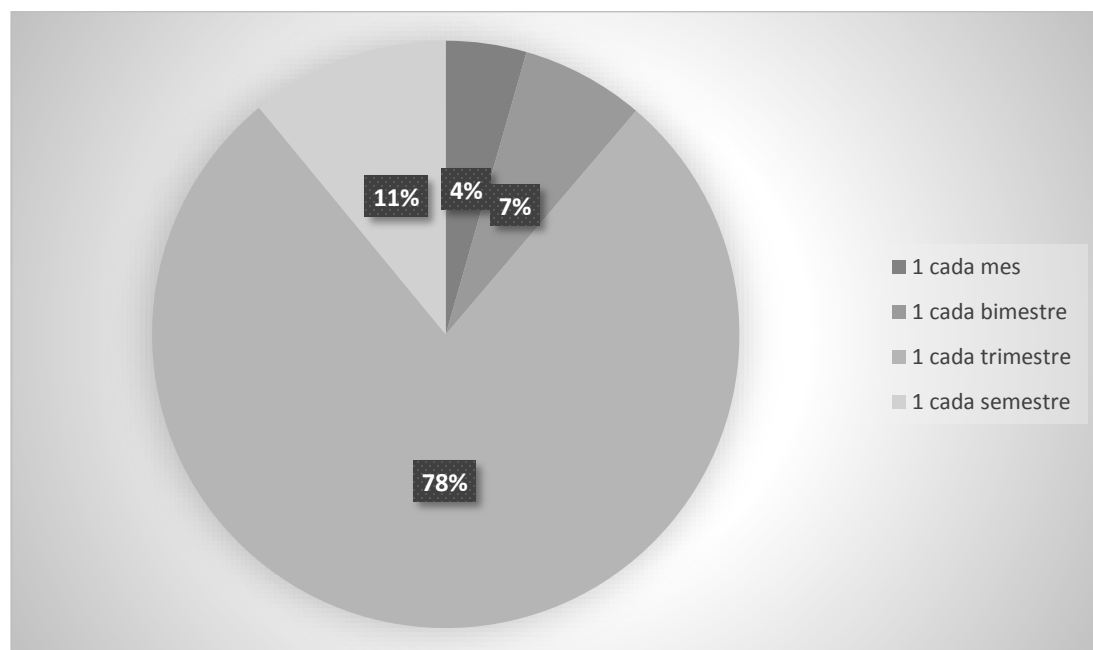


Figura 2 demanda

En esta segunda pregunta se logra interpretar que, de las 383 respuestas obtenidas, el 78% de ellos compran 1 sombrero cada trimestre, el 11% compra 1 sombrero cada semestre, el 7% compra 1 sombrero cada bimestre y el 4% compra 1 sombrero cada mes. Los datos recopilados exponen que se permitirá proyectar los ingresos futuros en base a al nivel de adquisición del consumidor. El objetivo de esta pregunta es conocer que tan a menudo es la compra de sombreros en el sector para estar al tanto la demanda que existe en el mercado

Pregunta 3: De los siguientes items, ¿Qué es lo que más considera para comprar un sombrero?

Tabla 6

consideraciones para comprar

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	142	37%
Precio	105	27%
Marca	75	20%
Material	61	16%
Total	383	100%

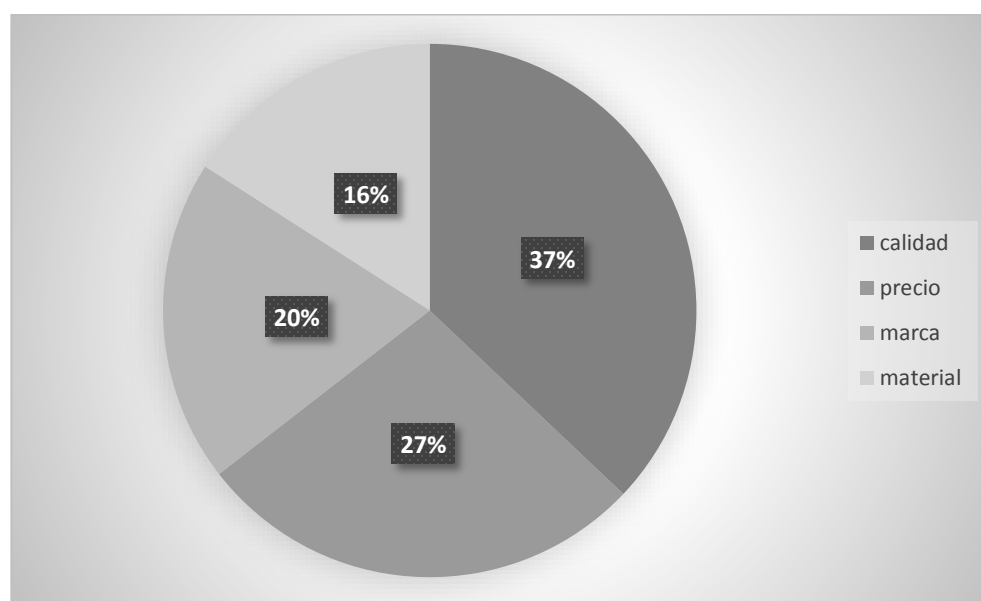


Figura 3 consideraciones para comprar

En esta tercera pregunta se logra interpretar que, de las 383 respuestas obtenidas, el 27% de ellos consideran el precio para comprar un sombrero, el 20% considera la marca, el 20% considera el material y 37% considera la calidad. Estos datos demuestran que al momento de lanzar un producto es necesario obtener un producto de calidad, y para la empresa conocer los puntos claves en los que se va a enfocar es significativo en este caso darle prioridad a tener personal hábil en el proceso de tejido, con el objetivo de lograr la mayor acogida posible en el mercado.

Pregunta 4: ¿Qué material de los que se presentan a continuación, es de su preferencia para adquirir un sombrero?

Tabla 7

tipo de material

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Paja Toquilla	167	44%
Cuero	69	18%
Paño	112	29%
Material Reciclado	35	9%
Total	383	100%

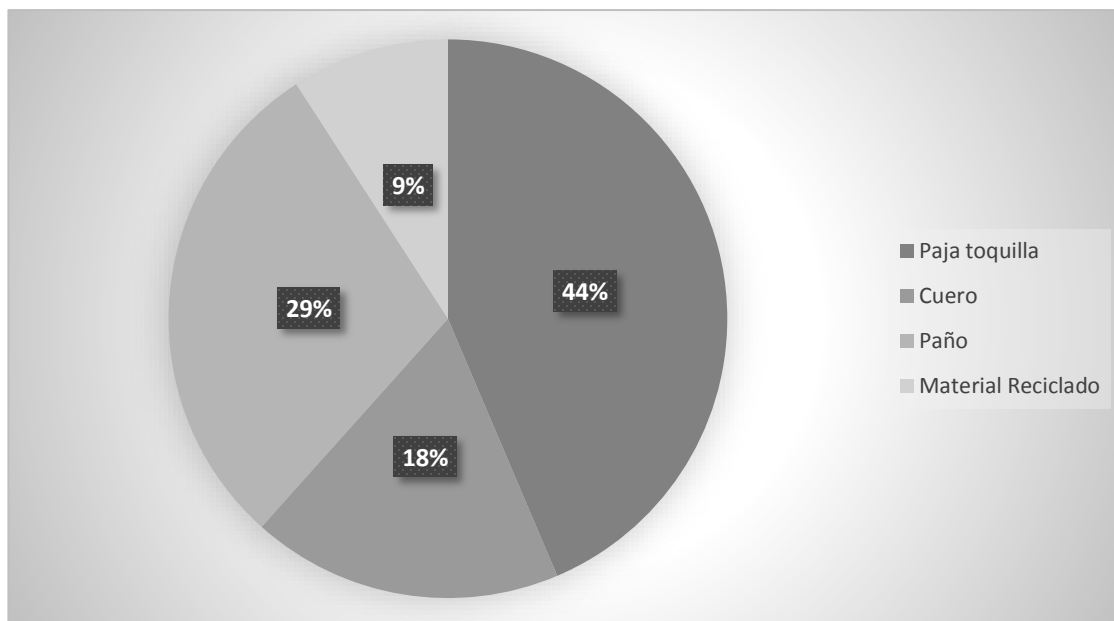


Figura 4 tipo de material

La cuarta pregunta planteada indica que, de las 383 respuestas obtenidas, el 44% de ellos prefieren un sombrero hecho con material de Paja toquilla, el 29% prefieren de material de paño, el 18% prefieren el uso de cuero y el 9% de material reciclado. Por lo que puede generar un mayor número de ventas ya que el mayor competidor de la empresa en temas de material es la paja toquilla, se logrará detectar los puntos que hacen fuerte a tal producto con el fin de ofertar un producto que genere satisfacción al cliente.

Pregunta 5: ¿Tiene algún lugar de preferencia para adquirir sus sombreros?

Tabla 8

lugar de preferencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	95	25%
No	288	75%
Total	383	100%

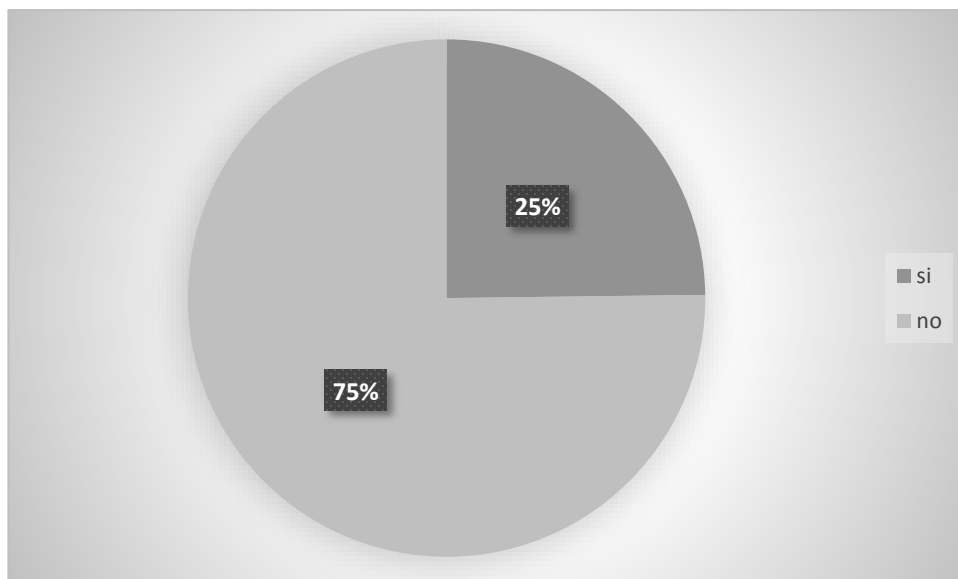


Figura 5 lugar de preferencia

En esta quinta pregunta se logra interpretar que, de las 383 respuestas obtenidas, el 75% de ellos no tiene un lugar de preferencia para comprar sus sombreros por diferentes razones, mientras que el 25% si tienen un lugar de preferencia. Como la mayoría de las personas encuestadas no tienen un lugar fijo de compra o de preferencia, esto permite introducir el producto con mayor facilidad, incluso con mejores expectativas de posicionamiento dentro del mercado.

Pregunta 6: ¿De qué forma prefiere comprar un sombrero?

Tabla 9

lugar de preferencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Compra en local presencial	270	70%
Compra por catálogo	18	5%
Compra por redes sociales	95	25%
Total	383	100%

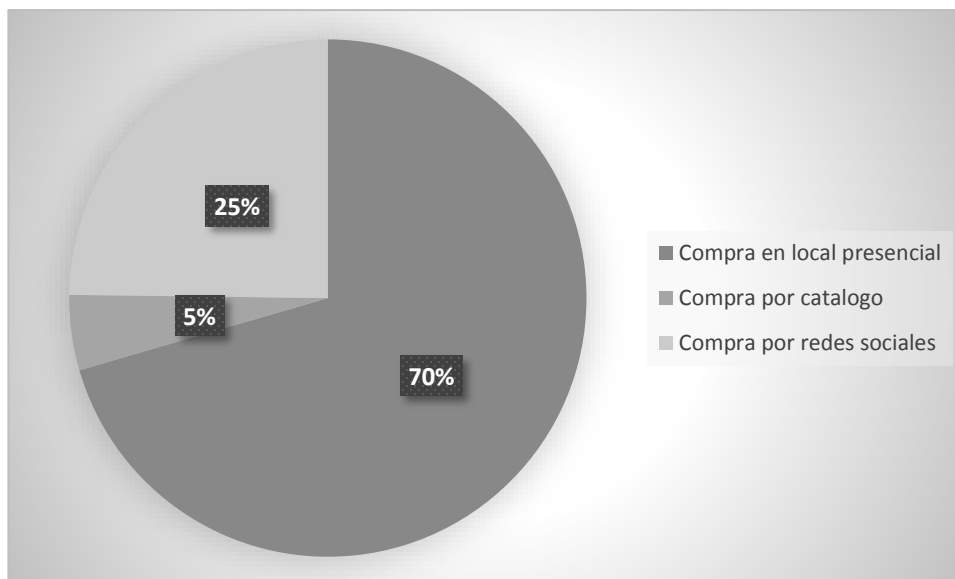


Figura 6 lugar de preferencia

En la sexta pregunta planteada se logra interpretar que, de las 383 respuestas obtenidas, el 70% de las personas encuestadas eligen realizar la compra de un sombrero en locales en las que se puedan apreciar físicamente la calidad del hebraje es decir de manera presencial, el 5% prefiere por catálogo y el 25% prefiere realizar la compra por internet. Para la empresa es importante recurrir a la opinión del cliente para hacer hincapié dentro del proceso del Marketing Mix. La plaza se relaciona bastante con el cliente ya que el local está ubicado estratégicamente para que el cliente tenga la facilidad de llegar a hasta él.

Pregunta 7: ¿De qué manera prefiere realizar la compra de un sombrero?

Tabla 10

forma de pago

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tarjeta de Crédito/Débito	250	65%
Efectivo	50	13%
Transferencias	83	22%
Total	383	100%

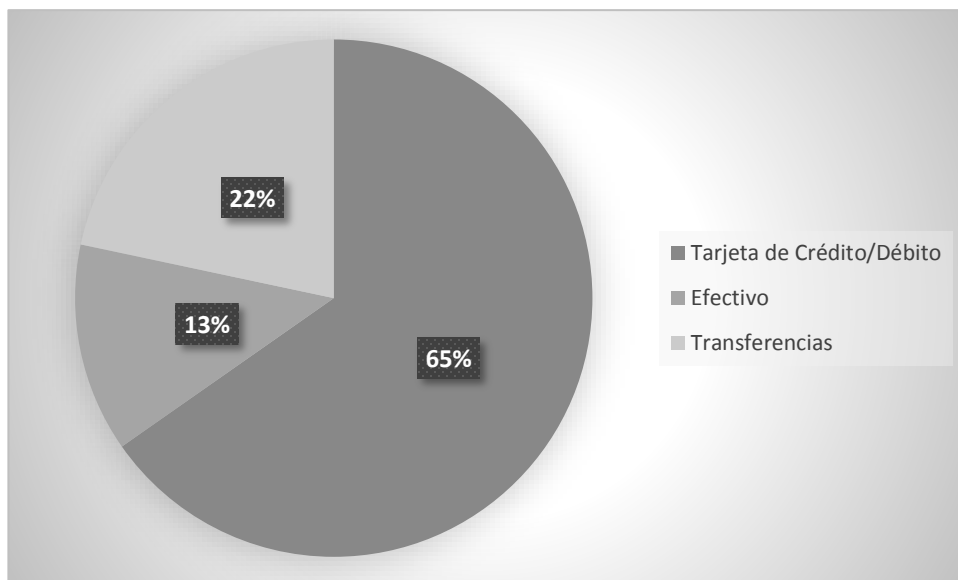


Figura 7 forma de pago

En la séptima pregunta planteada se logra interpretar que, de las 383 personas encuestadas, el 65% de ellos prefieren realizar sus pagos mediante Tarjeta de Crédito/Débito, el 13% prefiere en efectivo y el 22% prefiere con transferencias. Ésta pregunta va de la mano con la anterior porque la empresa pretende desarrollar un buen servicio al cliente.

