



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE CUENA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA
DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN EL CANTÓN SÍGSIG EN EL AÑO 2020

Trabajo de titulación previo a la obtención del
título de Licenciada en Administración de Empresas

AUTORAS: NATALY ELIZABETH SACAQUIRIN PERALTA

LIZBETH DEL CARMEN ULLOA ASTUDILLO

TUTOR: ING. JORGE LEONCIO FERNÁNDEZ SALVADOR DOMÍNGUEZ

Cuenca - Ecuador

2022

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotras, Nataly Elizabeth Sacaquirin Peralta con documento de identificación N° 0107279499 y Lizbeth del Carmen Ulloa Astudillo con documento de identificación N° 0105965925; manifestamos que:

Somos las autoras y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Cuenca, 21 de marzo del 2022

Atentamente,



Nataly Elizabeth Sacaquirin Peralta

0107279499



Lizbeth del Carmen Ulloa Astudillo

0105965925

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Nosotras, Nataly Elizabeth Sacaquirin Peralta con documento de identificación N° 0107279499 y Lizbeth del Carmen Ulloa Astudillo con documento de identificación N° 0105965925, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autoras del Artículo Académico: “Análisis de comercialización del sombrero de paja toquilla durante la pandemia del Covid-19 en el cantón Sígsig en el año 2020”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 21 de marzo del 2022

Atentamente,

Nataly Elizabeth Sacaquirin Peralta

0107279499

Lizbeth del Carmen Ulloa Astudillo

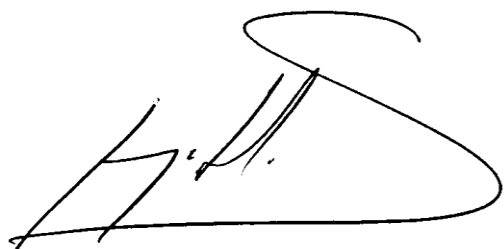
0105965925

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Jorge Leoncio Fernández Salvador Domínguez con documento de identificación N° 0101866309, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN EL CANTÓN SÍGSIG EN EL AÑO 2020, realizado por Nataly Elizabeth Sacaquirin Peralta con documento de identificación N° 0107279499 y por Lizbeth del Carmen Ulloa Astudillo con documento de identificación N° 0105965925, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 21 de marzo del 2022

Atentamente,



Ing. Jorge Leoncio Fernández Salvador Domínguez

0101866309

DEDICATORIA

Yo Nataly Elizabeth Sacaquirin Peralta dedico este artículo académico a mis padres Juan Sacaquirin y Tania Peralta, a mi abuelita Mariana Guerrero y a mis dos ángeles Carlos y Antonio. Que tanto me han ayudado, apoyado y motivado en mi carrera universitaria.

Yo Lizbeth del Carmen Ulloa Astudillo dedico a mis padres: José y Jenny, hermanos: Andrés y Milena y a mis tías: Rosa y Esthela. Quienes me han dado su apoyo y han creído en mí de manera incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos de manera especial a nuestra familia quienes nos han brindado su apoyo en estos años de estudio. De la misma manera a los docentes que formaron parte de nuestra instrucción académica. Al Ing. Jorge Fernández, tutor en la realización de este artículo, por su guía y dedicación brindada en este proceso y por ultimo a la “Asociación de toquilleras María Auxiliadora” y todas aquellas mujeres que hicieron posible esta investigación.

Resumen

El presente artículo académico tuvo como finalidad analizar lo que paso en el proceso de comercialización del sombrero de paja toquilla en el perdido 2020 durante la pandemia del covid-19 en el cantón Sígsig. Esto con el objetivo de conocer cuánto afecto la calidad de vida, tomando en cuenta que su comercialización en diversas situaciones es la única forma de percibir ingresos económicos. La metodología utilizada fue el método analítico-sintético para el fundamento teórico. Mientras que el método cuantitativo se usó para el desarrollo de las encuestas y, por último, el método cualitativo para la ejecución de la entrevista. Con la información receptada de los distintos métodos, se pudo concluir que la comercialización del sombrero de paja toquilla se vio afectada gravemente por la falta de pedidos nacionales e internacionales, que género no poder adquirir la materia prima, por otro lado, la cartera de clientes disminuyo y los precio están siendo estipulados por los compradores.

