



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA C.P.A.**

**TEMA: SOSTENIBILIDAD DEL CENTRO DE ARTESANOS HUAMBALO
Y LA CONTRIBUCIÓN ECONOMICO-SOCIAL EN SU PARROQUIA.**

AUTOR: FREIRE VÁSQUEZ, CRISTIAN JOSÉ

DIRECTOR: ECO. GUERRÓN TORRES, MARÍA ISABEL

SANGOLQUÍ

2018



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERIA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**SOSTENIBILIDAD DEL CENTRO DE ARTESANOS HUAMBALÓ y LA CONTRIBUCIÓN ECONOMICO-SOCIAL EN SU PARROQUIA**” fue realizado por el señor **FREIRE VÁSQUEZ CRISTIAN JOSÉ**, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 06 de Agosto 2018

Atentamente:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Eco. María Isabel Guerrón', is written over a circular stamp or seal.

Eco. María Isabel Guerrón

C. C 171463977-8



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERIA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **FREIRE VÁSQUEZ CRISTIAN JOSÉ**, con cédula de identidad Nro. 1722596861 declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación “**SOSTENIBILIDAD DEL CENTRO DE ARTESANOS HUAMBALÓ y LA CONTRIBUCIÓN ECONOMICO-SOCIAL EN SU PARROQUIA**” es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz

Sangolquí, 06 de Agosto 2018

Cristian Freire

C.C: 1722596861

Autorización



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERIA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN

Yo, **FREIRE VÁSQUEZ CRISTIAN JOSÉ**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: “**SOSTENIBILIDAD DEL CENTRO DE ARTESANOS HUAMBALÓ y LA CONTRIBUCIÓN ECONOMICO-SOCIAL EN SU PARROQUIA**” en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 06 de Agosto 2018

Cristian Freire

C.C: 1722596861

Dedicatoria

Agradezco a Dios por su fortaleza, a mi familia, especialmente a mi padre por su esfuerzo y perseverancia y mi hermana por el apoyo y cariño que me han brindado en este tiempo y a mi primo por su valioso consejo, a mis amigos desde la infancia Jhonatan y Rubén que han recorrido el camino conmigo hasta este punto, al igual que a mis grandes amigos de la Universidad: César por su inigualable apoyo a Johanna, Jonathan y Wilson por todas las experiencias compartidas y a la Eco. María Isabel Guerrón quién ha sido una guía fundamental en este importante avance en mi vida profesional.

Cristian Freire

Agradecimientos

Agradezco a mi familia por ser el pilar fundamental de mi vida, a la Eco. María Isabel Guerrón por su compromiso y apoyo incondicional en todo momento y a mis amigos quienes siempre me demostraron su apoyo, con sus acciones y palabras de aliento y a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE por todo lo que me ha brindado durante este tiempo.

Cristian Freire

Índice de contenidos

Certificación.....	i
Autoría de responsabilidad.....	ii
Autorización.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras.....	ix
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción.....	xiii
1. Capítulo I: Descripción del problema.....	1
1.1 Planteamiento del problema de investigación.....	1
1.2 Justificación.....	3
1.3 Objetivo general.....	5
1.4 Objetivos específicos.....	5
1.6 Enfoque de investigación: Mixto.....	5
1.7 Tipología de investigación.....	6
1.7.1 Por su finalidad Aplicada.....	6
1.7.2 Por las fuentes de información Mixto.....	6
1.8 Cálculo de la muestra.....	6
2. Capítulo II.....	8
2.1 Marco Teórico.....	8
2.1.1 Teoría Clásica.....	8
2.1.2 Teoría Keinesiana.....	10
2.1.3 Teoría del desarrollo.....	12
2.1.4 Teoría Economía social y solidaria.....	13
2.1.5 Teoría de Micro finanzas “La empresa social”.....	15
2.2 Estado del Arte.....	17
2.2.1 En España: Caso Asociación Insular de Desarrollo Rural de Gran Canaria.....	17
2.2.2 En Argentina: Caso Arroceros Villa Elisa.....	21
2.2.3 En Ecuador: Caso Cámara Artesanal de Pichincha.....	22

2.2.4 En Ecuador: Caso El Salinerito.....	24
2.2.5 En Ecuador: Los arroceros de Los Ríos.....	26
2.2.6 En Ecuador: Zona 7 (El Oro, Loja y Zamora Chinchipe).....	27
2.3 Marco conceptual.....	28
2.3.1 Economía de solidaridad.....	28
2.3.2 Artesano.	29
2.3.3 Ingresos.	29
2.3.4 Gastos.	29
2.3.5 Producto.	30
2.3.6 Activo.....	30
2.3.7 Pasivo.....	30
2.3.8 Patrimonio.....	30
2.3.9 Desarrollo.....	30
3. Capítulo III: Análisis socio –económico.....	34
<u> </u> Contribución del CENARHU considerando el objetivo 4 del Plan Toda Una Vida.....	62
4. Capítulo IV: Modelo de simulación.....	70
<u> </u> Indicadores de liquidez.....	72
<u> </u> Indicadores de solvencia.....	76
<u> </u> Indicadores de Gestión.....	78
<u> </u> Indicadores de rentabilidad.....	80
5. Capítulo V: Discusión.....	95
<u> </u> Conclusiones.....	95
<u> </u> Recomendaciones.....	97
<u> </u> Bibliografía.....	99

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Pobladores que se movilizaron y mantuvieron en la parroquia Huambaló</i>	35
Tabla 2 <i>Análisis de Cronbach sobre preguntas de apreciación CENARHU</i>	59
Tabla 3 <i>Datos estadísticos de preguntas de apreciación CENARHU</i>	60
Tabla 4 <i>Composición de las ventas del CENARHU</i>	84
Tabla 5 <i>Unidades Vendidas por el CENARHU</i>	85
Tabla 6 <i>Resultados proyección de ventas de salas CENARHU</i>	89
Tabla 7 <i>Resultados proyección de ventas Comedores CENARHU</i>	90
Tabla 8 <i>Resultados proyección de ventas Dormitorios CENARHU</i>	91
Tabla 9 <i>Flujo Proyectado del CENARHU</i>	92

Índice de figuras

Figura 1 Comparación de población económicamente activa.....	36
Figura 2 Tiempo de actividad de los negocios en la parroquia Huambaló.....	37
Figura 3 Clasificación de los talleres según su propiedad.....	38
Figura 4 Tiempo de actividad de los talleres según su propiedad.....	39
Figura 5 Número de talleres con servicios básicos y protección.....	40
Figura 6 Financiamiento de los talleres.....	41
Figura 7 Propietarios con uno o más métodos de financiamiento.....	42
Figura 8 Nivel de instrucción de los propietarios de los talleres.....	43
Figura 9 Financiamiento de los talleres según la instrucción de los propietarios.....	44
Figura 10 Composición de los talleres según en el SRI.....	45
Figura 11 Financiamiento de los talleres de acuerdo al registro en el SRI.....	46
Figura 12 Porcentaje de talleres según su lugar de comercialización.....	47
Figura 13 Número de trabajadores de acuerdo al registro del SRI.....	48
Figura 14 Trabajadores de la tercera edad según su género.....	49
Figura 15 Trabajadores afiliados al IESS.....	49
Figura 16 Procedencia de los empleados de los talleres.....	50
Figura 17 Número de familiares que trabajan en el negocio según su parentesco.....	51
Figura 18 Número de trabajadores independientes frente a familiares.....	51
Figura 19 Número de familiares que perciben un sueldo fijo y parcial.....	52
Figura 20 Familiares según su parentesco que perciben un sueldo ocasional.....	53
Figura 21 Número de familiares afiliados al IESS de acuerdo a su parentesco.....	54
Figura 22 Familiares que se encuentran afiliados al IESS sin trabajar.....	54
Figura 23 Número de familiares de acuerdo al área del negocio en la que trabajan.....	55
Figura 24 Ingresos mensuales que perciben los artesanos.....	56
Figura 25 Ingresos percibidos por los artesanos de acuerdo a su nivel de instrucción.....	57
Figura 26 Beneficios que les gustaría recibir a los artesanos.....	58
Figura 27 Preguntas que cumplen política 4.2 del Plan Toda una Vida.....	64
Figura 28 Preguntas que cumplen política 4.3 del Plan Toda una Vida.....	66
Figura 29 Preguntas que cumplen política 4.4 del Plan Toda una Vida.....	67
Figura 30 Preguntas que cumplen política 4.7 del Plan Toda una Vida.....	68
Figura 31 Preguntas que cumplen política 4.10 del Plan Toda una Vida.....	69
Figura 32 Distribución del Estado de Situación.....	71

Figura 33 Distribución del Activo.....	71
Figura 34 Distribución de Caja y Bancos.....	72
Figura 35 Tendencia de Inventarios.....	74
Figura 36 Tendencia de Ingresos.....	75
Figura 37 Tendencia de Gastos Administrativos.....	75
Figura 38 Proyección de la cantidad de ventas salas, método promedio móvil.....	87
Figura 39 Proyección de la cantidad de ventas comedores, método promedio móvil.....	88
Figura 40 Proyección de la cantidad de ventas dormitorios, método promedio móvil.....	88
Figura 41 Punto de Equilibrio de acuerdo al flujo proyectado.....	94

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad diagnosticar la situación socio-económica de la parroquia Huambaló, con la participación del Centro de Artesanos Huambaló (CENARHU) dentro del cual sus miembros se dedican a la elaboración de muebles y su comercialización; actualmente existen 232 talleres y locales comerciales, de los cuales 40 se encuentran afiliados directamente al Centro; se realizó una encuesta a 145 de los artesanos de la parroquia y según la apreciación de los mismos, la gestión del CENARHU ha beneficiado directa e indirectamente a sus pobladores y ha contribuido en el crecimiento socio-económico de la parroquia, adicionalmente se evaluó como este ha contribuido a alcanzar las políticas y metas referentes a la Economía Popular y Solidaria que se encuentran en el objetivo 4 del Plan Toda una Vida, demostrando que el centro contribuye en su consecución y se determinó el impacto económico del CENARHU en la parroquia realizando un análisis financiero que mostró que la disminución de las cuentas por cobrar y pagar, al mismo tiempo que los inventarios, sumado el descenso de las ventas y el aumento de los gastos, son datos que influyen directamente a la sostenibilidad del centro por lo cual se realizó un modelo de simulación y muestra que para el 2022 su flujo de caja tiende a ser negativo lo que puede ser perjudicial para el mercado y su parroquia; adicional, el punto de equilibrio calculado para cada uno de los productos presenta una tendencia creciente, lo cual implica que el CENARHU debe fortalecer su gestión administrativa, financiera y su vinculación con la comunidad.

PALABRAS CLAVE:

- **CRECIMIENTO**
- **CENTRO DE ARTESANOS**
- **SISTEMA ECONÓMICO SOCIAL**
- **SOLIDARIO**
- **SOSTENIBILIDAD**

Abstract

The purpose of this research work is to diagnose the socio-economic situation of the Huambaló parish, with the participation of the Huambaló Artisan Center (CENARHU), within which its members dedicate themselves to the production of furniture and its commercialization; there are currently 232 workshops and commercial premises, of which 40 are affiliated directly with the Center; a survey was carried out on 145 of the artisans of the parish and according to their appreciation, the management of CENARHU has directly and indirectly benefited its inhabitants and has contributed to the socio-economic growth of the parish, in addition it was evaluated as this It has helped to achieve the policies and goals related to the Popular and Solidarity Economy that are in objective 4 of the Plan for a Whole Life, demonstrating that the center contributes to its achievement and the economic impact of CENARHU in the parish was determined by carrying out an analysis This showed that the decrease in the accounts receivable and payable, at the same time as the inventories, together with the decrease in sales and the increase in expenses, are data that directly influence the sustainability of the center. Simulation model and shows that by 2022 its cash flow tends to be negative which can be detrimental to the market and its parish; In addition, the equilibrium point calculated for each of the products shows an increasing trend, which implies that CENARHU must strengthen its administrative and financial management and its relationship with the community.

KEYWORDS:

- **GROWTH**
- **CRAFTS CENTER**
- **SOCIAL ECONOMIC SYSTEM**
- **SOLIDARY**
- **SUSTAINABILITY**

Introducción

“Los centros de producción artesanal se caracterizan por el desarrollo de un tipo de artesanías, como consecuencia de la disponibilidad y acceso a la materia prima en su entorno, lo que le otorga identidad cultural por la creación individual transmitida de maestro a aprendiz, oficios enseñados por padres, abuelos a sus descendientes o allegados y que se realizan en mayor parte con sus manos y con sus propios diseños, con un sello de distinción otorgado por el artesano creador, que lo diferencia del objeto industrial y por lo tanto que diferencia a las zonas en las que se producen dichas artesanías” (Valdés, 2016), siendo ésta una manera de generar recursos para las diferentes zonas del país, y que en su mayoría son rurales o turísticas en las que los artesanos desempeñan sus labores repercutiendo directa o indirectamente en el crecimiento de los sectores en los que se realiza dicha producción y comercialización.

En la parroquia Huambaló ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Pelileo, la base de su economía en los años pasados ha sido la producción agrícola, la cual ha disminuido debido al ingreso de remesas provenientes de migrantes de la parroquia y a la diversificación con otros trabajos artesanales como la fabricación de muebles y la creciente actividad comercial en otros negocios como restaurantes, ferreterías y la confección-venta de prendas de vestir que se pueden validar según la última encuesta del INEC que muestra que al 2013 las empresas manufactureras ascendían a 155 mientras que las empresas de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca era de 69; en este aspecto es importante considerar la asociatividad y sus beneficios en la comunidad y de esta manera evaluar el grado de contribución económica y social que los proyectos asociativos brindan.

Desde la década de los 90 se pudo evidenciar varios talleres y locales comerciales y en 1996 de la idea de un profesor se creó el Centro de Artesanos Huambaló (CENARHU), con el objetivo de agrupar a los comerciantes para llevar a cabo la primera feria del mueble.

De ahí en adelante se afianzó la producción de muebles y el crecimiento de su comercialización en la parroquia fue continuo gracias a los beneficios por parte de las políticas de incentivo a los pequeños productores del gobierno comprendido entre el periodo 2006 al 2017 que les brindó el mayor financiamiento de los últimos años y del CENARHU con sus ferias de muebles, lo que llevó a varios de los pobladores a dejar la agricultura de lado para dedicarse exclusivamente a la producción y comercialización de muebles.

Según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia, se muestra que “del 2012 al 2013 se ha tenido un crecimiento de 13% de locales de producción y comercialización de muebles de madera maciza, lo cual aporta en la concienciación de la importancia del trabajo conjunto que pueden realizar las diferentes parroquias o sectores rurales para explotar sus recursos”, para así aportar con nuevas ideas del manejo de estos centros en las diferentes zonas del país.

El Centro de Artesanos Huambaló permite a los artesanos mejorar su organización y promueve a que sus negocios se expandan, obteniendo plazas en otras provincias, realizando ferias de muebles en el extranjero, creando nuevos procesos para la fabricación de muebles o diseñando modelos los cuales puedan ser patentados para obtener mayores ventajas en el mercado nacional como extranjero y así determinar el grado de sostenibilidad del mismo.

Por lo descrito la asociatividad permitiría realizar préstamos con menos requisitos, accediendo a mayores montos, beneficiando en los procedimientos para la obtención de nuevas maquinarias sin impuestos adicionales o la rebaja en el pago de impuestos por beneficios tributarios.

Ejemplos exitosos de asociatividad en el Ecuador se tiene en la provincia de Cotopaxi: “El Salinerito” con su producción de quesos o la Asociación de trabajadores agrícolas autónomos el Dorado en la Provincia de Imbabura, la misma que se dedica a la producción del tomate, evidencia que la asociatividad es un medio efectivo por el cual los pobladores pueden mejorar sus niveles de vida y socioeconómicos, estos ejemplos han conllevado a mejoras visibles en sus parroquias.

Por este motivo el estudio del Centro de Artesanos Huambaló (CENARHU) dentro de la provincia de Tungurahua, en el ámbito de la Económica Popular y Solidaria permitirá determinar la contribución del CENARHU en la parroquia bajo el objetivo del plan nacional toda una vida.

1. Capítulo I: Descripción del problema

1.1 Planteamiento del problema de investigación

En años pasados la influencia que ha tenido el CENARHU (Centro Artesanos Huambaló) en el crecimiento del comercio de muebles gracias a sus ferias de exposición y la publicidad que gestionaban, beneficiaba directa e indirectamente a sus pobladores ya que acudían mayor cantidad de interesados en búsqueda de los muebles, lo que hoy en día ha llevado a que los habitantes inviertan en nuevos establecimientos y fábricas.

Sin embargo, desde 2016 se evidencia que la producción de muebles en relación a la demanda es más grande ya que la cantidad de interesados no demuestra una tendencia creciente por esto los precios de los muebles se han visto reducidos mientras que los inventarios y sus costos se incrementan y afecta al mercado de este producto, en base a esto surge la pregunta en cuanto a la gestión realizada por el CENARHU en aumentar nuevos mercados, ya que al no conseguir expandir sus plazas de trabajo, resulta en una falta de interés de los comerciantes en formar parte del mismo y esto no ayuda a atraer nuevos interesados en los productos que aquí se realizan.

Por otro lado como uno de los requisitos para ser miembro del Centro se debe pagar una cuota de admisión que la determina su comité, en este aspecto se limita la accesibilidad que tienen muchos artesanos que no cuentan con la disponibilidad económica para pagar el monto estimado que puede oscilar entre los 4.000,00 a 7.000,00 USD dependiendo del tamaño del negocio y de los ingresos que perciben los solicitantes.

Así también una de las obligaciones de los miembros es participar en todas las ferias dentro y fuera de la parroquia que realicen y aportar con una cuota en caso del traslado a otras provincias y con al menos un modelo de su autoría, siendo todo lo descrito posibles causales de la falta de interés o importancia para asociarse, afectando la sostenibilidad del centro.

Otro problema se basa en la falta de confianza en la asociatividad por parte de los productores y comercializadores de la parroquia que tienen la idea de que es mejor ser independiente ya que los proyectos no se manejan de una forma adecuada y no brindan la apertura por igual a todos los interesados, lo que ha llevado a que las autoridades de la parroquia por medio de la junta parroquial gestionen y brinden una ayuda tratando de difundir que Huambaló es la tierra del mueble para el beneficio de todos los pobladores lo que también afecta la sostenibilidad del CENARHU ya que sus requisitos no pueden ser cumplidos por todos los productores y por esto dejan de tratar de afiliarse.

La visión de Economía Popular y Solidaria concibe el trabajo de todos los miembros de la comunidad que se encuentran en edad laborable, de entender el asociativismo y la cooperación; el cuidado de los mercados teniendo en cuenta el valor agregado por el trabajo proponiendo una economía social basada en relaciones sociales autogestoras, que lleve a la parroquia de Huambaló a tener una sostenibilidad a través del tiempo en su comercio, brindando beneficios personales como colectivos a sus habitantes.(Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Huambaló 2016)

Según el Centro de Artesanos Huambaló, en la parroquia existen alrededor de 80 almacenes y 150 talleres, de los cuales 40 se encuentran afiliados directamente al CENARHU, representando tan solo el 17% de los comerciantes que se ubican en la parroquia, esto tomando en cuenta que el

apoyo económico y social a la gestión que realiza el centro es importante para seguir en busca de la presencia de más clientes ya que la cantidad de interesados depende de la publicidad que se genere y en los últimos años la cantidad se ha mantenido constante .

Otro problema es que el Centro se está distorsionando de la razón de ser con la que fue constituido ya que el Centro Artesanal Huambaló de carácter social, se está limitando en la cantidad de socios, cuando en principio en el Art 1 de su estatuto se establece que el número de socios es ilimitado, esto podría estar sucediendo debido a que sus ganancias se podrían ver limitadas si se aceptan más socios sin nuevas plazas de comercio, ya sean nacionales o extranjeras lo que genera una competencia interna en el CENARHU, así también se estipula en el art 2 literal b, que los socios podrán cumplir con la producción de muebles, artículos y servicios, en todas sus etapas y no se incluye de manera enérgica a los artesanos que realizan una sola actividad que sean miembros, que podrían llegar a ser proveedores estratégicos dentro de la cadena de valor del CENARHU.

1.2 Justificación

Esta investigación se realizará para determinar el grado de contribución que tiene el CENARHU en la localidad, “según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia, muestra que existe un crecimiento sostenido en las actividades comerciales diferentes a la producción agrícola, pudiendo observar que los sectores económicos con mayor representatividad se han convertido en las industrias manufactureras y de comercio de muebles, además de varios servicios llegando a ser alrededor de 470 empresas en la parroquia que están dejando de lado la actividad agrícola, que aún sigue siendo representativa para la subsistencia de las familias.

Pese a lo descrito y considerando que la gran mayoría de empresas ubicadas en la parroquia son consideradas microempresas ya que su unidad legal es persona natural y cuentan con menos de 10

trabajadores según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia, la tasa de creación de microempresas es aún baja para el número de habitantes que existen la misma que es alrededor de 10450 personas y el tiempo de duración de estos pequeños proyectos a menudo no pasa de los tres años por lo que no se puede concluir que el crecimiento es duradero a través del tiempo y limita la creación de puestos de trabajo que permita la absorción de mano de obra constante.

Esto conlleva a que las personas que tienen algún tipo de preparación o especialización que se denomina como mano de obra calificada, prefiera trasladarse en busca de mejores oportunidades y estabilidad laboral a la capital de la provincia o diferentes lugares del Ecuador, por lo que es importante implementar y apoyar políticas de ayuda para estos sectores en desarrollo y así mejorar su calidad de vida, con esta premisa se plantea utilizar como una alternativa la asociatividad, que busca la integración de diferentes actores con una finalidad común que conlleve a que todos los participantes tengan un mejor rédito por su trabajo.

En la parroquia de Huambaló se puede observar que existen proyectos asociativos y uno de los principales es el CENARHU que tiene ya una antigüedad de alrededor de 22 años, y ha contribuido a que los emprendimientos relacionados con la elaboración artesanal de muebles estén superando ya el promedio de 3 años que tienen como estimado los pequeños emprendimientos individuales en la parroquia gracias a la gestión que ha venido realizando los últimos años y que pese a las adversidades se ha mantenido ayudando a los microempresarios de muebles a que de una forma asociativa han logrado sentar bases de su trabajo y conseguido mejores réditos para su trabajo.

1.3 Objetivo general

Evaluar la sostenibilidad del Centro de Artesanos Huambaló; mediante un estudio socio-económico y la aplicación de un modelo de simulación financiera, para determinar el impacto económico social en su parroquia.

1.4 Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación socio-económica actual de la parroquia Huambaló con la participación del Centro de Artesanos Huambaló, mediante encuestas.
2. Evaluar la contribución del Centro de Artesanos Huambaló considerando el objetivo 4 “Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario, y afianzar la dolarización” dentro del marco del plan nacional del buen vivir y ahora plan toda una vida.
3. Determinar el impacto económico que tiene el Centro de Artesanos Huambaló en la parroquia y su sostenibilidad aplicando un modelo de simulación financiera.

1.5 Delimitación temporal

La presente investigación tiene una duración estimada de 6 meses para ser realizada a partir de su aprobación

1.6 Enfoque de investigación: Mixto

Se utilizará un enfoque mixto ya que se realizarán encuestas y entrevistas como un enfoque cuantitativo y se analizarán los estados financieros por lo que se utilizará un enfoque cualitativo.

1.7 Tipología de investigación

1.7.1 Por su finalidad Aplicada.

Considerando el objetivo de la investigación podemos determinar que nuestra meta es aumentar el conocimiento asociativista y el bienestar de la población.

1.7.2 Por las fuentes de información Mixto.

Nuestra recolección de información se basa en la búsqueda de registros e informes contables de la asociación y la utilización de encuestas para obtener información mediante el contacto directo con las personas para averiguar los fenómenos que ocurren en la parroquia.

1.8 Cálculo de la muestra

El cálculo de la muestra se ha determinado en base a los datos proporcionados por el Centro de Artesanos Huambaló sobre los talleres y locales comerciales de muebles localizados en la parroquia de Huambaló.

1.8.1 Datos Obtenidos:

Elemento muestral: Talleres y locales comerciales de muebles de la parroquia Huambaló

Tamaño de la población (N): 232 talleres y locales comerciales de muebles

Nivel de confianza (Z): 95% de confianza, 1,96

Desviación estándar: 0,5

Error de estimación (e): 5%

1.8.2 Ecuación para determinar la muestra:

N	232
Z	1.96
□	0.5

e	0.05
---	------

Ecuación 1: Formula para cálculo de la muestra de población finita.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p^2 \cdot N}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot p^2}$$

Ecuación 2: Cálculo de la muestra

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5)^2 \cdot 232}{(0.05)^2(232-1) + (1.96)^2(0.5)^2}$$

Resultado: Del cálculo se pudo determinar que n corresponde a 145 talleres o locales comerciales tomados al azar de la base de datos proporcionada por el CENARHU.

2. Capítulo II

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Teoría Clásica.

“Los economistas clásicos ingleses apoyan un sistema de libertad como forma de organización social. En esta característica se encuentra su punto de contacto con el liberalismo.” (Smith, 1776)

Para ellos el objetivo último de toda actividad económica es el consumo, el empleo de los bienes y servicios producidos en la satisfacción inmediata de las necesidades humanas. La máxima satisfacción de las necesidades de consumo es la meta que debe guiar la organización de la actividad económica. (Smith, 1776)

Así pues, el consumo es el fin. El medio para alcanzar este fin es el sistema de libertad económica. Dado un cierto marco de ley y orden y unos ciertos servicios estatales que son necesarios, el fin de la actividad económica se alcanza mejor mediante un sistema de cooperación espontánea. Esto significa que, como consumidores, los individuos tendrán libertad para comprar lo que más les plazca, aquello que, en su propia opinión, les produzca mayor satisfacción y que, como productores, tendrán libertad para usar los factores de la manera que les permita la máxima recompensa. Si esto sucede, entonces el mecanismo impersonal del mercado logrará la armonización de los intereses de los diferentes individuos. (Smith, 1776)

En las propias palabras de Adam Smith, "el individuo, al buscar que el producto de su industria alcance el valor más alto posible, alcanza no solo su propia ganancia, sino que en ello es guiado por una mano invisible, a perseguir un fin que no era parte de sus intenciones", es decir, el bien de los demás. Bajo el sistema de libertad, la coordinación de los esfuerzos individuales para el logro del bien común se alcanza a través del mecanismo impersonal del mercado. (Smith, 1776)

Según Adam Smith (1776) se basó en la división del trabajo que incrementa la cantidad producida por tres razones. En primer lugar, cada trabajador desarrolla una creciente destreza en el desempeño de una sola tarea al hacerla repetida veces. En segundo, se ahorra tiempo si el trabajador no necesita pasar de una clase de trabajo a otra. En tercero, es posible inventar maquinaria para incrementar la productividad una vez que las tareas sean simplificadas y sean vuelto rutinarias mediante la división del trabajo.

En el precio del mercado, Smith distinguía entre el precio intrínseco o natural de un bien y su precio de mercado a corto plazo. El precio natural es el precio a largo plazo más bajo en el cual los empresarios ya no seguirían vendiendo sus bienes y el precio real al que se vende cualquier bien se llama su precio de mercado. (Smith, 1776)

En la utilidad decía Smith, que cada inversión está expuesta al riesgo de una pérdida, el índice de utilidad más bajo debe ser lo suficientemente alto para compensar esas pérdidas y todavía dejar un excedente para el empresario: la utilidad bruta incluye la compensación por cualquier pérdida y el excedente; la utilidad neta o utilidad libre es el excedente solo o, en otras palabras, el ingreso neto del negocio. (Smith, 1776)

En el desarrollo económico Smith consideraba a la división del trabajo y la acumulación de capital como los dos factores principales que promueven la existencia creciente de la riqueza de la nación. Este descubrió la verdad de que la división del trabajo hace que sea posible la introducción de maquinaria para incrementar la productividad de las personas. (Smith, 1776)

La creciente especialización del trabajo actúa junto con un agrandamiento de las existencias de capital para incrementar la productividad, que a su vez incrementa la producción nacional. Una mayor producción nacional permite niveles de consumo más altos dentro de la sociedad y esto último, según Smith, constituye un incremento en la verdadera riqueza de la nación. (Smith, 1776)

Según Smith (1776) hablaba de “un factor adicional que pondría dar origen a un incremento en la productividad y el crecimiento. Ese factor era una distribución más apropiada del empleo”.