Pregunta 8: ¿Cuál es el presupuesto que está dispuesto a invertir por un sombrero, de acuerdo al rango?

Tabla 11

presupuesto para compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$40 a \$60	202	53%
\$60 a \$100	98	26%
\$100 en adelante	83	22%
Total	383	100%

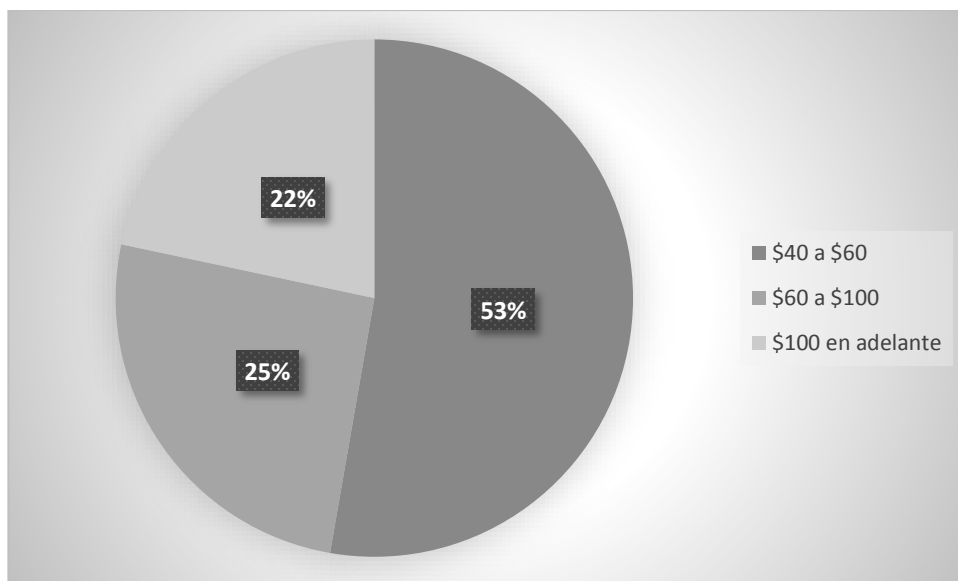


Figura 8 presupuesto para compra

En esta octava pregunta planteada se logra interpretar que, de las 383 respuestas obtenidas, el 53% de las personas encuestadas están dispuestos a invertir en un sombrero de \$40 a \$60, mientras que el 25% un valor de \$60 a \$100 y el 22% invierte en un sombrero de \$100 en adelante. Esta recopilación de datos, arroja los precios estimados con los que la empresa pretende ofertar su producto, desarrolla el análisis de la demanda y contribuye al Estudio Económico Financiero.

Pregunta 9: ¿Usa sombreros elaborados a base de fibra vegetal como paja toquilla?

Tabla 12

material del sombrero

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	229	60%
No	154	40%
Total	383	100%

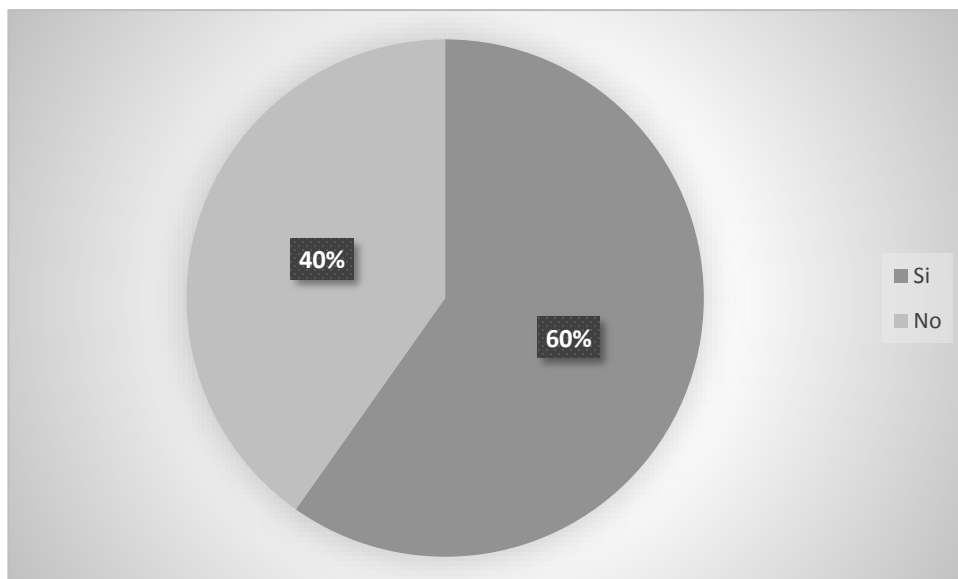


Figura 9 material del sombrero

En esta novena pregunta planteada se logra interpretar que de las 383 de las personas encuestadas, el 60% de ellos prefiere usar sombreros a base de fibra vegetal como paja toquilla, mientras que el 40% no usa. Estos porcentajes de datos corrobora los resultados de estudios realizados a este tipo de productos expuestos anteriormente. Los sombreros de paja toquilla merecen un empoderamiento pertinente en el que se destaque su originalidad, la cual empieza con el presente proyecto de emprendimiento.

Pregunta 10: ¿Cómo estima la oferta de mercado de sombreros tejidos?

Tabla 13

oferta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Se ven muchas opciones de sombreros tejidos con paja toquilla	50	13%
Existen algunas opciones de sombreros de paja toquilla en el mercado.	185	48%
Existen pocas opciones	148	39%

el mercado local

Total **383** **100%**

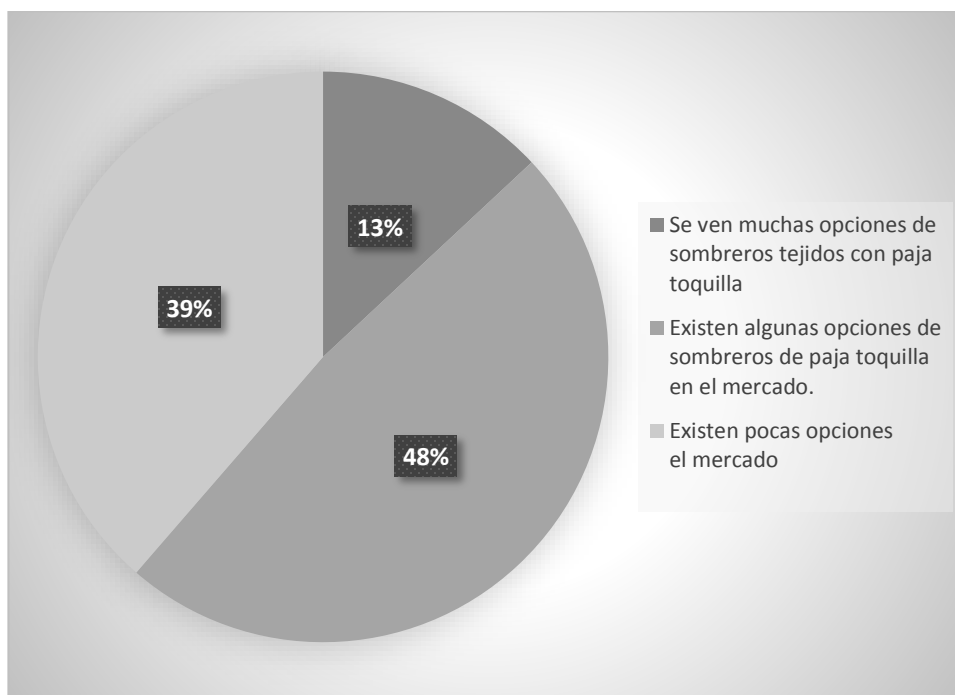


Figura 10 Oferta

En esta décima pregunta planteada se logra interpretar que de las 383 personas encuestadas, el 48% de ellos piensa que existen en el mercado varias opciones de sombreros de paja toquilla en Montecristi pero no en Manta , lo que no facilita el acceso rápido y directo de la compra, el 39% considera que hay pocas opciones en el mercado local y el 13% considera que se ven muchas opciones de sombreros tejidos con paja toquilla lo que refleja un impacto positivo para la empresa ya que se pretende elaborar variedad de opciones en sombreros de paja toquilla en el mercado local con diseños innovadores que lleven al éxito a este proyecto.

4.2 Estudio de mercado

Micro ambiente:

La historia de los sombreros de paja toquilla está fuertemente ligada a la historia de las provincias de Azuay y Cañar, las cuales, a finales del siglo XIX y hasta la primera mitad del XX, se convirtieron en importantes talleres manufactureros, monopolizados por un grupo de firmas exportadoras, localizadas en la ciudad de Cuenca, asociadas a casas importadoras, básicamente de Estados Unidos. A pesar de que estas dos provincias, por sus condiciones geográficas, no producen la materia prima, la manufactura de los sombreros de paja toquilla aparece, se manifiesta, consolida y mantiene, por la inmensa tradición artesanal que siempre ha caracterizado a lo que podríamos llamar la región centro sur del país, talento y habilidades innatas, que han sido reconocidas por propios y extraños incluso desde inicios de la época colonial. (Zhangalimbay, 2015)

Análisis del consumidor:

El proyecto va dirigido a los hombres y mujeres económicamente activos entre las edades de 20 y 54 años, de la zona rural y urbana de la ciudad de Manta, así como también para los turistas arribados del terminal portuario de Manta. Se determinó a estas personas por qué va dedicado a personas que les guste resaltar la paja toquilla en sombreros tejidos a mano.

Proveedores:

Los proveedores potenciales de la materia prima se encuentran principalmente en Manta y Montecristi

Tabla 14

Principales Proveedores

PROVEEDORES DE LA MATERIA PRIMA

Logo	Productos	Proveedores	Dirección	Insumo
	Paja Toquilla	Habitantes de la Comunidad "Pile"	Pile-Montecristi,	La paja toquilla será obtenida de primera mano por los mismos habitantes de la comunidad en la que ellos seleccionaran los cogollos de excelente estado.
	Hilos y Cintas	Bazar Selenita	Av. 14 en el centro de la ciudad de Manta	Distribuidores de insumos para confección de todo tipo en adornos, decoración y confección.
	Telas	Bazar Selenita	Av. 14 en el centro de la ciudad de Manta	Distribuidores de insumos para confección de todo tipo en adornos, decoración y confección.
		El Angelito	Calle 12 Av. 19 ubicado principalmente en Manta, Ecuador	Distribuidores de telas importadas para confección.

Competidores

Entre competidores locales directos de ubica destellos Hats porque ellos distribuyen el producto final que elaboran los artesanos de su alrededor e indirectos se encuentra destelloshats ya que ellos realizan su producto para envíos al exterior, ambos sombreros

de paja toquilla y lo que este trabajo investigativo lo diferencia no solo es la ubicación sino también la innovación de los diseños.



Los competidores se dividen en competidores existentes, competidores potenciales y competidores indirectos. Los competidores indirectos son aquellos que venden productos que pueden ser sustituidos por los productos competidores ya existentes (Harrison, 2009)

A continuación, presentará a los principales competidores ubicados en el cantón

Manta:

Tabla 15

Principales competidores locales

	LOGO	NOMBRE	LUGAR	DESCRIPCIÓN
1		Destellos Hats	Montecris ti	Destellos hats es un local donde ellos no son los elaboradores sino que compran el producto terminado por los artesanos y comercializan los sombreros de paja toquilla en Montecristi
2		Hatstyle	Montecris ti	Hatstyle brinda productos cien por ciento ecuatorianos para envíos internacionales,

Macro ambiente

Con el siguiente análisis del macro ambiente se considerarán los aspectos expertos que evaluarán factores que afrontara el producto en base al beneficio/contra que pudiese tener el proyecto.

Político

Sería de gran importancia esta industria textil en Ecuador ya que hoy en día se producen productos provenientes de todo tipo de fibras, razón por la cual generan varias plazas de empleo a artesanos locales y la zona ecuatoriana se posiciona en el segundo sector manufacturero con más mano de obra gracias a los productores de esta materia prima como lo es la paja toquilla.

Económico

El primer trimestre de este año se exportó USD 1,6 millones a 20 países de América, Europa, Asia y Oceanía. En el mismo período del año pasado fueron USD 1,08 millones, según datos del Banco Central del Ecuador. Según Alicia Ortega, presidenta de la firma Homero Ortega indica que “Hay una mayor demanda de los sombreros en el mundo, porque están de moda y por los beneficios que ofrecen”, señala Alicia Ortega, presidenta de la firma Homero Ortega, que tiene más de 120 años en el mercado. (Astudillo, 2015)

Esta actividad constituyó la base fundamental del desarrollo económico desde mucho tiempo atrás y que por ende cambio la economía del país.

Social

Según Sebastián Angulo, expone:

Este 8 de agosto de 2020, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presentó las primeras cifras de empleo tras los efectos de la crisis del coronavirus en el país. La entidad había suspendido las publicaciones por problemas logísticos para realizar las encuestas.

De acuerdo a los números del INEC, el desempleo pasó de 3,8 % en diciembre del año pasado, a 13,3 % entre mayo y junio de 2020, es decir, un incremento de 9,5 puntos porcentuales.

¿Cuántas personas equivalen a ese porcentaje? Según datos del INEC, 1'009.582 se reportaron como desempleados, entre mayo y junio de este año. Es decir, 698.449 personas perdieron su empleo comparado con diciembre del año pasado. (Angulo, 2020)

Tecnológico

Este es un producto netamente artesanal en el que no se necesitará un factor tecnológico para el proceso de elaboración de los sombreros en paja toquilla, sin embargo, se utilizarán utensilios como planchas y hormas para la elaboración. Así mismo de primera mano se contará con páginas webs, redes sociales que simplificarán el proceso de venta y marketing del mismo.

4.2.1 La oferta

En el Ecuador la industria artesana representa la cultura y cimientos de la historia. Un 60% de la población dedicada a este trabajo se encuentra en el grupo comprendido entre los 15 y 60 años. Técnicamente es de suma importancia para la creación indumentaria y

el movimiento cultural, en la que ha ganado un lugar destacado en la historia de la creación e inventiva humana. (Paludan, 1987)

Ecuador produce una gran variedad de artesanías, las cuales han llegado a ser unas de las más admiradas de Sudamérica, debido a la creatividad indígena que los artesanos en sus manualidades, ellos tratan de reflejar la herencia de su riqueza cultural y multiétnica. Sus productos son únicos en su tipo debido al manejo de técnicas ancestrales que se han transmitido de generación en generación. De esta manera la actividad económica por concepto de artesanía representa un 35,96% del total de ingresos productivos de la economía del país”. (ProEcuador, 2020)

4.2.2 La demanda

El análisis de la demanda se realizó en base a los datos obtenidos de la encuesta, donde se logró obtener la población potencial a través de los datos utilizados previamente que adquieren de la totalidad de la población urbana de Manta.

Tabla 16

Población estimada de Manta

Población Manta-Urbana	Porcentaje de personas encuestadas que compran sombreros	Población
105.475	52%	54.847 habitantes

Una vez calculada la población potencial se procedió a relacionar los resultados de la encuesta para definir los siguientes puntos:

- Rango de edad entre los 20 a 54 años.
- Pertenecientes tanto del área rural y urbana de la ciudad de Manta principalmente terminal portuario de Manta.