Palabras claves

Comercialización – Sombrero de paja toquilla – Covid-19 – Ingresos – clientes – nacionales – internacionales

Abstract

The purpose of this academic article was to analyze what happened with the commercialization of the toquilla straw hat, in the lost 2020 during the pandemic of covid-19 in Sígsig town. This, with the objective of knowing how much it affected the quality of life, taking into account that its commercialization in many cases is the only way to perceive economic income. The methodology used was the analytical-synthetic method for the theoretical substantiation. While the quantitative method was used for the development of the surveys and, finally, the qualitative method was used for the execution of the interview. With the data obtained from the application of the different methods, it was possible to conclude that the commercialization of the toquilla straw hat was seriously affected by the lack of national and international orders that made it impossible to acquire the raw material, on the other hand, the client portfolio decreased and the prices are being stipulated by the buyers.

Keys words

Commercialization – Toquilla Straw hat – Covid-19 – Income – client - national – international

Introducción

El Ecuador cuenta con diversas formas que ratifican su cultura y tradición. Una de ellas es la producción de sombreros de paja toquilla. Dentro del sector artesanal este producto posee una inmensa importancia en el ámbito social y económico del país, ya que contribuye a su crecimiento económico, generando ingresos y empleo. Dicha artesanía es reconocida en los 5 continentes como un símbolo cultural apreciado por su diseño y calidad, debido a que en su elaboración se prioriza las técnicas desarrolladas de manera manual por las tejedoras, antes que el uso de la maquinaria.

En el año 2020, surgió una crisis sanitaria causada por el covid-19. Este trágico episodio mundial trajo consigo un desenlace fatal para varios sectores de las diferentes regiones del mundo, dejando una economía frágil a nivel mundial. Se conoce que en el Ecuador las tasas de variaciones de sectores productivos en marzo del año 2020 son altamente alarmantes, ya que muestran un declive en sus exportaciones siendo el producto más afectado los sombreros de paja toquilla representado por un valor de -43,10%, (Lucero, 2020). De esta manera se puede identificar que la crisis afectó de modo inquietante a todas las personas que viven netamente de la comercialización del sombrero de paja toquilla. El aislamiento total de la sociedad nacional e internacional, perjudico directamente a los artesanos e intermediarios. Lo que generó una baja de exportaciones que llevó al stock del producto. Asimismo dicho cierre perjudicó la llegada de turistas extranjeros al país que era otra de las bases de esta comercialización.

En la sierra las cantidades de sombreros que se tejen, son superiores a los de la costa. El tejido de sombreros de paja toquilla es la actividad económica más importante y lucrativa. El enfoque de las familias serranas se basa en entregar la mayor cantidad de sombreros sin mayores acabados, para poder percibir más ingresos (Chiluiza & Mabel, 2003). El cantón Sígsig es un claro ejemplo del fomento de la elaboración de sombreros de paja toquilla como uno de los mayores pilares de su economía, ligada a la precepción única de ingresos, es decir que, son la base del sustento de muchos hogares.

Si tomamos en cuenta lo ocasionado por la pandemia del covid-19, que generó el cierre de fronteras, ferias y en si todo tipo de actividad económica, cosa que evito la comercialización

nacional e internacional del sombrero. Por ende, llegamos a recapacitar la obligatoriedad del análisis de las distintas pérdidas que se generó para aquellas personas que basan su sustento en la elaboración de esta prenda. Por otro lado varias asociaciones conocidas como la Asociación de Tejedoras Tesya, la Asociación de Toquilleras de María Auxiliadora, San Bartolomé y Sombreros Amafa Hats experimentaron un declive en las ventas de sombreros de paja toquilla, debido a la situación sanitaria.

Para el desarrollo de la presente investigación sobre que travesía vivieron estos pequeños productores y comercializadoras, se empleará el método analítico sintético donde se realizara la revisión documental en la que se encuentran artículos científicos, libros, revistas, etc. y el método cuantitativo que se basa netamente en la recolección y análisis de datos numéricos, cosa que se logrará con el desarrollo de una encuesta a una muestra del universo total considerando como la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora, además se efectuara el método cualitativo al realizar una entrevista a su presidenta y parte contable y administrativa.