2.1.2 Teoría Keynesiana.

La teoría de John Maynard Keynes (1943) se basa en que: Todos los niveles de empleo en contraste con lo que él denomina teoría económica clásica, que se limita al caso especial del empleo total. El propósito de la teoría general de Keynes es explicar que es lo que determina el volumen de empleo en un momento dado, ya sea el empleo total, paro amplio o algún nivel intermedio, la escuela clásica supone que en el sistema económico basado en la propiedad privada de los medios de producción hay una tendencia a la auto-adaptación

al empleo total. Keynes fustiga este supuesto, y a la teoría clásica que se basa en el mismo la llama una teoría especial aplicable tan sólo a uno de los caso límites de su teoría general.

Keynes intenta demostrar que la situación normal del capitalismo del laissez-faire en su estado actual se desarrolla en una situación fluctuante de la actividad económica, que puede recorrer toda la gama que va desde el empleo total hasta el paro amplio, con un nivel característico bastante alejado del empleo total. Otro aspecto general de la teoría general es que explica la inflación con tanta facilidad como el paro ya que ambas dependen fundamentalmente del volumen de demanda efectiva. (Keynes, 1943)

En su teoría de una economía monetaria, el dinero desempeña tres funciones: la de medio de cambio, la de unidad de cuenta y la de acumulación de valor: de las tres, la función de acumular valor es la más importante para la economía monetaria que define Keynes. Lo que tienen más renta y riqueza de la que consumen de ordinario pueden acumular el exceso de varias formas, entre las que se cuentan atesorar dinero, prestar dinero e invertirlo en algún tipo de bien de capital. (Keynes, 1943)

Si optan por acumular su riqueza en la forma de dinero, no obtienen renta, si prestan su dinero, perciben interés, y si adquieren un capital de inversión, esperan percibir beneficios. Como el dinero en cuanto acumulador de riqueza es estéril y las otras formas de riqueza producen rendimientos en forma de interés o beneficios, tiene que haber una explicación especial de por qué la gente prefiere, a veces, acumular riqueza en forma estéril de dinero. (Keynes, 1943)

Keynes da como respuesta a esto que el dinero puede ser la forma más segura para acumular riqueza. En prestar dinero y en comprar propiedad rentable, hay incertidumbre que no existen cuando se guarda la riqueza propia en forma de dinero ..Los poseedores de dinero tienen un tipo de seguridad que no gozan otros poseedores de riqueza. (Keynes, 1943)

Cuando los poseedores de riqueza expresan en general una preferencia por atesorar dinero más bien que por prestarlo o invertirlo, la producción de riqueza social está en desventaja. Esta preferencia por la posesión de dinero, más bien que por la posesión de riqueza rentable, sólo existe en un grado importante en un mundo en que el futuro económico es incierto: Si fuese un mundo en el que pudiera predecirse el futuro. (Keynes, 1943)

2.1.3 Teoría del desarrollo.

Según el pensamiento de Amartya Sen (2012) es quién sentó las bases de la teoría del desarrollo humano y propuso una concepción distinta para medir y abordar el desarrollo. El enfoque superó la visión economicista centrada en el tener (dinero y mercancías), por una visión holística centrada en el ser y hacer del ser humano (bienestar y capacidades) en el cual la participación de las instituciones juega un papel determinante en el desarrollo. (Sen, 2012)

El Índice de Desarrollo Humano pretende medir capacidades, el conjunto de opciones de que dispone una persona y, en última instancia, las libertades de que goza, mientras que el PNB (Producto Nacional Bruto) per cápita pretende medir el disfrute subjetivo que se

obtiene del consumo. Así pues, habría que considerar el IDH (Índice de Desarrollo Humano) y el PNB per cápita no como indicadores recíprocamente excluyentes, sino como indicadores complementarios que proporcionan informaciones distintas. (Sen, 2012)

Por lo tanto, el desarrollo no debe medirse con otro indicador que no sea el aumento de las libertades de los individuos, entendida como la construcción de entornos en los cuales se exprese la libertad individual de poder desplegar las capacidades y las más preciadas aspiraciones de los seres humanos. (Sen, 2012)

Sí, el objetivo del desarrollo "se relaciona con la vinculación de las libertades reales que disfruta la gente de una población determinada"; en donde, "las personas deben ser vistas como agentes activamente involucrados, en la construcción de su propio destino y no solamente como receptores". (Sen, 2012)

Es decir, la libertad brinda la oportunidad de lograr nuestros objetivos y metas de las cosas que tenemos razones de valorar y engloba tanto los procesos que permiten las libertades de toma de decisión y de las acciones consecuentes, así como las oportunidades efectivas. (Sen, 2012)

2.1.4 Teoría Economía social y solidaria.

Las familias de trabajadores del campo y la ciudad, las comunidades, las asociaciones, las redes, las y los promotores públicos del Estado o la sociedad, han venido buscando respuestas a la crítica situación a la que los fueron llevando treinta años de la estrategia de globalización del capital más concentrado y de los estados a él asociados. (Coraggio, 2011)

La nueva cuestión social tiene bases materiales que agregan a la exclusión y a la pobreza estructural un conjunto de contradicciones que los movimientos sociales, dentro o fuera del foro social mundial han venido marcado. Estamos ante un nuevo campo dinámico de prácticas que requiere un entramado de conceptos que no puede meramente deslindarse de esas prácticas, sino que debe nutrirse también de núcleos teóricos ya existentes. (Coraggio, 2011)

El encuentro teórico y practica va poniendo nuevos conceptos: economía sustantiva, principios e instituciones económicas, sostenibilidad, moneda social, economía popular, economía doméstica, economía mixta, economía del trabajo (en contraposición a la economía del capital) y la idea de entender a lo urgente encuadrado en un proceso de transición hacia otra economía, de las nuevas prácticas económicas y finalmente del buen vivir y el vivir bien como refiere el objetivo 4 “Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario, y afianzar la dolarización” del plan toda una vida. (Coraggio, 2011)

En lo económico eso implica autonomizar y liberar la potencia y creatividad de los trabajadores como productores asociados, la valoración de las culturas e identidades populares, el reconocimiento de los saberes prácticos y el rescatamiento social de los saberes científicos como parte inseparable de las capacidades del trabajo en creciente control de las bases de la vida de las mayorías. (Coraggio, 2011)

Vamos a adoptar en este trabajo el término “Economía social” por su estatus teórico ya alcanzado en este se trata de poner límites sociales al mercado capitalista y si es posible construir mercados donde los precios y las relaciones resultan de una matriz social que

pretende la integración de todos con un esfuerzo y unos resultados distribuidos de manera más igualitaria. (Coraggio, 2011)

2.1.5 Teoría de Micro finanzas “La empresa social”.

En un sentido amplio, empresa y emprender se definen como “acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo.” (Coll, 2015) Una empresa social según Yunus (2015) es una organización creada con el objetivo primario de resolver un problema social, ambiental, sanitario o similar, y con el objetivo paralelo y secundario de generar ingresos suficientes para ser sostenible en el tiempo; la maximización de ganancias y la satisfacción de los accionistas, los principios rectores de la empresa capitalista tradicional, están fuera de este concepto. (Yunus, 2015)

Esta organización es diferente de los programas de caridad o de responsabilidad social pues tiene otros principios y objetivos; de hecho Yunus ha criticado el papel de estos programas en la lucha por erradicar la pobreza, al igual que las actuaciones del gobierno, de los bancos y de los organismos internacionales. (Yunus, 2015)

Yunus distingue dos tipos de empresas sociales: la empresa que no busca el lucro, sino resolver un problema social, y la empresa que es propiedad de personas pobres y que les permite generar ingresos así como mejorar su condición y la de su comunidad. Asimismo, establece los siguientes siete principios que caracterizan a la empresa social:

1. El objetivo de la empresa es superar la pobreza o resolver uno o más problemas sociales, no el de maximizar las ganancias.
2. La empresa debe ser sostenible financiera y económicamente.
3. Los inversionistas recuperan solo la inversión inicial.

4. Cuando se devuelve la inversión, las ganancias se reinvierten en la empresa para ampliación y mejoras; es decir, no hay dividendos.
5. La compañía será ecológicamente responsable.
6. Los empleados de la empresa tienen un salario y condiciones de trabajo iguales o mejores que el estándar local.
7. ¡Este trabajo se hace con alegría;

Asimismo, la empresa social es un ejemplo de lo que Steven Covey llama la tercera alternativa: bajo este concepto se analiza una situación con dos polos u opciones, por ejemplo “Pobreza: Justicia social vs. Responsabilidad personal”, y se establece un compromiso de buscar una alternativa de carácter superior que sea aceptada por todos y que sea beneficiosa para ambas partes, es decir una situación del tipo “ganar-ganar”. (Yunus, 2015)

Este autor cree en un capitalismo con rostro humano que sirva a fines más altos que solamente la obtención de riquezas; por ejemplo, en el caso de los microcréditos, un principio establecido por el Banco Grameen es que nunca se condona un préstamo, aún en situaciones extremas como pérdidas de cosechas, incendios, inundaciones u otras; lo que se hace es adecuar el plazo y las condiciones del préstamo. (Yunus, 2015)

Esta “rigidez” corresponde en el fondo a un principio ético: el de tratar a las personas pobres como clientes emprendedores y no como mendigos, lo cual ha producido resultados muy efectivos. (Yunus, 2015)

Otros elementos que se deben tener en cuenta según este artículo son: considerar a todas las partes interesadas en la propuesta y en la constelación de valor y no solo a los clientes y accionistas; definir claramente las ganancias sociales que se persiguen y excluir la

maximización de las utilidades de la ecuación de ganancias, y así mantener el objetivo relacionado con que no haya pérdida económica. (Yunus, 2015)

2.2 Estado del Arte

2.2.1 En España: Caso Asociación Insular de Desarrollo Rural de Gran Canaria (AIDER Gran Canaria).

El emprendimiento se ha considerado un vehículo crucial en el desarrollo de las regiones, como un elemento dinámico generador de empleo y riqueza, además de regeneración de la actividad económica en las regiones. Y esto no se encuentra excluido del desarrollo del ámbito rural, es por ello que la Asociación Insular de Desarrollo Rural de Gran Canaria (AIDER Gran Canaria) le presta una especial atención. En el entorno económico rural podemos encontrarnos con dos tipos de empresas, aquellas que se encuentran enfocadas al sostén de la vida diaria de las poblaciones, con un bajo potencial de crecimiento y generación de empleo; y por otro lado, empresas con un alto potencial de crecimiento, generación de empleo y riqueza local. Ambas empresas son diferentes pero al mismo tiempo, necesarias en el ámbito rural, por lo que se necesitan de políticas que alienten y contribuyan a la aparición y crecimiento de ambas. (Canino, 2016)

Para AIDER (2016) el poder desarrollar este tejido empresarial en el ámbito rural en Gran Canaria no fue nada sencillo, ya que se encontraron con diferentes desventajas, que entre otras se observaron:

- Doble aislamiento, tanto por lo pequeño de los mercados rurales, como por el insularismo al que se enfrentan, lo que dificulta el crecimiento de las empresas rurales.

- Envejecimiento de la población, unido con una baja tasa de reposición y de fijación de la población en el ámbito rural.
- Escasa formación de la población.
- Falta de infraestructuras para el desarrollo empresarial.
- Alta dependencia del sector agropecuario. (Canino, 2016)

Pero no todas fueron desventajas en el caso de Gran Canaria, como por ejemplo la cercanía de las medianías a los centros urbanos y turísticos confirieron una ventaja que no cuentan otros medios rurales. A esto se le unieron ciertos beneficios de la creciente valorización del ámbito rural:

- Idealización del tipo de vida y la actividad en el ámbito rural.
- Nuevas actividades destinadas a acercar la ruralidad a las poblaciones urbanas.
- Percepción positiva de la producción agropecuaria, la industria y la artesanía local, ligada a valores como salud, vida natural y deseable.

Para hacer un análisis más profundo, pueden entrar en el siguiente cuadro, donde, haciendo un análisis basado en dos aspectos fundamentales, encontramos pros y contras del ámbito rural, así como posibles vías que pueden ofrecer nichos de oportunidad para el sector rural o retos a explorar:

Características del entorno rural para los negocios	
Pros	Contras
<ul style="list-style-type: none"> • El pequeño tamaño del mercado empuja a las empresas de alto crecimiento a expandirse rápidamente • Menor precio de las infraestructuras para hacer negocios 	<ul style="list-style-type: none"> • Pequeño tamaño de los mercados locales debido a la baja renta per cápita, a la baja densidad poblacional y la baja atracción de demanda externa • Baja formación de la población • Estructura del mercado laboral y de la discontinuidad en la contratación • Inmovilismo y bajo interés por trabajo estable
<ul style="list-style-type: none"> • Amplia red bancaria y financiera • Alta capacidad ahorradora de la población rural 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa disponibilidad de locales • Falta de infraestructuras que ayuden a la actividad emprendedora • Bajos servicios de apoyo a los emprendedores • Bajo desarrollo de las líneas de conexión y banda ancha en la zona rural • Baja penetración TIC en el ámbito rural • Bajo entendimiento de la cultura de financiación del emprendimiento: desconocimiento de su funcionamiento y baja asunción de riesgos • Alta burocracia y regulación excesiva en empaquetado y producción
Oportunidades y/o retos	
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer crecer los mercados rurales • Atraer demanda externa • Aumentar la producción fuera del ámbito local • Cambiar los aspectos estructurales y culturales del mercado laboral • Aumentar las capacidades de la población para el empleo • Mejorar las infraestructuras para la actividad emprendedora • Aumentar los servicios de apoyo al emprendimiento • Aumentar las líneas de comunicación de banda ancha • Aumentar la penetración TIC en el ámbito rural • Incrementar la cultura financiera para el emprendimiento • Flexibilizar la burocracia para el desarrollo empresarial • Reducir la barrera producida por la legislación a la producción rural en su empaquetado, producción, etc. 	

Fuente: (Canino, 2016)

Características de la estructura económica y de las empresas rurales	
Pros	Contras
<ul style="list-style-type: none"> • “Despensa” de las ciudades • Aparición del turismo en las zonas urbanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Principalmente micro empresas o empresas de una sola persona • Escaso tiempo de los promotores para formarse y mejorar el rendimiento de sus empresas • Poco crecimiento de las empresas rurales
<ul style="list-style-type: none"> • Alta calidad y diferenciación de la producción rural 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja actividad industrial, siendo más bien producción artesanal • Bajos niveles de innovación y modernización • Bajo acceso internet de la actividad rural • Baja innovación abierta y conexión con los centros de conocimiento • Productos más caros que los producidos en ámbitos no rurales
Oportunidades y/o retos	
<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar cultura hacia el crecimiento de las empresas • Aumentar el crecimiento de las empresas rurales • Mejorar la formación de los promotores/propietarios • Diversificar el ámbito rural • Aumentar los niveles de industrialización de las áreas rurales • Aumentar la innovación en las empresas rurales • Conectarlas con los centros de conocimiento y aumentar la transferencia de conocimiento (Innovación abierta) • Hacer más cercana la producción rural diferenciada a las unidades familiares con menos recursos 	

Fuente: (Canino, 2016)

Aún con esta larga lista de contras y de diferentes retos a los que se enfrenta el ámbito rural en Canarias, no podemos olvidar que el mismo está compuesto por personas que han podido salir adelante en un ambiente hostil y de alto cambio, que aunque no sea de una manera formal y estructurada, tiene unas altas dosis de emprendimiento y de lucha diaria. (Canino, 2016)

2.2.2 En Argentina: Caso Arroceros Villa Elisa.

La COOPERATIVA de Comercialización y Transformación Arroceros Villa Elisa, fundada el 29 de enero de 1974 por un grupo de ochenta personas, está ubicada en la localidad entrerriana homónima, y en el transcurso de su vida institucional ha cumplido -en mayor o menor medida- con los propósitos de la cooperación agraria enunciados por el doctor Emilio Bottini, uno de los más calificados especialistas argentinos sobre los principios y la práctica del cooperativismo. (Mateo, 2011)

Esos objetivos son: 1) beneficiar a los agricultores que explotan pequeñas fracciones de tierra, para alcanzar mejores precios, mayor uniformidad y calidad en su producción; 2) proveer de crédito al pequeño o mediano productor; 3) prestar asesoramiento legal e impositivo a los asociados; 4) aprovisionar al socio de artículos de uso y consumo; 5) transformar las materias primas de sus socios; 6) tomar a su cargo el transporte de productos de los cooperadores; y 7) estrechar la colaboración entre la producción y el consumo, limitando drásticamente la acción de los intermediarios. (Bottini, 1959:39)

Por aquellos años la falta de infraestructura de almacenaje y la escala de los productores los ponía en una situación de desventaja competitiva para la comercialización del arroz, quedando supeditados a las condiciones impuestas por un número restringido de molinos.

La idea de conformar una cooperativa tomó forma -en principio- como posibilidad de almacenaje conjunto, realizando la elaboración en una cooperativa arrocera de la localidad vecina de Villaguay. Ya en 1975 se instaló el primer molino destinado a la elaboración y a partir de 1978 inició la exportación como socio integrante de FECOAR (Federación de Cooperativas Arroceras) a Irán, México, Turquía, Portugal, Irak, Perú y Brasil. Más tarde, con menores volúmenes de saldos exportables en Argentina, LA COOPERATIVA comienza a exportar en forma directa, llegando a los mercados de Brasil y Chile. (Mateo, 2011)

2.2.3 En Ecuador: Caso Cámara Artesanal de Pichincha.

Se ha observado que en la provincia de Pichincha existe un gran potencial en cuanto a la producción de artículos de exportación por lo que es necesario que los productores tengan un conocimiento claro del proceso que se debe realizar para poder comercializar en el extranjero fue por este motivo que se realizó el proyecto **“Capacitación a artesanos para desarrollar capacidades para exportación a países de la región”** con el objetivo de brindar asistencia técnica a la Cámara Artesanal de Pichincha a efectos de desarrollar y dejar instaladas competencias para la exportación a los países de la región, fomentando la transición de un mercado estrictamente nacional, a la promoción de una oferta exportable a los países de la región. (Cámara Artesanal de Pichincha, 2011)

La Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) presenta el informe ejecutivo del proyecto **“Capacitación a artesanos para desarrollar capacidades para exportación a países de la región”**. El presente proyecto fue desarrollado

de acuerdo al Programa de Actividades de la Secretaría General de la ALADI, en el marco del Sistema de Apoyo a los Países de Menor Desarrollo Económico Relativo (PMDER), a solicitud de la Representación Permanente de Ecuador ante ALADI y formulado por la Cámara Artesanal de Pichincha. (Cámara Artesanal de Pichincha, 2011)

La Cámara Artesanal de Pichincha, contraparte del proyecto, es una organización integradora de artesanos, fundada en 1966, con personería jurídica, de derecho privado con finalidad social y sin fines de lucro. Integra a 13.000 talleres artesanales de 393 ramas de la producción y servicios, agrupadas en 20 sectores que constituyen la base de su estructura. Cuenta con el reconocimiento del Ministerio de Industrias y Productividad y la Subsecretaría de Mipymes y Artesanías. Mediante el proyecto se capacitó a un total de 29 artesanos, provenientes de los siguientes sectores: textil, alimenticio, reciclaje de materiales, artesanía decorativa, maquinaria y equipos, imagerie religiosa, modulares de oficina, bisutería y manufactura de habanos. (Cámara Artesanal de Pichincha, 2011)

“Se dictaron un total de 153 horas efectivas, un poco más que las 144 horas previstas, dado que fue necesario abordar la nueva temática de trámites aduaneros de exportación e importación, así como dos sesiones adicionales de tutorías.” (Cámara Artesanal de Pichincha, 2011)

“El proyecto incluyó dos eventos, uno de inauguración y otro de clausura, en los cuales se efectuaron exposiciones de los productos de los artesanos participantes.” (Cámara Artesanal de Pichincha, 2011)

2.2.4 En Ecuador: Caso El Salinerito.

Salinas de Bolívar se trataba de una de las zonas más pobres del país -con niveles muy altos de analfabetismo, mortalidad infantil y desnutrición-, que sufría, además, las consecuencias de un latifundismo opresivo. En el año de 1970, de cada dos niños, uno moría. Se carecía de todo servicio básico. A continuación, un recorrido por las acciones que llevaron a esta población a ser un ejemplo de desarrollo en la economía solidaria en el país. La fuente principal de trabajo en Salinas, en ese entonces, se encontraba en las minas de sal, y las actividades básicamente consistían en empapar las rocas con minerales de buen contenido de sal, recolectar el agua enriquecida con los minerales solubles, entre ellos la sal, evaporar por calor el agua (cocinarla en pailas); además, recoger la sal en bruto y luego de secar el contenido, lo moldeaban para poder envolverlo con paja, "amarrado de sal", llevar los amarrados al pueblo y venderlos para ser comercializados. (Jácome)

Un importante hito fue 1978, cuando llegó a Ecuador don José Dubach, como asesor de la Cooperación Técnica Suiza propuso "Hacer buen queso es nuestro orgullo", era el lema con el que invitaba a trabajar a sus asesorados. Era un experto que sabía batirse con lo que tenía y que contaba con recursos de ingenio, habilidad para mejorar los medios de trabajo hasta obtener lo que se había propuesto y cumplir un lema de mayor amplitud: "hacer buenas cosas, hacerlas bien, mantener el gusto de la vida, de lo que el campesino, indio y mestizo, sabe hacer y con sano orgullo". Inició las queseras rurales, animó a abrir canales propios de distribución con la primera tienda en Quito 'El Salinerito' y con ello facilitó el que luego se constituya el Consorcio Quesero. Los hijos de los campesinos han estudiado y ahora son profesores, ingenieros, contadores, administradores que contribuyen al desarrollo del actual Grupo Salinas. (Jácome)

Un sueño es crear un centro tecnológico y posteriormente una universidad. El anterior Gobierno Nacional a través de sus distintas organizaciones estuvo tratando de impulsar este modelo de desarrollo que ha traído éxito a esta población, por el trabajo que viene haciendo hace más de cuatro décadas. (Jácome)

Con base en los éxitos alcanzados y los fracasos (muchos proyectos fracasaron) porque, según análisis "La gente no sabía vender", han surgido nuevas microempresas, cooperativas y entidades de apoyo para solucionar este punto. En el Ecuador se puede encontrar la marca 'Salinerito' en las ciudades de Ambato, Cotacachi, Cuenca, Guaranda, Guayaquil, Otavalo, Quito y Santo Domingo de los Tsáchilas. En lo que corresponde a exportaciones, los destinos son: Italia, Japón, EE.UU., Alemania, Suiza, entre otros. (Jácome)

Sus líneas de producción están distribuidas en los siguientes ámbitos: Lácteos. Se producen diferentes tipos de quesos, para ello procesan 6 700 litros de leche al día, la capacidad es de unos 10 000 litros diarios. Al inicio, procesaban 50 litros. Hay 70 queseras 'El Salinerito' en todo el país. Cárnicos. Embutidos que se obtienen de los distintos tipos de ganado. Confites. Turrone, chocolates, bombones y conservas. Se producen mensualmente seis toneladas de chocolate. Deshidratados. Hongos secos de calidad gourmet y té de hierbas. Aromas. Aceites, cremas y jabones capilares 100% naturales. Textiles. Accesorios, bolsos, ponchos, suéteres y tapices de lana El turismo también es parte de la cartera de productos que ofrece la parroquia de Salinas, con varios lugares de interés para sus visitantes: las empresas comunitarias, las minas de sal. (Jácome)

2.2.5 En Ecuador: Los arroceros de Los Ríos.

En el Ecuador desde el año 2010 se viene implementando el cooperativismo desde sus más altas escalas de producción, por ejemplo el gobierno ha puesto en marcha programas relacionados con el "Buen vivir" que tiene como pilar fundamental de su estructura, el Movimiento de Economía Social y solidaria del Ecuador (IvIESSE) se encarga de aportar un desarrollo integral y sostenible de la economía ecuatoriana y todos los que tienen una relación ya sea indirecta o directa en ella como es el caso de los arroceros en los Ríos. (González, 2014)

Este movimiento y el gobierno nacional creen que para la creación de una nueva sociedad exitosa se deben crear políticas y lineamientos en los cuales se fomenten las relaciones humanas hasta en la parte de los negocios donde se explote su máximo rendimiento y así tener un país más productivo en todos los ámbitos y este ejemplo de los arroceros de los Ríos es muy importante debido al impacto en la vida cotidiana de los Ecuatorianos. (González, 2014)

En el sector de los pequeños productores de arroz de la provincia de Los Ríos, la ayuda que brinda el gobierno por medio de créditos no se otorgan en forma oportuna de acuerdo al ciclo del cultivo, no se prioriza el tipo de inversión, ni se proporciona capacitación o semillas certificadas. La promulgación de la Ley de Economía Popular y Solidaria que promueve al desarrollo productivo y la mejora de la calidad de vida de los pequeños productores representa un apoyo sostenible, que procura establecer un marco jurídico para generar estabilidad y confianza en este sector. (González, 2014)

Se fomentan nuevos modelos de negocios como el cooperativismo, el cual busca la unión de recursos de los arroceros, cualidades y habilidades de distintos pequeños productores para mejorar la productividad y el nivel de vida de los productores. Este sector es uno de los más grandes en el territorio nacional, en el censo agropecuario del año 2000 en la provincia de Los Ríos pudimos encontrar que existieron los siguientes datos: aproximadamente 21.825 Unidades de Producción Agrícolas (UPAs), dedicadas al cultivo del arroz, de las cuales el 42% tuvieron una superficie de 1 a 5 hectáreas y correspondieron al 11% del área sembrada. Según Agro negocios Ecuador en el 2013 la producción de arroz del año 2012 superó las 790.000 toneladas métricas, sin embargo en ocasiones han observado como la producción de arroz baja su productividad y las numerosas causas de esta pudieron ser, entre ellas, la pérdida de varias toneladas de producción debido a que no existieron planes de manejo de plagas y enfermedades, así mismo, no se utilizó semillas certificadas lo que es un gran causante de que el arroz no sea de buena calidad y de baja productividad lo que afectó a los pequeños productores arroceros en los Ríos. (González, 2014).

2.2.6 En Ecuador: Zona 7 (El Oro, Loja y Zamora Chinchipe).

En los últimos años, la transformación del estado ha integrado paulatinamente a los territorios en una lógica de desarrollo encaminada a erradicar la extrema pobreza. Sin embargo, la disminución de las desigualdades socio espaciales sigue limitada por la persistencia de algunos problemas relacionados con las características estructurales de los mercados laborales de la región. (Jiménez)

En la zona 7 (El Oro, Loja y Zamora Chinchipe), la Economía Popular y Solidaria está generando opciones durante los últimos años, según datos del “Instituto de Economía Popular y Solidaria, 34 asociaciones recibieron asistencia técnica para mejorar sus posibilidades comerciales y su acceso a las compras públicas y a los mercados internacionales. Se pudo así generar empleos para más de 1000 personas e ingresos superiores a \$ 6 millones mediante la provisión de servicios de limpieza, alimentación y confección de uniformes entre otros. A su vez, se ha impulsado la capacitación de 1480 actores de la economía popular y solidaria, mediante alianzas estratégicas con universidades e instituciones públicas como el SECAP y el SRI además de capacitar a 2600 personas que participan en los programas Hilando juntos para fortalecer el trabajo artesanal en la confección de uniformes para unidades educativas públicas. Como parte de los créditos de desarrollo humano se otorgó (Jiménez) financiamiento a 20 iniciativas productivas generando 333 empleos directos y mediante la iniciativa Socio Vulcanizador, se construyeron 11 talleres. (Jiménez)

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Economía de solidaridad.