- Definición de precios en base al presupuesto asignado por los encuestados.
Número de sombreros vendidos al año.

4.2.3 Estimación de la demanda actual

La demanda existente es estimada en base a la pregunta en base a la petición de las personas encuestadas de Manta, lo cual refleja una demanda existente de:

Demanda actual: 105.475* 52%

Demanda actual: 54.847 habitantes

De acuerdo a la situación actual en base a las proyecciones presentadas en América Latina decreta que existe un crecimiento del 3% el cual ha ido incrementando en los últimos dos años, razón por la cual la demanda total se estima de la siguiente manera:
~~1,645.41~~

Tabla 17

Demanda total de habitantes

Año	Demanda
0	54.847
1	56.492
2	58.137
3	59.782
4	61.427

4.2.4 Demanda insatisfecha

Es necesario conocer la demanda insatisfecha para de esta manera llevar un seguimiento del mercado que aún no ha sido cubierto.

Para calcular la demanda insatisfecha se ha considerado la pregunta 10 de la encuesta que establece lo siguiente: ¿Cómo estima la oferta de mercado de sombreros tejidos? Da como resultado un porcentaje de 39% en el que se aplicara el método cuantitativo para determinar el segmento de mercado que la empresa ANMEL requiere abarcar.

Tabla 18

Demanda Insatisfecha

Demanda Insatisfecha	Demanda actual
Demanda Insatisfecha =	54.847* 39%
Demanda Insatisfecha =	2139 habitantes

4.2.5 Producto

ANMEL es una empresa que elabora sombreros tejidos a mano, el producto consiste en un sombrero elaborado a base de fibra vegetal como paja toquilla de manera artesanal que cumpla con altos estándares de calidad en los aspectos de materia prima, mano de obra y costos de fabricación.

La producción es de alta gama es decir con un acabado fino, el cual será bajo pedido de manera innovadora y con diseños audaces, contará con tallas variadas desde (50) (52) (54) (56) (60) para un mejor manejo de precisión y personalización con diferentes colores a elección del cliente.

Empaquetado: ANMEL elaborará también sus propias fundas de tela, ya que es una manera de economizar costos y al mismo tiempo ser ecofriendly es decir cuidar al medio ambiente



Figura 11 empaquetado

Etiqueta: se ha escogido un modelo llano y pulcro para que la elegancia y sobriedad sean carta de presentación al etiquetado en el que solo se especifica la talla del sombrero y las gracias por la compra.



Figura 12 etiqueta

Logotipo: está ubicado principalmente en la parte superior el nombre de la empresa, que es la fusión de los nombres de las autoras del proyecto, por eso ANMEL, se le suman características esenciales como la figura de un sombrero



Figura 13 logotipo

Eslogan: el eslogan es un espacio publicitario con el que el cliente pueda identificar al producto, la idea de este es poder fidelizar al consumidor y poder conseguir nuevos, se ha planteado el siguiente eslogan con el que seguramente le dará un plus importante:

“tejiendo fino tu vida”

PRODUCTOS

Tabla 19

tipos de productos



Sombrero fino



Sombrero extra fino



Sombrero Ultra fino

4.2.6 Precio

Para determinar el precio, el producto se ha dividido en tres tipos de tejidos

- sombrero fino: es el que está elaborado de 15 a 19 grados y su confección puede tardar semanas.
- sombrero extra fino: es el que está elaborado entre 20 a 29 grados y usualmente tarda más de 2 meses en este laborioso sombrero.
- Sombrero ultra fino: este sombrero está elaborado entre 30 a 40 grados, se caracteriza por tener mayor finura, es un proceso que tarda de 5 a 6 meses.

Tomando en cuenta estas particularidades el precio va relacionado según la mano de obra y el tiempo de producción.

Tabla 20

precios

TIPOS DE PRODUCTOS	PRECIO
	\$50
	\$100
	\$200 en adelante

4.2.7 Plaza

Se participará en ferias y exposiciones físicas en el que se pretende llegar al turista y a la población de Manta; el municipio de Manta realiza presentaciones de productos locales en el Malecón de la plaza cívica, la playa Murciélagos y el terminal portuario de Manta en que ANMEL estará inscrita para constante participación.

4.2.8 Promoción

La publicidad se realizará por medio de:

Redes Sociales: actualmente tienen fuerte impacto tanto Facebook, como Instagram, y es importante promover el producto mediante estas aplicaciones para llegar a más personas y darlo a conocer, ya que tienen un gran alcance.

Página Web: será fundamental la página web ya que por este medio estará la información de lo que es la marca y el producto, se profundizarán características como la talla, color y se mostrará algunos diseños en stock.

4.3 Estudio Técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

4.3.1 Dimensión y características del mercado

La empresa estima llegar a una producción de 440 sombreros mensualmente, es decir dividirá la fabricación semanalmente según la calidad y diseño del sombrero.

Adicionalmente se cuenta con una logística para pedidos especiales de alta gama que es el servicio de un tejido ultra fino. Esto se detalla en la tabla 33.

4.3.2 Tamaño del proyecto

La empresa debe estar en capacidad de producir 40 sombreros ultra finos, 120 sombreros extra finos y 280 sombreros finos mensualmente, según lo estipulado esto quiere decir que en total se elaboraran 440 sombreros de paja toquilla.

4.3.2.1 Distribución del espacio en planta

Para una correcta distribución se establecerán diferentes áreas de trabajo para la realización de todos los procesos, por lo cual se requiere un espacio satisfactorio para personal empresarial, de la misma manera se requerirá de muebles de oficina para la atención al cliente conjunto a otros implementos que influirán en la comodidad de los mismos.

Áreas de trabajo

Se ha bosquejado 3 áreas de trabajo que están distribuidas de la siguiente manera:

Gerencia: Está ubicado para dirigir y controlar los todos los procesos.

Financiero y Administrativo: Estarán ubicados los muebles de oficina en los que se encontrarán los operarios realizando sus actividades diarias de estudios financieros.

Marketing y ventas: En esta área se desarrollará el plan de marketing y además se llevará a cabo el proceso de compra es decir cuando compren el producto para así tener un mejor control de las ventas.

Producción: es toda el área en blanco que se encuentra ubicada en la parte superior.

Además, se cuenta con un pasillo largo en el que estará exhibido todo el stock de sombreros.

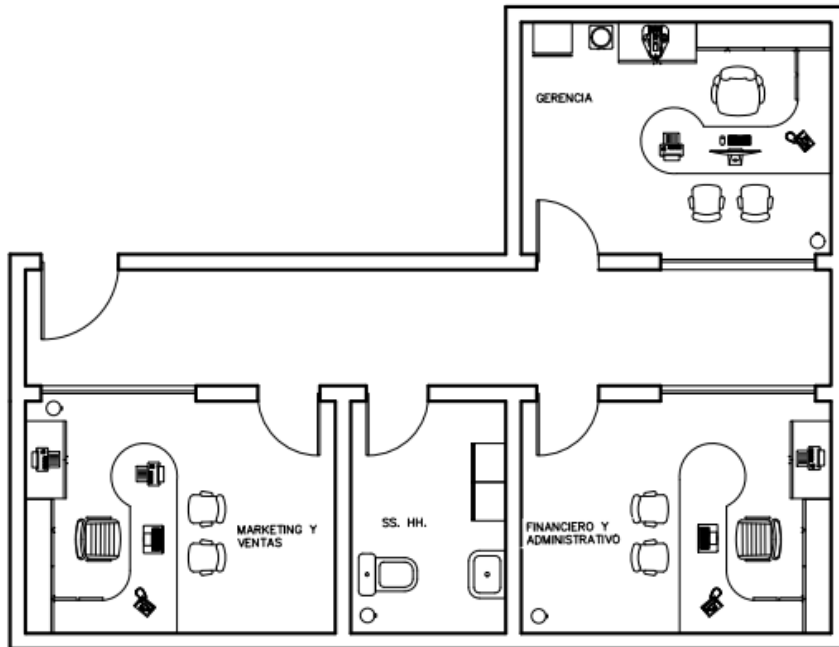


Figura 14 distribución de planta

4.3.3 Localización del proyecto

Esta empresa se establecerá en el Cantón Manta, de la provincia de Manabí, en una zona céntrica a pocos minutos de la zona bancaria y de áreas de comercialización de productos para ferias de cruceros, porque es en el barrio Córdoba cerca del terminal portuario de Manta

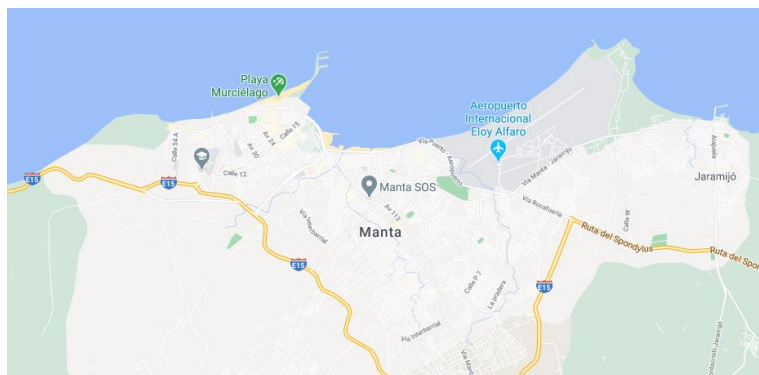


Figura 15 Localización del Cantón Manta - Provincia de Manabí

Fuente: Google Maps.

Macro localización

Se ha determinado que este proyecto se llevara a cabo en la ciudad de Manta, un dato importante a conocer es que la materia prima como lo es fibra vegetal es producida en el cantón Montecristi, sin embargo, la elaboración del producto será netamente en la ciudad de Manta para la supervisión de confección y diseño del sombrero, además se va a garantizar que las tejedoras lleven un trabajo digno en condiciones con calidad humana.

Las tejedoras realizan la manufactura de los sombreros de paja toquilla en una gran variedad de lugares, por ejemplo, en cualquier cuarto de su pequeña vivienda o en los exteriores de la misma, ya que requieren de un lugar para sentarse o lo hacen en el suelo con solo un poco de agua a su alcance. No tienen un taller o un lugar específico para tal labor. (Tamariz M. L., 2009) Disponer de un lugar con una estructura específica y adecuada prevalecerá la calidad de los productos.

Usando el concepto de zonas climáticas, se puede catalogar al Cantón Manta como de CLIMA TROPICAL MEGATÉRMICO SEMI-ÁRIDO, con precipitaciones promedio

de 300,2 mm., temperaturas medias de 24,8° C., y humedad relativa media anual del 77%. Se puede considerar que la temperatura en Manta lleva un patrón regular, su promedio anual es de 25,6° C, con una variación del rango de temperaturas entre el mes más cálido (Marzo y Abril con 26,8° C) y el mes más frío (Agosto con 24,1 ° C) de 2,7° C (GADdeManta, 2019)

El sector más importante en términos de valor de la producción es el de las industrias manufactureras, que en el año 2007 proporcionó 826 millones de USD a la provincia y al país, lo que significó el 31% del PNB de la provincia. La producción manufacturera está centrada principalmente en las actividades de transformación y extracción; 9 de las 10 empresas más grandes de Manabí, pertenecen al sector industrial y se encuentran ubicadas en los alrededores de la ciudad de Manta, las mismas que constan dentro de las 200 compañías más grandes del Ecuador (GADdeManta, 2019)

Destacando esto, las actividades principales de la provincia son el comercio, la ganadería, la pesca y la industria manufacturera número 1 en Manta, prometiéndole la viabilidad del proyecto en el sector urbano de la ciudad de Manta y posibles turistas arribados.



Figura 16 Localización del Barrio Córdoba en la ciudad de Manta

Fuente: Google Maps

Micro localización

Este proyecto pretende que se localice en calles principales en la ciudad de Manta donde se destacan el comercio y el turismo, estas posibles locaciones se encuentran en las siguientes direcciones: Calle 19 Av.7 en el barrio Córdoba. Se determinaron las siguientes variables que hicieron escoger estas zonas que son:

Lugar: Zonas altamente concurridas por turistas y población en general por encontrarse cerca del sector portuario y plaza Cívica de Manta, el lugar es propiedad de una de las autoras del proyecto.

Vías de acceso: Zonas son centrales y visitadas en la ciudad por lo cual se garantiza que las personas conocerán rápido de este nuevo producto y tendrán acceso rápido gracias a su ubicación estratégica.

4.3.4 La tecnología del proceso productivo

A pesar de que actualmente existe numerosa tecnología en la que se apoyan para disminuir el tiempo de elaboración y tener menos carga en el proceso de producción, este proyecto pretende elaborar un producto netamente artesanal en el que no se utilizará ningún tipo de tecnología para finalmente tener un sombrero más fino.

Detalle de todo el proceso para la elaboración del sombrero de paja toquilla:

Cosecha: como su nombre lo indica es la actividad de obtener la materia prima, se corta la planta mediante instrumentos afilados por ejemplo machetes o cuchillos la misma que debe ser realizado por personas con experiencia en esta actividad. (Henríquez-Díaz, 2019)



Figura 17 cosecha de la materia prima

Fuente: (Tamariz M. L., Tejiendo la vida, 2009)

Desvene: Este paso es fundamental para realizar la separación de restos no deseados y suciedad proveniente de la misma fibra, eliminando los filos y dejando únicamente el

cogollo utilizando un utensilio con punta de acero y mango de madera para tener la paja toquilla más pura.



Figura 18 desvene

Fuente: (Tamariz M. L., Tejiendo la vida, 2009)

Cocinado y secado: se coloca agua durante veinticinco minutos aprox. Y se deja hervir a fuego lento, en algunas ocasiones se le añade gotas de limón para que la paja se vuelva más blanca, después se procede a secar la paja guindándola en cordeles para poder destilar el agua



Figura 19 artesanos cocinando la fibra y secado de la paja en cordeles

(Tamariz M. L., Tejiendo la vida, 2009)

Tejido: una vez realizado el procedimiento de la paja toquilla, esta materia prima es

vendida ya lista en las ciudades que se dedican a este arte manufacturero y es aquí donde las tejedoras inician su labor.

El sombrero está formado por tres partes: plantilla, copa y falda, el tejido se comienza por la plantilla y la falda no se requiere de instrumento alguno, pero se hace indispensable la utilización de la horma que básicamente es un molde para darle la forma al sombrero y para concluir el tejido de la falda se hace el rematado, de derecha a izquierda, sin cortar las pajas sobrantes. Aquí es donde termina la artística tarea y se dan los últimos acabados. (Tamariz M. I., 2009)



Figura 20 proceso de tejido

Fuente: (Tamariz M. I., 2009)

Lavado y sahumado: en este paso el sombrero ya terminado se lo lava agua y cepillo para sacar las impurezas que pudieron haberse adherido en el proceso de elaboración, para luego secarlos en un lugar en ambiente cerrado.



Figura 21 lavado y tejido del sombrero

Fuente: (Lopez, s.f.)

Producto final: como ya se había expuesto los sombreros de paja toquilla de esta empresa pretenden ser diseños vanguardistas y dar un salto a la moda en los que se intenta lograr un resultado similar a esto:



Figura 22 prototipo del producto final

Fuente: (Etsy, 2022)

4.3.5 Ingeniería del proceso productivo

Dentro de una compañía el buen funcionamiento del sistema de producción de la misma es fundamental para que los objetivos de la empresa se cumplan. Es aquí donde cobra especial protagonismo la ingeniería de procesos. El uso de los recursos y de las técnicas de producción no se llevan a cabo por sí solos, sino que se necesita un diseño previo para que se pueda poner en marcha de una forma adecuada. Es entonces cuando el ingeniero de procesos lleva a cabo su función, optimizando así todos los sistemas que se implantan dentro de una compañía para que la parte de producción

cumpla con los objetivos previstos. (*Universidad Internacional de Valencia, 2018*)

En esta fase ingeniería del proceso productivo se encargará de planificar cada proceso de la creación del producto, gestionando minuciosamente cada detalle de cada situación que se vaya presentando para obtener máximos resultados.