Marco teórico

Para entender la importancia del sombrero de paja toquilla se debe trascender a su valor intangible. De modo que uno de los principales respaldos de la Cultura de un territorio, está implícito en sus artesanías. Para Sandoval (2010) la artesanía tiene la virtud de trascender en el tiempo, renovándose a los valores de la época. “Al igual que la lengua, la artesanía es un símbolo patente de identidad cultural y un valioso instrumento de transmisión de conocimientos en los grupos humanos”. (Castillo E. , 2013). Sin embargo, para la antropóloga Victoria Novelo (como se citó en Freitag, 2014) existe una distinción entre lo que se conoce como arte popular y artesanía la cual se basa en que el arte popular se sustenta como un mecanismo de apropiación histórica, es decir son los herederos de las formas de vida prehispánicas que pueden ser representadas en la danza, la música y la plástica que son objetos producidos por artesanos. Mientras que las artesanías no solo respaldan la cultura, sino que también son útiles para la vida cotidiana.

En el Ecuador Según la Ley de Defensa del Artesano (2008) lo define basándose dentro del artículo 2 Literal b como:

“b) Artesano: Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo

personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual, aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios”.

El sombrero de paja toquilla es una prenda de vestir, que tiene distintos usos sean estos para cubrirse del sol o para llevarlo dentro de un estilo de vestimenta, este sombrero es una artesanía que se teje de forma manual con fibras que se sacan de una planta llamada paja toquilla. El tiempo para su elaboración depende de la calidad de la paja y la textura, en promedio se requiere de 45 a 60 días dependiendo del tipo de tejido o acabado que se utilice (Palacios, 2012).

El cantón Sígsig, podría considerarse un pueblo de artesanos, debido a que los sombreros de paja toquilla representa la riqueza turística-cultural del cantón. Se sabe que la principal forma de vida es la agricultura, sin embargo en varias zonas rurales la elaboración del sombrero de paja toquilla representa para muchos hogares, una entrada significativa de dinero y su estilo de vida (Marín, 2015). Del mismo modo el cantón cuenta con la existencia de varias asociaciones, entre ellas se encuentra La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora conocida por sus siglas “ATMA”, ha trabajado desde el año 1990, factor que la convierte en la más antigua, del mismo modo es conocida como una de las más grandes en el país gracias a que cuenta con 140 tejedoras que la conforman. En el año 2009, la Asociación decidió tejer un sombrero con el cual obtuvieron un récord dentro de los Guinness World Records por ser el más grande, con el único objetivo de dar a conocer y comercializar esta artesanía elaborada por manos sigseñas a nivel mundial (Malla, 2020).

La comercialización surgió con la necesidad de que los individuos de una sociedad tuvieran que efectuar intercambios de sus bienes propios con otros bienes y servicios, con el simple objetivo de satisfacer sus necesidades (Pacheco, 2019). Este término es muy significativo para el desarrollo económico de una sociedad, por lo que se refiere al conjunto de funciones que se generan desde el momento en el que se transforma el producto que es efectuado por el fabricante hasta que llegué a manos del consumidor final mediante un mercado que ya fue definido. Además de eso se puede indicar que es un mecanismo de relación para las distintas transferencias e intercambios que efectúan los distintos miembros que integran la cadena productiva. (Heinrichs Wienke, 2018). Por el contrario, para Govea, Mojica, y Estrada

(2012) indican que la comercialización es un término fundamental que se efectúa diariamente en el comercio, el intercambio comercial es la acción de comprar y vender entre dos o más personas con la necesidad de obtener recursos que no se tienen al alcance. Por otro lado, se debe recalcar que la comercialización internacional hace referencia a los mercados externos. En otras palabras, se debe estar al tanto de los acuerdos bilaterales, de integración económica, las restricciones arancelarias Y no arancelarias de los países internacionales; y sobre todo en los países que son nuestros competidores directos (Vergara, 2012).