Las palabras economía y solidaridad, siendo habituales tanto en el lenguaje común como en el pensamiento culto, forman parte de discursos separados. Economía, inserta en un lenguaje fáctico y en un discurso científico; solidaridad, en un lenguaje valórico y un discurso ético, por lo que se desarrolla un proceso interno a la ciencia de la economía

que le abra espacios de reconocimiento y actuación a la idea y el valor de la solidaridad.
(Razeto, 1999)

2.3.2 Artesano.

“Puede definirse como una persona que trabaja con sus manos junto con los conocimientos teóricos y prácticos de su oficio. Todas las creaciones de un artesano son llamadas artesanías, siempre que no haya intervenido ningún tipo de fuerza mecánica.”
(Concepto.de, 2011).

2.3.3 Ingresos.

Son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio, y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a este patrimonio. (IFRS Foundation, 2010, pág. 21).

2.3.4 Gastos.

Son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos que dan como resultado decrementos en el patrimonio, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio. (IFRS Foundation, 2010, pág. 21).

2.3.5 Producto.

“Resultado de un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados” (ISO, 2005, pág. 7).

2.3.6 Activo.

“Es un recurso: controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados; del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos” (Norma Internacional de Contabilidad , 2004, pág. 3).

2.3.7 Pasivo.

“Es una obligación presente de la empresa, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, y para cancelarla, la empresa espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos” (Norma Internacional de Contabilidad , 1999, pág. 8).

2.3.8 Patrimonio.

“Es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos” (IFRS Foundation, 2010, pág. 18)

2.3.9 Desarrollo.

La palabra desarrollo es visto como sinónimo de evolución y se refiere al proceso de cambio y crecimiento relacionado con una situación, individuo u objeto determinado.

Al hablar de desarrollo podemos referirnos a diferentes aspectos: al desarrollo humano, desarrollo económico, o desarrollo sostenible. Por lo que se analizará cada uno de ellos a fin de poder entender de qué tratan. (Definición de Desarrollo, 2016)

2.3.10 Economía sustantiva

La Economía Sustantiva proviene de la real necesidad que tiene el hombre de la naturaleza y de sus semejantes para su subsistencia, para la sustentación de dicho concepto Karl Polanyi se enfoca en que la Economía Sustantiva se apoya en la reciprocidad, redistribución y el intercambio. (Polanyi, 2003)

2.3.11 Principios e instituciones económicas

Un principio, de acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española, es una “norma o idea fundamental que rige el pensamiento o la conducta”. En una primera acepción es, entonces, un principio *de comportamiento*. Por otro lado, suele entenderse por instituciones económicas las reglas implícitas o explícitas que reproducen patrones sociales pautando según principios las prácticas económicas recurrentes de agentes, actores y sujetos. (Coraggio, 2011)

Vinculado a este último sentido, las instituciones requieren y se co-determinan con la existencia de ciertas bases materiales (Ejemplo: comercio apoyado en el desarrollo tecnológico de las condiciones de la producción y el intercambio o en las estructuras político-territoriales), de estructuras sociales (Ejemplo: clases ociosas y trabajadoras, desigualdad o simetría) o políticas (Ejemplo: redistribución apoyada en la existencia de una autoridad central, autosuficiencia apoyada en la existencia de unidades domésticas autárquicas) (Polanyi, 2003)

2.3.12 Sostenibilidad

La sostenibilidad se refiere, por definición, a la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social. De aquí nace la idea del desarrollo sostenible, como aquel modo de progreso que mantiene ese delicado equilibrio hoy, sin poner en peligro los recursos del mañana. (oxfamintermon, 2018)

2.3.13 Moneda social

Las Monedas Sociales son herramientas creadas y empleadas en comunidades, cooperativas, colectivos, agrupaciones o particulares con las que se facilitan el intercambio de bienes y servicios sin emplear la moneda de curso legal. Estas Monedas suelen pretender complementar el dinero legal dinamizando el comercio local y de proximidad, el autoempleo y la optimización de los recursos locales creando un sistema alternativo de intercambio. (Economía Nivel Usuario, 2013)

2.3.14 Economía popular

La economía popular es el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales. (Pérez, 2008)

2.3.15 Economía doméstica

La economía doméstica es un micro entorno en donde las familias ahorrarán, invierten, gastan, comercian y pierden. Aspectos que de una forma y otra inciden en la economía de una casa y que también influyen otros aspectos más amplios. El ahorro, las hipoteca,

la Bolsa, la legislación o los propios conceptos económicos: macro y micro, que afectan directamente en el día a día. (economiasimple, 2016)

2.3.16 Economía mixta

El término economía mixta se refiere a un sistema de organización económica en el que se combina la actuación del sector privado con la del sector público, que actúa como regulador y corrector del primero. En una economía mixta la mayoría de las decisiones económicas son resueltas mediante la interacción de vendedores y consumidores en el mercado (ley de oferta y demanda). No obstante, el Estado tiene un rol complementario esencial. (economipedia, 2015)

2.3.17 Economía del trabajo

La Economía del Trabajo centra su atención en la organización, funcionamiento y resultados de los mercados laborales, las decisiones de sus participantes y las medidas relacionadas con el empleo y con la remuneración de los recursos de trabajo. Como campo aplicado de la micro y macro teoría económica, ayuda a comprender las causas y consecuencias de las grandes tendencias socioeconómicas de las últimas décadas, e introduce al estudiante en los cambios estructurales que han venido afectando a los mercados de trabajo de las economías occidentales. La presencia en este contexto de realidades y de tomas de decisión político-económicas diferentes, y la persistente presencia del desempleo, han incrementado el interés por comprender adecuadamente las principales causas que determinan la evolución de la oferta y demanda laboral. (Esteve, 2018)

3. Capítulo III: Análisis socio –económico

En este capítulo se caracteriza la situación socio-económica de la parroquia Huambaló recabando datos del INEC, del plan de desarrollo y ordenamiento territorial y de una encuesta para conocer la apreciación que tienen los artesanos sobre la gestión del CENARHU a favor de los pequeños productores de muebles.

De acuerdo a la información recopilada del INEC, la tasa de crecimiento de Huambaló se ha mantenido constante desde el año 1990, en un 1.48% para los hombres y un 1.34% para las mujeres; la tasa de crecimiento promedio general es de 1.41% siendo 0.9 puntos menos que la tasa de crecimiento del Ecuador que oscila el 1.5%.

Se identificó que en la provincia de Tungurahua el 37.9% de la migración es interna según datos del INEC, lo cual la convierte en la segunda provincia con el mayor número de emigrantes a destinos internos y externos del país. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Huambaló, respecto a la migración se pudo identificar que las cantidades más grandes de migración a otros países fueron durante el 2000 por la crisis económica que atravesó el país; para el 2015 según cifras del INEC apenas representó un 0.88% de su población.

Al 2015 los casos de migración interna, por trabajo han disminuido gracias a un crecimiento del 7% en el sector manufacturero de la parroquia (SAGUAY, 2015), lo que motiva a los trabajadores a que permanezcan en sus plazas de trabajo y esto conlleva a que exista una mayor circulación de dinero, lo que aumenta la movilización por turismo y estudio.

La migración por trabajo representa el 14% del total de población, la cual se torna permanentemente o por grandes lapsos de tiempo a las diferentes provincias del Ecuador u otra

posible razón de su migración es la cercanía a Quito (capital del Ecuador). Que presenta un entorno amplio y con oportunidades laborales.

Tabla 1

Pobladores que se movilizaron y mantuvieron en la parroquia Huambaló.

Población total de la Parroquia	10,603	
63% de la población que no se moviliza	6,680	
37% de la población que se ha movilizad	3,923	□
Clase	Porcentaje	Número
Trabajo	38%	1,491
Turismo	45%	1,765
Estudio	10%	392
Enfermedad	7%	275
Total	100%	3,923 □

Fuente: Plan de Desarrollo territorial de la parroquia de Huambaló (SAGUAY, 2015)

Adaptado por: Cristian Freire

En cuanto a la población económicamente activa PEA, en Tungurahua fue de 410,995 (Vivienda, 2010) y dentro de la parroquia de 6320 personas (SAGUAY, 2015); en la Figura No.1 se evidencia la estructura del PEA y PEI por género para la provincia y la parroquia:

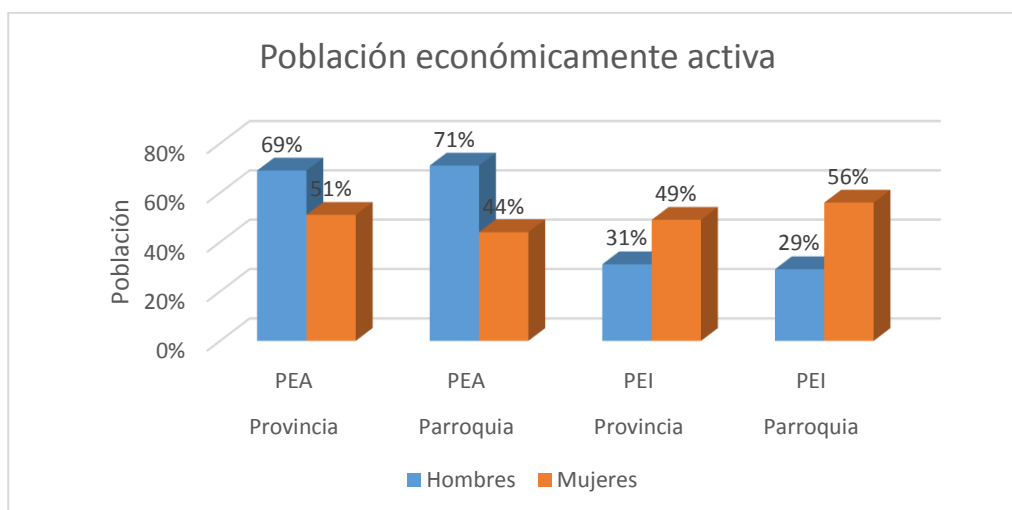


Figura 1 Comparación de población económicamente activa
 Fuente: Plan de Desarrollo territorial de la parroquia de Huambaló (SAGUAY, 2015)
 Adaptado por: Cristian Freire

De acuerdo a los datos de la parroquia para el 2015 los porcentajes son similares con los niveles de pobladores económicamente activos de la Provincia, sin embargo, se resalta un 7% menos con respecto a las mujeres en edad económicamente activa posiblemente porque se dedican a las actividades del hogar.

En cuanto a la producción el mercado del mueble que al año 2016 suma \$188 millones representa un 0.27% para el PIB (Banco Central del Ecuador, 2018), lo cual implica una disminución en un 11% con relación al 2015.

Para conocer la percepción de los productores y comercializadores de muebles, en cuanto a la gestión desempeñada por el CENARHU se realizó la aplicación de encuestas, la cual en su primera parte se recabó información socio-económica y en la segunda parte se preguntó acerca de la apreciación que tienen los artesanos con la gestión del centro.

Para empezar con los resultados obtenidos, vemos el tiempo que desempeñan los artesanos en la elaboración de muebles dentro la parroquia, la mayoría de los productores y comercializadores desempeñan su actividad con un periodo mayor a 6 años, incluso llegando a conocer artesanos con un periodo que bordea los 30 años en la actividad de la elaboración de muebles en la parroquia, esto debido a que trabajaban en los primeros grandes almacenes que se abrieron en la parroquia por 1970; por otra parte la mayoría de los comercializadores que se encuentran en el rango de 4 a 6 años, un 80% son locales comerciales que se encuentran en la parte central de la parroquia; por último alrededor del 8% restantes que están en el rango de 3 años o menos son pequeños productores y locales comerciales que se encuentran emprendiendo en la actividad del sector del mueble como se detalla en la Figura 2.



Figura 2 Tiempo de actividad de los negocios en la parroquia Huambaló

La propiedad del taller o local comercial es fundamental para el emprendimiento y elaboración de los muebles, ya que se necesita de una locación adecuada en la que se pueda establecer el taller de producción con las diferentes áreas necesarias para su realización. El 83% de los productores y comercializadores de la parroquia posee su taller o local propio, en el caso de los talleres estos son

muchas veces improvisados junto a las casas de los productores sin tener todas las medidas de seguridad, pero resultando beneficiosos para los productores ya que según sus explicaciones, deben hacer esto para empezar con el emprendimiento por el gasto en el que incurren en maquinaria que también es alto y el dinero no alcanzaría si debieran arrendar o construir un lugar adecuado, sin embargo, pese a que muchos de los talleres ya llevan muchos años, los propietarios se acostumbran y ya no adecúan sus talleres de una manera industrial; un 90% de las personas que se encuentran en el rango de arrendamiento son locales comerciales, debido a que la venta se concentra mayoritariamente en el centro de la parroquia por lo que los comercializadores se ven obligados a arrendar un local comercial visible y atrayente para los interesados y el resto de talleres comentaron que realizan sus actividades en talleres de familiares que tuvieron la gentileza de prestarlos para el emprendimiento o se adecuaron cobertizos que se utilizaban para guardar herramientas en talleres pequeños hasta que puedan conseguir o construir algo propio como se detalla en la Figura 3.

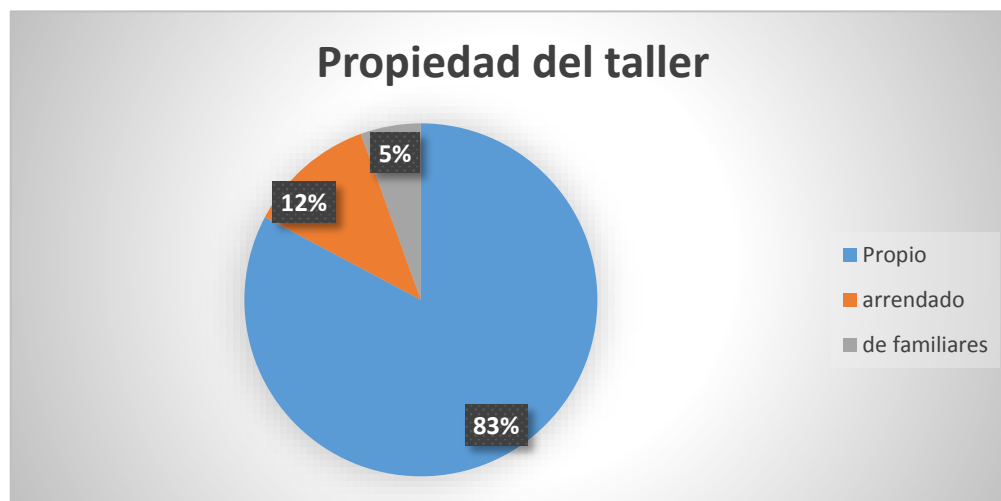


Figura 3 Clasificación de los talleres según su propiedad

En base a lo observado se busca identificar la relación, entre el tiempo de actividad y la propiedad del taller, evidenciando que un 85% de los productores y comercializadores que

desempeñan su actividad por más de 6 años poseen su taller o local propio, un 10% son locales que se mantienen arrendados por las ubicaciones o para expandir los negocios ya que una familia o un mismo dueño puede tener varios locales comerciales al mismo tiempo y un 5% es de familiares, estos porcentajes son similares en los rangos más bajos de tiempo como se parecía en el Figura 4.

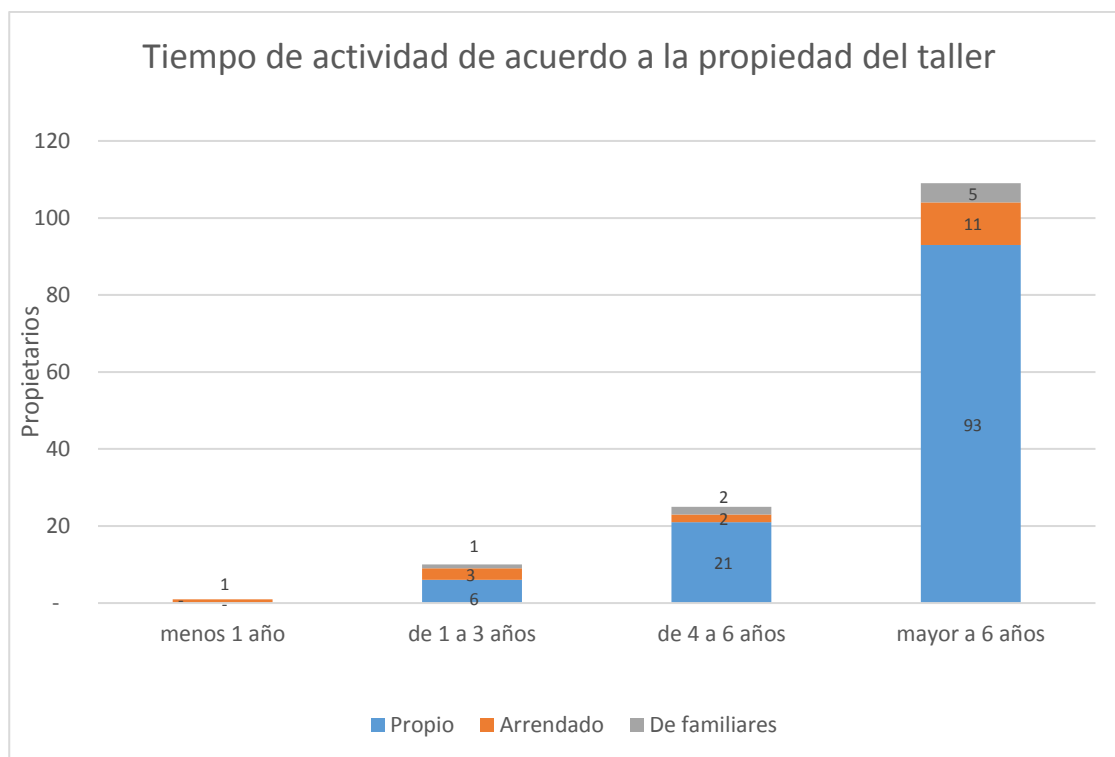


Figura 4 Tiempo de actividad de los talleres según su propiedad

En cuanto a la disponibilidad de servicios básicos y medidas de protección, que es fundamental para un sector productivo sobre todo por lo que ello implica en cuanto a la manutención de personal en los talleres de producción o los locales comerciales, se pudo observar que el 98% de locales y talleres cuentan con los servicios básicos y al menos el 80% se encuentran comunicados telefónicamente y cuentan con internet; sin embargo, se observó que las medidas de protección aún deben mejorar debido a la naturaleza del negocio ya que, al ser la madera inflamable existe un gran

peligro de incendio y no todos los talleres ni locales comerciales contaban con extintor o alarmas contra incendios, apenas el 47 % lo hacían al igual que tampoco se evidenció grandes medidas de seguridad en cuanto a robos o saqueos, esto puede ser perjudicial ya que apenas el 5% de los encuestados expresaron tener un contratado un seguro.

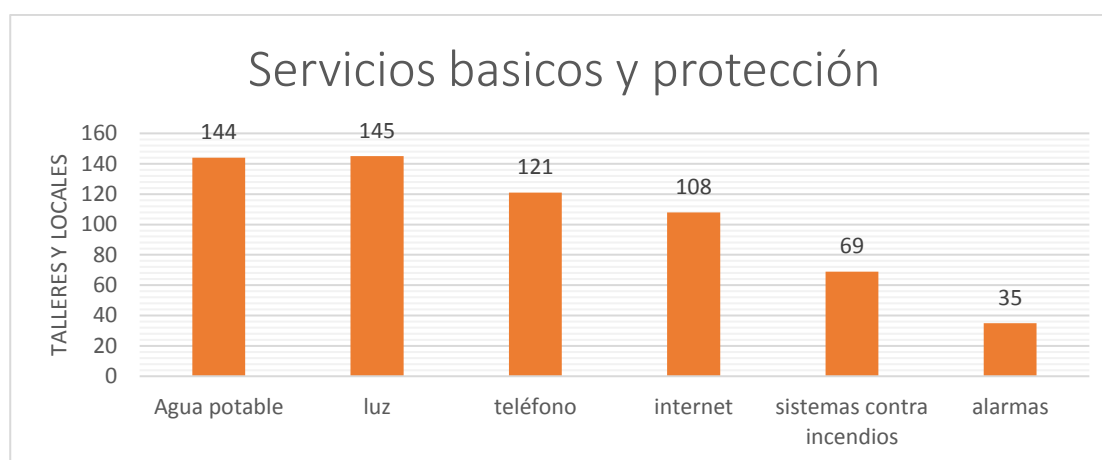


Figura 5 Número de talleres con servicios básicos y protección

Otra pregunta hacía alusión a la conformación financiera de los negocios y emprendimientos, ya que siempre el capital que se inyecte a los negocios es fundamental para ampliar los talleres, mejorar la maquinaria e implementar nuevos procesos que conlleven métodos más tecnológicos; por lo que el financiamiento es una parte de especial interés para el crecimiento del sector productivo de la parroquia como se detalla en la Figura 6.

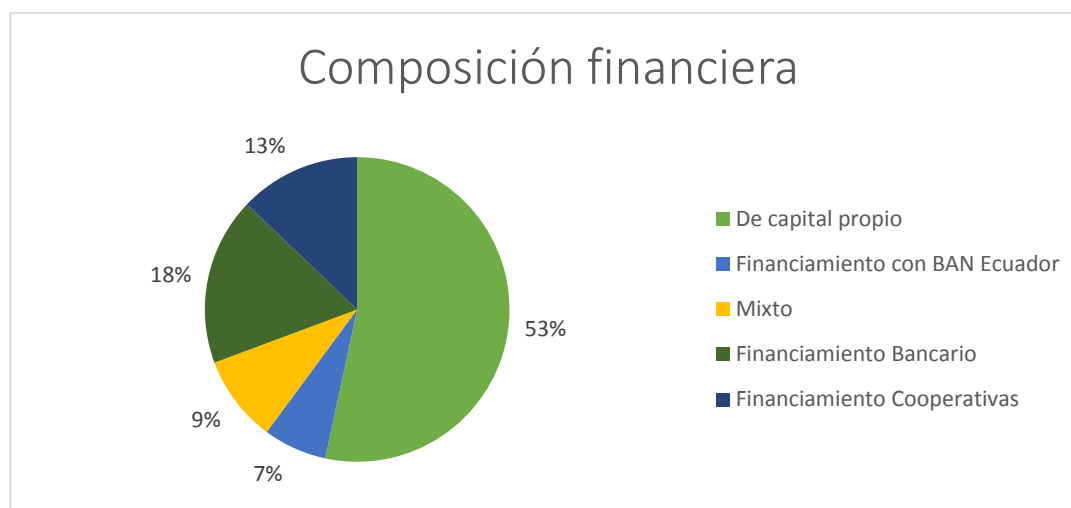


Figura 6 Financiamiento de los talleres

Un 53% de talleres y emprendimientos empezaron con capital propio, de acuerdo a lo indicado por los encuestados, un método para comenzar era vender parte de sus terrenos y así conseguir un capital que ayude a la obtención de las primeras máquinas y contribuya con la improvisación de un pequeño taller en sus casas. Otro medio de financiamiento, es el BAN Ecuador que en años pasados contribuyó con la mayor cantidad de financiamiento en la parroquia para diferentes actividades principalmente actividades agrícolas, aunque al 2018 ha bajado en intensidad y representa el 7% sigue siendo un método para la obtención de financiamiento; igualmente están los bancos privados como: el Banco del Pichincha y del Pacifico mayoritariamente y otro como el Banco de Uninova, Solidario y Procredit con un 18% de financiamiento y finalmente del sector de cooperativas de ahorro y crédito con un 13% siendo las más utilizadas la Coop. San Francisco que demostró tener más incidencia en la parroquia seguida de la Coop. OSCUS y de algunas más pequeñas como la Coop. Riobamba Cía. Ltda. y Cooprogreso

También se pudo identificar personas que no solo optaron por tener financiamiento de una sola forma, como se detalla en el Figura 7. donde se encontró que 14 locales de la muestra tenían financiamiento de dos fuentes tanto propio y de alguna entidad financiera o únicamente de entidades financieras, en pequeños casos, incluso llegando a observar que 2 locales tenían financiamiento proveniente de 3 partes siendo propio y de dos entidades financieras más.

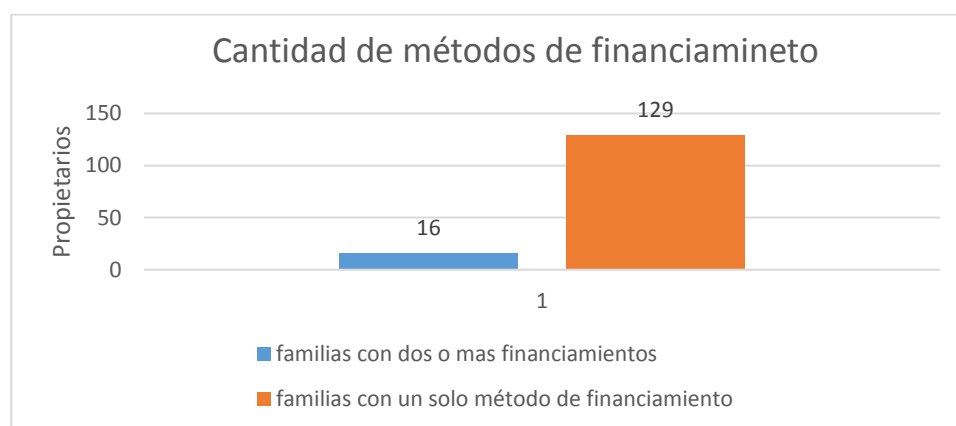


Figura 7 Propietarios con uno o más métodos de financiamiento

Se indagó sobre el nivel de instrucción de los propietarios de los diferentes talleres y locales comerciales de la parroquia. Se pudo identificar que había propietarios que no contaban con ningún nivel de instrucción escolar en un 4%, muchos de ellos ya de la tercera edad, 46% se encuentran en la escala de primaria, pero con un número muy similar también se encuentran las personas que llegaron a cursar la secundaria con el 43%, denotando una falta de preparación importante en la población apenas 6 personas cuentan con una tecnología o profesión certificada y 5 propietarios tienen una instrucción de 3er nivel o mayor lo que dificulta en cierta medida alcanzar los objetivos que se plantean cada productor y comercializador para sus negocios y puede generar un repercusión negativa en el mercado de los muebles.