En el desarrollo de este proyecto está previsto instaurar métodos y guías para llevar la planificación adecuada que deberá estar continuamente funcionando para satisfacer a la demanda, un factor importante que deja como resultado es que cumpliendo con la cadena de gestión de suministros los precios mejoran, en este sentido se observa que es una parte fundamental dentro del sistema de producción.

4.3.6 Flujograma del proceso

El proceso comienza por la compra de la materia prima que es la fibra vegetal, se procede a realización del sombrero previamente seleccionado el diseño que se requiere para después empaquetar, almacenar según corresponda y comercializar.

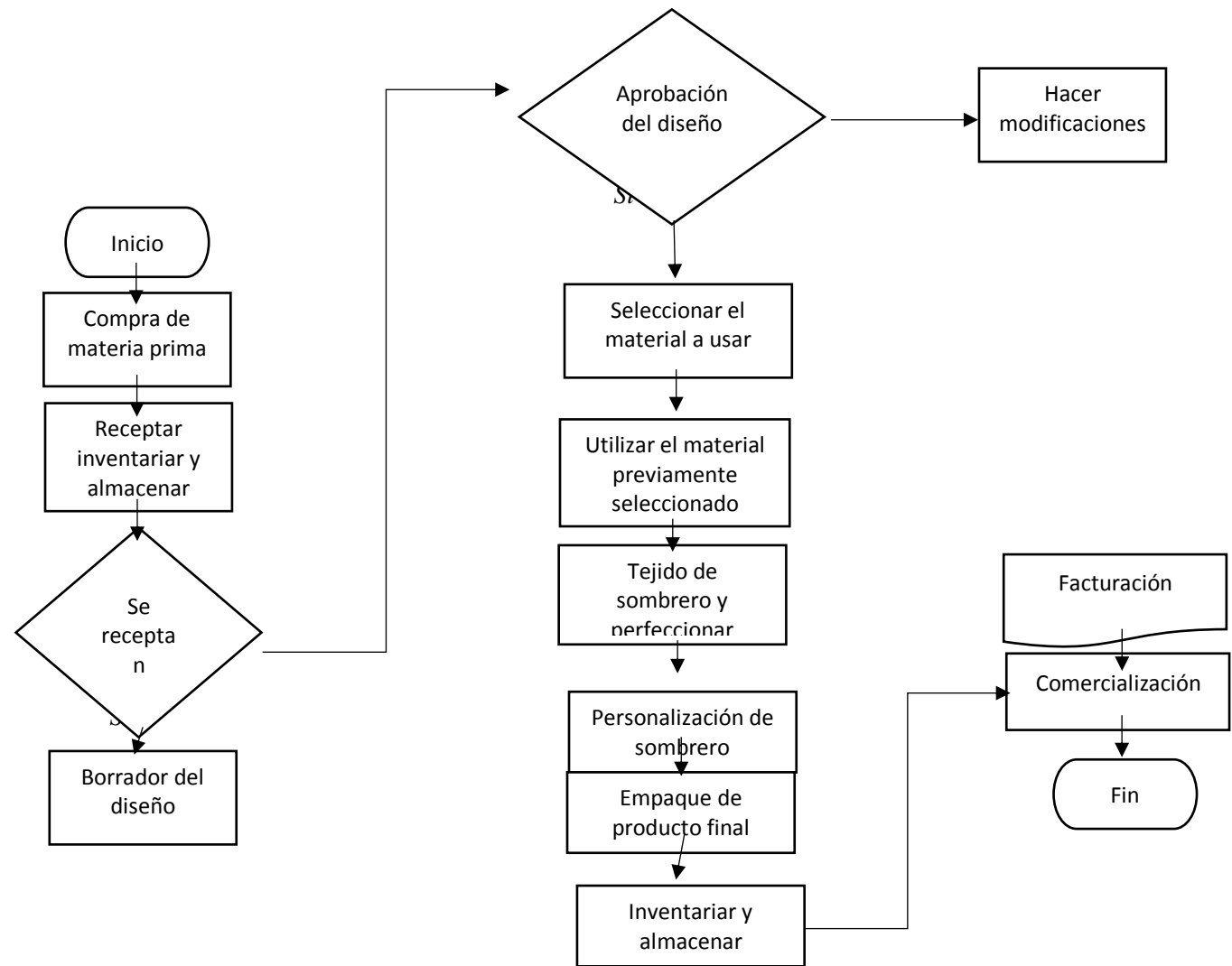


Figura 23 Flujograma del proceso

Maquinarias y equipo

Tabla 21

maquinas

Nombre	Características	Costos
Aire acondicionado	Equipo de aire acondicionado que climatiza alrededor de 12.000 BTU	\$339.00
	Son utilizadas para el proceso final de sombrero, plancha antigua de hierro marca yetman con cable de conexión a 110 votl.	\$35.00
Laptop	equipo Lenovo informatico para ingresar informacion empresarial de todo tipo	\$880.00



*Muebles de oficina**Tabla 22**Características muebles de oficina*

Nombre	Características	Costo
	<p>Designado para el área para recibir clientes y proveedores y área administrativa.</p> <p>Incluye tres variados escritorios y sillas para las diferentes oficinas</p>	\$800.00
	<p>Estantería designada para la exhibición de los sombreros de paja toquilla</p>	\$500,00
Espejos	<p>Varios espejos para la comodidad y mejor servicio al cliente al momento de venta</p>	\$300,00



Tripodes artesanales

Son equipos artesanales de \$300.00
madera denominados
trípodes para el proceso de
elaboración del sombrero.



Diferentes hormas

Son utensilios utilizados \$300.00
para la elaboración del
sombrero, esta herramienta
facilita la confección



Cabezas de maniqui

Cabezas de maniquís que \$60,00
sirve para presentar mejor
el producto y tenga mejor
visibilidad.



Tabla 23

Mano de Obra

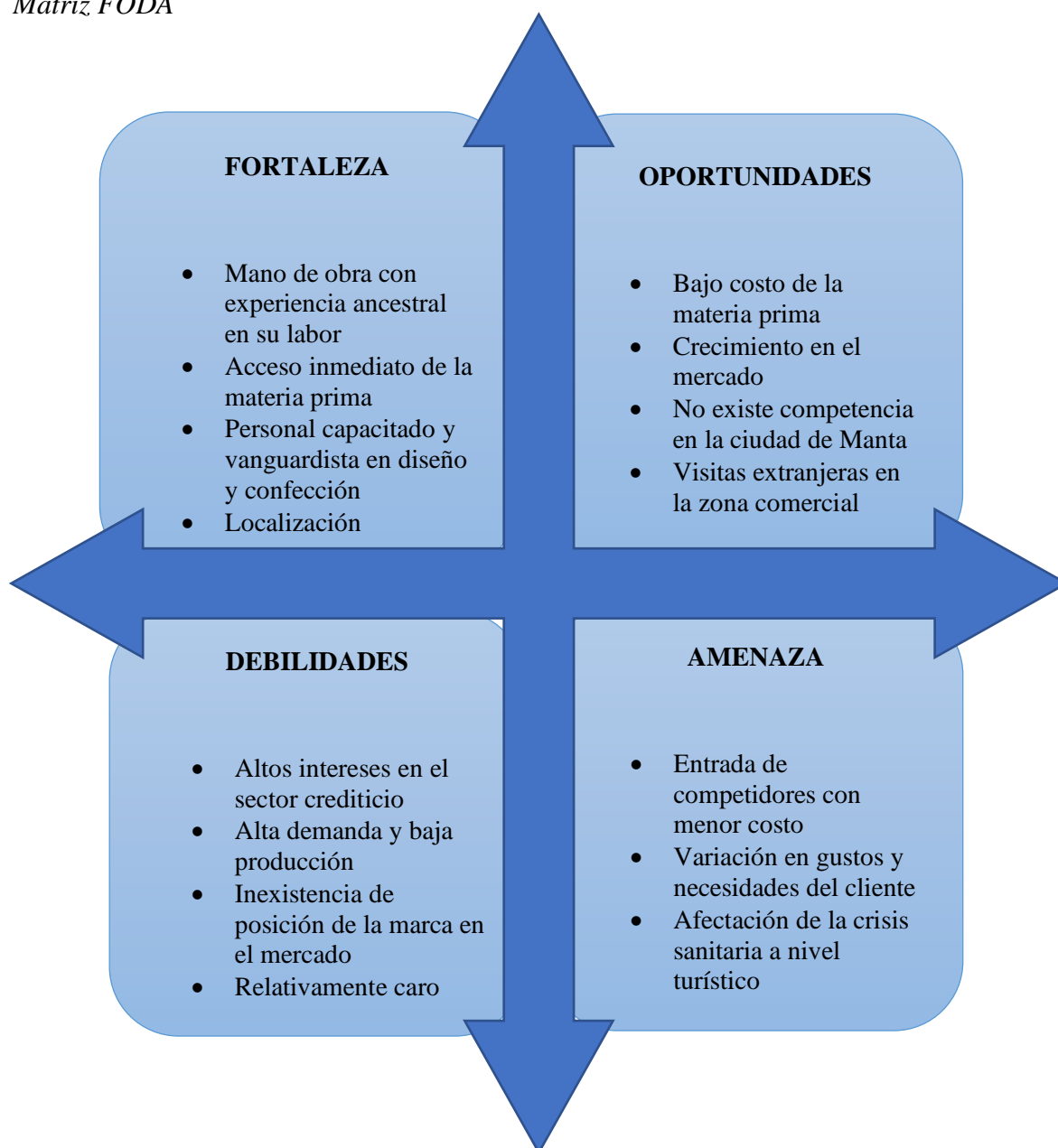
	SUELDO	13ro	14to	APORTE PATRONAL	F. RESERVA	VACACIONES	SUELDO Y BENEFICIOS	GASTO MENSUAL
Gerente	\$ 900.00	\$ 75.00	\$ 35.42	\$ 109.35	\$ 75.00	\$ 37.50	\$ 1,232.27	\$ 1,232.27
Produccion/ Tejedoras	\$ 650.00	\$ 54.17	\$ 35.42	\$ 78.98	\$ 54.17	\$ 27.08	\$ 899.81	\$ 899.81
Ventas	\$ 650.00	\$ 54.17	\$ 35.42	\$ 78.98	\$ 54.17	\$ 27.08	\$ 899.81	\$ 899.81
Jefe Area Administrativa	\$ 700.00	\$ 58.33	\$ 35.42	\$ 85.05	\$ 58.33	\$ 29.17	\$ 966.30	\$ 966.30
Jefe de marketing y Ventas	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 35.42	\$ 72.90	\$ 50.00	\$ 25.00	\$ 833.32	\$ 833.32
Secretaria	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 35.42	\$ 72.90	\$ 50.00	\$ 25.00	\$ 833.32	\$ 833.32
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$							
- producción	4,100.00	\$ 341.67	\$ 212.50	\$ 498.15	\$ 341.67	\$ 170.83	\$ 5,664.82	\$ 5,664.82

4.4 Estudio Administrativo

4.4.1 Formulación Estratégica

Tabla 24

Matriz FODA



Fortalezas

- Contar con personal calificado en conocimientos y habilidades ancestrales en paja toquilla
- Fácil acceso de la materia prima produciendo sombreros de paja toquilla de la mejor calidad
- Disponer de personal capacitado entregando un producto vanguardista en diseño y confección
- Ubicación estratégica del local que permite cubrir la demanda del sector

Oportunidades

- Bajo costo de la materia prima debido a la mancomunidad de tejedoras
- No existe competencia que elabore y comercialice sombreros de paja toquilla en Manta
- Crecimiento en el mercado por la importancia que actualmente tiene la industria en paja toquilla
- Gustos de las visitas extranjeras en la zona comercial en el puerto de Manta

Debilidades

- Altos intereses en el sector crediticio
- Alta demanda y baja producción
- La empresa por ser de reciente creación no cuenta con un posicionamiento dentro del mercado

- En el tipo de sombreros ultra fino existe la posibilidad de que los consumidores los puedan encontrar relativamente caros en comparación con los otros.

Amenazas

- Entrada de competidores con menor costo que no son 100% paja toquilla
- Variación de gustos y necesidades del cliente
- Afectación de la crisis sanitaria a nivel turístico en cuanto entrada de extranjeros

4.4.2 Misión y Visión de la empresa

Misión

Somos la primera empresa en la ciudad de Manta en comercialización de sombreros de paja toquilla operando como aliados estratégicos del sector turístico, brindando productos de calidad con un valor ancestral, proporcionando rentabilidad sostenible a sus propietarios y colaboradores para llegar a ser el número uno en calidad

Visión

Generar productos complementarios con el propósito de incrementar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindando un valor agregado que garantiza la participación en el mercado con crecimiento empresarial.

Valores corporativos

- Responsabilidad: Se define la responsabilidad empresarial con valores éticos que busca estrategias que integre el crecimiento económico dentro de la empresa y con la sociedad.

- Autenticidad: El objetivo de la empresa es alcanzar a la originalidad de cada uno de los sombreros
- Compromiso: Busca asegurar la excelencia del producto brindando el interés y respeto a cada uno de los clientes
- Confianza: Generar entre administradores y productores una buena relación humana estableciendo un buen ambiente laboral

Objetivos estratégicos

Tabla 25

Objetivos Estratégicos

Perspectiva	Objetivos estrategicos	Metas
Perspectiva financiera	Aumentar con las proyecciones presupuestarias dando una rentabilidad empresarial	en el 2023 tener un crecimiento un 10% de la empresa
Perspectiva del cliente	Crear un producto de calidad y brindar excelente atención al cliente	en el 2023 lograr la satisfacción del 90% de los clientes
Perspectiva de los procesos	Formular procedimientos y políticas de la empresa	en el 2023 cumplir con los procesos y políticas al 80%

Perspectiva del		en el 2023 cumplir
Talento	capacitar a los trabajadores	con el cronograma de
Humano	en todas las áreas	capacitaciones para el
		año a un 100%

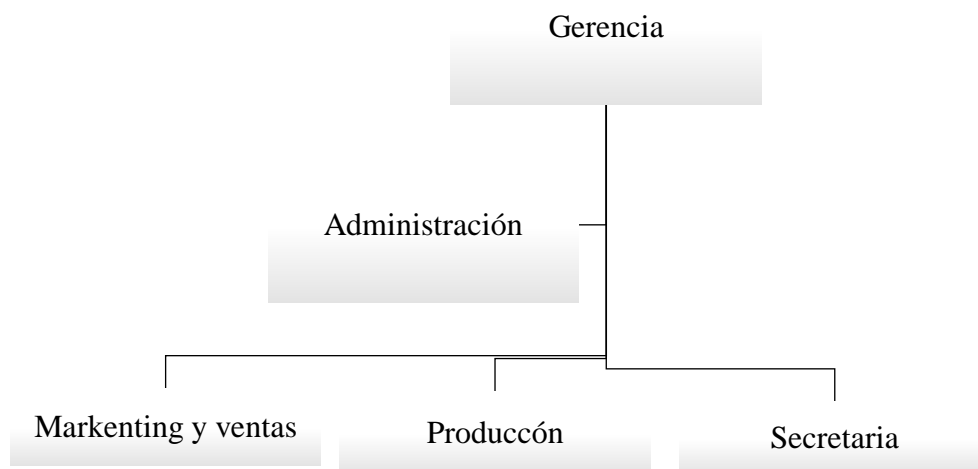
Estrategia empresarial

La empresa ANMEL busca ofertar y comercializar sus productos de calidad en base a un marketing que realce el patrimonio cultural de los sombreros de paja toquilla, brindando un producto que lo coloca como pionero local optimizando sus recursos. Creando una estrategia diferenciadora que se enfoca al sector turístico y población en general de la ciudad de Manta.