Por lo expuesto anteriormente es fundamental indicar las distintas funciones que tiene la comercialización:

Tabla 1 *Funciones de la comercialización*

Venta	Se basa en los beneficios que el cliente desea adquirir para satisfacer necesidades o cumplir con objetivos específicos
Compra	Es el proceso mediante el cual una persona adquiere un bien o un servicio a cambio de una transacción con el vendedor, quien es el que recibe el dinero del factor negociando
Transporte	Procesos logísticos de traslado que promueven la compra o venta de productos o servicios de un lugar a otro.
Financiación	Inversión obtenida ya sea efectiva o crediticia que la empresa necesita para ejecutar sus actividades.

Fuente: Pacheco J. (2019)

Por el contrario, la comercialización también se da en planes de micro y macro. La macro comercialización se enfoca en un proceso que dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, que inicia desde el productor al consumidor de modo que equilibra la demanda y oferta para cumplir con las necesidades de una sociedad. En cambio, la micro comercialización se enfatiza en fabricar productos en pocas cantidades, es decir que quiere lucrar de manera privada, mediante inversión de varios individuos o de uno solo (Criollo, 2011).

Los consumidores finales ahorran para gastar su ganancia en sus necesidades. Son los individuos que obtienen el producto final para su consumo y no para venderlo o transformarlo, además es la persona económica que dispone de los recursos suficientes para adquirir distintos productos para satisfacer personal (Malla, 2020).

En la actualidad el proceso de comercialización internacional se ha visto truncado por las medidas que han tomado los gobiernos a nivel mundial por la crisis sanitaria del covid-19.

El comercio internacional, se ha visto afectado ya qué ha provocado una gran consecuencia en la oferta de los productos por lo que ha llevado a una caída de los precios en la mayoría de las economías a nivel mundial. El covid-19 afecto de manera impactante a la parte exportadora del Ecuador, debió a las medidas tomadas como el cierre de fronteras, disminución de las órdenes de compra, entre otras, generando así una caída economía en la nación, pues los ingresos percibidos son netamente dependientes de las exportaciones (Quevedo, Vásquez, Quevedo y Pinzon, 2020).

Para Castillo (2021) indica que la pandemia del covid-19 ha desarrollado un gran desequilibrio en la comercialización de sombreros de paja toquilla tanto en el valor del producto, como en las ventas, esta situación se debe que ya no se generan fiestas tradicionales, ferias y exposiciones donde esta prenda se cotizaba por personas extranjeras y nacionales.

Para Acosta (2017) el canal de distribución es la manera en la cual el producto parte desde su punto de origen hasta el consumidor final, ya que logra satisfacer una necesidad que tiene el cliente, ya sea acortando la distancia y disminuyendo los tiempos de respuesta del producto o servicio.

Para Escalona (2011) El canal Corto de Comercialización se puede determinar la existencia de un único intermediario, es decir existe un vínculo entre el producto final y el consumidor, asimismo entre el productor y el elaborador.

Metodología

Para poder realizar el análisis que ha generado la pandemia frente a la comercialización del sombrero de paja toquilla en el año 2020. Se tomó como universo de estudio a la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora, ya que cuenta con un total de 140 socias y es la más antigua y representativa del cantón. Para esto se empleará el método cuantitativo que se basa netamente en la recolección y análisis de datos numéricos, cosa que se logrará con el desarrollo de una encuesta

Según Requena (2014) la fórmula de la muestra finita es:

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

Representado por:

- N: Total de la muestra
- Z: Nivel de confianza
- P: Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
- e: Margen de error

Desarrollo de la fórmula:

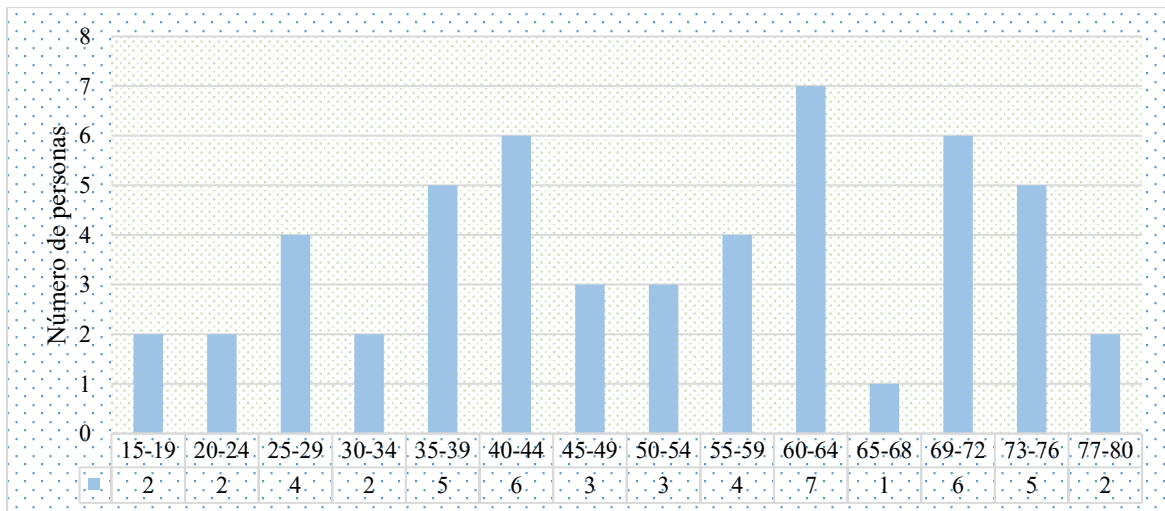
- N: 140
- Z: 95%
- P: 65%
- e: 5%

$$n = \frac{140 * (0.95)^2 * 0.65 * (1 - 0.65)}{0.05^2 + (140 - 1) * 0.95^2 * 0.65 * (1 - 0.65)}$$

n = 52 encuestas

Interpretación de Resultados

Figura 1 *Rango de edades de Mujeres que elaboran y comercializan el sombrero de palla toquilla.*



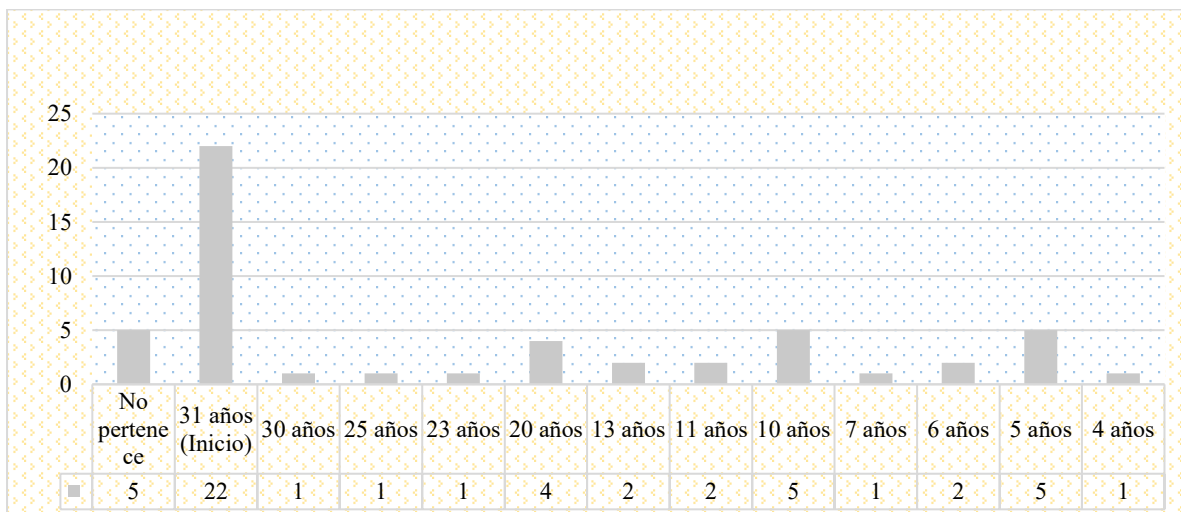
Elaboración: Las Autoras

Todas las 52 personas que fueron encuestadas en la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora fueron mujeres, que elaboran y comercializan el sombrero de paja toquilla. El mayor número de representantes se encuentra en el rango de 60-64 años con un total de 7

mujeres; las siguientes edades están representadas por 40-44 años y por 69-72 años ambas con 6 personas; y por último el tercer lugar lo ocupan edades entre los 35-39 años y 73-76 años siendo estas representadas por 5 personas respectivamente.