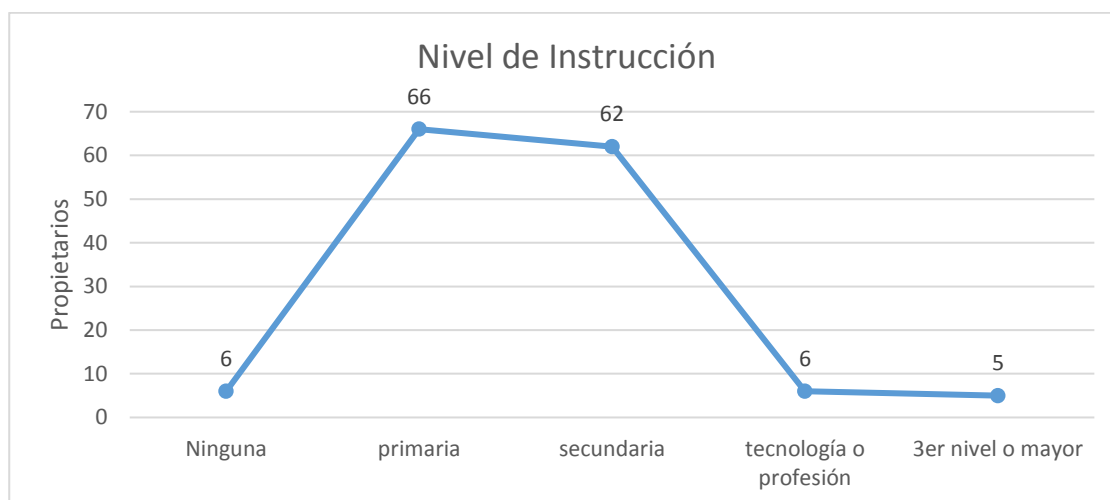


Figura 8 Nivel de instrucción de los propietarios de los talleres

Se buscó analizar como el nivel de instrucción, tiene incidencia en el financiamiento que pueden llegar a obtener los productores, de las diferentes entidades financieras que se listaron. En este sentido un 53% de productores y comercializadores cuentan con un capital propio muy posiblemente por el tiempo que llevan desempeñando la actividad que es muy alto, de tal forma que la mayoría de personas que acceden a financiamientos son las personas que han cruzado la secundaria con un 54% y un buen número de las que han cruzado la primaria con un 39% al igual que los pocos profesionales que se han identificado en la actividad de la producción y comercialización de muebles, esto apenas nos muestra que dos personas que no tienen ninguna instrucción han logrado obtener un financiamiento por parte de un banco y una cooperativa que según nos indicaron fue por las buenas referencias crediticias. Esto se observa en la Figura 9.

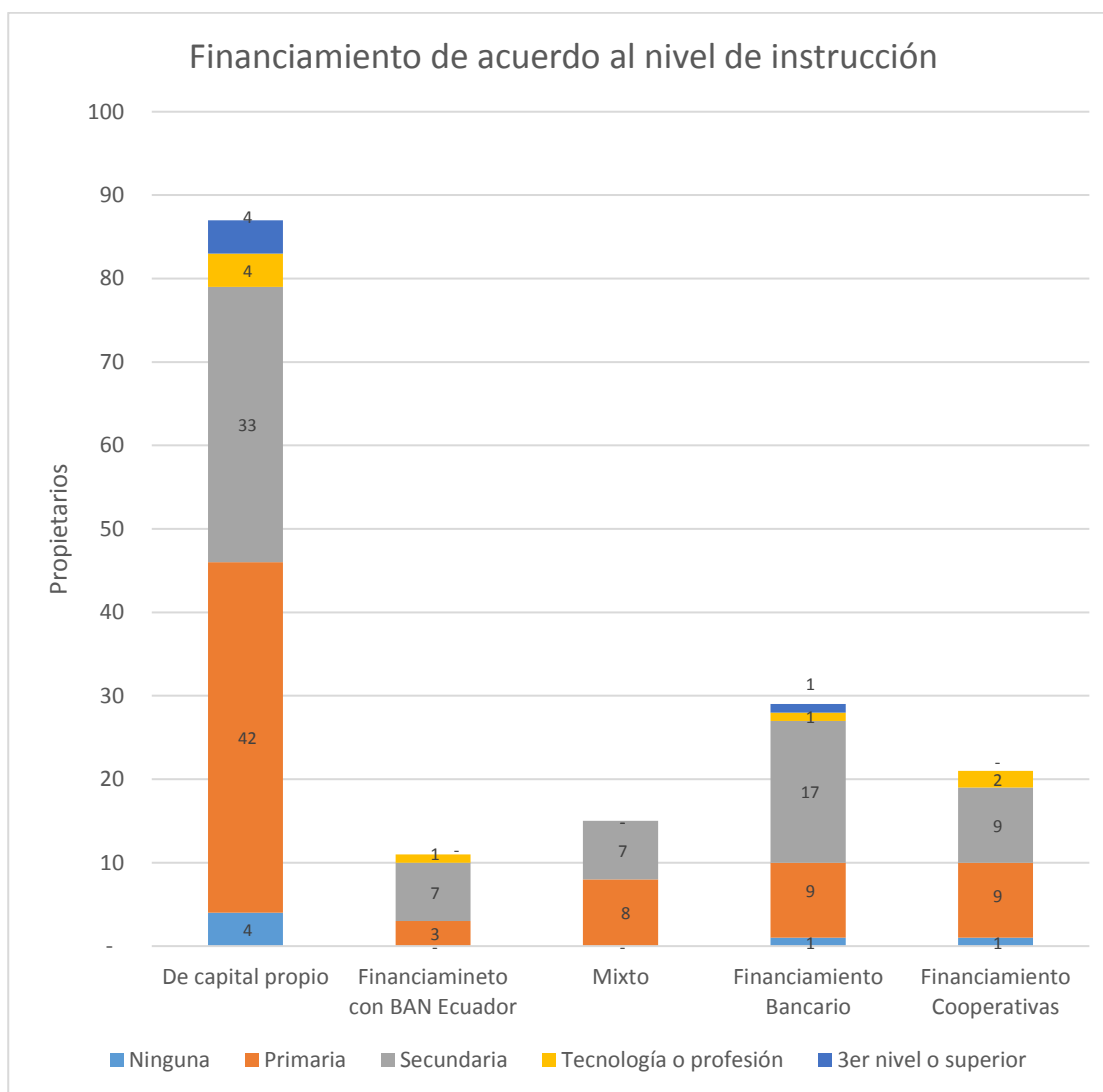


Figura 9 Financiamiento de los talleres según la instrucción de los propietarios

También se consultó sobre la constitución del negocio de acuerdo al Servicio de Rentas Internas del Ecuador, SRI, el cual norma y regula un mercado dentro del área tributaria; el hecho de que el 94% de los negocios se encuentran regularizados y cumplen con sus obligaciones tributarias, brinda confianza a los clientes que buscan realizar negocios mutuamente beneficiosos y que contribuyan en la deducción de impuestos para ambas partes; así también, los impuestos recolectados de la actividad contribuyan a más obras en la parroquia. En la Figura 10, se evidencia que la mayor parte

(56%) están bajo la clasificación de personas naturales y tan solo el 6% no se encuentran inscritas en el SRI, lo que les puede traer problemas al no declarar sus impuestos y llevar un negocio bajo la informalidad. Sin embargo, este es un porcentaje bajo, respecto al 31% que corresponde a nivel nacional, según el SRI.

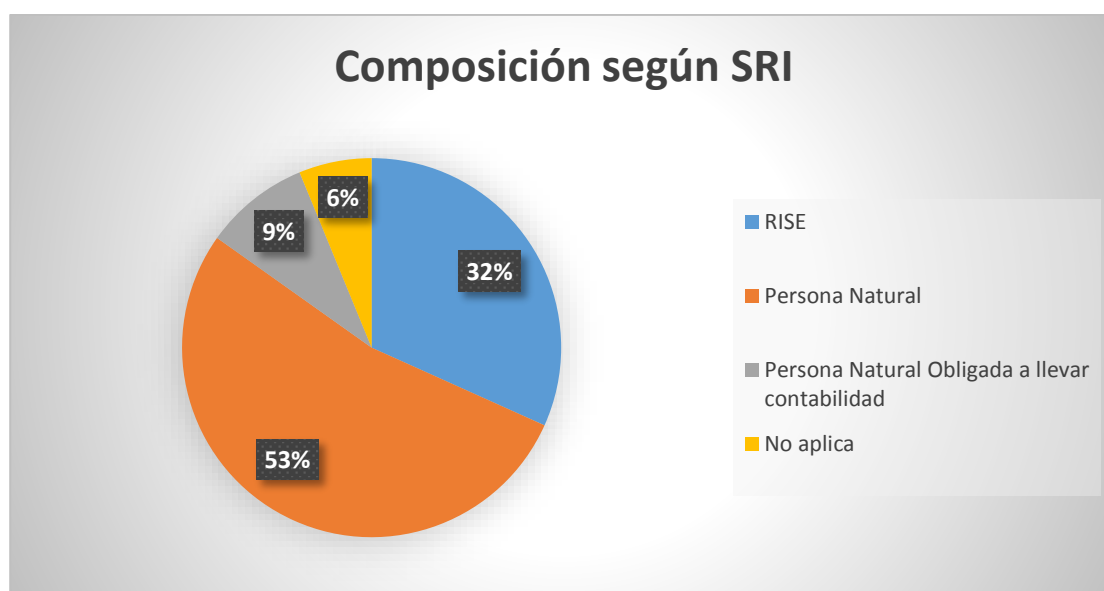


Figura 10 Composición de los talleres según en el SRI

En cuanto a la regularización de los negocios por medio del SRI les ha ayudado a conseguir financiamiento, ya que las declaraciones y balances de los negocios son muchas veces un requisito para la obtención de préstamos y financiamiento; en el Figura 11 se aprecia como las personas que estaban constituidas bajo la normativa RISE, personas naturales y personas naturales obligadas a llevar contabilidad fueron las que lograron acceder a financiamiento en un 96% ya que cuentan con sus papeles al día; tres personas que no están registradas en el SRI también obtuvieron financiamiento, sin embargo según la explicación de los encuestados los tres concordaron de que

fueron crédito de pequeñas cantidades de dinero, ofrecido por los agentes de bancos que recorren los talleres y locales ofreciendo estos tratos sin mayores requisitos.

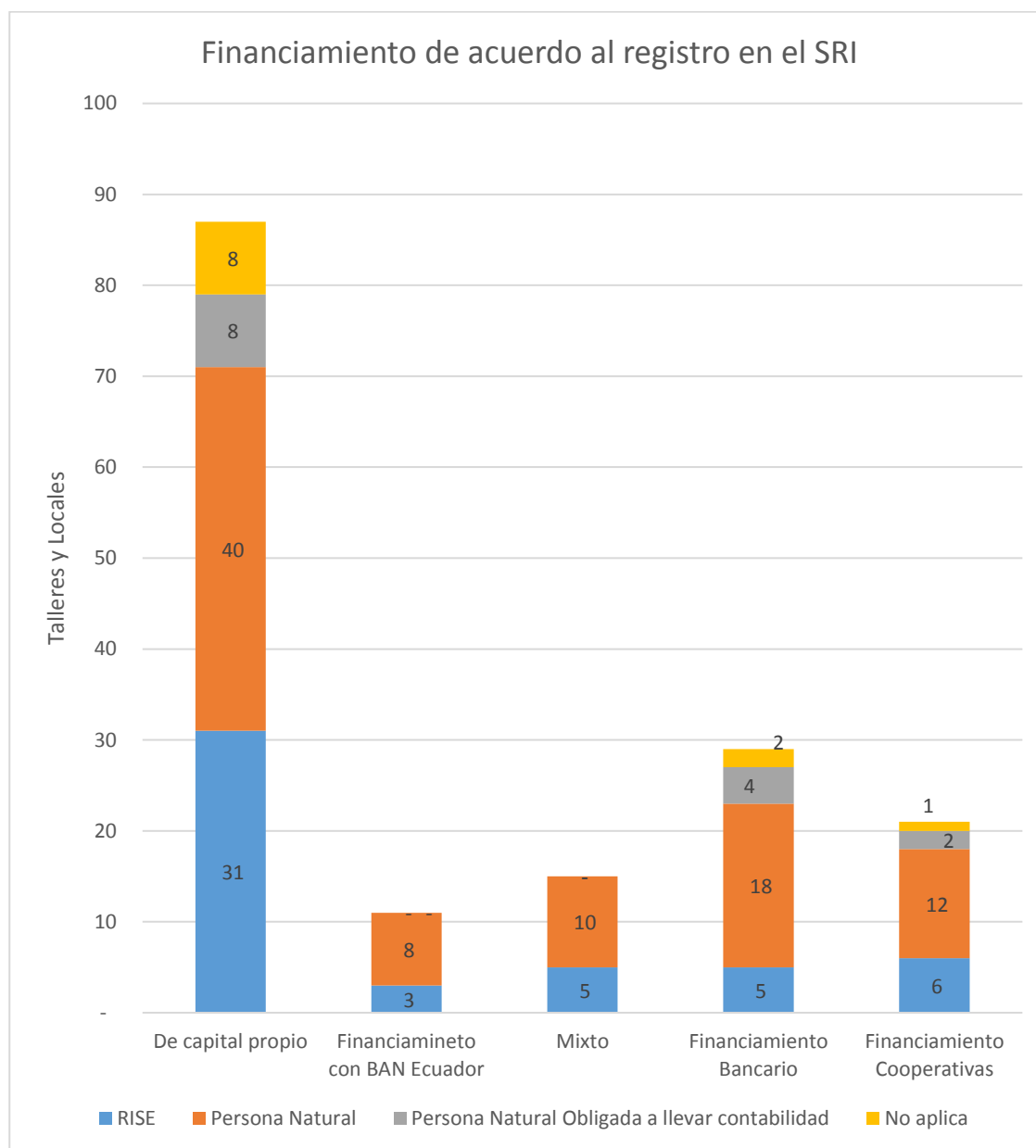


Figura 11 Financiamiento de los talleres de acuerdo al registro en el SRI

Para la comercialización de los artículos, de acuerdo a los encuestados, se tiene dos tipos de mercados a nivel nacional: el 56% destinan sus artículos tanto para la parroquia como para otra

ciudades como: Cuenca, Santo Domingo, Latacunga, Quito y Manta; el 34% que venden su producción exclusivamente afuera de la parroquia como muebles en blanco que no tienen ningún acabado; y, un 10% que se dedican a producir para el mercado interno muebles en blanco u ofreciendo algún servicio distinguido que ayuda en la cadena de la elaboración de los muebles como es el emporado o el tapizado como se detalla en la Figura 12.

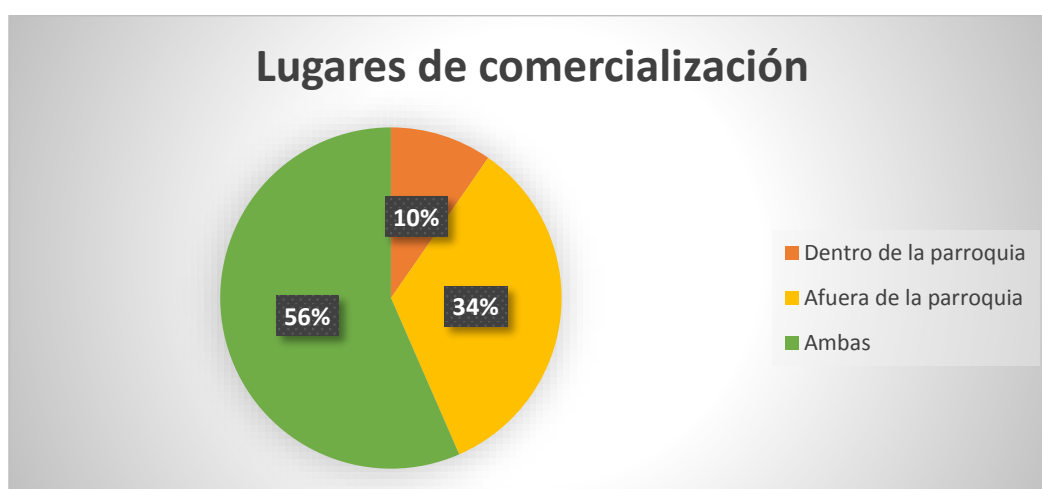


Figura 12 Porcentaje de talleres según su lugar de comercialización

De la muestra seleccionada de 145 talleres y locales, se generan 370 empleos para las diferentes tareas dentro de la elaboración de los muebles; el 88% de los trabajadores corresponden al género masculino, y se dedican mayormente a las tareas de producción. El 12%, corresponde a las mujeres, quienes en su mayoría son contratadas para la venta y su labor se destina más a los locales comerciales del centro de la parroquia, aunque se pudo observar a mujeres dentro del ciclo de producción en labores como el emporado y el acabado de los muebles.

En la Figura 13, se muestra que las empresas bajo la clasificación de “persona naturales” cuentan con el mayor número de empleados; mientras que aquellas con “las personas naturales obligadas a llevar contabilidad, tan solo cuentan con 60 personas, que equivale al 16% del total de empleados.

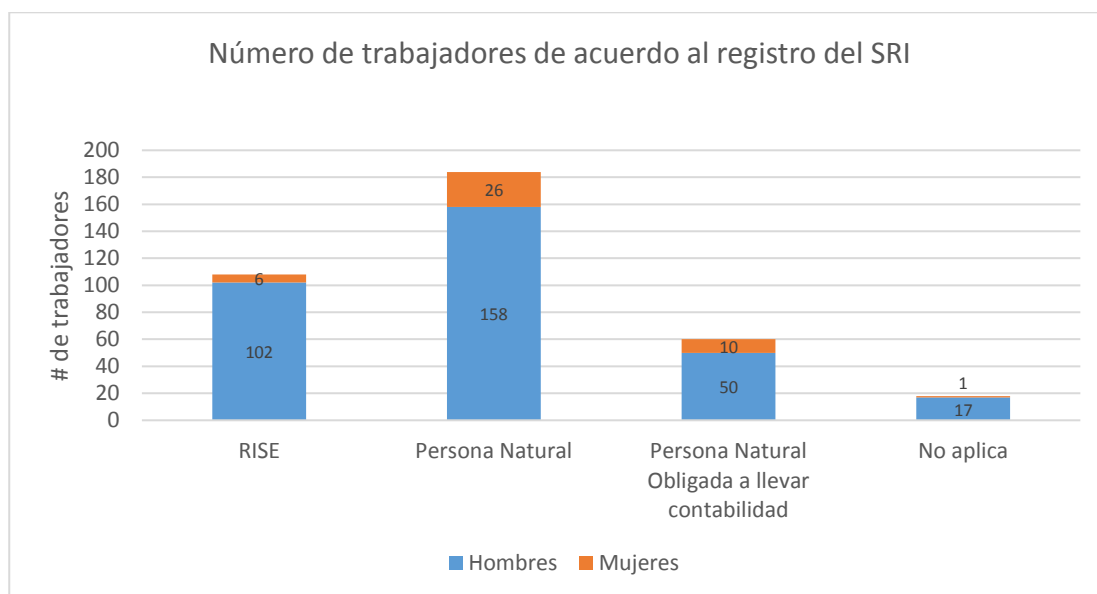


Figura 13 Número de trabajadores de acuerdo al registro del SRI

Del total de 370 trabajadores, el 2,2% corresponde a la tercera edad, personas que pasan los 65 años establecidos por el IESS; 7 hombres y apenas una mujer. Como se explicó anteriormente el aprendizaje de este oficio se lo trasmite a nivel generacional; la parroquia no cuenta con centros de capacitación para esta rama; por lo que, los maestros carpinteros con amplia experiencia son escasos al día de hoy.

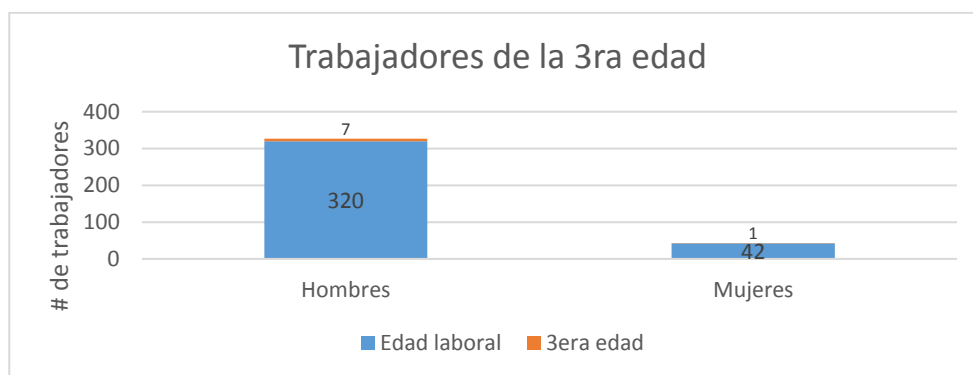


Figura 14 Trabajadores de la tercera edad según su género

En la parroquia se pudo evidenciar que menos de la mitad de trabajadores están afiliados al IESS como se detalla en la Figura 15; según los propietarios la mayoría no se opone a afiliar a sus trabajadores pero estos no lo desean ya que percibirían una cantidad menor de dinero y al ellos trabajar bajo modo de pago por obra, aseguran que no les conviene. Por otro lado, los propietarios tampoco realizan las acciones correspondientes para el cumplimiento de este requerimiento obligatorio por el código de trabajo se cumpla conforme a la normativa, lo cual podría generar problemas posteriores de multas y sanciones.

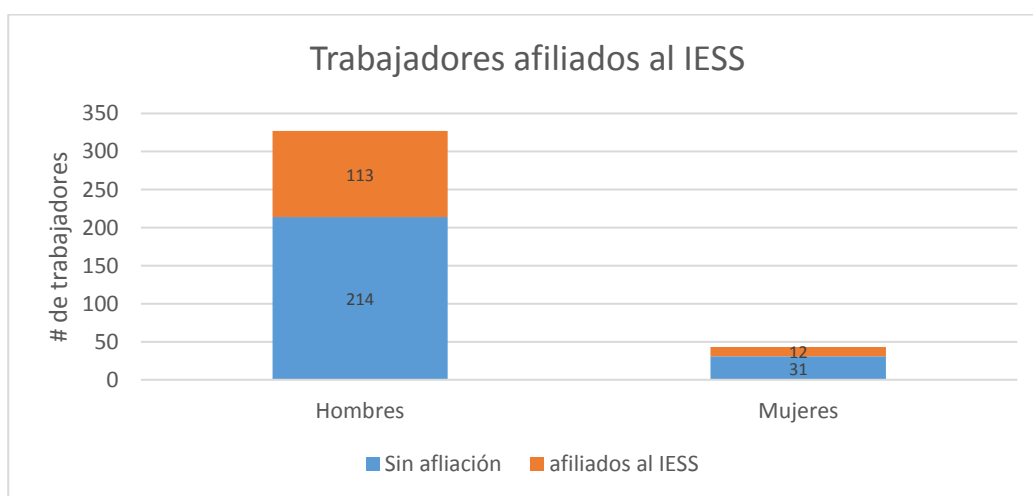


Figura 15 Trabajadores afiliados al IESS

En cuanto a la procedencia de los trabajadores del sector, el 82% son oriundos de la parroquia, un aspecto positivo ya que una parte de los recursos generados por la actividad de la producción de muebles se queda en la parroquia; con el 14% le siguen los trabajadores de otras parroquias aledañas que brindan sus servicios mayormente en el área operativa; y un 4% son provenientes de la región costa especialmente de la provincia de Manabí y Esmeraldas y de la Región oriente que vienen de la provincia de Napo.

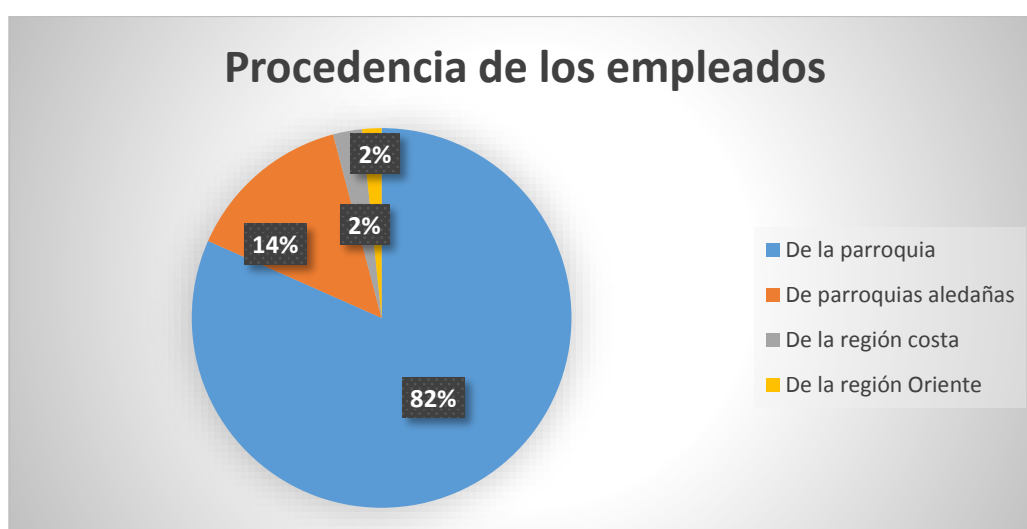


Figura 16 Procedencia de los empleados de los talleres

Otro sector que mueve la economía de la parroquia, es el agrícola; el 70% de las familias de los encuestados aparte de dedicarse a la producción de muebles la complementan realizando de manera conjunta actividades de la siembra y del campo; y de esta manera perciben un sustento adicional. Sin embargo, cada vez en un mayor porcentaje, las personas se han ido deslindando de esta actividad y centrándose solo en la producción de los muebles.

Se ha identificado, que de manera especial en los pequeños emprendimientos, los familiares tienen una participación representativa, especialmente para las personas que se dedican a una

actividad específica dentro del ciclo de producción como el tapizado o el emporado; de las personas encuestadas se pudo recopilar información en cuanto al número de familiares que trabajan en los negocios de muebles como se especifican en el Figura 17.

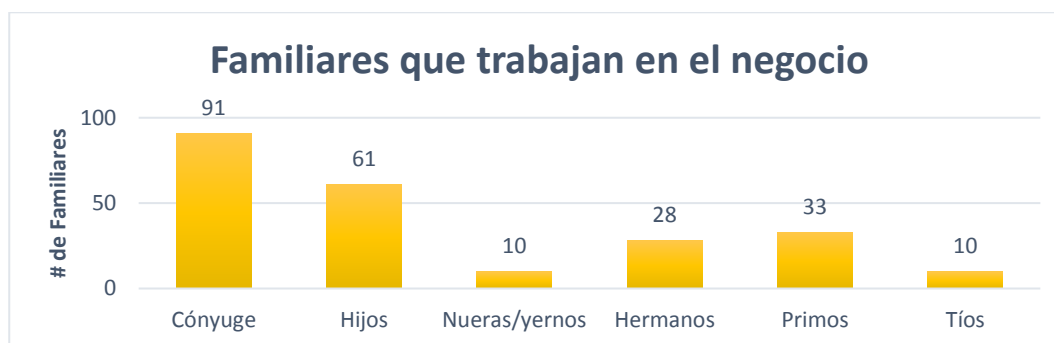


Figura 17 Número de familiares que trabajan en el negocio según su parentesco

La composición de los talleres y locales en cuanto a trabajadores es: sin grado de afinidad y consanguineidad en un 60%, y los familiares que participan en el ciclo de producción y comercialización de muebles un 40%; que, según explicación de los propietarios es porque muchas de los familiares jóvenes ya no se dedican a esta labor y salen a estudiar, lo cual obliga hasta a los pequeños productores a contratar y trabajar con una persona sin afinidad o grado de consanguineidad: este valor va acorde a los porcentajes de migración que muestran que las personas dejan de migrar en busca de trabajo a otras provincias y el porcentaje de estudiantes es el 10% de la movilización interna lo que indica que la migración está disminuyendo.

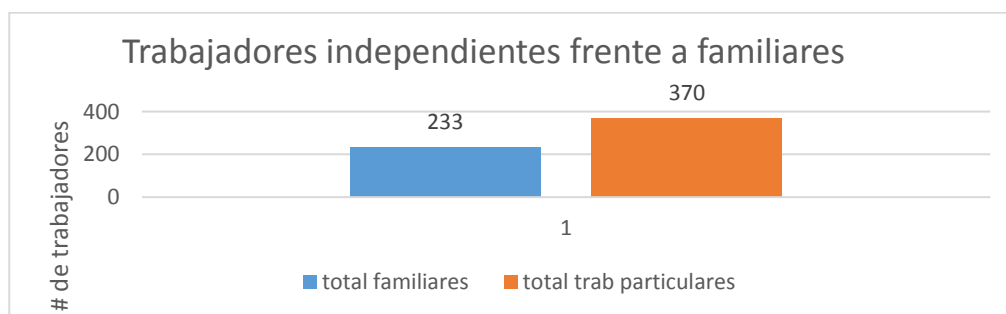


Figura 18 Número de trabajadores independientes frente a familiares

Los familiares que perciben un sueldo fijo por el trabajo que prestan en la elaboración y comercialización de muebles, corresponde al 19%; reflejando más representatividad con los cónyuges e hijos como se muestra en el Figura 19.