4.4.3 Organigrama

Tabla 26

organigrama



4.4. Funciones del Talento Humano

Tabla 27

Manual del Gerente

MANUAL DE FUNCIONES

Nombre del puesto	Gerente General
Objetivo del puesto	Persona encargada de organizar y controlar el funcionamiento de la empresa
Competencia Generales	
<ul style="list-style-type: none"> • capacidad de negociacion • Habilidades gerenciales • Poder de negociacion • toma de desiciones 	
Funciones del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa. • Organizar los recursos de la entidad. • • Definir a donde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo, entre otras tareas. • Fijación de una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización. • Creación de una estructura organizacional en función de la competencia, del mercado, de los agentes externos para ser más competitivos y ganar más cuota de mercado. 	

- Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing, entre otros.
- Ser líder de los diversos equipos de trabajo.

Tabla 28

Manual del Jefe Administrativo

MANUAL DE FUNCIONES

	Jefe del Area
Nombre del puesto	Administrativa
Objetivo del puesto	<p>Persona encargada del control de nómina, control del funcionamiento de las adecuaciones y administración de los bienes de la empresa para su correcto uso.</p>
Competencia Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Liderar al equipo del área • Asegurar el cumplimiento de los procesos administrativos • Gestion del tiempo

Funciones del cargo

-
- Ejecutar cierre contable mensual y anual de la organización.
 - Realizar y controlar el inventario de los activos fijos de la organización.
 - Revisar las nóminas del personal administrativo y vigilante.
 - Custodiar los documentos legales y financieros de la organización.
 - Supervisar y verificar el pago a organismos oficiales y servicios básicos.
 - Elaborar consolidación de gastos mensual y anual.

Tabla 29

Manual del Ing. En Marketing

MANUAL DE FUNCIONES

Nombre del puesto	Ingeniero en Marketing
Objetivo del puesto	Persona encargada de realizar en marketing empresarial.
Competencia Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia digital • Creatividad • Habilidad para comunicar y transmitir
Funciones del cargo	

- Dar a conocer la empresa en el mercado.
- Posicionar la empresa con estrategias de marketing efectivas.
- Aumentar las ventas.
- Apertura de nuevos canales.
- Mejorar la comunicación Interna y Externa.
- Coordinar todas las áreas de la empresa eficientemente.
- Generar acciones para solucionar las debilidades de la empresa
- Crear Planes de acción
- Ayudar a la empresa a crecer.

Tabla 30

Manual del personal de producción

MANUAL DE FUNCIONES

Nombre del puesto	Personal de Produccion
Objetivo del puesto	Personas encargadas de la elaboración de sombros de acuerdo con el requerimiento de los clientes.
Competencia Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Agilidad • Creatividad

- Capacidad de trabajo en equipo

Funciones del cargo

-
- Recepción de materia prima.
 - Clasificación de materia prima.
 - Elaboración de producto. (tejido del sombrero)
 - Acabado del detalle personalizado.

Tabla 31

Manual del Jefe de Ventas

MANUAL DE FUNCIONES

Nombre del puesto	Jefe de ventas
	Persona encargada de
	la distribución y
Objetivo del puesto	entrega del producto
	terminado.

Competencia Generales

- Buen negociador
- Objetivos del equipo de ventas
- Conocimiento del producto

Funciones del cargo

-
- Planificación de los presupuestos de venta.
 - Establecer metas y objetivos.
 - Pronóstico de ventas.
 - Selección de vendedores.
 - Definición de objetivos por cada vendedor.
 - Motivación del equipo de trabajo.
 - Evaluación del equipo de trabajo.

Tabla 32

Manual de secretaria contadora

MANUAL DE FUNCIONES

Nombre del puesto	Secretaria contadora
Objetivo del puesto	Es la encargada de llevar el registro de pagos de la empresa, cumplir y verificar los ingresos y gastos de la empresa.
Competencia Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo del estres • Capacidad de manejar el sistema informativo

- Ser organizada
- Manejo basico del ingles
-

Funciones del cargo

-
- Gestionar la liquidez de la empresa.
 - Poner en marcha un sistema para el control de costes.
 - Conseguir financiación bancaria.
 - Impulsar proyectos de mercados alternativos.
 - Analizar las posibilidades de inversión.

4.5 Estudio Legal

De acuerdo con Sagap (2008), infiere que el estudio legal es indispensable para comprender un proyecto, ya que aporta de manera significativa a la viabilidad del proyecto; de no realizarse una correcta evaluación, el proyector se expone al riesgo de tener contratiempos legales que incluso lo expongan al cierre definitivo.

4.5.1 Tipo de Empresa

Toda empresa para constituirse legalmente deberá cumplir con obligaciones, realizar los respectivos tramites con requisitos actualizados antes de comenzar con sus actividades, con el fin de afianzar contratos por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio y del Código Civil.

Según el art 36 de las leyes de compañía presenta que, la compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón social. De acuerdo a lo expresado se logra determinar que el proyecto en el cual se ejecutará los sombreros de paja toquilla será en Compañía en nombre Colectivo.

Para constituir la compañía en nombre colectivo deberá constar de:

- La razón social que se conserve, seguida de la palabra "sucesores".
- El negocio para el que se forma la nueva compañía.
- Su domicilio.
- El nombre, nacionalidad y domicilio de cada uno de los socios colectivos de la nueva compañía; y,
- La declaración de que dichos socios son los únicos responsables de los negocios de la compañía. (Ley de Compañías, 2018)

Permisos de Funcionamiento

- Reserva de la denominación en el portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, www.supercias.gob.ec
- Elevar a escritura pública la constitución de la compañía, en cualquier notaría y con patrocinio de un abogado.
- Inscribir la escritura en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía.
- Inscribir los nombramientos del Representante Legal y Administrador de la empresa en el Registro Mercantil.

- Inscribir la dirección domiciliaria de la compañía en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, mediante formulario obtenido del portal web www.supercias.gob.ec
- Obtención del RUC en el SRI
- Inscribir la patente municipal de la compañía. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), 2022)

Servicio de Rentas Internas:

Contribuyentes catalogados como personas naturales o jurídicas calificadas como artesanos que requieran inscribir su Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el país de forma permanente u ocasional. (SRI, 2020)

Requisitos:

- a. Cédula de identidad y/o ciudadanía o pasaporte (original).
- b. Certificado de votación o certificado de presentación (original).
- c. Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (planilla de servicios básicos).
- d. Calificación artesanal emitida por el organismo competente: Junta Nacional de Defensa del Artesano o MIPRO.

.Una vez que sea realizado e ingresado el trámite del (RUC) debe cumplir con las siguientes obligaciones:

- Facturación de comprobantes de venta.
- Realizar las declaraciones de retención.
- Llevar una contabilidad.
- Pagar (IVA de impuesto

Licencia de funcionamiento comercial en Manta

- Número de RUC
- Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente.
- Declaración de impuesto a la renta
- Cancelar la patente municipal.
- Reparto proporcional en relación a los ingresos y los totales de los activos del Cantón Manta.
- Arrendada – Contrato de arriendo.
- Propia – Pago de impuesto predial actualizado. (GAD de Manta, 2022)

Patentes en Manta

- Número de RUC.
- Declaración de impuesto a la renta
- Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente
- Si es empresa nacional además presentará el reparto proporcional en relación
- a los ingresos y los totales de los activos del Cantón Manta.

- Los artesanos calificados también presentarán: copia de calificación artesanal y copia de la recalificación artesanal (cuando se calificaron como artesanos) (GAD de Manta, 2022)

IESS

- Ingresar a la página web del IESS www.iesgob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal. (IESS, 2022)

Cuerpo de Bomberos: permiso de funcionamiento (locales nuevos o

Renovación)

- Copia del RUC o RISE actualizado.
- Informe favorable de inspección.
- Copia del pago de la tasa Bomberil del año en curso.
- Copia del pago de la contribución predial del Cuerpo de Bomberos (Cuerpo de Bombero Manta, 2022)

Municipio de Manta

Obtención de la Patente Municipal dentro de los 30 días subsiguientes al último día del mes en que se inicia las actividades de la empresa y debe ser renovado cada año.

Requisitos:

- Ingresar al portal ciudadano.
- Obtener usuario y contraseña.
- Ingresar a servicios en línea.
- Llenar solicitud de inscripción.
- Inscripción de patente en la página web del Municipio de Manta.
- Presentar copia de RUC.
- Presentar declaración de impuestos a la renta.
- Permiso de cuerpo de bombero vigente.
- Si es empresa nacional además presentará el reparto proporcional en relación a los ingresos y los totales de los activos del Cantón Manta.
- Los artesanos calificados también presentarán: copia de calificación artesanal y copia de la recalificación artesanal (cuando se calificaron como artesanos). (Alcaldía de Manta, 2022)

Defensa del Artesano o MIPRO.

Del art. 1 Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones

gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

(Derecho Ecuador, 2021)

Una vez que sea realizado e ingresado el trámite del (RUC) debe cumplir con las siguientes obligaciones:

- Facturación de comprobantes de venta.
- Realizar las declaraciones de retención.
- Llevar una contabilidad.
- Pagar (IVA de impuesto

Obligaciones con organismos de control

Registro Mercantil:

- Depósito de las Cuentas Anuales en el Registro Mercantil
- Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales.
- Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la so-ciedad. (ASELEC, 2017)

Conclusiones

En base a los resultados obtenidos existe un porcentaje representativo que hace factible la viabilidad de este proyecto, sombreros de elaborados en paja toquilla en el sector urbano de la ciudad de Manta se concluye que hay una alta demanda en un sector carente de comercialización de este producto.

Actualmente en el mercado de Manta no se ha ofrecido una empresa o local que ofrezca los sombreros de paja toquilla, lo representa una gran oportunidad para vender los productos que se presentan en este proyecto.

Según los métodos y técnicas desarrolladas durante la investigación se considera que gracias a la ubicación estratégica del local comercial tendrá una aceptación del producto más favorable

Dentro del estudio de factibilidad Financiera, se sostiene que, según las proyecciones, la empresa tendrá rentabilidad para comercializar sombreros vanguardistas elaborados con paja toquilla en la ciudad de Manta.

Recomendaciones

- Realizar estudios externos constantes en cuanto a las nuevas necesidades para captar la atención de nuevos consumidores e internos para asegurarse que se cumplan con éxito todos los procedimientos existentes.
- Revisar las proyecciones económicas anuales para que se cumpla la misión y visión y poder mejorar la rentabilidad y liquidez a futuro.
- Colocar publicidad en las calles con más afluencia en Manta para abarcar otros nichos de mercados.
- Considerar la expansión de nuevos productos elaborados a base de paja toquilla como, muebles y decoración de casa, carteras.

CAPITULO V

5. Propuesta

5.1. Título de la Propuesta

Estudia de la viabilidad financiera para la elaboración y comercialización de los sombreros de paja toquilla en Manta

5.2. Autores De La Propuesta

- Melina Bailón Valle
- Andrea Castro Alcívar

5.3. Empresa Auspiciante

Ninguna

5.4. Área que cubre la propuesta

El proyecto tiene como fin ubicar una oficina en la ciudad de Manta, desde el domicilio de las autoras para que las negociaciones y comercialización se empiecen a desarrollar y a ejecutar en las diferentes ferias y exposiciones que potencien el producto, con el fin de aprovechar los recursos con los que se cuenta, como por ejemplo, la existencia y el poder de las redes sociales quienes hoy en día son utilizadas como canales de venta de productos sin que esto genere un gasto adicional por mantenimiento y uso de espacio.

5.5. Fecha De Presentación

Marzo 2022

5.6. Fecha De Terminación

Noviembre 2022

5.7. Duración Del Proyecto

El proyecto en realidad no tiene fecha de terminación, en virtud de ser un emprendimiento de carácter evolutivo conforme al movimiento de las necesidades que se presentan en el mercado meta, lo cual para llegar a este cumplimiento se requiere pasar por diferentes etapas desde el inicio del estudio de la prefactibilidad del proyecto hasta el éxito de la propuesta.

5.8. Participación del Proyecto

- Autores del proyecto
- Artesanos del cantón Montecristi que realicen la actividad operativa en Manta
- Proveedores de materia prima e insumos
- Población económicamente activa.

5.9. Objetivo General

Establecer la viabilidad económica del proyecto y su financiamiento a través de un estudio financiero para la compra de materia prima e insumos para la confección de los sombreros y el pago de la mano de obra de los artesanos.

5.10. Objetivo Especifico

- Determinar el nivel de ingresos y gastos que se generan en el desarrollo del proyecto.
- Conocer a través de la aplicación de las ratios financieras y de esta manera saber si es viable o no el proyecto.

- Identificar en cuanto tiempo se recuperará la inversión.

5.11. Beneficiarios Directos

Autoras del proyecto

5.12. Beneficiarios Indirectos

- Artesanos del Cantón Montecristi
- Comerciantes del Cantón Manta
- Proveedores
- Personal Creativo

5.13. Impacto De La Propuesta

El presente proyecto pretende dar un impacto positivo sobre el origen de los sombreros de paja toquilla otorgándole el verdadero origen en los artesanos del cantón Montecristi, y así generando ingresos para el cantón, la confección y comercialización de estas prendas crean una fuente de trabajo para sus pobladores que los tejen. Este tipo de actividad comercial es importante, al ser una ciudad con uno de los puertos más grandes del país asegura la venta de este tipo de prendas a los turistas y personas de la localidad.

5.14. Descripción De La Propuesta

La finalidad del proyecto es la implantación de una empresa que se dedique a la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla desde la ciudad de Manta orientado a diferentes países donde el uso de este tipo de artesanías se vuelve más comercial y al ser poblaciones económicamente activa, otra opción que se tiene en cuenta es el financiamiento por medio de bancos o entidades financieras.

Ingresos

Tabla 33

Producción (en cantidad mensual)

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sombrero fino	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	3,360	3,454	3,551	3,650	3,750
Sombrero extra fino	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1,440	1,480	1,522	1,564	1,606
Sombrero ultra fino	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480	493	507	521	535
Total	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440	5,280	5,428	5,580	5,736	5,891

Como se logra apreciar en los ingresos mensuales que obtendrá la empresa, constará desde el año cero con ventas, es decir, el emprendimiento que se va a implementar señala una rentabilidad y durabilidad estable, señalando que existen cifras de alto valor en cuanto a la producción del producto, estas proyecciones permitirán que la empresa tenga noción de cuantos sombreros elaborar en un periodo de tiempo.

Tabla 34

Proyección de Ingresos (en USD)

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Sombrero fino	3.360,00	3.454,00	3.551,00	3.650,00	3.752,00
Pvp	\$ 50,00	\$ 50,18	\$ 50,35	\$ 50,53	\$ 50,70
Ingreso sombrero fino	\$ 168.000,00	\$ 173.308,46	\$ 178.784,66	\$ 184.433,90	\$ 190.261,65
Sombrero extra fino	1.440,00	1.480,00	1.522,00	1.564,00	1.608,00
Pvp	\$ 100,00	\$ 100,35	\$ 100,70	\$ 101,05	\$ 101,41
Ingreso sombrero extra fino	\$ 144.000,00	\$ 148.550,11	\$ 153.244,00	\$ 158.086,20	\$ 163.081,41
Sombrero ultra fino	480,00	493,00	507,00	521,00	536,00
Pvp	\$ 200,00	\$ 200,70	\$ 201,40	\$ 202,11	\$ 202,81
Ingreso sombrero ultra fino	\$ 96.000,00	\$ 99.033,41	\$ 102.162,67	\$ 105.390,80	\$ 108.720,94
Ingresos totales	\$ 408.000,00	\$ 420.891,98	\$ 434.191,33	\$ 447.910,91	\$ 462.064,00

De acuerdo con las proyecciones de los ingresos, se puede observar el precio o valor al público de cada tipo de sombrero el cual se va a comercializar, de la misma forma se establecen los precios en el transcurso de los años, hasta el año proyectado el cual es el cinco, generando un valor acorde a la inflación que se establece en el país en el lapso del tiempo. Es una manera adecuada de percibir posibles y nuevos escenarios de la empresa y así determinar hacia que punto quiere ser llevada mediante la toma de decisiones.