Una de las preguntas que se formuló en el cuestionario fue ¿Desde hace cuánto tiempo pertenece a la Asociación de toquilleras María Auxiliadora?, esto con el objetivo de tener en cuenta los años que estas mujeres se han dedicado a la comercialización de sombreros de paja toquilla, obteniendo como resultado lo siguiente:

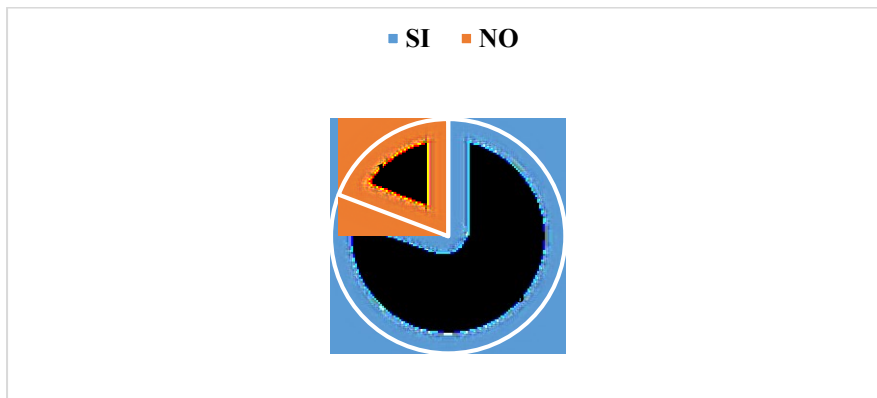
Figura 2 ¿Desde hace cuánto tiempo pertenece a la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora?



Elaboración: Las Autoras.

En la gráfica 2 se puede observar que 22 toquilleras han formado parte de la asociación desde sus inicios (1990), por lo que se deduce que gran parte de su vida han elaborado y comercializado sombreros de paja toquilla

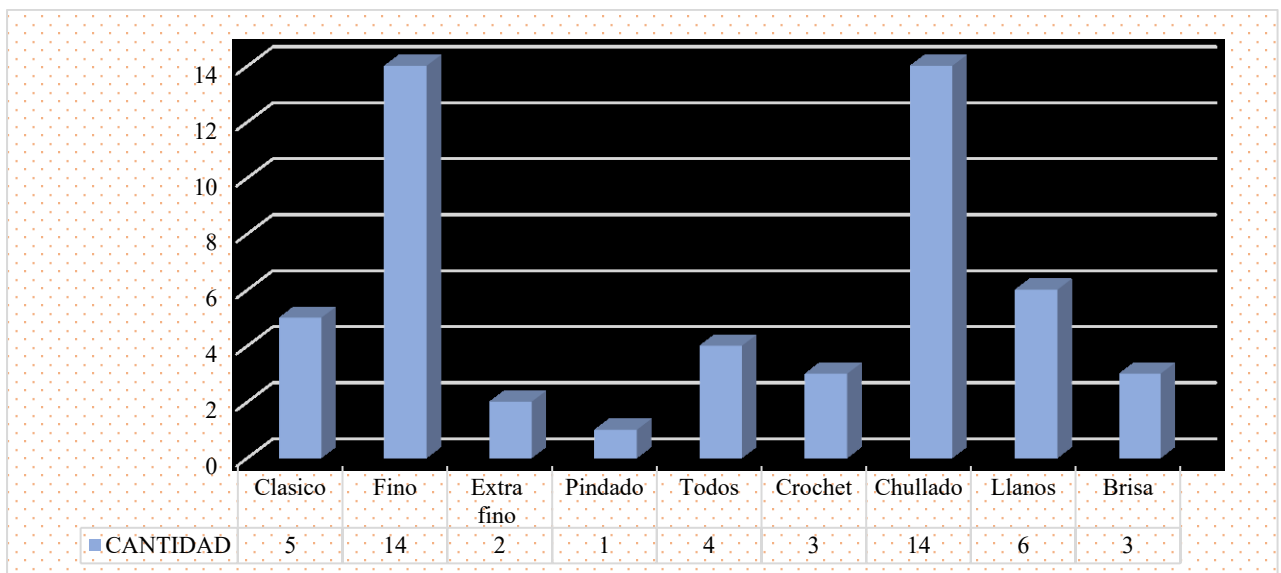
Figura 3 ¿La elaboración de Sombreros de Paja Toquilla es su única actividad económica?