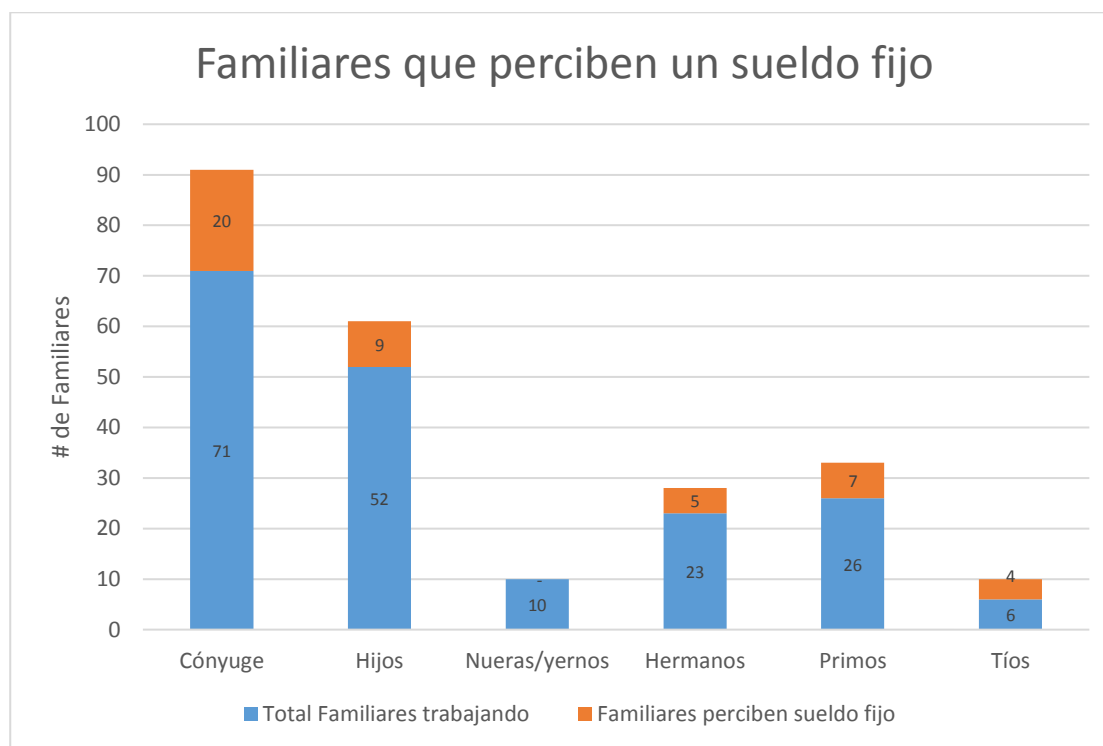


Figura 19 Número de familiares que perciben un sueldo fijo y parcial

De acuerdo al modelo de trabajo que se utiliza mayoritariamente en la parroquia, es por obra; cada trabajador percibe un monto por la cantidad de artículos que termina o también pagos ocasionales, siendo los más beneficiados los hijos que ayudan en la labor de la producción de los muebles y reciben un pequeño reconocimiento por su trabajo, que les contribuye para sus gastos de estudios al igual que a sus primos y hermanos como se detalla en la Figura 20:

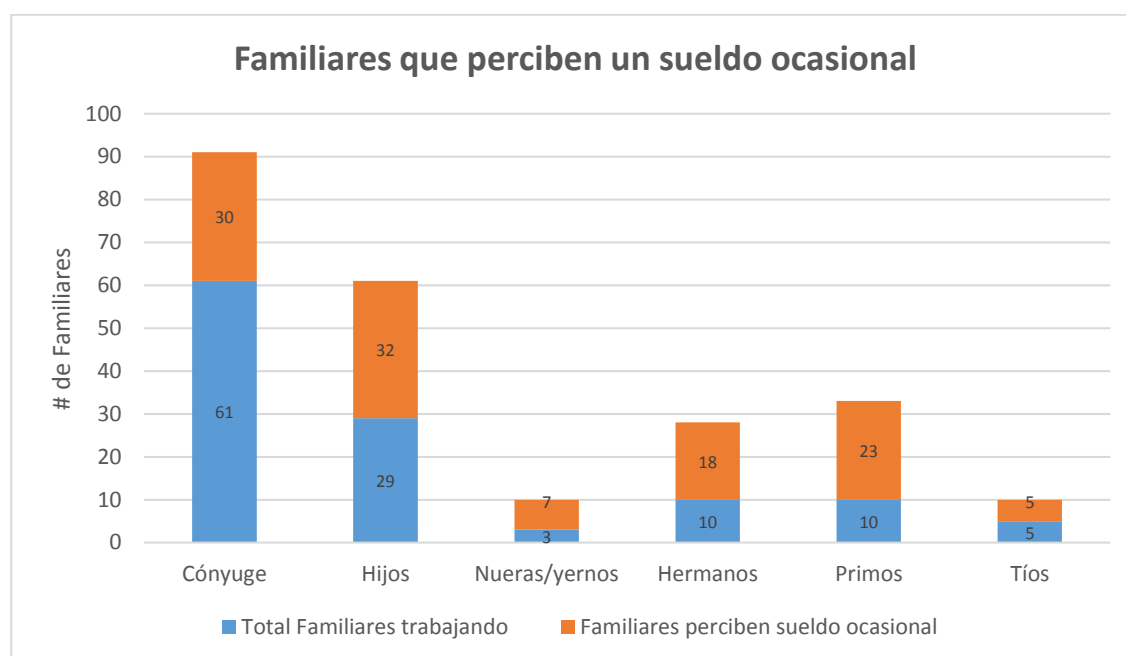


Figura 20 Familiares según su parentesco que perciben un sueldo ocasional

Mediante un cruce de la información recopilada entre las preguntas: 13, 14 y 15 de la encuesta, se deduce que existen familiares que perciben sueldo sin trabajar; aunque no es muy representativo ya que, este apenas es el 2% para el total de personas que si perciben un sueldo. Así también se dedujo que existen familiares que perciben un sueldo ocasional sin trabajar, que es 1% de los familiares que si perciben un sueldo ocasional.

Adicionalmente, los productores no tienen un gran número de familiares afiliados al IESS, debido a que dicen los productores es un gasto en el que deben incurrir y que muchas veces no están en las condiciones de pagar los valores por la afiliación, es así que no es común afiliarse a sus familiares, sin embargo los locales que tienen la posibilidad han logrado hacerlo de acuerdo a la Figura 21. Un 27% de los familiares están afiliados al IESS lo que representa un bajo interés por este método obligatorio para las personas que realizan una actividad productiva, muchos familiares dicen no tener suficiente información y por eso no les genera mayor interés.

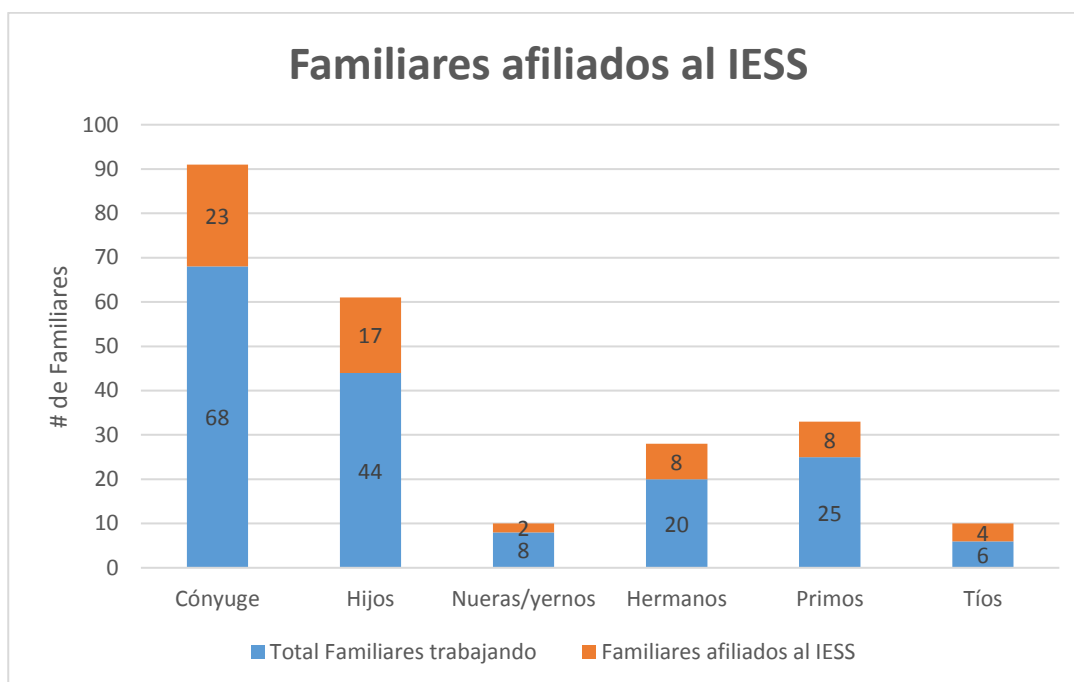


Figura 21 Número de familiares afiliados al IESS de acuerdo a su parentesco

Se encontraron familiares que están afiliados al IESS sin trabajar como se observa en la Figura 22; aunque no es muy representativo para el total de personas que si están afiliados al IESS.

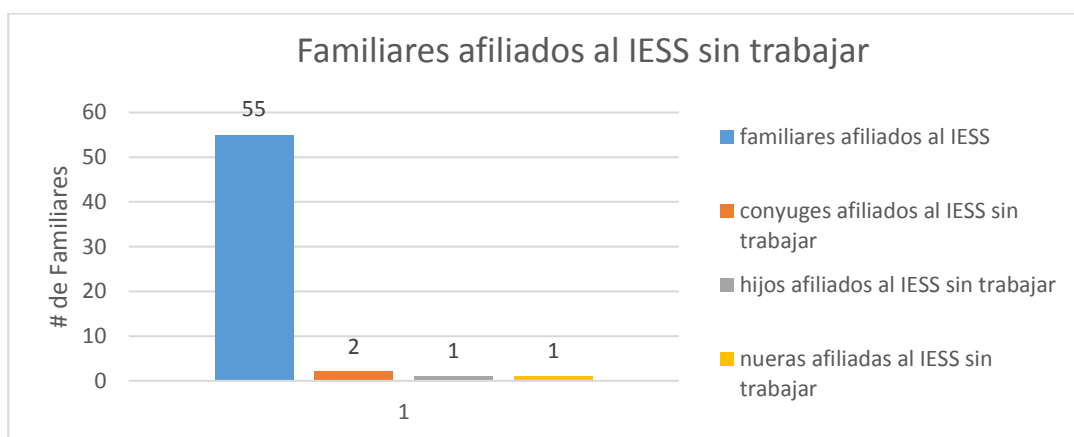


Figura 22 Familiares que se encuentran afiliados al IESS sin trabajar

Los familiares de la tercera edad presentes en la elaboración son casi nulos ya que según lo conversado con los propietarios de los locales, los familiares mayores de 65 años brindan su ayuda

con el cuidado de los hogares o la crianza de los niños pequeños de la familia por lo que su presencia en el ciclo de producción y comercialización de muebles es apenas del 1%.

Las actividades que realizan los familiares en las diferentes áreas de los negocios se reparten de acuerdo al Figura 23. Esto nos indica que en donde los familiares no realizan una actividad, siempre ésta es realizada por el propietario o contrata los servicios de un profesional; para el área contable lo más común es contratar a un contador o persona quien sepa hacer declaraciones del SRI.

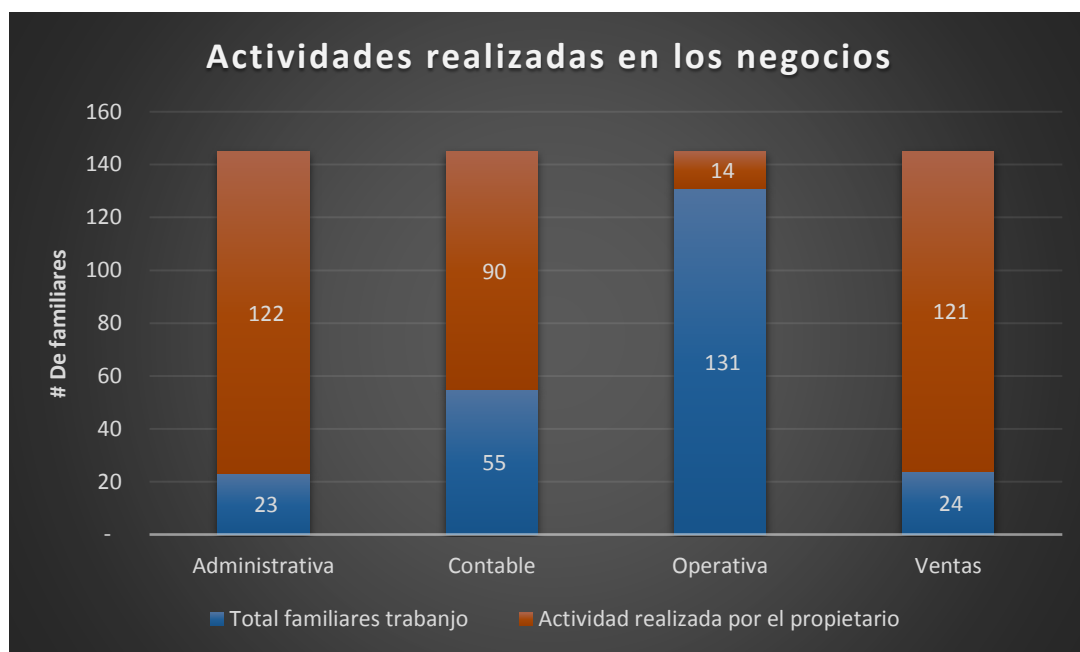


Figura 23 Número de familiares de acuerdo al área del negocio en la que trabajan

De acuerdo a la información que se ha podido recopilar se obtuvieron los siguientes datos de los ingresos que perciben los artesanos por la elaboración y comercialización de los muebles en la parroquia como se detallan en la Figura 24. El nivel de ingresos en que más artesanos se ubican va de entre 1 SBU a \$700 es aquí donde pudimos observar que son los talleres familiares o pequeños emprendimientos que se dedican a una actividad dentro del ciclo de producción de los muebles, el

monto va subiendo de acuerdo al tamaño de los talleres y de sus ventas que muestra un gran número en el rango de \$701 a \$1500; de ahí en adelante se pudo apreciar que los negocios que perciben una mayor cantidad de ingresos son los locales comerciales que abarcan los rangos con montos superiores que van desde \$1501 a mayores de \$2001 dólares mensuales ya que existe una mayor utilidad de la ventas de los muebles terminados.

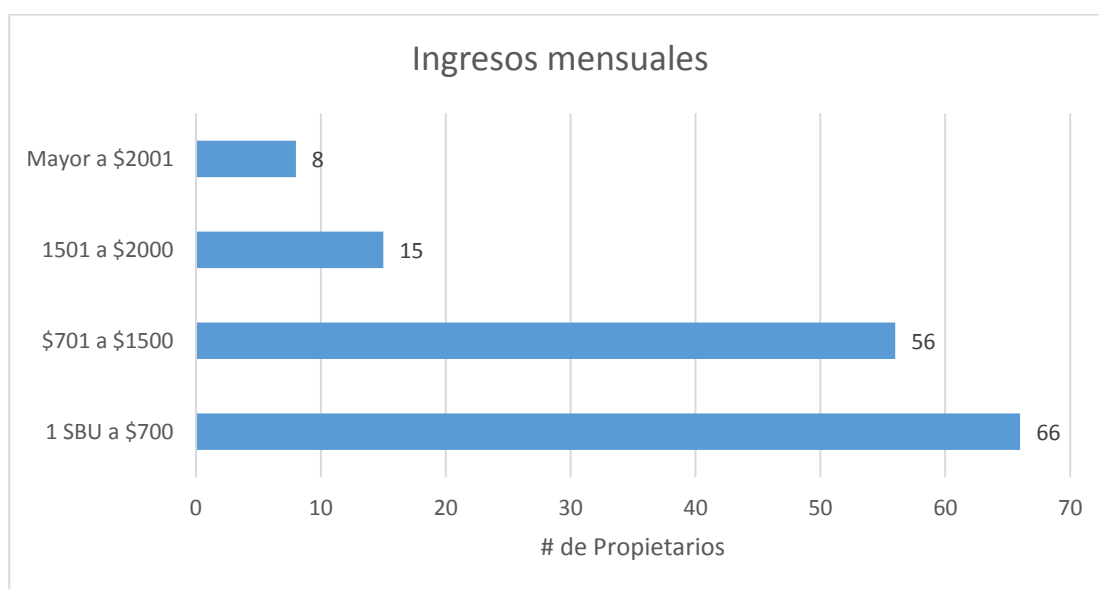


Figura 24 Ingresos mensuales que perciben los artesanos

Con la información recopilada analizamos si los niveles de instrucción tienen alguna repercusión en la cantidad de los ingresos que se perciben de acuerdo a la Figura 25: En este aspecto se observa que los productores que tienen una instrucción secundaria y tecnología o 3er nivel o superior cuentan con un nivel de ingresos mayor a \$1500 por lo que se puede decir que la educación si repercute significativamente en el nivel de ingresos de los productores y comercializadores pero estas personas apenas representan un 7% del total de propietarios.

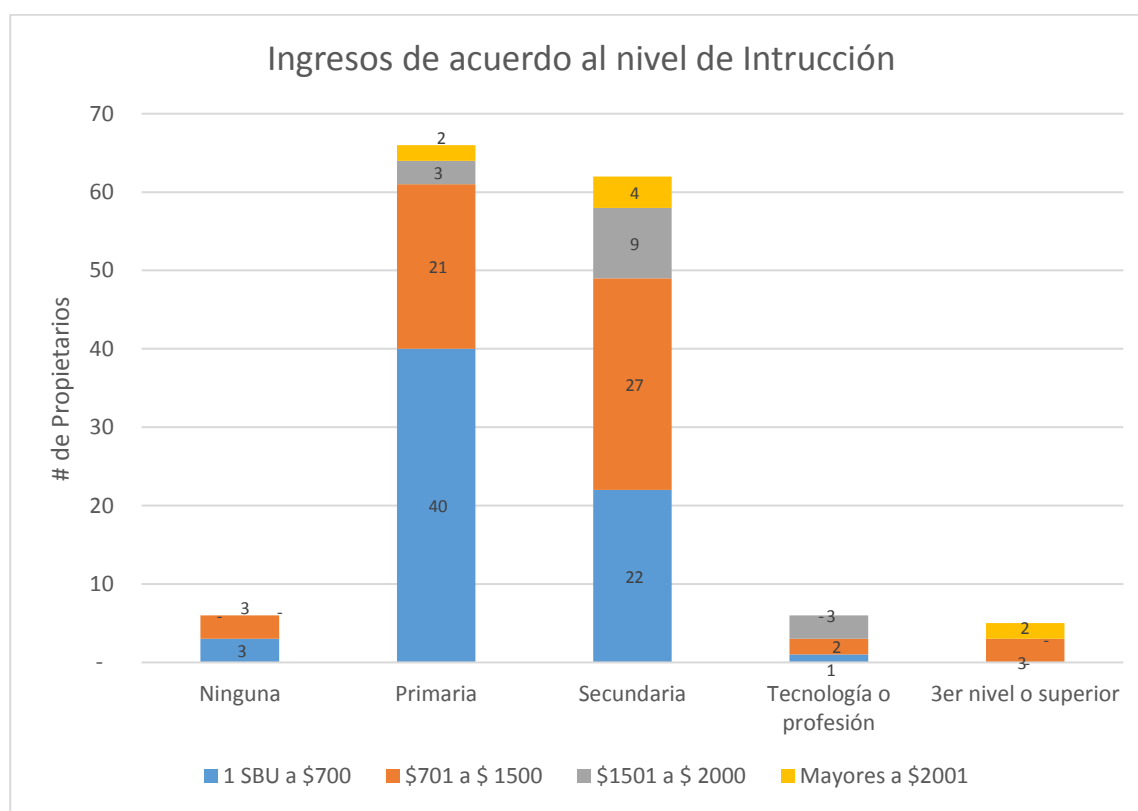


Figura 25 Ingresos percibidos por los artesanos de acuerdo a su nivel de instrucción

De los encuestados, un 32% de las personas que han estado en una asociación anteriormente o lo sigue estando, de los cuales el 90% lo han estado con el CENARHU. Entre las principales razones se destacan: requisito para calificarse como artesano, fue una oportunidad para empezar con el emprendimiento de su negocio en el sector de los muebles ya que al asociarse conseguían mejores oportunidades y les brindaban publicidad y capacitaciones que son importantes para los productores. Del 68% que no han estado en una asociación anteriormente, manifestaron que no tienen los conocimientos necesarios sobre el tema, que existen demasiados requisitos y no tienen una adecuada socialización de cómo realizarlos y también hay demasiadas exigencias económicas; esto ha llevado a que muchos productores no tengan una buena apreciación del CENARHU principalmente como referente de la asociatividad en la parroquia ya que se alega que no existe una

adecuada organización en este Centro como en otros, así se ha llegado a denotar que muchos productores quieren ser independientes ya que es mejor no tener problemas con los demás o ya nos les interesa la asociación después de haber asentado las bases de sus negocios.

Sin embargo, los propietarios tienen deseos de recibir beneficios al ser asociados y el más solicitado son las capacitaciones pero también existe un gran interés en recibir créditos salud y publicidad, a los grandes locales le interesaría tener convenios institucionales y lo menos solicitado son los agasajos que no les atrae mayormente a los productores.

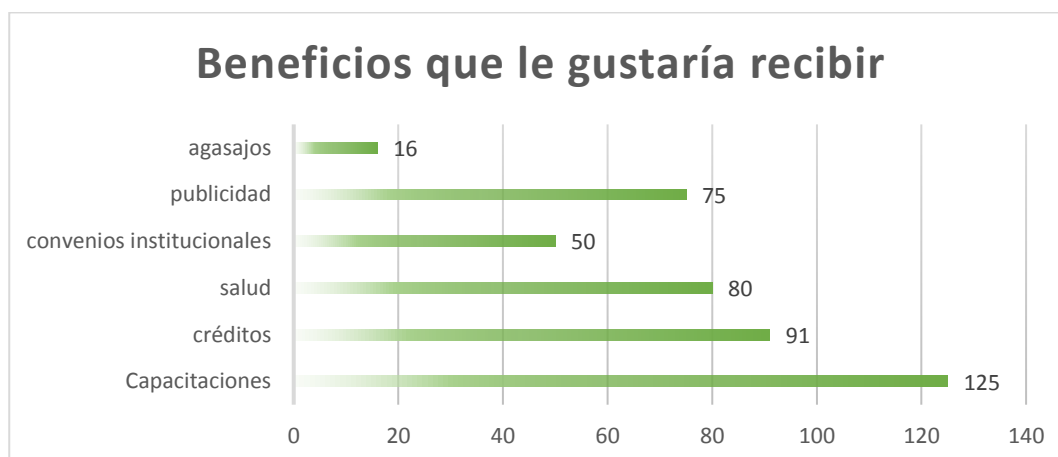


Figura 26 Beneficios que les gustaría recibir a los artesanos

Para conocer la popularidad del CENARHU en la parroquia, se consultó a los propietarios si tienen información o han oído hablar de la labor del centro; el 100% de los encuestados brindó una respuesta afirmativa.

Sobre la base de las respuestas de la pregunta previa, para la segunda parte de la encuesta se preguntó acerca de la apreciación que tienen los productores y comercializadores de muebles sobre el CENARHU y su gestión, con una escala del 1 al 6; siendo 1 la más baja y 6 el puntaje más alto.

En primer lugar, se realizó el análisis de fiabilidad de la encuesta mediante el alfa de cronbach, el cual arrojó el 84.8%, por lo que la encuesta es fiable. En la Tabla 2, se evidencia que únicamente la pregunta # 31 está por debajo del límite, sin embargo, no amerita retirarla ya que el porcentaje no se incrementa significativamente.

Tabla 2

Análisis de Cronbach sobre preguntas de apreciación CENARHU.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
El CENARHU ha contribuido en el crecimiento de la producción de muebles	64,46	148,014	,554	,837
En términos generales la gestión del CENARHU en la parroquia ha sido	64,52	147,946	,528	,838
La feria del mueble del CENARHU ha beneficiado a los comerciantes de muebles de la parroquia	64,70	143,560	,555	,835
Las capacitaciones del CENARHU han traído mejoras en la parroquia	65,27	142,323	,549	,835
Una asociación tiene mayor beneficio frente a un solo comerciante	64,84	145,482	,417	,843
El CENARHU ha promovido la llegada de tecnología a la parroquia	66,06	140,747	,513	,837
El CENARHU atrae a turistas a la parroquia	64,26	148,223	,521	,838
En términos generales la calidad de los muebles que comercializa el CENARHU	64,23	149,927	,527	,839
El CENARHU debería difundir más detalles sobre su gestión a la comunidad	64,78	151,659	,278	,850
La gestión del CENARHU ha traído la intervención del gobierno en la parroquia.	65,99	143,028	,489	,839
La gestión del CENARHU ha impedido la migración de los pobladores de Huambaló	65,35	144,327	,453	,841
El CENARHU ha fomentado el cuidado al medio ambiente.	66,57	140,386	,513	,837
El CENARHU ha promovido el cuidado de maderas en peligro de perderse	66,85	144,407	,414	,843

CONTINÚA



En términos generales las ganancias de la venta de muebles se queda en la misma parroquia	64,24	152,393	,389	,844
El CENARHU ha ayudado a eliminar del ciclo de ventas a los intermediarios	65,77	145,566	,400	,844
Qué tan beneficioso sería para su negocio afiliarse al CENARHU	64,98	138,048	,539	,836

Adicionalmente se ha realizado un análisis para obtener la media, mediana y moda de los datos recolectados, para identificar cuál es la apreciación por cada una de las preguntas planteadas:

Tabla 3
Datos estadísticos de preguntas de apreciación CENARHU.

Preguntas	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38
Media	5.06	5	4.83	4.26	4.68	3.47	5.26	5.3	4.74	3.54	4.17	2.96	2.68	5.28	3.75	4.54
Mediana	5	5	5	4	5	3	6	6	5	4	5	3	2	6	4	5
Moda	6	6	6	4	6	3	6	6	6	4	5	1	1	6	5	6

Se ha identificado las variables y/o ideas clave de las preguntas para definir como se relaciona en entre sí y valorar de manera general la percepción que tienen los productores y comercializadores e3l CENARHU.

Las preguntas con una media mayor a 5, corresponden a: 23,24, 29, 30 y 36; éstas tratan acerca del: crecimiento de la producción, la gestión del CENARHU, atraer a turistas, la calidad de los muebles y de que las ganancias de la venta de muebles se queda en la misma parroquia, respectivamente. La moda para todas estas preguntas es de 6.

Como se puede ver según la apreciación de los artesanos la gestión del CENARHU ha contribuido en el crecimiento de la producción y la calidad de los muebles, lo que ayuda a que

lleguen más turistas interesados en los muebles y dinamiza las ventas de los mismos y las ganancias que estos generan se mantengan en la parroquia para seguir con el ciclo de producción y comercialización provocando que este proceso mejore la calidad de vida de los pobladores.