Costos de materiales directos

Tabla 35

Costos y gastos (materia prima)

Descripción	Medida	Sombrero fino			Sombrero extra fino			Sombrero ultra fino			Total	
		Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total	Costo total
Sombrero fino	Unidad	280	\$ 35,00	\$ 9.800,00	0	\$ 35,00	\$ 0,00	0	\$ 35,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 9.800,00
Sombrero extra fino	Unidad	0	\$ 75,00	\$ 0,00	120	\$ 75,00	\$ 9.000,00	0	\$ 75,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 9.000,00
Sombrero ultra fino	Unidad	0	\$ 135,00	\$ 0,00	0	\$ 135,00	\$ 0,00	40	\$ 135,00	\$ 5.400,00	\$ 0,00	\$ 5.400,00
Fundas/bolsas de tela (100 unidades)	Unidad	280	\$ 0,50	\$ 140,00	120	\$ 0,50	\$ 60,00	40	\$ 0,50	\$ 20,00	\$ 0,00	\$ 220,00
Etiqueta (rollo de 100 unidades)	Unidad	280	\$ 0,09	\$ 25,76	120	\$ 0,09	\$ 11,04	40	\$ 0,09	\$ 3,68	\$ 0,00	\$ 40,48
Costo variable total				\$ 9.965,76			\$ 9.071,04			\$ 5.423,68	\$ 0,00	\$ 24.460,48
Costo variable unitario				\$ 35,59			\$ 75,59			\$ 135,59	\$ 0,00	\$ 55,59

En la tabla expuesta se logra divisar los costos de cada insumo requerido para la producción y comercialización de los sombreros de paja toquilla, conjunto al precio que se establece para los productores y a la vez el valor unitario de cada

material que se necesita para la elaboración del producto final, finalmente se indica o se determina el costo variable unitario, es decir, el costo de cada producto a elaborar.

Tabla 36
Sueldos y Salarios

Cargo	Cantida d	Sueldo	13ro		Aporte patronal	F. Reserva	Vacacione s	Sueldo y beneficios	Gasto mensual
			13ro	14to					
Gerente	1	\$ 900,00	\$ 75,00	35,42	\$ 109,35	\$ 75,00	\$ 37,50	\$ 1.232,27	\$ 1.232,27
Administrador	1	\$ 700,00	\$ 58,33	35,42	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 29,17	\$ 966,30	\$ 966,30
Marketing	1	\$ 600,00	\$ 50,00	35,42	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 833,32	\$ 833,32
Producción	1	\$ 650,00	\$ 54,17	35,42	\$ 78,98	\$ 54,17	\$ 27,08	\$ 899,81	\$ 899,81
Ventas	1	\$ 650,00	\$ 54,17	35,42	\$ 78,98	\$ 54,17	\$ 27,08	\$ 899,81	\$ 899,81

				\$					
Finanzas	1	\$ 600,00	\$ 50,00	35,42	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 833,32	\$ 833,32
Gasto sueldos y		\$	\$	\$					
salarios	6	4.100,00	341,67	35,42	\$ 498,15	\$ 341,67	\$ 145,83	\$ 5.664,82	\$ 5.664,82

En la tabla se puede observar los gastos de sueldos y salarios que genera cada trabajador de la empresa, conjunto a sus vacaciones, décimo tercer y décimo cuarto sueldo según el estado y la ley lo requiere, con el objetivo de no tener inconvenientes en un futuro. Estos roles de pago están generados según el cargo y ocupación que obtenga cada trabajador en la empresa, destacando finalmente el gasto mensual de los sueldos en la compañía.

Tabla 37

Gasto Mensual de la Mano de Obra

Mano de obra directa	2.632,93
Mano de obra indirecta	3.031,88

Se logra observar el gasto mensual de la mano de obra que poseerá la empresa, se despliega a partir de la elaboración de los productos de paja toquilla y la comercialización del mismo.

Tabla 38

Pago a los artesanos

pago a los artesanos	
Sombrero fino	\$ 35,00
Sombrero extra fino	\$ 75,00
Sombrero ultra fino	\$ 135,00

Se logra observar en la tabla el valor que se le paga a los artesanos por cada sombrero realizado.

Tabla 39

Servicios Básicos

Descripción	Gasto mensual
Agua	\$ 30,00
Energía eléctrica	\$ 50,00
Teléfono celular	\$ 10,00

Gasto servicios básicos	\$ 90,00
-------------------------	----------

Se logra apreciar en la descripción el valor de los servicios básicos que asumirá la empresa para dominio de todos sus métodos de producción con éxito.

Tabla 40

Estado de Costos de Producción Proyectados

Materia Prima Directa	
Inventario Inicial de Materia Prima	
	-
Compras	24.460,48
Fletes	-
	24.460,48
Material Disponible	24.460,48
Menos: Inventario Final	
Material Utilizado en Producción	24.460,48
Menos: Inventario Final de	
Materia Prima	-
Materia Prima Directa (Utilizada)	24.460,48
Mano de Obra Directa	
Sueldos de Fabricación	2.632,93
Menos: Mano de Obra Indirecta	
Mano de Obra Directa	2.632,93
Mano de Obra Indirecta	3.031,88
Servicios Básicos	90,00
Transporte	50,00

Publicidad	60,00	
Depreciación	66,91	
Costos Indirectos de Fabricación		3.298,79
Costos de Productos Fabricados		30.392,20
Unidades Producidas		3.080,00
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		\$ 9,87

De acuerdo con el Estado de Costos de Producción Proyectados para la elaboración / producción y comercialización de sombreros de paja toquilla de la empresa, este concede un costo unitario de producción estable y viable para el negocio en relación al costo del producto final, lo que se determina como una rentabilidad en cada venta que se vaya a realizar.

Tabla 41

Gastos Totales

Descripción	Mensual	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto sueldos y salarios	\$ 5.664,82	\$ 67.977,80	\$ 69.296,57	\$ 70.640,92	\$ 72.011,36	\$ 73.408,38
Gasto servicios básicos	\$ 90,00	\$ 1.080,00	\$ 1.100,95	\$ 1.122,31	\$ 1.144,08	\$ 1.166,28
Gasto combustible		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto transporte	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 611,64	\$ 623,51	\$ 635,60	\$ 647,93
Gasto arriendo	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto publicidad	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 733,97	\$ 748,21	\$ 762,72	\$ 777,52
Otros gastos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Subtotal gastos	\$ 5.864,82	\$ 70.377,80	\$ 71.743,13	\$ 73.134,95	\$ 74.553,76	\$ 76.000,11
% imprevistos	3%					
Total de gastos	\$ 6.040,76	\$ 72.489,13	\$ 73.895,42	\$ 75.328,99	\$ 76.790,38	\$ 78.280,11
Costo fijo unitario		\$ 13,73	\$ 13,61	\$ 13,50	\$ 13,39	\$ 13,28

De acuerdo con la tabla expuesta se logra apreciar los pagos que se realizan en la empresa de manera mensual y a continuación de ello, se establecen los pagos que se deben realizar por año, proyecto hasta el quinto año, lo que es el sueldo a los empleados, el consumo básico (Luz, agua, teléfono), conjunto a la publicidad y el transporte para la obtención de la materia prima.

Tabla 42

Depreciación y amortización

Descripción	Años					
	depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo fijo						
Edificio	20	\$ 5,94	\$ 5,94	\$ 5,94	\$ 5,94	\$ 5,94
Vehículo	5	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Maquinaria y equipos	10	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Herramientas	5	\$ 33,60	\$ 33,60	\$ 33,60	\$ 33,60	\$ 33,60
Equipos de computación	3	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 0,00	\$ 0,00
Equipos de oficina	10	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Muebles y enseres	10	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00
Otros activos fijos	2	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total depreciación		\$ 802,87	\$ 802,87	\$ 742,87	\$ 509,54	\$ 509,54
Activo diferido						
Gasto de constitución	5	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76
Total amortización		\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76

De acuerdo con lo que se observa en la tabla se determina el valor de cada recurso o herramienta a utilizarse en la empresa y como este pierde valor o se deprecia a través de los años estableciendo de esta forma su vida útil.

Tabla 43

Inversión

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	% participación
Capital de trabajo	\$ 30.501,24						\$ 30.501,24	83,07%
Activo fijo	\$ 5.806,80						\$ 5.806,80	15,81%
Edificio	\$ 118,80						\$ 118,80	
Vehículo							\$ 0,00	
Maquinaria y equipos	\$ 3.600,00						\$ 3.600,00	
Herramientas	\$ 168,00						\$ 168,00	
Equipos de computación	\$ 700,00						\$ 700,00	
Equipos de oficina							\$ 0,00	
Muebles y enseres	\$ 1.100,00						\$ 1.100,00	
Terreno							\$ 0,00	
Otros activos fijos	\$ 120,00						\$ 120,00	
Activo diferido	\$ 58,80						\$ 58,80	0,16%
Gasto de constitución	\$ 58,80						\$ 58,80	
Otros activos	\$ 352,00						\$ 352,00	0,96%
Marcas y patentes	\$ 352,00						\$ 352,00	
Inversión total	\$ 36.718,84	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 36.718,84	100,00%

Como se logra apreciar en la inversión realizada por la empresa esta incluida desde la implementación de la obra proyectándose así hasta el quinto año, en la cual se divisa que esta no genera valor en los siguientes años, esto se debe a que la inversión que se realizara es de \$ 36,718.84 con un porcentaje de participación para el capital de trabajo de 83,07%, para Activos Fijo con un valor de 15,81%, en Activo Diferido un 0,17% y en Otros Activos con valor de 0,96%, finiquitando el 100% de la inversión en la empresa.

Tabla 44

Inversión (participación)

Descripción	% Participación
Capital de trabajo	83,07%
Activo fijo	15,81%
Activo diferido	0,17%
Otros activos	0,96%
Total	100%

El total de la inversión para la creación del proyecto es de \$ 36,718.84 la cual está formada por el capital de trabajo que representa el 83,07%, la adquisición de activos fijos con el 15,81% y los diferentes gastos de constitución, por marcas y patentes que permitan el correcto funcionamiento de la empresa.

Tabla 45

Capital de trabajo

Descripción	Previsión	Total mes	Total
Materia prima	1	\$ 24.460,48	\$ 24.460,48
Gastos	1	\$ 6.040,76	\$ 6.040,76
Total capital de trabajo	1	\$ 30.501,24	\$ 30.501,24

El capital de trabajo designado para la empresa esta conformado por la materia prima la cual es indispensable para la elaboración y los gastos que generan un total al mes de \$ 6,040.76

Tabla 46

Estructura del Costo Unitario

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo variable total	\$ 293.525,76	\$ 299.220,16	\$ 305.025,03	\$ 310.942,52	\$ 316.974,80
Costo fijo total	\$ 72.489,13	\$ 73.895,42	\$ 75.328,99	\$ 76.790,38	\$ 78.280,11
Costo total	\$ 366.014,89	\$ 373.115,58	\$ 380.354,03	\$ 387.732,89	\$ 395.254,91
Ingreso total	\$ 408.000,00	\$ 420.891,98	\$ 434.191,33	\$ 447.910,91	\$ 462.064,00
% utilidad	11,47%	12,80%	14,15%	15,52%	16,90%

El costo está formado por todos los costos que se establecen en la producción y elaboración del producto hasta conseguir su distribución o comercialización al consumidor final, estos pueden estar conformados por costos variables, fijos y costos totales, donde indican el porcentaje de utilidad que obtendrá cada producto.

Tabla 47

Financiamiento

Descripción	Inversión	Propia	Donación	Préstamo
Capital de trabajo	\$ 30.501,24			\$ 30.501,24
Activo fijo	\$ 5.806,80	\$ 5.000,00	\$ 0,00	\$ 806,80
Edificio	\$ 118,80			\$ 118,80
Vehículo	\$ 0,00			\$ 0,00
Maquinaria y equipos	\$ 3.600,00			\$ 3.600,00
Herramientas	\$ 168,00	\$ 168,00		\$ 0,00
Equipos de computación	\$ 700,00			\$ 700,00
Equipos de oficina	\$ 0,00			\$ 0,00
Muebles y enseres	\$ 1.100,00			\$ 1.100,00
Terreno	\$ 0,00			\$ 0,00
Otros activos fijos	\$ 120,00			\$ 120,00
Activo diferido	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto de constitución	\$ 58,80			\$ 58,80
Otros activos	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 0,00	\$ 0,00

Marcas y patentes	\$ 352,00			\$ 352,00
Financiamiento total	\$ 36.718,84	\$ 5.410,80	\$ 0,00	\$ 31.308,04
% participación	100,00%	14,74%	0,00%	85,26%

De acuerdo con la financiación que se realizará en la empresa esta se dividirá para

diferentes implementos para el cumplimiento del proyecto, asimismo se logra observar

la fuente en la cual procede el financiamiento de cada activo estableciéndolo como lo es:

Fuente Propia, Prestamos y el valor que cubrirá cada uno de ellos.

Tabla 48

Financiamiento (participación)

Financiamiento	
Descripción	% participación
Propia	14,74%
Donación	0,00%
Préstamo	85,26%
Total	100,00%

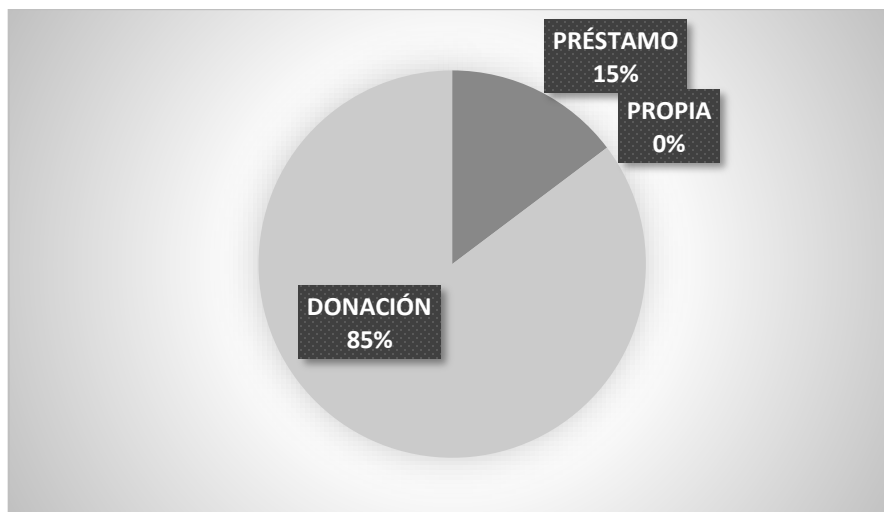


Figura 24 financiamiento del proyecto

Los porcentajes expuesto anteriormente son parte de la financiación del proyecto en la cual se obtiene como propio el 14,74% y el restante del porcentaje, es decir, el 85,26% es adquirido por medio de una línea de crédito por parte de una institución bancaria.