Elaboración: Las Autoras

En el grafico 3 se puede indicar que el 81% de las mujeres hacen de la elaboración y comercialización de sombreros de paja toquilla su única actividad económica, por el contrario el 19% restante indica que complementan esta actividad con la agricultura y la ganadería.

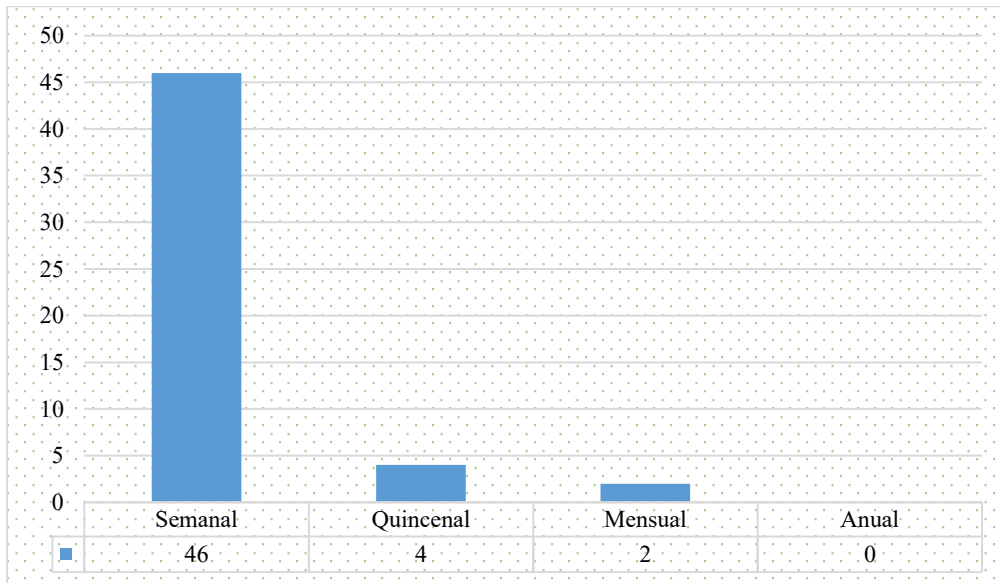
Figura 4 ¿Qué tipo de sombrero elabora usted, con más frecuencia?



Elaboración: Las Autoras

El grafico 4 expresa el sombrero que más se elaboran, siendo el fino y el chullado, con 14 toquilleras que lo representan, el segundo lugar lo ocupa el sombrero llano con 6 toquilleras y el tercero es el sombrero clásico con 5 personas.

Figura 5 *¿Cada cuánto tiempo elabora sombreros de paja toquilla?*

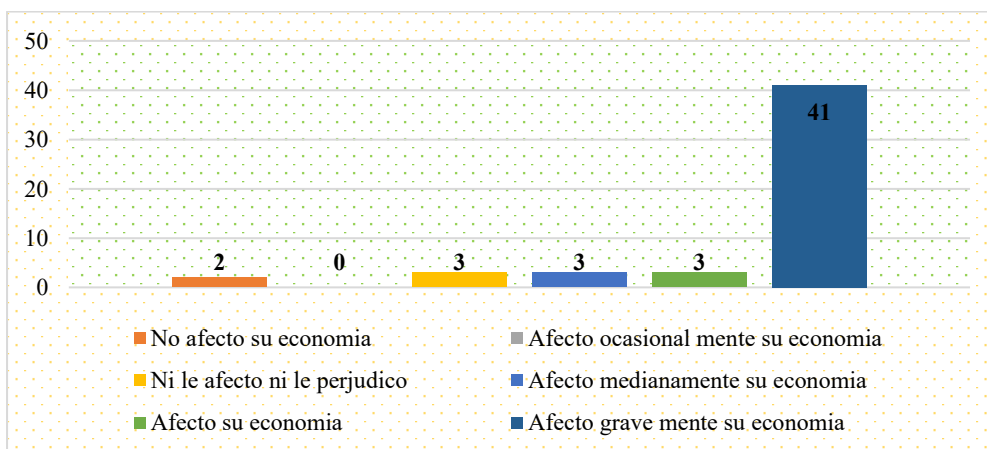


Elaboración: Las Autoras

El gráfico 5 expresa que 46 toquilleras, elaboran y comercializan los sombreros de paja toquilla de manera semanal.