Siguiendo con el aspecto positivo podemos ver que las preguntas 25, 26, 27, 31,33 y 38 se encuentran con una media entre 4 y 5, un rango bueno. En ellas se tratan las siguientes ideas y variables: la feria del mueble, las capacitaciones del centro, la percepción de la asociatividad frente al negocio individual, que el centro debe difundir más detalles sobre su gestión, el impedimento de la migración y lo beneficioso que sería afiliarse al CENARHU, respectivamente.

En este aspecto las variables que tienen una buena apreciación son los servicios que brinda el CENARHU directamente como lo son sus ferias y capacitaciones que han traído mejoras en la parroquia de esta manera se ha impedido la migración laboral y en general los artesanos tiene la percepción de que siempre el asociativismo es mejor que tener el negocio individual por lo que a la mayoría de artesanos le interesaría formar parte del CENARHU por ser beneficioso para su negocio, sin embargo, la gran parte de artesanos coincidieron en que el centro no socializa su gestión y por ende los pobladores no generan una buena idea del centro debido a la falta de información.

Al contrario se pudo evidenciar aspectos en los que la apreciación de los artesanos está en un rango regular estas son las preguntas: 28, 32 y 37 que son: promover la tecnología, la intervención del gobierno y la eliminación de los intermediarios en el ciclo de ventas de los muebles, respectivamente.

La gestión del centro con respecto a la llegada de tecnología, según versiones de los artesanos es dividida, ya que la moda nos muestra un 3 de la escala establecida; esto nos indica que los encuestados aún afiliados, tienen mayor facilidad de adquirir tecnología gracias a la ayuda del centro a diferencia de los artesanos independientes a los que se les dificulta esta acción, caso parecido sucede con la intervención del gobierno ya que mucho pobladores aseguran que el centro tuvo más impacto en años anteriores y esto llevo a que existan obras en la parroquia gracias a la gestión que realizó el CENARHU pero que al día de hoy se ven disminuidas estas obras.

Así también, según la apreciación de los artesanos el centro no está teniendo el impacto esperado en la eliminación de los intermediarios del ciclo de venta, pese a ello la moda nos indica un número 5 lo que significa que gran parte se ha visto beneficiado con la eliminación de los intermediarios.

Para finalizar las preguntas 34 y 35 son las que menor apreciación han recibido y se ubican en un rango de bajo, estas están relacionadas directamente con el cuidado del medio ambiente y el cuidado de las maneras en peligro de perderse respectivamente.

Esto nos indica que la gestión del CENARHU no está realizando un énfasis en el cuidado del medio ambiente, tema que está registrado en sus estatutos pero según los artesanos es muy difícil llegar a cumplir esto, lo que se denota ya que la moda de estas preguntas es uno; la petición de muebles con ciertas maderas, el tiempo en que son requeridos obliga a los artesanos a no dar mayor importancia a los temas del medio ambiente que puede promulgar en centro.

Contribución del CENARHU considerando el objetivo 4 del Plan Toda Una Vida

Con la información obtenida se pretende evaluar la contribución que ha tenido el CENARHU con respecto a lo que nos indica:

El objetivo 4 “Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario, y afianzar la dolarización” del Plan Nacional Toda una Vida. (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017)

Que de acuerdo a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2017) nos dice textualmente. *“Es importante mantener un sistema económico financiero en el que todas las personas puedan acceder a recursos locales para convertirse en actores esenciales en la generación de la riqueza nacional.”* (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017)

El fortalecimiento de la dolarización es un medio que permite la estabilidad relativa de las variables macroeconómicas nacionales y el crecimiento económico, basándose en el análisis de los efectos económicos producidos sobre las condiciones internas del país, relacionadas con la generación de empleo, renta nacional y exportaciones. (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017)

“En este marco, el modelo económico social y solidario surge como principio alternativo y virtuoso frente a la crisis del capitalismo mundial, debido a sus patrones de consumo insostenibles en el tiempo.” (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017)

En los últimos años, las falencias en el capitalismo se han manifestado de varias maneras a nivel mundial. La acumulación desmesurada de capital en muy pocas manos ha profundizado la desigualdad social y económica de la población, lo que ha provocado precariedad laboral y atentado contra la sostenibilidad de la naturaleza y sus ciclos vitales. Los más afectados son las personas en situación de vulnerabilidad, para quienes se perpetúa, de manera intergeneracional, la pobreza”. (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017)

En base a lo expuesto en este objetivo se listan políticas y metas al 2021 con las que podemos observar que el CENARHU está contribuyendo en la consecución de ciertas de ellas, es importante aclarar que no se manejan indicadores a nivel nacional para medir el alcance de los objetivos relacionados a la economía popular y solidaria, por lo que se utilizó la opinión de los artesanos para observar su contribución con respecto al Plan Nacional y además de la sostenibilidad de proyectos sociales, para lo cual analizamos que preguntas ayudan a conseguir estas políticas y metas del objetivo 4 en el siguiente gráfico:

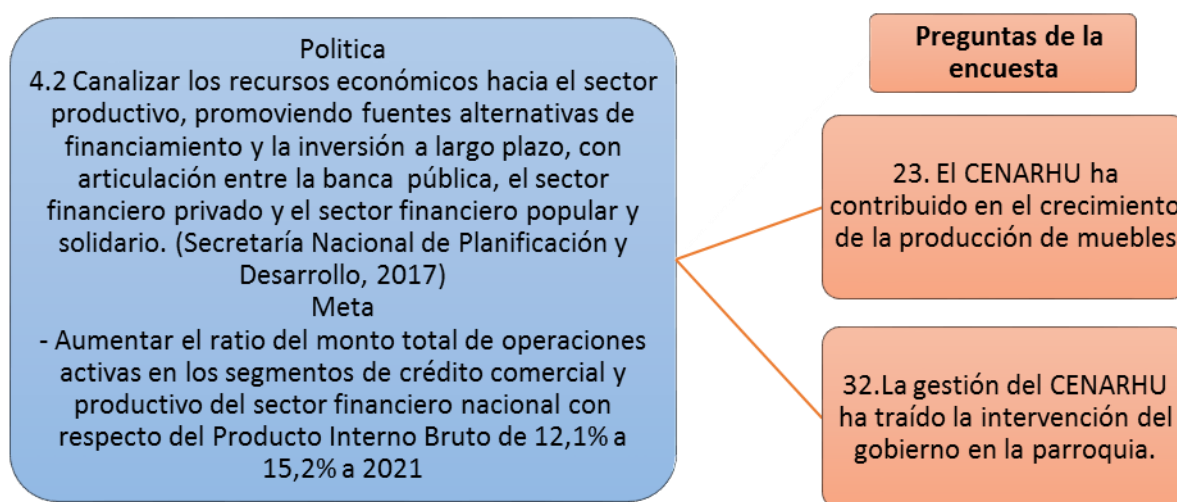


Figura 27 Preguntas que cumplen política 4.2 del Plan Toda una Vida
Fuente: (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017), Encuesta
Adaptado por: Cristian Freire

Existe una apreciación muy buena sobre la gestión realizada por el CENARHU, demostrando un crecimiento de la producción de muebles de acuerdo al análisis obtenido de las encuestas, nos permite decir que esto conllevó a que el gobierno brinde mayores obras, lo que ha permitido que el financiamiento se afiance en la parroquia; con respecto a esta política, podemos apreciar que el

uso de fuentes alternativas como lo es la banca pública, privada y el sector financiero popular y solidario en el Ecuador ha tenido variaciones debido a diferentes acontecimientos. Por ejemplo, BAN Ecuador se está regularizando después de una reforma que muestra que sus niveles se han incrementado y que desde mayo del 2017 ha entregado 138 millones en créditos lo que significa un 17% de los créditos entregados desde su nueva formación, así también busca fomentar emprendimientos con hasta 15 mil dólares y plazos flexibles en este aspecto. El 15% de los productores y comercializadores de la parroquia han tenido financiamiento con el BAN lo que está acorde al porcentaje de crecimiento y ayuda a la consecución de este objetivo.

Adicional, el financiamiento con los medios privados se ha incrementado según la Asociación de bancos privados del Ecuador (Asobanca), la cartera de crédito de la banca privada creció un 15% hasta mayo del 2018 y el porcentaje de productores y comercializadores asciende a un 38% lo que refuerza el alcance de esta política y actualmente la participación del sector económico y solidario alcanza un 18.5% de participación en el financiamiento privado del mercado y se contrasta con el 28% de financiamiento cooperativista en la parroquia.

Siguiendo con la parte financiera, el CENARHU ha capacitado a sus miembros y otros artesanos en general para fomentar el desarrollo del mercado, es así como se observa que preguntas ayudan a la consecución de esta política en la Figura 28:

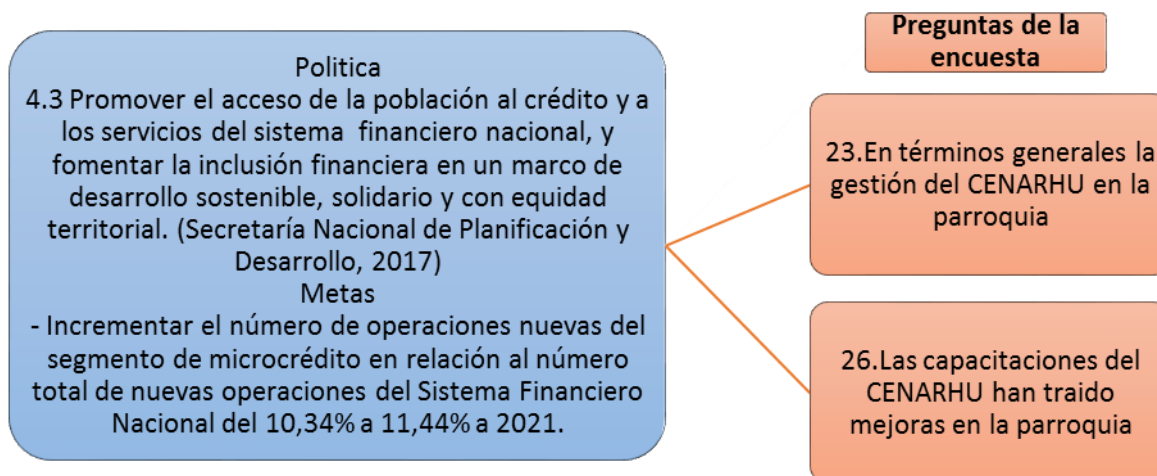


Figura 28 Preguntas que cumplen política 4.3 del Plan Toda una Vida
Fuente: (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017), Encuesta
Adaptado por: Cristian Freire

Esto se debe a que la gestión del CENARHU tiene una alta consideración por los artesanos en general y uno de sus grandes aportes fue brindar pequeñas capacitaciones sobre financiamiento a sus miembros, que pudo ser transmitida a otros artesanos y sus pobladores para su aplicación, como fue el caso con el BAN y entidades privadas; esto para consolidar el mercado de muebles en la parroquia; la práctica de capacitaciones ha bajado en intensidad por parte del CENARHU y ahora cuando se realizan se encuentran destinadas únicamente a los miembros, sin embargo, esta información fue aprovechada por algunos artesanos que han logrado acceder al financiamiento.

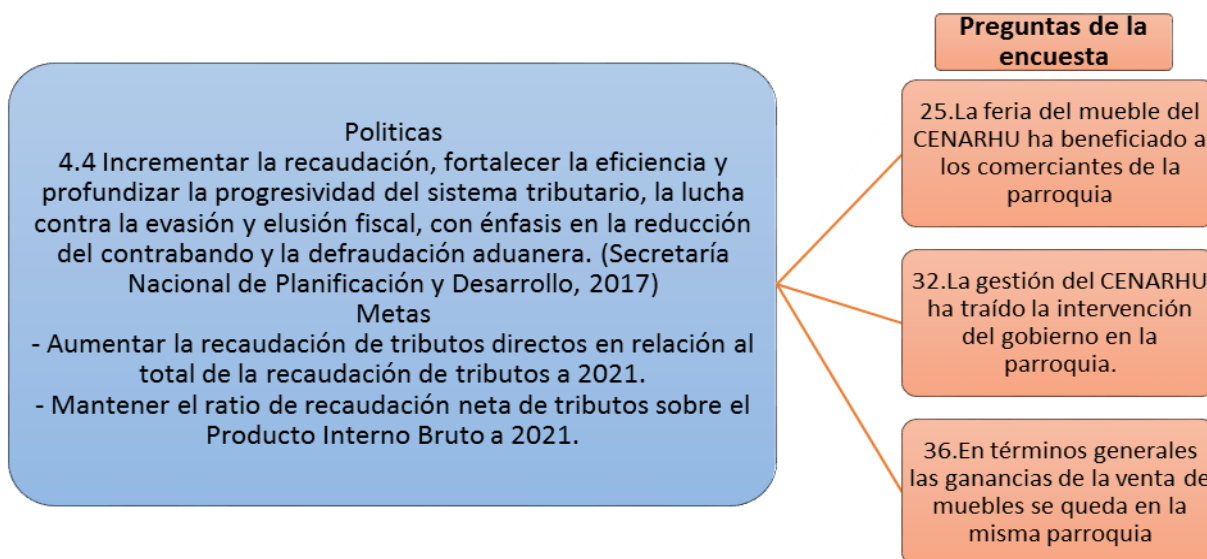


Figura 29 Preguntas que cumplen política 4.4 del Plan Toda una Vida
Fuente: (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017), Encuesta
Adaptado por: Cristian Freire

La apreciación de estas preguntas demuestran que el CENARHU ha contribuido en el crecimiento del mercado de muebles de la parroquia, ya que sus ferias en un principio fueron el escalafón para afianzar su producción, gracias a las capacitaciones que recibieron los artesanos por parte del centro y que ellos se regularizaron mediante el SRI, obligó a que los productores y comercializadores de muebles cultiven esta cultura tributaria, lo que demostró que el 95% de artesanos en la parroquia tengan un estatus tributario, conllevando la participación del gobierno con obras, así también las transacciones que se realizan tanto internamente o con clientes externos deben estar respaldadas con un documento tributario y demuestra que el CENARHU ha contribuido en el crecimiento de la recaudación de impuestos de la parroquia, lo que beneficia al estado, en un momento en que las recaudaciones al 2018 están un 2.8% menores con el 2017; esto ha mejorado la economía de la parroquia ya que las ganancias se quedan en la misma.

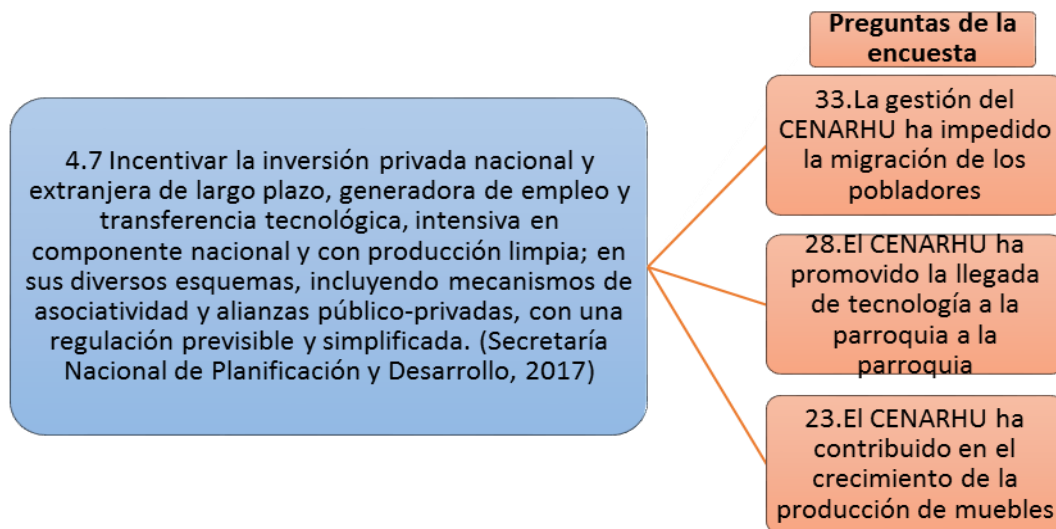


Figura 30 Preguntas que cumplen política 4.7 del Plan Toda una Vida
 Fuente: (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017), Encuesta
 Adaptado por: Cristian Freire

La gestión del CENARHU contribuye a que la migración por empleo disminuya en razón de que el mercado ha crecido y genera nuevas plazas de trabajo; de los artesanos encuestados se observó 370 empleos directos lo que contribuye a disminuir la tasa de desempleo que en el sector rural según cifras del INEC es del 1.9% a marzo del 2018; con respecto a la tecnología se puede ver un panorama que no refleja una gran apreciación por parte de los artesanos ya que dicen que solo los miembros del centro pueden acceder a este tipo de nuevas maquinarias, sin embargo, en el rango establecido en la encuesta se encuentra en buena, lo que significa que también genera un aporte para la consecución de este objetivo y de igual manera la gestión del CENARHU con respecto al asociativismo tuvo un gran impacto para que los primeros miembros puedan alcanzar un incremento en sus capitales y se independicen, al menos un 15% de los encuestado dijeron haber sido ex miembros del centro y ser beneficiados por el modelo de asociatividad que aplicaba el CENARHU.

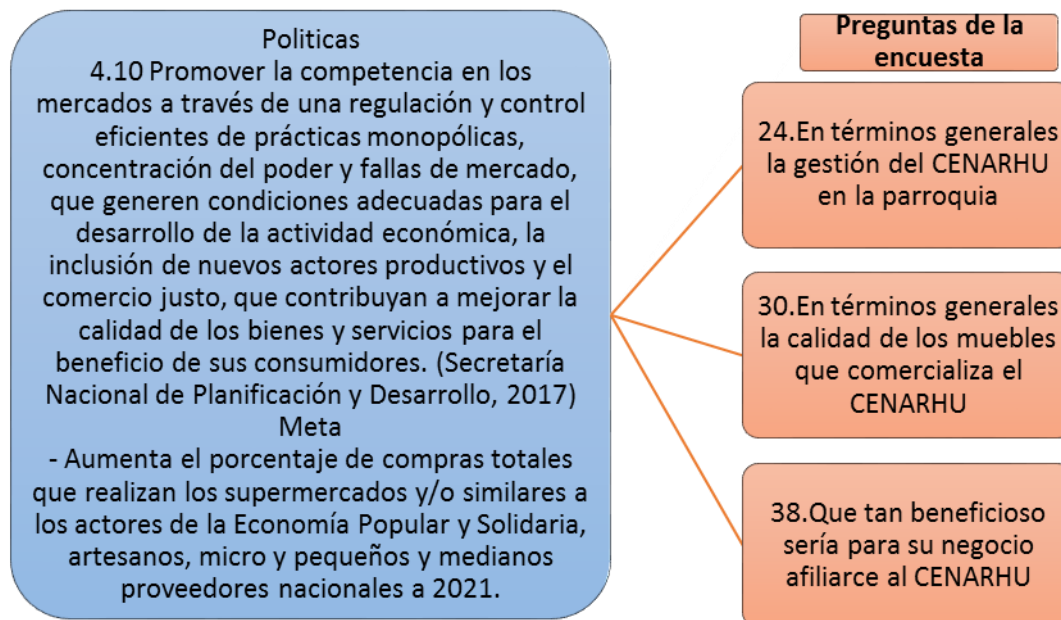


Figura 31 Preguntas que cumplen política 4.10 del Plan Toda una Vida
 Fuente: (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017), Encuesta
 Adaptado por: Cristian Freire

Para la consecución de este objetivo y meta, se observa que la gestión del CENRARHU es importante ya que promueve la competencia en el mercado al impedir que se genere un monopolio y todos los artesanos puedan comerciar sus productos y se desarrolle una adecuada actividad económica, esto contribuye a que los productores pongan más énfasis y que los artículos sean de excelente calidad como lo expresan los diferentes artesanos de la parroquia ya que su puntuación en el rango establecido fue excelente, esto genera que los encuestados consideren que estar afiliado al centro sería beneficioso para los negocios y contribuye en la inclusión de nuevos actores productivos.

4. Capítulo IV: Modelo de simulación

Para realizar la simulación a través de un modelo financiero se empezará analizando los Estados financieros del CENARHU de los 2016 y 2017; realizando un análisis vertical y horizontal para conocer la situación financiera, como a su método de administración y el cálculo de indicadores de liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad.

De la revisión de los mismos se pudo observar que los Estados Financieros no se presentan bajo las normas NIIF, lo cual es un incumplimiento a la normativa tributaria y que afecta directamente a la toma de decisiones.

En la figura 32 se refleja que el activo total, ha disminuido un 14% con respecto al 2016 y esta tendencia se repite desde el 2014 que presenta una baja del 19% al 2017.

El pasivo también ha disminuido un 53% con relación al 2016 y también se observa una reducción con respecto al 2014 que es del 21%; esto se puede deber a la gran baja de proveedores por pagar, en un 70% al 2017, lo que significa que el centro está disminuyendo sus compras a crédito.

El patrimonio tiene un pequeño crecimiento del 5% en comparación con el 2016 sin embargo, también determinamos que este ha bajado un 19% con relación al 2014.

Aquí se puede identificar que las cuentas por cobrar han disminuido al igual que las cuentas por pagar, lo que no es un comportamiento normal y señala que el centro puede tener un problema y está reduciendo el volumen de sus transacciones.

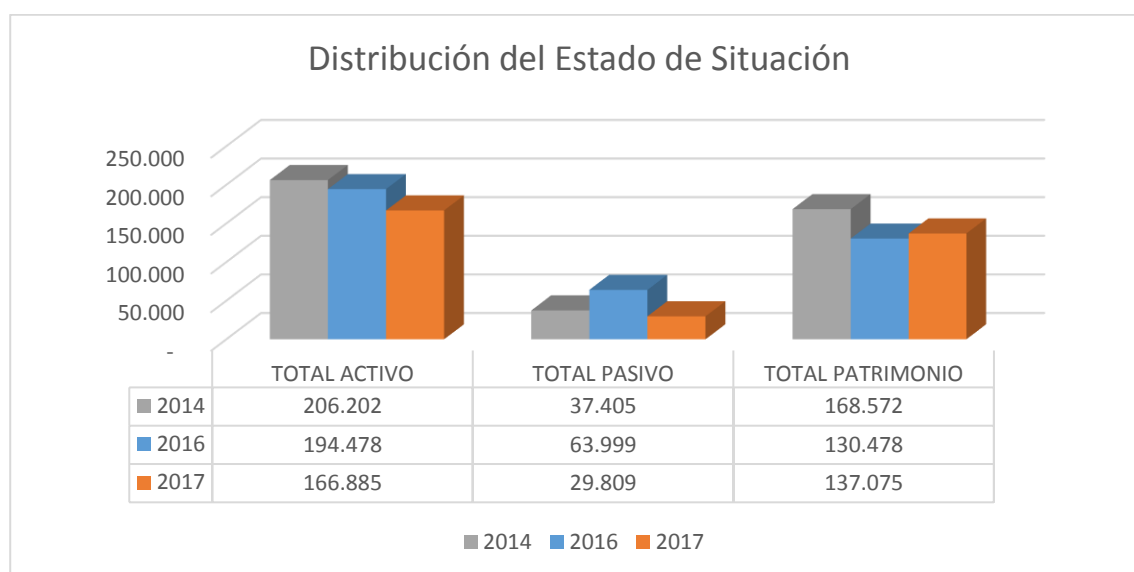


Figura 32 Distribución del Estado de Situación
Fuente: Estados Financieros CENARHU

Se detalla en la Figura 33 las diferencias del activo de un año a otro y las razones de la baja son la disminución de cuentas por cobrar que se han reducido en un 21% y de los inventarios que también lo han hecho en un 31%.

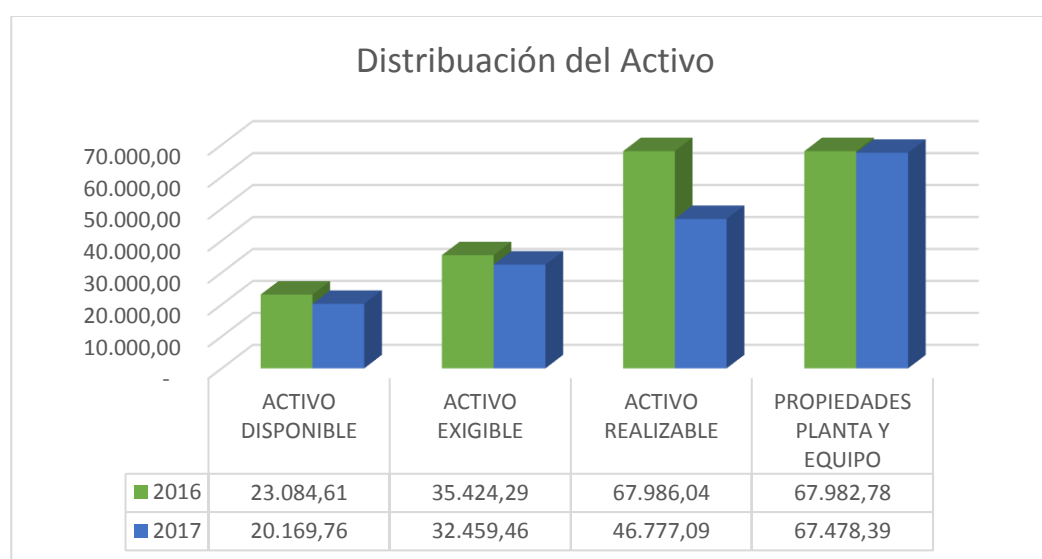


Figura 33 Distribución del Activo
Fuente: Estados Financieros CENARHU

Las Cuentas de efectivo y equivalentes del efectivo que maneja el centro, tienen una variación que muestra un aumento en el valor que se mantenía en caja y en bancos con respecto a los años anteriores como se muestra en la Figura 34, esta tendencia no es necesariamente algo bueno ya que el Centro puede invertir ese dinero.