Prestamos del Proyecto (Tabla de Amortización)

Tabla 49
amortización

No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 31.308,04	\$ 366,77	\$ 2.811,91	\$ 2.445,14
2	\$ 28.862,90	\$ 338,13	\$ 2.811,91	\$ 2.473,79
3	\$ 26.389,12	\$ 309,15	\$ 2.811,91	\$ 2.502,77
4	\$ 23.886,35	\$ 279,83	\$ 2.811,91	\$ 2.532,09
5	\$ 21.354,26	\$ 250,16	\$ 2.811,91	\$ 2.561,75
6	\$ 18.792,52	\$ 220,15	\$ 2.811,91	\$ 2.591,76
7	\$ 16.200,76	\$ 189,79	\$ 2.811,91	\$ 2.622,12
8	\$ 13.578,64	\$ 159,07	\$ 2.811,91	\$ 2.652,84
9	\$ 10.925,80	\$ 127,99	\$ 2.811,91	\$ 2.683,92
10	\$ 8.241,88	\$ 96,55	\$ 2.811,91	\$ 2.715,36
11	\$ 5.526,52	\$ 64,74	\$ 2.811,91	\$ 2.747,17
12	\$ 2.779,35	\$ 32,56	\$ 2.811,91	\$ 2.779,35
Total		\$ 2.434,90	\$ 33.742,94	\$ 31.308,04

De acuerdo a lo observado se detalla de manera precisa que el préstamo que se realizará en la entidad bancaria tendrá un plazo de 12 meses, el valor a solicitarse será de

Dep. Ac. Equipos de computación		-\$ 233,33	-\$ 466,67	-\$ 700,00	-\$ 700,00	-\$ 700,00
Equipos de oficina	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Dep. Ac. Equipos de oficina		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Muebles y enseres	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Dep. Ac. Muebles y enseres		-\$ 110,00	-\$ 220,00	-\$ 330,00	-\$ 440,00	-\$ 550,00
Terreno	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Otros activos fijos	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Dep. Ac. Otros activos fijos		-\$ 60,00	-\$ 120,00	-\$ 120,00	-\$ 120,00	-\$ 120,00
Diferido	\$ 58,80	\$ 47,04	\$ 35,28	\$ 23,52	\$ 11,76	\$ 0,00
Gasto de constitución	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 58,80	\$ 58,80
Amort. Ac. Gasto de constitución		-\$ 11,76	-\$ 23,52	-\$ 35,28	-\$ 47,04	-\$ 58,80
Otros activos	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00
Marcas y patentes / software	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00
Pasivo	\$	\$ 5.810,34	\$ 7.044,27	\$ 7.962,40	\$ 8.948,51	\$ 9.943,17
	31.308,04					
Pasivo corrientes		-	-	-	-	-
15% empleados		5.810,34	7.044,27	7.962,40	8.948,51	9.943,17
Impuesto a la renta 25%		-	-	-	-	-
Pasivo no corrientes	\$	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	31.308,04					
Préstamo a largo plazo	\$	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	31.308,04					
Patrimonio	\$ 5.410,80	\$ 38.336,04	\$ 78.253,54	\$	\$	\$
				123.373,81	174.082,02	230.426,63
Capital social	\$ 5.410,80	\$ 5.410,80	\$ 5.410,80	\$ 5.410,80	\$ 5.410,80	\$ 5.410,80
Utilidad retenida			\$ 32.925,24	\$ 72.842,74	\$	\$
					117.963,01	168.671,22
Utilidad del ejercicio		\$ 32.925,24	\$ 39.917,50	\$ 45.120,27	\$ 50.708,21	\$ 56.344,62
Pasivo y patrimonio	\$	\$ 44.146,37	\$ 85.297,80	\$	\$	\$
	36.718,84			131.336,21	183.030,52	240.369,80

Mediante la tabla expuesta del estado de situación financiera se logra determinar que a inicios del emprendimiento se obtuvo una actividad en activos de \$36.718,84 y en pasivos de \$31.308,04 lo que se establece con un total de patrimonio de \$ 5.410,80, como se ha mencionado anteriormente la empresa es nueva en el mercado por lo que no cuenta con una utilidad retenida. Por otra parte, en el primer año se logra obtener un total en activos de \$ 61.058,64 dando como resultado en la utilidad del ejercicio un total de \$ 32.925,24. En el año dos se observa un crecimiento en el activo esto se debe a que

el préstamo ha sido pagado en su totalidad generando ingresos mayores en la empresa con un total de \$ 101.646,71 generando en la utilidad de ejercicio un monto de \$ 39.917,50 y en utilidad retenida un valor de \$ 32.925,24. Para el siguiente año los activos alcanza un valor superior al año anterior de \$ 146.988,12 en cuanto a la utilidad del ejercicio se obtiene \$ 45.120,27 y en la utilidad retenida un valor de \$ 72.842,74. En el cuarto año de proyección el activo consigue un valor de \$ 197.965,85 estableciendo una utilidad del ejercicio de \$ 50.708,21, finalmente en el quinto año de proyección los activos generan \$ 254.451,31 generando una utilidad del ejercicio de \$ 56.344,62.

Tabla 52

Estado de resultados proyectado

Descripción	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Ingresos operativos	\$ 408.000,00	\$ 420.891,98	\$ 434.191,33	\$ 447.910,91	\$ 462.064,00
Ventas	\$ 408.000,00	\$ 420.891,98	\$ 434.191,33	\$ 447.910,91	\$ 462.064,00
Gastos operativos	\$ 366.829,53	\$ 373.930,22	\$ 381.108,66	\$ 388.254,19	\$ 395.776,21
Costo variable total	\$ 293.525,76	\$ 299.220,16	\$ 305.025,03	\$ 310.942,52	\$ 316.974,80
Gasto sueldos y salarios	\$ 67.977,80	\$ 69.296,57	\$ 70.640,92	\$ 72.011,36	\$ 73.408,38
Gasto servicios básicos	\$ 1.080,00	\$ 1.100,95	\$ 1.122,31	\$ 1.144,08	\$ 1.166,28
Gasto combustible	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto transporte	\$ 600,00	\$ 611,64	\$ 623,51	\$ 635,60	\$ 647,93
Gasto arriendo	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto publicidad	\$ 720,00	\$ 733,97	\$ 748,21	\$ 762,72	\$ 777,52
Otros gastos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos imprevistos	\$ 2.111,33	\$ 2.152,29	\$ 2.194,05	\$ 2.236,61	\$ 2.280,00
Gasto depreciación	\$ 802,87	\$ 802,87	\$ 742,87	\$ 509,54	\$ 509,54
Gasto amortización	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76	\$ 11,76
Utilidad/pérdida operativa	\$ 41.170,47	\$ 46.961,77	\$ 53.082,67	\$ 59.656,71	\$ 66.287,78
Gasto financiero	\$ 2.434,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad/perdida bruta	\$ 38.735,57	\$ 46.961,77	\$ 53.082,67	\$ 59.656,71	\$ 66.287,78
15% empleados	\$ 5.810,34	\$ 7.044,27	\$ 7.962,40	\$ 8.948,51	\$ 9.943,17
Impuesto a la renta 25%	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

Utilidad/perdida del ejercicio	\$ 32.925,24	\$ 39.917,50	\$ 45.120,27	\$ 50.708,21	\$ 56.344,62
--------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

De acuerdo a lo expuesto por medio de la tabla se indica que las ventas de la empresa desde el primer año de lanzamiento tienen un ingreso de \$ 408.000,00 y para el quinto año de proyección consigue un valor de \$ 462.064,00 generando un promedio de crecimiento de 4% por año. Los gastos operativos generaron un aumento desde el primer año en proyección con un valor de \$ 366.829,53 y para el quinto año se establece un total de \$ 395.776,21. La utilidad/ pérdida operativa y la utilidad/ perdida bruta, tiene un incremento promedio de 15% y 14% en el transcurso de los años. En cuanto al gastos financieros se da a partir del primer año refleja un valor, el cual es identificado como el préstamo para el proyecto, generando en los demás años de proyección en cero.

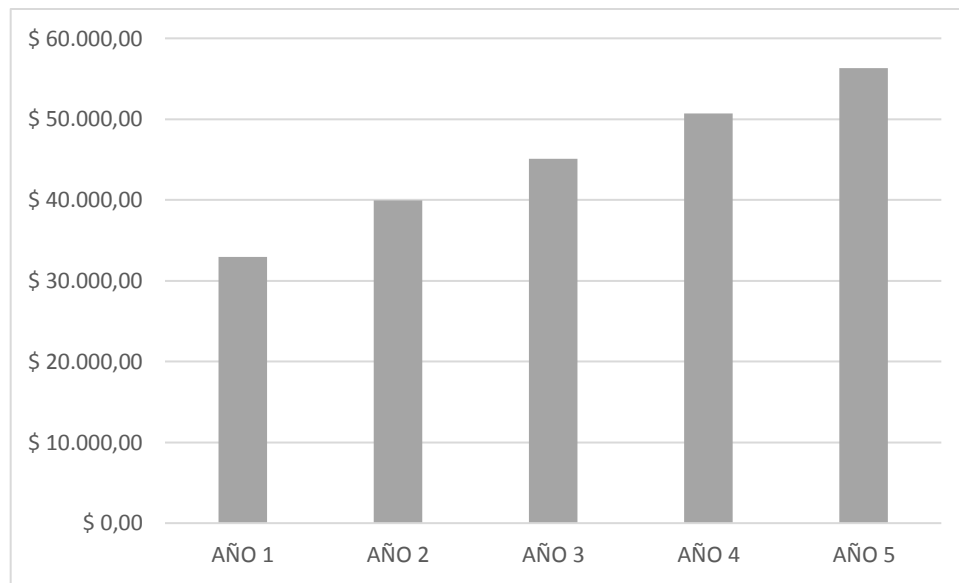


Figura 25 Utilidad/Pérdida del Ejercicio

La utilidad/ perdida del ejercicio es la resta de la utilidad/ perdida bruta, el 15% empleados y el impuesto a la renta del 25%, este valor como se puede observar a través del grafico genera un aumento constante en cada año proyectado.

Tabla 53

Flujo de caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fuentes	\$ 36.718,84	\$ 408.000,00	\$ 420.891,98	\$ 434.191,33	\$ 447.910,91	\$ 462.064,00
Ventas		\$ 408.000,00	\$ 420.891,98	\$ 434.191,33	\$ 447.910,91	\$ 462.064,00
Aporte de capital	\$ 5.410,80					
Préstamo	\$ 31.308,04					
Usos	\$ 36.718,84	\$ 405.568,17	\$ 380.159,85	\$ 388.316,43	\$ 396.681,40	\$ 405.198,08
Para inversión	\$ 36.718,84	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Capital de trabajo	\$ 30.501,24	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Activo fijo	\$ 5.806,80	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Activo diferido	\$ 58,80	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Otros activos	\$ 352,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Para costos y gastos		\$ 405.568,17	\$ 380.159,85	\$ 388.316,43	\$ 396.681,40	\$ 405.198,08
Costo variable total		\$ 293.525,76	\$ 299.220,16	\$ 305.025,03	\$ 310.942,52	\$ 316.974,80
Gasto sueldos y salarios		\$ 67.977,80	\$ 69.296,57	\$ 70.640,92	\$ 72.011,36	\$ 73.408,38
Gasto servicios básicos		\$ 1.080,00	\$ 1.100,95	\$ 1.122,31	\$ 1.144,08	\$ 1.166,28
Gasto combustible		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto transporte		\$ 600,00	\$ 611,64	\$ 623,51	\$ 635,60	\$ 647,93
Gasto arriendo		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto publicidad		\$ 720,00	\$ 733,97	\$ 748,21	\$ 762,72	\$ 777,52
Otros gastos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos imprevistos		\$ 2.111,33	\$ 2.152,29	\$ 2.194,05	\$ 2.236,61	\$ 2.280,00

Gasto financiero		\$ 2.434,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
15% empleados		\$ 5.810,34	\$ 7.044,27	\$ 7.962,40	\$ 8.948,51	\$ 9.943,17
Impuesto a la renta 25%		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Pago de capital préstamo		\$ 31.308,04	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Flujo de efectivo	\$ 0,00	\$ 2.431,83	\$ 40.732,14	\$ 45.874,90	\$ 51.229,51	\$ 56.865,92
Efectivo inicial	\$ 30.501,24	\$ 30.501,24	\$ 32.933,07	\$ 73.665,21	\$ 119.540,11	\$ 170.769,62
Efectivo final	\$ 30.501,24	\$ 32.933,07	\$ 73.665,21	\$ 119.540,11	\$ 170.769,62	\$ 227.635,53

Se logra observar que en el año cero se crea un préstamo a una entidad financiera con un valor de \$ 31.308,04 para la inversión de la empresa, el cual se consiguió un efectivo inicial y final de \$ 30.501,24. En el primer año de la empresa los costos y gastos son altos al igual que las ventas del producto se elevan generando un flujo de efectivo de \$ 2.431,83, lo que finalmente establece un efectivo final de \$ 32.933,07. En el año dos el flujo de efectivo en diferencia con los otros valores genera un monto de \$ 40.732,14 determinado un total en el efectivo final de \$ 73.665,21, para el año tres los costos y gastos tiene un aumento en relación al año anterior, estableciendo al flujo de efectivo en \$ 45.874,90. En el año cuatro los gastos aumentaron al igual que el quinto año, generando un flujo total en el año cuatro de \$ 51.229,51 y en el último año proyectado de \$ 56.865,92.

Evaluación económica

Tabla 54

Punto de Nivelación sombrero fino

Punto de nivelación anual	Sombrero fino
Volumen	5031
Ingreso	\$ 251.558,63
Precio	\$ 57,17
capacidad utilizada	149,74%

Tabla 55

Punto de Nivelación de sombrero extra fino

Punto de nivelación anual	Sombrero extra fino
Volumen	2970
Ingreso	\$ 141.624,60
Precio	\$ 125,93
Capacidad utilizada	206,24%

Tabla 56

Punto de Nivelación del sombrero ultra fino

Punto de nivelación anual	Sombrero ultra fino
Volumen	1125
Ingreso	\$ 225.093,57
Precio	\$ 286,61
Capacidad utilizada	234,47%

En las tablas expuestas con anterioridad se muestra el Punto de nivelación anual de cada producto o clase de sombrero de la empresa, conjunto ha el Volumen de ventas de cada producto, los ingresos obtenidos, el precio y la capacidad utilizada.

Tabla 57

Punto de Equilibrio Total

Punto de equilibrio total	
Ingreso anual	\$ 86.177,00
Ingreso mensual	\$ 7.181,42
Ingreso diario	\$ 239,38

El punto de equilibrio consta de una reseña a los epígrafes donde los ingresos se igualan con los gastos fijos y variables de la empresa, debido que en esta no existe utilidad o perdida para un emprendimiento, es decir, la empresa logra vender la misma cantidad que está en la producción y comercialización, creando un equilibrio donde no gana ni pierde. Para la compañía los ingresos logrados de forma anual son de \$ 86.177,00; el ingreso mensual es de \$ 7.181,42 y el ingreso diario de la empresa se estima que es de \$ 239,38 según lo mencionado en el punto de equilibrio total.

Tabla 58

Evaluación financiera

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Desventaja	-\$ 36.718,84						
Ventaja	\$ 0,00	\$ 2.431,83	40.732,14	45.874,90	51.229,51	\$ 56.865,92	
Valor residual						\$ 3.891,10	
Flujo neto	-\$ 36.718,84	\$ 2.431,83	40.732,14	45.874,90	51.229,51	\$ 60.757,02	
Flujo actualizado	-\$ 36.718,84	\$ 2.312,94	36.846,92	39.470,37	41.922,61	\$ 47.288,61	
							\$
		Van					131.122,62
		B/c					4,57099015
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Desventaja	-\$ 36.718,84						
Ventaja	\$ 0,00	\$ 4.866,73	40.732,14	45.874,90	51.229,51	\$ 56.865,92	
Valor residual						\$ 3.891,10	
Flujo neto	-\$ 36.718,84	\$ 4.866,73	40.732,14	45.874,90	51.229,51	\$ 60.757,02	
Flujo actualizado	-\$ 36.718,84	\$ 2.863,10	14.097,28	\$ 9.340,55	\$ 6.136,44	\$ 4.281,46	\$ 0,00 Van
		Tir					69,98%

Periodo de recuperación de la inversión (años)

1 Años

10 Meses

Análisis de sensibilidad

para calcular la rentabilidad del proyecto no son exactos ya que solamente están indicando uno de los posibles escenarios del proyecto. Hay que tener en cuenta que los cambios del entorno y de las variables estimadas son imposibles de predecir con exactitud. Por ejemplo, puede ocurrir que los precios a cobrar una vez que se inaugure el instituto sean menores que los estimados, o que la demanda sea mayor, o que los salarios a pagar sean mayores, etc.