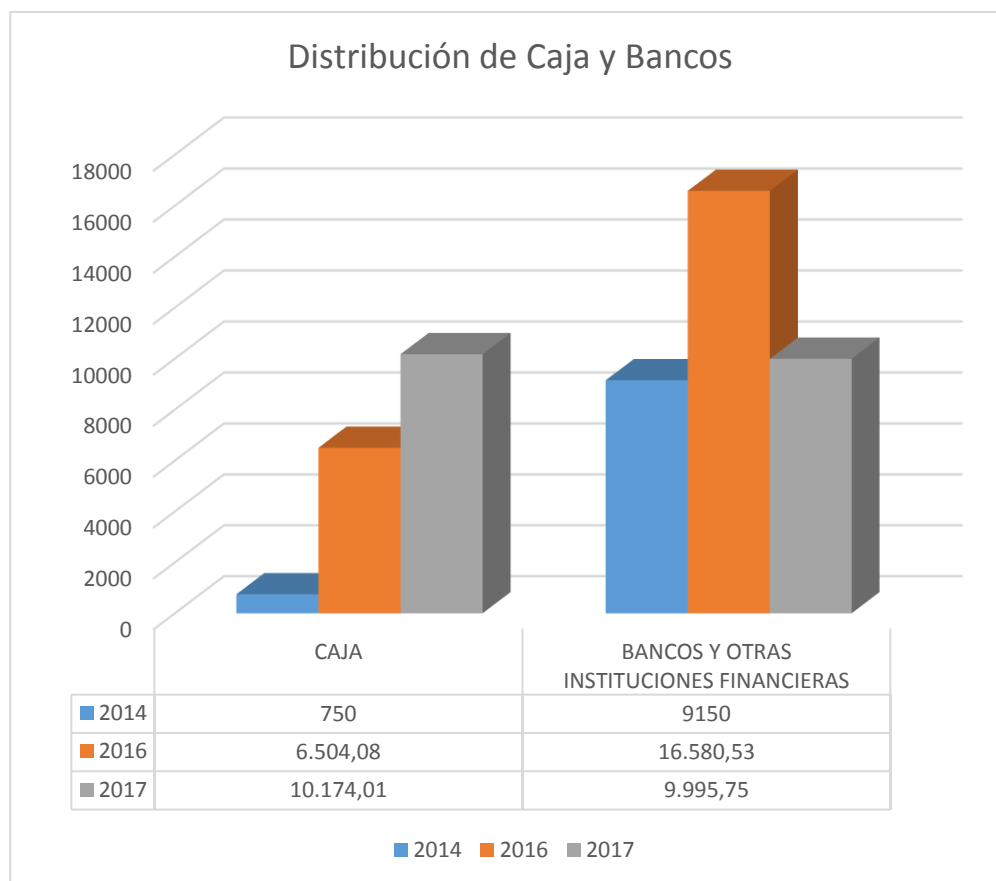


Figura 34 Distribución de Caja y Bancos
Fuente: Estados Financieros CENARHU

Indicadores de liquidez:

Los indicadores de liquidez nos permiten medir la capacidad que tienen las empresas para cancelar sus obligaciones de corto plazo y nos ayuda para determinar qué pasaría si a la empresa

se le exigiera el pago inmediato de todas sus obligaciones menores a un año y para esto utilizamos los siguientes indicadores:

Liquidez Corriente

$$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{99406.31}{29809.44} = \frac{2017}{3.33} \qquad \frac{125494.94}{63999.39} = \frac{2016}{1.96}$$

Pese a la disminución del activo, la liquidez del Centro ha crecido, el indicador nos muestra que el centro tiene 3.33 dólares por cada dólar de deuda a corto plazo al 2017, un 41% más que el 2016, siendo esto un síntoma de que el centro tiene suficiente liquidez para cubrir sus deudas, sin embargo esta proporción de 1 a 3 es muy alta e indica que no se está realizando un gestión de inversiones u otras actividades que busquen utilizar la liquidez sobrante ya que lo recomendado es manejar una relación de 1 a 1 entre el activo corriente y el pasivo corriente.

Prueba Ácida

$$\frac{\text{Activo corriente - inventarios}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{52629.22}{29809.44} = \frac{2017}{1.77} \qquad \frac{58508.9}{63999.39} = \frac{2016}{0.91}$$

El indicador nos muestra que la empresa tiene 1.77 dólares por cada dólar de deuda a corto plazo sin la necesidad de desprenderse de los inventarios al 2017 para su cancelación, un 49% más que el año 2016, lo que significa que el Centro tiene gran liquidez, pero que debe manejar de una manera más eficiente el sobrante ya que este indicador muestra que lo idóneo es una relación 1 a 1, aunque se puede aceptar por debajo de este dependiendo de la época del año y la actividad que se realiza, el aumento se puede deber a que la totalidad del activo esta 1 a 3 y no se evidencia una gestión de inversión.

Adicionalmente los inventarios se han visto reducidos como se detalla en la figura 35, esto puede ser un síntoma positivo ya que se reduce el costo de mantener demasiado inventario, sin embargo, este debe ajustarse a las peticiones de los interesados y mantener bien surtido su centro de exposición, ya que por otro lado, la reducción del inventario puede deberse a la falta de interés de los miembros por presentar sus modelos en el centro; o el descenso de las ventas que obliga al centro a ir reduciendo su inventario, lo que puede afectar de manera negativa al centro.

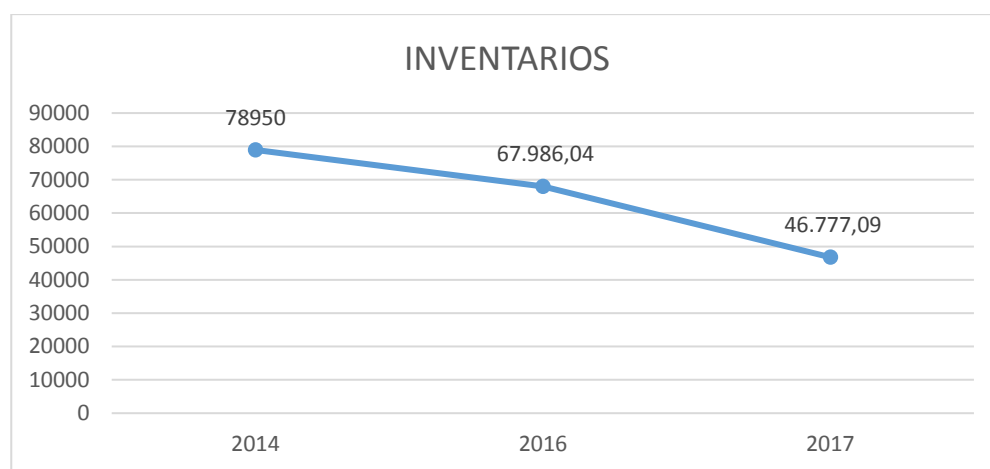


Figura 35 Tendencia de Inventarios
Fuente: Estados Financieros CENARHU

En el Estado de Resultados se mostró que los ingresos al 2016 se han visto reducidos un 14% en comparación con el 2014; aunque estos se aumentaron un 8% al 2017, aun así, no llegan a igualar las ventas obtenidas en el 2014.

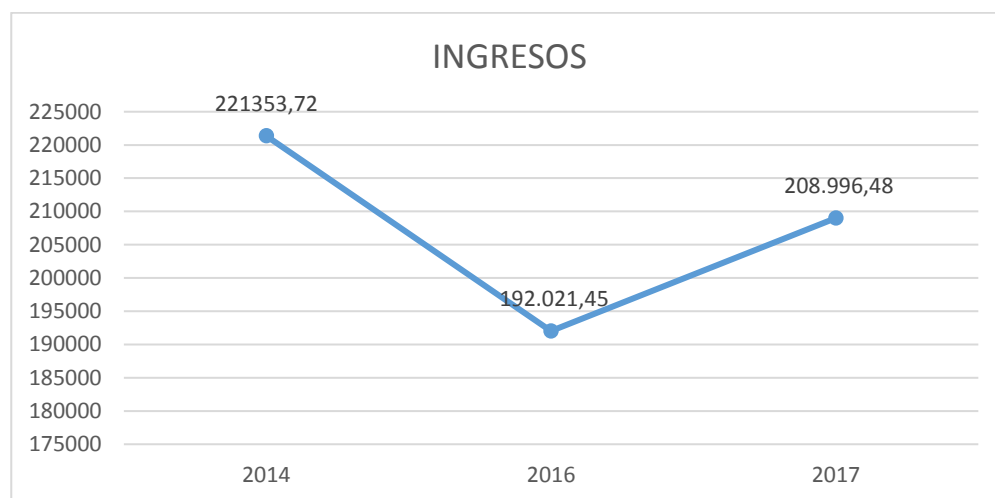


Figura 36 Tendencia de Ingresos
Fuente: Estados Financieros CENARHU

Los gastos también aumentaron en un 731% al 2017 con relación al 2014, esto se debe al aumento de las comisiones bancarias en un 103 %, esto refleja que el centro está realizando más movimientos bancarios debido a las transferencias por cobros y pagos o la recepción de tarjetas de crédito, otros gastos significativos son por el mantenimiento y reparación que ha aumentado un 1078% ya que el centro agrando su salón de exposiciones para brindar un mejor servicio a sus clientes, por otra parte, los gastos de gestión tiene un peso del 10% en el total de gastos administrativos y se ha aumentado un 12% con relación al 2016.



Figura 37 Tendencia de Gastos Administrativos
Fuente: Estados Financieros CENARHU

Según lo apreciado, la disminución de las cuentas por cobrar y pagar, al mismo tiempo que los inventarios, sumado el descenso de las ventas y el aumento de los gastos, son datos que influyen directamente a la sostenibilidad del centro.

A continuación se detallan los Indicadores Financiero que indica la Superintendencia de Compañías y Seguros del Ecuador.

Indicadores de solvencia

Los indicadores de endeudamiento o solvencia nos indican cuál es el grado y como están participando los acreedores dentro del financiamiento y así llegar a conocer el riesgo que corren los creadores y los dueños de la compañía junto con la conveniencia o no de endeudarse.

Endeudamiento del Activo

$$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} = \frac{29809.44}{166884.7} = \frac{2017}{0.18} \qquad \frac{63999.39}{194477.72} = \frac{2016}{0.33}$$

El Indicador muestra un índice bajo de 0.18 lo que significa que el centro no depende de sus proveedores para su funcionamiento y tiene gran independencia financiera con relación al 2016 en donde se muestra un indicador mayor, pero que no demuestra una dependencia significativa.

Endeudamiento Patrimonial

$$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}} = \frac{29809.44}{137075.26} = \frac{2017}{0.22} \qquad \frac{63999.39}{130478.33} = \frac{2016}{0.49}$$

En este indicador podemos ver que el centro mayormente está financiado por sus socios en el 2017 ya que el pasivo es 0.22 del patrimonio en relación al 2016 que el pasivo era del 50% del

patrimonio, lo que mostraba un financiamiento menor con capital de los socios lo que denota un mejor manejo al 2016 ya que es positivo financiarse con capital de terceros y nos dice que el centro cuenta con patrimonio suficiente para su funcionamiento.

Endeudamiento del Activo Fijo

$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo fijo neto}} = \frac{137075.26}{67478.39} = \frac{2017}{2.03} \qquad \frac{130478.33}{67982.78} = \frac{2016}{1.92}$$

Este indicador nos muestra que el centro tiene 2.03 dólares de su patrimonio por cada dólar invertido en activos fijos, esto nos quiere decir que la totalidad del activo fijo pudo ser financiado por el patrimonio sin necesidad de préstamos para ello, al igual que en el 2016 ya que el valor del indicador es similar.

Apalancamiento

$$\frac{\text{Activo total}}{\text{Patrimonio}} = \frac{166884.7}{137075.26} = \frac{2017}{1.22} \qquad \frac{194477.72}{130478.33} = \frac{2016}{1.49}$$

En este indicador podemos observar que el centro ha conseguido 1.22 dólares por cada dólar de patrimonio lo que significa que los recursos internos han generado beneficio al centro sobre recursos de terceros, sin embargo, el 2016 mostro mejores réditos lo que significa que el centro se está reduciendo su activo y puede influir en su sostenibilidad.

Apalancamiento Financiero

$$\frac{\text{UAI/Patrimonio}}{\text{UAI/Activos totales}} = \frac{0.158650365}{0.130311766} = \frac{2017}{1.22} \qquad \frac{0.095109433}{0.063810497} = \frac{2016}{1.49}$$

Este indicador nos muestra que el centro genera 1.22 dólares de los fondos ajenos lo que contribuye a que la rentabilidad de los fondos propios sea superior a lo que sería si la empresa no se endeudara aunque viéndose reducida un 18% en comparación al 2016 lo que indica una baja en la agestión del endeudamiento.

Indicadores de Gestión

Estos indicadores nos permiten medir la eficiencia con la que el centro utiliza sus recursos, la eficiencia con la que el centro utiliza sus activos según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos para lo cual analizamos lo siguiente:

Rotación de Cartera

$$\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por cobrar}} = \frac{208996.48}{20059.98} = \frac{2017}{10.42} \qquad \frac{192021.45}{27150.75} = \frac{2016}{7.07}$$

Este indicador nos muestra que las cuentas por cobrar giran alrededor de 10 veces en un año, tres veces más que el año 2016, donde giraron 7 veces, esto muestra que al 2017 se mantiene un mejor manejo de las cuentas por cobrar y puede proporcionar al negocio mayor liquidez por el menor tiempo en la recaudación.

Rotación de Activo Fijo

$$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo fijos}} = \frac{208996.48}{67478.39} = \frac{2017}{3.10} \qquad \frac{192021.45}{67982.78} = \frac{2016}{2.82}$$

En este indicador podemos ver que por cada dólar que hemos invertido en Activos fijos se ha obtenido 3.1 dólares en ventas, 0.28 más que el 2016, lo que está en proporción de lo invertido en

los Activos fijos de la compañía y muestra que los activos están contribuyendo de mejor manera en las ventas del 2017.

Rotación de Ventas

$$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}} = \frac{208996.48}{166884.7} = \frac{2017}{1.25} \qquad \frac{192021.45}{194477.72} = \frac{2016}{0.99}$$

Este indicador nos muestra que para obtener este nivel de ventas se ha utilizado 1.25 veces los activos un 20% más que el 2016, esto nos indica que el centro genera sus ventas con mayor inversión de terceros, por lo que la efectividad de la administración mejoró en este aspecto con relación al 2016.

Período Medio de Cobranza

$$\frac{(\text{Cuentas por Cobrar} * 365)}{\text{Ventas}} = \frac{7321892.7}{208996.48} = \frac{2017}{35.03} \qquad \frac{9910023.75}{192021.45} = \frac{2016}{51.61}$$

Este indicador nos muestra que el centro tiene un periodo de 35 días para recuperar sus cuentas por cobrar, el periodo de tiempo es normal y se ha regularizado en comparación al 2016 donde el periodo era de 51 días, por lo que ha visto beneficiada la liquidez de la empresa.

Período Medio de Pago

$$\frac{(\text{Cuentas y Documentos por Pagar} * 365)}{\text{Compras}} = \frac{5109952.55}{117133.26} = \frac{2017}{43.63} \qquad \frac{17887127.95}{152705.25} = \frac{2016}{117.13}$$

En este indicador podemos apreciar que el centro tiene un periodo de 43 días para cancelar sus obligaciones a corto plazo lo que ha mejorado en comparación al 2016, lo que está dentro del margen normal ya que el centro tiene un promedio de cobranza de 35 días lo que le permite al centro cobrar para cubrir sus obligaciones así también el centro refleja una liquidez inmediata de 1.77 que le permitiría pagar sus obligaciones inmediatas sin necesidad de realizar su gestión de cobranza.

Impacto Gastos Administración y Ventas

$$\frac{\text{Gastos Administrativos y de Ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{19758.42}{208996.48} = \frac{2017}{0.09} \qquad \frac{15329.59}{192021.45} = \frac{2016}{0.08}$$

Este indicador nos muestra que el nivel de los gastos administrativos que se mantienen constantes en comparación al 2016; frente a las ventas es bajo, lo que supone que el centro tendrá utilidad pero repercutirá en la disminución de la utilidad neta.

Indicadores de rentabilidad

Los indicadores de rendimiento nos ayudan a medir la efectividad del área administrativa de la empresa para controlar los costos y gastos y así obtener utilidad.

Rentabilidad Neta del Activo (Dupont)

	2017	2016
(Utilidad Neta / Ventas) * (Ventas / Activo Total) =	0.077	0.040

En este indicador podemos ver que el activo ayuda a generar una utilidad del 8% frente a las ventas, lo que se ve ligeramente mejorado frente al 2016 que fue del 4 %

Margen Bruto

$$\frac{\text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{70554.27}{208996.48} = \frac{2017}{0.34} \qquad \frac{53903.73}{192021.45} = \frac{2016}{0.28}$$

Con este indicador nos podemos dar cuenta de la rentabilidad de las ventas frente a sus costos de venta que en este caso es del 34% lo que supone que el centro es capaz de cubrir sus costos y obtener una utilidad 6% mayor a la del 2016.

Margen Operacional

$$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}} = \frac{41505.45}{208996.48} = \frac{2017}{0.20} \qquad \frac{27739.31}{192021.45} = \frac{2016}{0.14}$$

Este indicador nos enseña que la empresa es lucrativa en un 20% en comparación con sus ventas después de haberse considerado solo los gastos administrativos y ha aumentado un 6% en comparación al 2016, lo que es importante ya que aún se deben deducir los gastos administrativos y en la conciliación tributaria la utilidad puede bajar.

Rentabilidad Neta de Ventas

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{12976.46}{208996.48} = \frac{2017}{0.06} \qquad \frac{7821.36}{192021.45} = \frac{2016}{0.04}$$

En este indicador podemos observar que la empresa tiene una utilidad neta de 0.06 dólares 0.02 dólares más que el 2016, por cada dólar de venta, sin embargo, estos valores pueden variar debido a la operación propia de la empresa o que existen otros ingresos diferentes que pueden ser

esporádicos, esto puede influenciar en que no se genere un interés persistente por afiliarse ya que el centro no refleja grandes beneficios, pese a ello el centro refleja que genera utilidad.

Rentabilidad Operacional del Patrimonio

$$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}} = \frac{41505.45}{137075.26} = \frac{2017}{0.30} \qquad \frac{27739.31}{130478.33} = \frac{2016}{0.21}$$

Con este indicador podemos determinar la rentabilidad que el centro les ofrece a sus socios por el capital que han invertido en la empresa que en este caso es del 30% un 9% más que el 2016, sin embargo este no es un valor definitivo ya que aún no se deducen los gastos administrativos y pueden verse reducidos de manera significativa como se parecía en el indicador de la rentabilidad neta sobre las ventas.

Rentabilidad Financiera

2017

$$(\text{Ventas} / \text{Activo}) * (\text{UAI} / \text{Ventas}) * (\text{Activo} / \text{Patrimonio}) * (\text{UAI} / \text{UAI}) * (\text{UN} / \text{UAI}) = 0.094$$

2016

0.059

Este indicador nos muestra que el beneficio neto que percibe cada socio en relación a la inversión que realizaron es de 0.09 dólares lo que supone que los gastos financieros y administrativos son altos ya que la rentabilidad operacional mostro un beneficio de 0.3 dólares por cada dólar de inversión, estos son gastos de 0.21 dólares por cada dólar de inversión que son mayores a los 0.15 dólares del 2016, evidenciando un aumento significativo de los gastos administrativos, este valor puede ayudar a la administración a tomar decisiones sobre sus políticas.

Indicadores de desempeño

Están relacionados al cumplimiento de objetivos que pueden ser cuantitativos o cualitativos que se pretenden alcanzar con objetivos específicos.

Índice de participación en el mercado

$$\frac{\text{Ventas de la empresa}}{\text{Ventas totales del sector} \times 100} = \frac{208996.48}{60000000} = \frac{2017}{0.0035} \qquad \frac{192021.45}{65500000} = \frac{2016}{0.0029}$$

En relación a la demanda el Centro refleja una participación en el mercado al 2017 del 0.035% lo que muestra un aumento en las ventas con relación al 2016 que fue de 0.029%, demostrando que las ventas del centro han contribuido en el mercado al 2017, pero el nivel de ventas del sector está disminuyendo.

Índice de crecimiento en ventas

$$\frac{\text{Ventas del año corriente}}{\text{Ventas del año anterior} \times 100} = \frac{208996.48}{192021.45} = \frac{2017}{1.088402} \qquad \frac{192021.45}{250350.9} = \frac{2016}{0.767009}$$

Las ventas en relación al año anterior han aumentado un 9% lo que refleja que el mercado está creciendo pero aún no tienen un gran impacto en la utilidad del centro el 2016 incluso demuestra que las ventas del centro fueron 23% menores que el 2015 lo que no es un buen camino para la sostenibilidad del centro.

En base a lo expuesto, se busca proyectar la sostenibilidad del CENARHU, para lo cual se realizó un modelo de simulación financiera con el fin de conocer que puede suceder al 2022.

En principio se identificó los productos que el centro comercializa: dormitorios, comedores, salas y otros como adornos y juegos; se observó qué porcentaje equivalen cada producto con respecto a las ventas: un 37% para los dormitorios, 32% para las salas, 30% para los comedores, y un 1% para otros; por lo que, los dormitorios corresponden al producto estrella, mientras que “otros” no será considerado para la proyección.

Tabla 4
Composición de las ventas del CENARHU.

COMPOSICIÓN DE VENTAS	INGRESOS		UNIDADES		PRECIO PROMEDIO POR ARTICULO	
	2016	2017	2016	2017		
Sala	62,069.10	66,778.87	65	70	950.00	
Comedor	56,266.22	62,698.94	61	68	925.00	
Dormitorios	73,728.15	77,328.70	82	86	900.00	LINEA ESTRELLA
Otros	1,957.98	2,189.96	49	55	40.00	
	194,021.45	208,996.48	257	279		

Fuente: Estados Financieros CENARHU

Se procedió a calcular los puntos de equilibrio por cantidades utilizando de los principales artículos del centro:

$$\frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Margen de contribución}} = \frac{44,301.51}{834.27} = 53 \text{ Salas}$$

$$\frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Margen de contribución}} = \frac{41,532.66}{813.31} = 51 \text{ Comedores}$$

$$\frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Margen de contribución}} = \frac{51,223.62}{791.08} = 65 \text{ Dormitorios} \quad \text{Producto estrella}$$

Nota: el margen de contribución es igual al precio de venta unitario menos el costo variable unitario.

El punto de equilibrio muestra que el centro debe vender 169 artículos entre sus tres productos más significativos anualmente para no perder ni ganar.

Para la construcción del modelo se recopilan las unidades vendidas de manera mensual desde el 2014 al 2017, separadas por producto como se observa en la tabla 5.

Tabla 5
Unidades Vendidas por el CENARHU.

			Sala	Comedor	Dormitorio
		MESES	UNIDADES	UNIDADES	UNIDADES
2014	310	ene-14	2	2	3
	febrero	feb-14	6	6	5
	marzo	mar-14	4	4	4
	abril	abr-14	4	5	8
	mayo	may-14	5	7	6
	junio	jun-14	7	5	11
	julio	jul-14	7	7	7
	agosto	ago-14	7	8	7
	septiembre	sep-14	8	8	13
	octubre	oct-14	8	7	9
	noviembre	nov-14	9	7	7
	diciembre	dic-14	8	6	10
2015	331	ene-15	5	5	5
	febrero	feb-15	9	7	8
	marzo	mar-15	5	4	6

CONTINÚA



	abril	abr-15	10	8	8
	mayo	may-15	5	4	7
	junio	jun-15	8	7	10
	julio	jul-15	10	9	12
	agosto	ago-15	5	7	7
	septiembre	sep-15	4	6	3
	octubre	oct-15	6	6	13
	noviembre	nov-15	9	8	14
	diciembre	dic-15	8	10	10
2016	257	ene-16	5	5	5
	febrero	feb-16	11	6	5
	marzo	mar-16	9	5	4
	abril	abr-16	1	1	2
	mayo	may-16	5	5	7
	junio	jun-16	7	6	9
	julio	jul-16	6	4	7
	agosto	ago-16	4	3	6
	septiembre	sep-16	5	3	4
	octubre	oct-16	2	2	9
	noviembre	nov-16	5	11	13
	diciembre	dic-16	5	10	11
2017	279	ene-17	1	1	1
	febrero	feb-17	7	8	10
	marzo	mar-17	7	9	7
	abril	abr-17	6	6	7
	mayo	may-17	6	6	8
	junio	jun-17	4	4	5
	julio	jul-17	6	3	3



agosto	ago-17	7	4	7
septiembre	sep-17	7	5	5
octubre	oct-17	8	6	8
noviembre	nov-17	6	7	13
diciembre	dic-17	5	9	12

Fuente: Anexos Transaccionales CENARHU

Con los datos de las unidades vendidas mensuales, se procedió con el análisis de las mismas para verificar su tendencia hasta el 2022; se pudo observar que la forma que más se ajusta al negocio es la de promedios móviles ya que es una proyección a corto plazo y que no se evidencia un patrón en las ventas y este método se ajusta a las variaciones del nivel que estas presentan como se observa en las figuras 38,39 y 40.

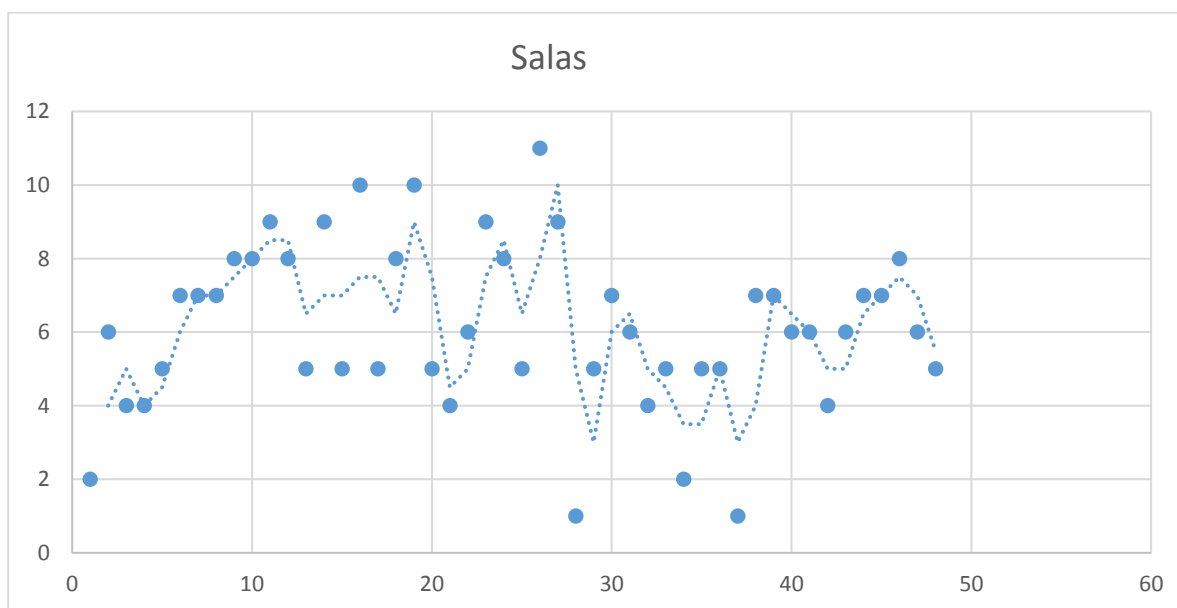


Figura 38 Proyección de la cantidad de ventas salas, método promedio móvil

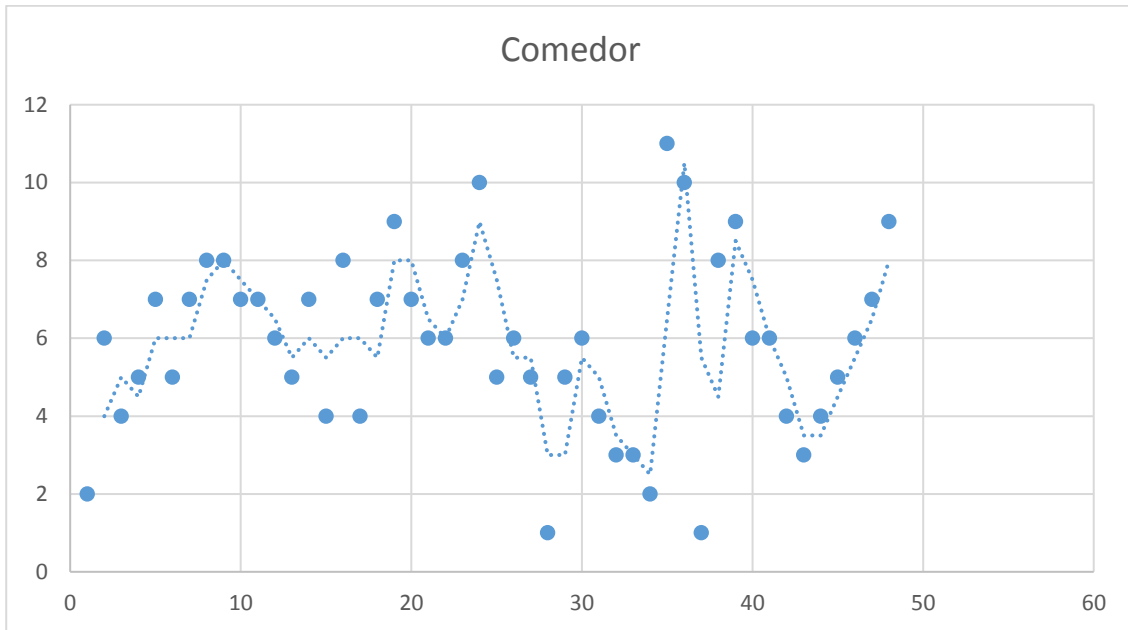


Figura 39 Proyección de la cantidad de ventas comedores, método promedio móvil

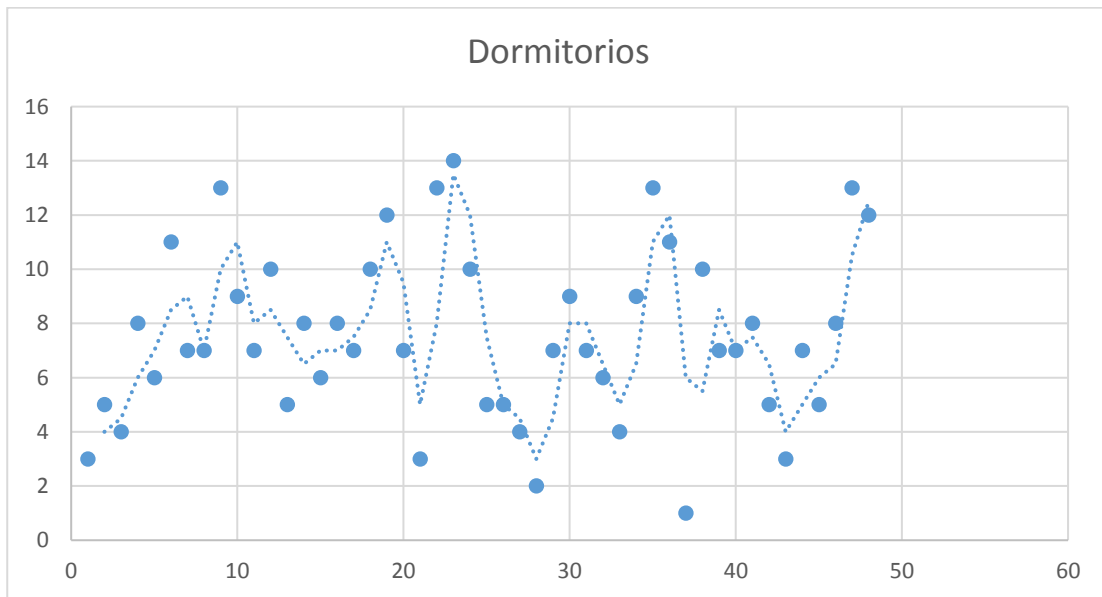


Figura 40 Proyección de la cantidad de ventas dormitorios, método promedio móvil

Con esta información se proyectaron las ventas de acuerdo al precio promedio de los productos como se observa en la tabla 6, 7 y 8.

Tabla 6
Resultados proyección de ventas de salas CENARHU.

SALAS													TOTAL
AÑO 2018													TOTAL
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
UNIDADES	2	4	5	4	5	6	7	7	8	8	9	9	72
PRECIO PROMEDIO	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	
INGRESOS	1,900.00	3,800.00	4,750.00	3,800.00	4,275.00	5,700.00	6,650.00	6,650.00	7,125.00	7,600.00	8,075.00	8,075.00	68,400.00
AÑO 2019													TOTAL
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
UNIDADES	7	7	7	8	8	7	9	8	5	5	8	9	84
PRECIO PROMEDIO	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	
INGRESOS	6,175.00	6,650.00	6,650.00	7,125.00	7,125.00	6,175.00	8,550.00	7,125.00	4,275.00	4,750.00	7,125.00	8,075.00	79,800.00
AÑO 2020													TOTAL
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
UNIDADES	7	8	10	5	3	6	7	5	5	4	4	5	67
PRECIO PROMEDIO	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	
INGRESOS	6,175.00	7,600.00	9,500.00	4,750.00	2,850.00	5,700.00	6,175.00	4,750.00	4,275.00	3,325.00	3,325.00	4,750.00	63,175.00
AÑO 2021													TOTAL
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
UNIDADES	3	4	7	7	6	5	5	7	7	8	7	6	70
PRECIO PROMEDIO	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	
INGRESOS	2,850.00	3,800.00	6,650.00	6,175.00	5,700.00	4,750.00	4,750.00	6,175.00	6,650.00	7,125.00	6,650.00	5,225.00	66,500.00
AÑO 2022													TOTAL
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
UNIDADES	3	4	6	7	6	6	5	6	7	7	7	6	69
PRECIO PROMEDIO	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	950.00	
INGRESOS	2,850.00	3,325.00	5,225.00	6,412.50	5,937.50	5,225.00	4,750.00	5,462.50	6,412.50	6,887.50	6,887.50	5,937.50	65,312.50
TOTAL													343,476.75

Tabla 7
Resultados proyección de ventas Comedores CENARHU.

COMEDOR													
AÑO 2018													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
UNIDADES	2	4	5	5	6	6	6	8	8	8	7	7	70
PRECIO PROMEDIO	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	
INGRESOS	1,850.00	3,700.00	4,625.00	4,162.50	5,550.00	5,550.00	5,550.00	6,937.50	7,400.00	6,937.50	6,475.00	6,012.50	64,750.00
AÑO 2019													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
UNIDADES	6	6	6	6	6	6	8	8	7	6	7	9	79
PRECIO PROMEDIO	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	
INGRESOS	5,087.50	5,550.00	5,087.50	5,550.00	5,550.00	5,087.50	7,400.00	7,400.00	6,012.50	5,550.00	6,475.00	8,325.00	73,075.00
AÑO 2020													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
UNIDADES	8	6	6	3	3	6	5	4	3	3	7	11	61
PRECIO PROMEDIO	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	
INGRESOS	6,937.50	5,087.50	5,087.50	2,775.00	2,775.00	5,087.50	4,625.00	3,237.50	2,775.00	2,312.50	6,012.50	9,712.50	56,425.00
AÑO 2021													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
UNIDADES	6	5	9	8	6	5	4	4	5	6	7	8	69
PRECIO PROMEDIO	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	
INGRESOS	5,087.50	4,162.50	7,862.50	6,937.50	5,550.00	4,625.00	3,237.50	3,237.50	4,162.50	5,087.50	6,012.50	7,400.00	63,362.50
AÑO 2022													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
UNIDADES	6	5	7	8	7	6	4	4	4	5	6	7	68
PRECIO PROMEDIO	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00	
INGRESOS	5,550.00	4,625.00	6,012.50	7,400.00	6,243.75	5,087.50	3,931.25	3,237.50	3,700.00	4,625.00	5,550.00	6,706.25	62,668.75
													TOTAL
													320,557.50

Tabla 8
Resultados proyección de ventas Dormitorios CENARHU.

DORMITORIOS													
AÑO 2018													TOTAL
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
UNIDADES	3	4	5	6	7	9	9	7	10	11	8	9	87
PRECIO PROMEDIO	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	
INGRESOS	2,700.00	3,600.00	4,050.00	5,400.00	6,300.00	7,650.00	8,100.00	6,300.00	9,000.00	9,900.00	7,200.00	7,650.00	77,850.00
AÑO 2019													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
UNIDADES	8	7	7	7	8	9	11	10	5	8	14	12	103
PRECIO PROMEDIO	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	
INGRESOS	6,750.00	5,850.00	6,300.00	6,300.00	6,750.00	7,650.00	9,900.00	8,550.00	4,500.00	7,200.00	12,150.00	10,800.00	92,700.00
AÑO 2020													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
UNIDADES	8	5	5	3	5	8	8	7	5	7	11	12	82
PRECIO PROMEDIO	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	
INGRESOS	6,750.00	4,500.00	4,050.00	2,700.00	4,050.00	7,200.00	7,200.00	5,850.00	4,500.00	5,850.00	9,900.00	10,800.00	73,350.00
AÑO 2021													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
UNIDADES	6	6	9	7	8	7	4	5	6	7	11	13	86
PRECIO PROMEDIO	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	
INGRESOS	5,400.00	4,950.00	7,650.00	6,300.00	6,750.00	5,850.00	3,600.00	4,500.00	5,400.00	5,850.00	9,450.00	11,250.00	76,950.00
AÑO 2022													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	
UNIDADES	6	6	7	8	7	7	5	5	6	6	9	12	82
PRECIO PROMEDIO	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	
INGRESOS	5,400.00	5,175.00	6,300.00	6,975.00	6,525.00	6,300.00	4,725.00	4,050.00	4,950.00	5,625.00	7,650.00	10,350.00	74,025.00
TOTAL												395,227.25	

Con los resultados obtenidos se prosiguió a realizar un flujo proyectado, donde los ingresos se dividieron por los tres productos más significativos del centro; en cuanto a los gastos, su incremento se lo hizo considerando la inflación y lo expuesto por los dirigentes del centro: los costos están subiendo un 2% anual debido al incremento del precio de la materia prima por las regulaciones medioambientales; el aumento del 10% de la cuenta contable “otros gastos” donde se encuentra el arriendo de la sala de exposiciones de Santo Domingo y los gastos de Gestión que realizan sus dirigentes para el funcionamiento de la misma; no se tiene planeado ningún proyecto adicional dentro del periodo de tiempo de la proyección. Con estas indicaciones se procedió a desplegar el flujo proyectado como se observa en la tabla 9.

Tabla 9*Flujo Proyectado del CENARHU.*

CUENTAS	2017	2018	2019	2020	2021	2022
		TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
FLUJO DE EFECTIVO DEL PERIODO ANTERIOR						
flujo de efectivo de Operación						
FLUJO DE VENTAS		227,106.25	265,211.25	205,808.75	221,561.25	216,518.75
Ventas	208,996.48	211,000.00	245,575.00	192,950.00	206,812.50	202,006.25
efectivo	177,647.01	189,900.00	221,017.50	173,655.00	186,131.25	181,805.63
cuentas por cobrar	-	-	-	-	-	-
cobro (60 días)	-	16,751.25	23,611.25	20,140.00	20,532.50	20,491.25
FLUJO DE PROVEEDORES	-	143,480.00	171,902.50	138,924.00	153,041.25	153,524.75
COSTOS 68%	138,442.21	143,480.00	171,902.50	138,924.00	153,041.25	153,524.75
Inventario Inicial	67,986.04	32,287.47	35,393.75	28,222.81	29,852.50	29,437.03
Inventario Final	46,777.09	31,650.00	36,836.25	28,942.50	31,021.88	30,300.94
Compras	117,233.26	142,842.53	173,345.00	139,643.69	154,210.63	154,388.66
Efectivo	93,786.61	114,274.03	138,676.00	111,714.95	123,368.50	123,510.93
Crédito	23,446.65	28,568.51	34,669.00	27,928.74	30,842.13	30,877.73
GASTOS	-	-	-	-	-	-
Personal	29,048.82	29,167.92	29,287.51	30,120.13	30,243.62	30,367.62

CONTINÚA



Gasto de personal almacén	19,152.78	19,231.31	19,310.15	20,101.87	20,184.29	20,267.04
Gasto de personal ferretería	6,162.72	6,187.99	6,213.36	6,238.83	6,264.41	6,290.10
Honorarios	3,733.32	3,748.63	3,764.00	3,779.43	3,794.92	3,810.48
	-	-	-	-	-	-
Administrativos	19,758.42	23,857.86	28,081.95	29,430.17	30,915.47	32,552.17
Publicidad y propaganda	4,043.53	7,060.11	10,089.05	10,118.12	10,147.30	10,176.61
Depreciaciones	3,274.44	3,274.44	3,274.44	3,274.44	3,274.44	3,274.44
Suministros y materiales	1,117.42	1,122.00	1,126.60	1,131.22	1,135.86	1,140.52
Servicios básicos	1,046.59	1,050.88	1,055.19	1,059.52	1,063.86	1,068.22
Otros gastos	10,276.44	11,350.43	12,536.66	13,846.87	15,294.01	16,892.38
	-	-	-	-	-	-
SUBTOTAL DEL EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE OPERACIONES	-	30,600.47	35,939.29	7,334.45	7,360.90	74.21
Impuestos y Participaciones del Ej	- 4,066.69	10,312.36	12,111.54	2,471.71	2,480.62	1,477.12
EFFECTIVO POR ACT OPERACIÓN FLUJO DE ACTIVIDADES DE INVERSION	-	20,288.11	48,050.83	9,806.16	9,841.53	1,551.33
Propiedad planta y equipo	10,000.00	-	-	-	-	-
Instalaciones y Adecuaciones	-	1,334.06	1,334.06	1,334.06	1,334.06	1,334.06
Depreciación	-	66.70	66.70	66.70	66.70	66.70
Equipos de Computación	-	-	-	-	-	-
Depreciación	-	-	-	-	-	-
Muebles y Enseres	-	-	-	-	-	-
Depreciación	-	-	-	-	-	-
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	-	-	-	-	-	-
EFFECTIVO POR ACT INVERSION FLUJO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	-	15,942.02	15,942.02	15,942.02	15,942.02	15,942.02
Intereses ganados INGRESOS	-	-	-	-	-	-
OBLIGACIONES LP	-	-	-	-	-	-
Provisión empleados	-	-	16,786.88	16,786.88	16,786.88	16,786.88
OBLIGACIONES CP	-	-	-	-	-	-
Pagos de Capital	-	-	-	-	-	-
Intereses OTROS GASTOS	-	-	-	-	-	-
OBLIGACIONES EMITIDAS	-	-	-	-	-	-
PORCION CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
PORCION CORRIENTE DE LAS OBLIGACIONES A LARGO PLAZO	-	-	-	-	-	-
PORCION CORRIENTE DE OBLIGACIONES EMITIDAS	-	-	-	-	-	-
Capital social	-	-	-	-	-	-
Aportes de capital	-	-	-	-	-	-
RESERVAS	-	-	-	-	-	-
Reserva legal	-	2,028.81	4,805.08	980.62	984.15	586.03
Reserva facultativa	-	-	-	-	-	-
Reserva Estatutaria	-	-	-	-	-	-
UTILIDADES del año anterior	-	-	-	-	-	-
Utilidades retenidas	-	-	-	1,179.14	1,867.81	879.04
PAGO DE DIVIDENDOS	-	-	-	-	-	-
EFFECTIVO ACT. DE FINANCIAMIENTO	-	2,028.81	-	11,981.80	-	15,321.81
EFFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO	343,687.51	214,567.64	396,373.19	392,790.20	125,887.68	-
						158,083.39

Con los resultados del flujo proyectado, se calculó el punto de equilibrio por los productos principales del centro por cada año hasta el 2022, como se observa en la figura 41.

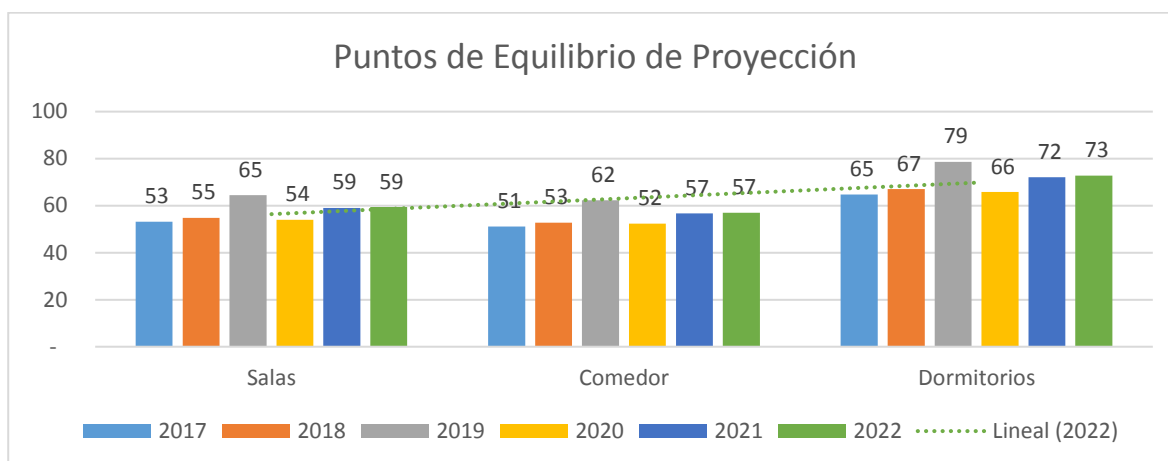


Figura 41 Punto de Equilibrio de acuerdo al flujo proyectado

Se aprecia que, cada vez el CENARHU debe vender más productos en un año para alcanzar su cantidad de equilibrio, esto demuestra un riesgo con su sostenibilidad y denota que la administración debe tomar medidas correctivas y cambios en sus políticas para mejorar su funcionamiento; el objetivo de la Economía Popular y Solidaria es reducir los costos y gastos de la producción y comercialización mediante la cooperación y el esfuerzo conjunto, lo que reflejaría una reducción del punto de equilibrio en cada año y se obtendría más utilidad sobre lo invertido.

Experiencias, como el Grupo Salinerito, que mediante su buena gestión se expande en el territorio nacional y abre plazas en el internacional, obteniendo márgenes de rentabilidad que siguen impulsando el proyecto; el CENARHU debería enfocarse en replicar este modelo de cooperación y buscar oportunidades para consolidarse en la parroquia, en la provincia, en la región y en el exterior, ya que su incidencia abarca el ámbito económico social no solo de sus miembros sino de la comunidad.

5. Capítulo V: Discusión

Conclusiones

1. Dentro de la investigación se realizó una encuesta dirigida a los productores y comercializadores de muebles en todas sus etapas en la parroquia Huambaló, se puede concluir que la gestión del CENARHU ha contribuido en el crecimiento de la producción ya que un 85% de los productores y comercializadores que desempeñan su actividad por más de 6 años poseen su taller o local propio, un 47% han logrado acceder a financiamiento y de estos el 59% tienen una educación al menos de secundaria; el 7% de profesionales tienen ingresos superiores a \$1500 lo que demuestra que la ausencia de capacitación se ve reflejado en los negocios.
2. No todas las personas y negocios se encuentran inscritas y registran su actividad en el SRI, representando un 6% de informalidad, pero es importante destacar que la mayoría de negocios se encuentran regularizados y cumplen con sus obligaciones tributarias y esto ha permitido a un 96% de los negocios, que lo solicitaron, acceder a financiamiento; y, los negocios registrados como personas naturales generan el 50% de los empleos en los negocios, sin embargo, se observó que tan solo el 34% de los trabajadores están afiliados al IESS.
3. La gestión del CENARHU ha contribuido a que la migración en la parroquia descienda ya que se han creado 370 plazas de trabajo directo, un 82% ocupadas por habitantes de la parroquia y la participación de 233 familiares, que es menor a la de trabajadores debido a la movilización por estudio de los jóvenes; el 90% de sus ventas se destinan a las grandes ciudades del país, lo que alienta al aumentado la calidad de los muebles, ya que según la apreciación de los artesanos, el centro ayuda a que lleguen más turistas interesados en sus

productos, lo que dinamiza las ventas y contribuye a que las ganancias se queden en la parroquia.

4. La totalidad de los encuestados conocen o han oído hablar del CENARHU, y un 15% dijeron ser ex miembros del centro y ser beneficiados por el modelo de asociatividad que este aplica y que los ayudó a consolidar sus capitales e independizarse; la apreciación de los productores y comercializadores con respecto a la gestión, crecimiento de la producción, sus ferias y capacitaciones es excelente, sin embargo, la gestión del centro no es difundida ya que un 49% piensan que pese a la buena gestión realizada, esta no se da a conocer.
5. Con los resultados obtenidos sobre la apreciación de la gestión del CENARHU se deduce que, respecto al financiamiento, la calidad, además de la sostenibilidad de proyectos sociales, el centro está contribuyendo en la consecución de las políticas y metas al 2021 del objetivo 4 “Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario, y afianzar la dolarización”, del Plan Toda una Vida, que se alinea a la Economía Popular y Solidaria que fomenta el Centro.
6. El CENARHU ha contribuido en el crecimiento socio-económico de la parroquia y el análisis financiero mostró que la disminución de las cuentas por cobrar y pagar, al mismo tiempo que los inventarios, sumado el descenso de las ventas y el aumento de los gastos, son datos que influyen directamente a la sostenibilidad del centro. El modelo de simulación muestra que para el 2022 su flujo de caja tiende a ser negativo lo que puede ser perjudicial para el mercado y su parroquia; adicional, el punto de equilibrio calculado para cada uno de los productos presenta una tendencia creciente, lo cual implica que el CENARHU debe fortalecer su gestión administrativa, financiera y su vinculación con la comunidad.

Recomendaciones

Se recomienda al CENARHU:

1. Formar alianzas estratégicas con centros de capacitación que ayuden en la formación académica de los artesanos y les permita obtener una certificación y adicional accesos a niveles de educación más altos, lo que les dará mayores oportunidades de insertarse en el mercado nacional e internacional; lo cual aumentaría el número de interesados en formar parte del Centro, lo cual es un elemento clave para la sostenibilidad del mismo.
2. Impartir charlas que brinden conocimientos sobre diferentes alternativas de obtención de financiamiento, la importancia del registro de sus actividades en el SRI y el mantenimiento actualizado de su información, ya que para el Centro y el gobierno es importante contar con esta información, y a la vez los impuestos recolectados contribuirían a que lleguen más obras estatales a la parroquia.
3. Utilizar medios de información como por ejemplo una revista para socializar su gestión, sus reformas e información económica - financiera mensual y anual; además, de las ventajas de las ferias y lugares donde se promocionan sus productos, para generar nuevos emprendimientos; y de esa manera se contribuiría a la reducción de la migración y fomento de la inversión de terceros gracias a la transparencia desplegada.
4. Revisar sus estatutos para promulgar la participación de los artesanos, contar con políticas claras, definir los requisitos de admisión y los valores de sus cuotas; con la finalidad de contar con un marco legal en donde se encuentre claramente estipulado los derechos y los deberes de los miembros y del directorio.

5. Establecer metas alineadas al objetivo 4 del “Plan Toda una Vida” y trabajar dentro del marco regulatorio de la Economía Popular y Solidaria, para fortalecer este nuevo sistema económico, basado en la sostenibilidad, la participación social y un entorno solidario.
6. Considerar los resultados obtenidos del modelo de simulación presentado para tomar las medidas respectivas en cuanto al uso de NIIFs, a la inversión de la liquidez sobrante, el aumento de los costos y gastos, la volatilidad del nivel de ventas, para de esta manera garantizar la sostenibilidad del centro, consolidar su imagen asociativa de carácter social y expandir su mercado a nivel nacional e internacional.

Bibliografía

- Asociación de Bancos, E. (2017). Boletín Macroeconómico.
- Banco Central del Ecuador. (2017).
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Ficha sectorial: fabricación de muebles de madera y sus partes*. Quito: Corporación financiera nacional.
- Cámara Artesanal de Pichincha. (2011). *Capacitación a artesanos para desarrollar capacidades*. Quito: ALADI.
- Canino, R. M. (31 de 08 de 2016). *CORURAL*. Obtenido de CORURAL:
<http://www.aidergc.com/co-rural/2016/08/31/la-importancia-y-estado-del-emprendimiento-en-el-ambito-rural/>
- Coll, J. M. (2015). *Zen Business*. PROFIT EDITORIAL.
- Concepto.de*. (2011). Obtenido de Concepto.de: <http://concepto.de/artesano/>
- Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria, el trabajo antes que el capital*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Definición de Desarrollo. (26 de 09 de 2016). *Definición de Desarrollo*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/desarrollo/>
- Economía Nivel Usuario. (30 de 12 de 2013). *Economía Nivel Usuario*. Obtenido de <https://economianivelusuario.com/tag/definicion-moneda-social/>
- economiasimple. (2016). *economiasimple*. Obtenido de Economía doméstica:
<https://www.economiasimple.net/economia-domestica>
- economipedia. (2015). *economipedia*. Obtenido de economía mixta:
<http://economipedia.com/definiciones/sistema-economia-mixta.html>
- El UNIVERSO. (28 de 10 de 2015). *El UNIVERSO*. Obtenido de Economía de Ecuador en recesión es la causa de desempleos en el país, según consultor:
<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/10/28/nota/5210858/economia-ecuador-recesion-es-causa-desempleos-pais-segun-consultor>
- EL UNIVERSO. (18 de 07 de 2017). *Subempleo aumentó en un año en Ecuador*. Obtenido de El UNIVERSO: <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/18/nota/6286678/subempleo-aumento-ano>

- Esteve, J. M. (2018). *udima*. Obtenido de Introducción a la Economía del Trabajo:
<https://www.udima.es/es/introduccion-economia-trabajo.html>
- González, E. P. (2014). *Economía popular y solidaria y los pequeños arroceros de Los Ríos*. Universidad de Especialidades Espíritu Santo - UEE5 . Guayaquil: Universidad de Especialidades Espíritu Santo - UEE5 .
- IFRS Foundation. (01 de septiembre de 2010). *El Marco Conceptual para la Información Financiera*. Recuperado el 03 de abril de 2017, de
https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/niif/marco_conceptual_financiera2014.pdf
- ISO. (2005). *Sistemas de gestión de la calidad* —. Ginebra: ATR.
- Jácome, W. (s.f.). El Salinerito un ejemplo de economía solidaria. *El Salinerito un ejemplo de economía solidaria*. Revista Lideres, Quito.
- Jiménez, K. (s.f.). En el Sur del país, la solidaridad crea empleo . *Chakana*. Secretaria nacional de planificación y desarrollo , Guayaquil .
- Keynes, J. M. (1943). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. México D.F: Fondo de cultura económica.
- Mateo, G. (2011). *La Cooperativa Arroceros Villa Elisa, un buen ejemplo de la tradición cooperativista de Entre Ríos (Argentina)*. Quilmes: Mundo agr. vol.11.
- Norma Internacional de Contabilidad . (1 de julio de 1999). *Norma Internacional de Contabilidad n° 37 (NIC 37)* . Recuperado el 06 de 04 de 2017, de
<http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC37.pdf>
- Norma Internacional de Contabilidad . (31 de marzo de 2004). *Norma Internacional de Contabilidad n° 37 (NIC 37)* . Recuperado el 06 de 04 de 2017, de
<http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC38.pdf>
- oxfamintermon. (22 de 3 de 2018). *oxfamintermon*. Obtenido de Ingredientes que suman:
<https://blog.oxfamintermon.org/definicion-de-sostenibilidad-sabes-que-es-y-sobre-que-trata/>
- Pérez, M. d. (2008). *Monografías*. Obtenido de Economía popular:
<https://www.monografias.com/trabajos89/economia-popular/economia-popular.shtml>
- Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades.

- Polanyi, K. (2003). *Economía formal y Economía Sustantiva*. Scripd.
- Razeto, L. (02 de 08 de 1999). *Teoría Económica Comprensiva Economía Solidaria - Desarrollo Sustentable*. Obtenido de La Economía Solidaria: Concepto Realidad y Proyecto:
<http://www.luisrazeto.net/content/la-econom%C3%ADa-solidaria-concepto-realidad-y-proyecto>
- SAGUAY, C. M. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de huambalo*. Ambato: gobierno autónomo descentralizado parroquial rural de huambaló .
- Sen, A. (2012). *Desarrollo y Libertad* . Bogota : Editorial Planeta .
- Smith, A. (1776). *Investigación sobre la naturaleza y causa de las riqueza de las naciones*. London: Adam black and Wiliam Tait.
- Superintendencia de Compañías. (2017).
- Valdés, L. C. (2016). *Centros de Producción Artesanal*. Santiago : Direccion de Bibliotecas, Archivos y Museos.
- Vivienda, E. T. (2010). *Resultados Censo 2010*. Ambato: Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- Yunus, M. (2015). *La empresa social de muhammad yunus, un nuevo paradigma para erradicar la pobreza*. René mora casal.