Grado de Apalancamiento Operativo (GAO)

$$\text{GAO} = \frac{\text{Ventas-Costos variable}}{\text{Ventas-costo variable- costos fijos}}$$

$$\text{GAO} = \frac{\$114,474,24}{\$ 408,000.00 - \$293,525.76 - \$72,489.13}$$

$$\text{GAO} = 2.72$$

El grado de apalancamiento operativo crea que por cada unidad que se desarrolle en las ventas, la utilidad de la empresa crecerá en un 2.72%.

Grado de apalancamiento financiero (GAF)

$$\text{GAF} = \frac{\text{Utilidad antes del impuesto e intereses}}{\text{Utilidad antes del impuesto e interés-intereses}}$$

$$\text{GAF} = \frac{\$ 41,170.47}{\$ 41,170.47 - \$ 2,434,90}$$

$$\text{GAF} = 1.06$$

Se logra observar que el valor de apalancamiento financiero es el resultado es que por cada 1% que suben las utilidades antes del impuesto e intereses, la utilidad por acción incrementa en el 1.06%.

Grado de apalancamiento total (GAT)

$$\text{GAT} = \frac{\text{Ventas-costo variable}}{\text{Ventas-costo variable-costos fijos-intereses}}$$

$$\text{GAT} = \frac{\$114,474.24}{\$408,000.00 - \$293,525.76 - \$72,489.13 - \$2,434,90}$$

$$\text{GAT} = \frac{\$114,474.24}{\$ 39,550.21}$$

$$\text{GAT} = 2.89$$

El Grado de Apalancamiento total enuncia que por cada 1% que suben las ventas sube la utilidad por acción un 2.89% lo que transforma un proyecto rentable.

Rotación de Activos Totales

$$\begin{aligned} \text{Rotación de activos totales} &= \frac{\text{Venta}}{\text{Activos totales}} \\ \text{Rotación de activos totales} &= \frac{\$ 408,000.00}{\$ 36,718.84} \\ \text{Rotación de activos totales} &= 11.11 \end{aligned}$$

La rotación de activos calcula la eficacia que la empresa, para generar ingresos mediante sus activos, donde se logra observar que la empresa rotó sus activos 11.11 veces durante el primer año.

Índice de Endeudamiento

$$\begin{aligned} \text{Índice de Endeudamiento} &= \frac{\text{Nivel del Pasivo}}{\text{Total de Activos}} \\ \text{Índice de Endeudamiento} &= \frac{\$ 31,308.04}{\$ 36,718.84} \\ \text{Índice de Endeudamiento} &= 0.85 \end{aligned}$$

El índice de endeudamiento determinado es de 85% con el cual logra responder la empresa ante sus pasivos.

Margen De Utilidad Bruta

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\$ 38.735,57}{\$ 408,000.00}$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = 0.09494$$

El margen de utilidad bruta representa que por cada \$1.00 de ventas se obtiene 9.49% de rentabilidad y se establece que la empresa va a poseer el capital preciso para enfrentar los gastos, inversión y ahorro actual o futuro.

Margen De Utilidad Operativa

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\$41,170,47}{\$ 408,000.00}$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = 0.1009$$

El margen de utilidad operativa ostenta que por cada \$1.00 de ventas se obtiene el 10.09% de ingresos en ventas.

Margen De Utilidad Neta

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\$ 32.925,24}{\$ 408,000.00}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = 0.0806$$

La empresa tiene un Margen de Utilidad Neta de 8.06% lo que se interpreta que por cada \$1,00 en ventas la empresa tiene una utilidad final de \$8.06.

Rentabilidad Económica (ROA)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{\$ 32.925,24}{\$ 36.718,84}$$

$$\text{ROA} = 0.8885$$

La rentabilidad económica de la empresa se estima de forma efectiva en cuanto a su rentabilidad con un beneficio alcanzando un 88.85% en su periodo.

Rentabilidad Financiera (ROE).

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio de los Accionistas}}$$

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\$ 32.925,24}{\$ 5.410,80}$$

$$\text{Rentabilidad Financiera} = 6.085$$

Al ser una empresa nueva en el mercado se observa que en el primer año logra obtener 6.08% de Rentabilidad Financiera para quienes la conforman.

5.15 Importancia

El proyecto expuesto presenta su importancia en la información analizada para conocer la inversión requerida para que la empresa “ANMEL” pueda cubrir las necesidades que se evidencian en la demanda insatisfecha existente en el mercado de la ciudad de Manta, estableciendo una empresa que a través de la comercialización de sombreros de paja toquilla elaborados por los artesanos Montecristenses, despunte su rentabilidad a un mercado en crecimiento

1.1 5.16 Metas Del Proyecto

- Obtener el financiamiento del proyecto por medio de líneas de crédito en el sistema bancario.
- Cubrir la demanda insatisfecha del mercado
- Alcanzar el reconocimiento como una empresa pionera en la comercialización de los sombreros de paja Toquilla.

1.2 5.17 Finalidad de la propuesta

La propuesta que se ha expuesto tiene la finalidad de generar un crecimiento en la ventas de los sombreros de paja toquilla Montecristenses, mejorar sus ingresos a través de la productividad , la presentación de nuevas líneas de comercialización a través de sus productos y servicios, contribuir al desarrollo de la localidad al favorecer la elevación y calidad de vida, a

través de una organización participativa de los productos y el hombre a través de un conjunto de herramientas imprescindibles para lograr la rentabilidad buscada.

2. Bibliografía

- Aguilar, M. (2021). *LOS SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA*. Obtenido de <https://universidadverdad.uazuay.edu.ec/index.php/udaver/article/view/259/367>
- Aguilera, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofín Habana*.
- Alcaldía de Manta. (2020). Obtenido de <https://manta.gob.ec/requisitos/>
- Alcaldía de Manta. (2022). Obtenido de Requisitos para tramites con la municipalidad: <https://manta.gob.ec/requisitos/>
- Angulo, S. (08 de Agosto de 2020). Más de 1 millón de ecuatorianos están desempleados, según el INEC. *Expreso*, págs. Rescatado de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/desempleo-ecuador-llega-cifra-alta-ultimos-13-anos-87582.html#:~:text=De%20acuerdo%20a%20los%20n%C3%BAmeros,de%209%2C5%20puntos%20porcentuales>.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- ASELEC. (16 de marzo de 2017). Obtenido de <https://www.aselecconsultores.com/obligaciones-registrales-sociedades-mercantiles/#:~:text=El%20Registro%20Mercantil%20es%20una>
- Astudillo, G. (2015). La exportación de sombreros de toquilla sube. *revista lideres*.
- Bóveda, J., Oviedo, A., & Yakusik, A. (2015). *Guía práctica para la elaboración de un plan de negocios*. Obtenido de Universidad Nacional de Asunción: <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/71685>
- Casanueva, J. G. (2012). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/21308/Capitulo3.pdf>
- Chain, N. S. (2014). *Sapag-proyectos 6ta edición.pdf - Bibliotecas UASB*.
- CODIGO DEL TRABAJO. (26 de Septiembre de 2012). Obtenido de CODIGO DEL TRABAJO: <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Cruz, M. L. (abril de 2008). *La artesanía como producción cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352008000100010
- Cuempo de Bombero Manta. (2022). <https://bomberosmanta.gob.ec/comunicacion/requisitos-para-tramites-y-servicios/>.

- Cuerpo de Bomberos Manta*. (2021). Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1rKiP0G16IAVDOoMIqSEmkaFXGfY9TeYY/view>
- Derecho Ecuador. (18 de mayo de 2021). *Ley de Defensa del Artesano*. Obtenido de <https://derechoecuador.com/ley-de-defensa-del-artesano/>
- Etsy. (14 de febrero de 2022). Obtenido de https://www.etsy.com/es/listing/276345350/sombrero-de-paja-de-encaje-tejido-a-mano?click_key=23963500eca2b39275f26da933d1ea49c407697a%3A276345350&click_sum=6175ddf3&ref=related-2
- GAD. (2020). *Plan de desarrollo y ordamaniento territorial canton Manta 2020-2035*. Obtenido de https://manta.gob.ec/db/PDOT/pdot-2021/FASE_3_MODELO_DE_GESTION/MODELO_GESTION/GUIA_EJECUTIVA_PDOTMA_NTA2035.pdf
- GAD de Manta. (2022). Obtenido de <https://manta.gob.ec/requisitos-tramites/>
- GAD MANTA. (2019). *plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2014- 2019*. Obtenido de GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO: <https://manta.gob.ec/db/municipio/Planes-programas-proyectos/2020/PDOT-DOCUMENTO-FINAL-BAJAS-2014-2019.pdf>
- GADdeManta. (2019). Obtenido de plan de desarrollo y ordenamiento territorial: <https://manta.gob.ec/db/municipio/Planes-programas-proyectos/2020/PDOT-DOCUMENTO-FINAL-BAJAS-2014-2019.pdf>
- Harrinson, J. S. (2009). *Fundamentos de la direccion estrategica*.
- Henríquez-Díaz, N. (marzo de 2019). *Analisis del mercado de sombreros de paja toquilla en la ciudad de guayaquil*. Obtenido de <file:///C:/Users/LENOVO/OneDrive/Desktop/ANALISIS%20DEL%20MERCADO%20DE%20SOMBRES%20DE%20PAJA%20TOQUILLA.pdf>
- IESS. (2022). Obtenido de <https://www.iesgob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
- INEC, I. N. (28 de Noviembre de 2010). *Ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de Ecuadorencifras.gob.ec: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Ley de Compañías. (23 de octubre de 2018). Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley_Compa%C3%B1as.pdf
- Loor, F. D. (2022). *CREAR UNA EMPRESA EN ECUADOR* . Obtenido de <https://smsecuador.ec/crear-una-empresa-en-ecuador/>
- Lopez, C. (s.f.). Obtenido de <https://www.pinterest.com/pin/330592428867521267/>
- Merino, J. P. (2013). Obtenido de <https://definicion.de/prefactibilidad/>

- Mete, M. (2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. *FIDES ET RATIO*.
- Orjuela Córdova, S., & Sandoval Medina, P. (2002). *Guía del Estudio de Mercado para la evaluación de proyectos*. Santiago: Universidad de Chile.
- Paludan. (1987).
- Peiró, R. (2020). <https://economipedia.com/definiciones/calidad-2.html>.
- Peña, I. (2017). LA IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA UN PROYECTO DE INVERSIÓN CASO: UNA MICROEMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS PARA EVENTOS. *Universidad Autónoma de Puebla*.
- ProEcuador. (2014). Obtenido de Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_ARTESANIAS.pdf
- Ramirez, V. &. (2009). *"Etapas Del Análisis De Factibilidad"*.
- Ramirez, V. &. (2009). *"Etapas Del Análisis De Factibilidad. Compendio Bibliográfico"*.
- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica*. Obtenido de Instituto Mexicano de Contadores Públicos: <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/116949>
- Romero, B. C. (2011). *Universidad Libertador Pedagógica Experimental*.
- Rosales. (2005).
- Sagap, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: Graw Hill.
- Samperi, H. (2014). Metodología de la investigación. *Mc Graw Hill education*, 7. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- SRI. (11 de 12 de 2020). Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>
- Suárez, X., Gavilema, A., Ortiz, C., & Vinueza, A. (2021). *Trabajo de muestreo asistido por computado*. Obtenido de <https://rpubs.com/unxor931720/grupo3Manabi>
- Superintendencia de Compañías. (2021). Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS). (2022). Obtenido de <https://www.gob.ec/scvs/tramites/reserva-denominaciones-constitucion-companias-fusion-escision-cambio-denominacion-trasformacion-cambio-domicilio-territorio-ecuatoriano>
- Tamariz, M. L. (30 de mayo de 2009). Obtenido de <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/TEJIENDO%20LA%20VIDA.pdf>

- Tamariz, M. I. (30 de mayo de 2009). *Tejiendo la vida*. Obtenido de file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/TEJIENDO%20LA%20VIDA.pdf
- Tamariz, M. L. (30 de mayo de 2009). *Tejiendo la vida*. Obtenido de sombreros de paja toquilla del Ecuador : file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/TEJIENDO%20LA%20VIDA.pdf
- Tamariz, M. L. (30 de mayo de 2009). *Tejiendo la vida*. Obtenido de los sombreros de paja toquilla en el Ecuador : file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/TEJIENDO%20LA%20VIDA.pdf
- Tamariz, M. L. (30 de mayo de 2009). *Tejiendo la vida*. Obtenido de file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/TEJIENDO%20LA%20VIDA.pdf
- Tamayo, & Tamayo. (2003). *El Proceso de la Investigación Científica* . México: Limusa Noriega Editores.
- Universidad del Azuay. (2021). *EL PATRIMONIO ARTESANAL: LOS SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA*. Obtenido de <https://universidadverdad.uazuay.edu.ec/index.php/udaver/article/view/259>
- Universidad Internacional de Valencia. (21 de marzo de 2018). Obtenido de que es la ingeniería de procesos: <https://www.universidadviu.com/int/actualidad/nuestros-expertos/que-es-la-ingenieria-de-procesos>



Apéndice A: Encuesta

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Encuesta dirigida a personas del sector urbano de Manta

Objetivo General: Recolectar información necesaria para determinar la prefactibilidad para la comercialización de sombreros de paja toquilla en la ciudad de Manta.

Pregunta 1: ¿Compra usted sombreros habitualmente?

- a) Si
- b) No

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia adquiere sombreros

- a) 1 cada mes
- b) 1 cada bimestre
- c) 1 cada trimestre
- d) 1 cada semestre

Pregunta 3: De los siguientes ítems, ¿Qué es lo que más considera para comprar un sombrero?

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Marca

d) Material

Pregunta 4: ¿Qué material de los que se presentan a continuación, es de su preferencia para adquirir un sombrero?

- a) Paja toquilla
- b) Cuero
- c) Paño
- d) Material reciclado

Pregunta 5: ¿Tiene algún lugar de preferencia para adquirir sus sombreros?

- a) Si
- b) No

Pregunta 6: ¿De qué forma prefiere comprar un sombrero?

- a) Compra en local presencial
- b) Compra por catálogo
- c) Compra por redes sociales

Pregunta 7: ¿De qué manera prefiere realizar la compra de un sombrero?

- a) Tarjeta de crédito/ debito
- b) Efectivo
- c) Transferencias

Pregunta 8: ¿Cuál es el presupuesto que está dispuesto a invertir por un sombrero, de acuerdo al rango?

- a) \$40 a \$60
- b) \$60 a \$100
- c) \$100 en adelante

Pregunta 9: ¿Usa sombreros elaborados a base de fibra vegetal como paja toquilla?

- a) Si

b) No

Pregunta 10: ¿Cómo estima la oferta de mercado de sombreros tejidos?

- a) Se ven muchas opciones de sombreros tejidos con paja toquilla
- b) Existen algunas opciones de sombreros de paja toquilla en el mercado.
- c) Existen pocas opciones en el mercado local