Los gráficos que se presentan a continuación están enfocados en el periodo 2020 en el tiempo de la pandemia del covid-19:

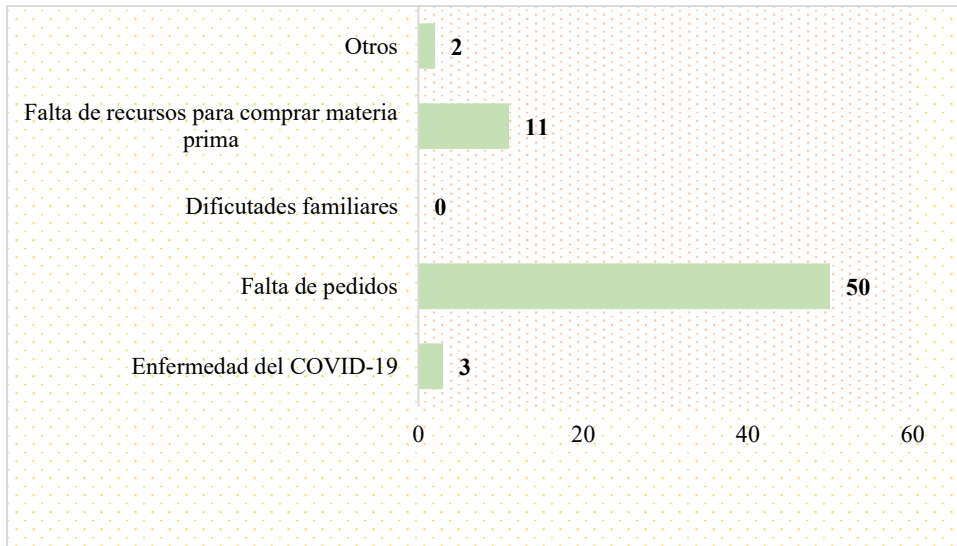
Figura 6 *¿Qué tanto afectó la pandemia del Covid-19 a su economía tomando en cuenta solo lo ganado con la elaboración del sombrero de paja toquilla?*



Elaboración: Las Autoras.

Se puede observar en el gráfico 6 la afectación de la economía de las taquilleras producida por la pandemia del covid-19 en el año 2020; dando a conocer que 41 taquilleras se vieron afectadas gravemente en su economía por la poca venta del sombrero.

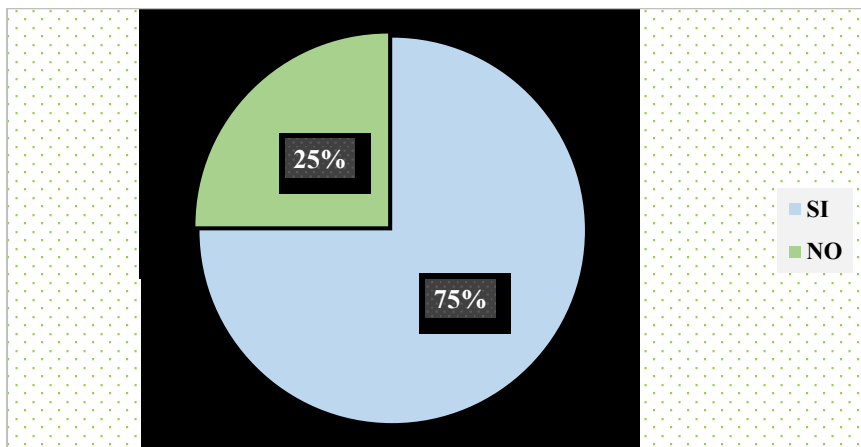
Figura 7 ¿Existió algún impedimento que no le permitiera elaborar los sombreros?



Elaboración: Las Autoras

El gráfico 7 se enfocó en los impedimentos que afrontaron las taquilleras en la pandemia del covid-19 al momento de comercializar los sombreros de paja toquilla. El primer impedimento fue la falta de pedidos representado por las 50 personas encuestadas, encadenando a la segunda dificultad que fue la falta de recursos para la compra de materia prima, con 11 taquilleras como representantes.

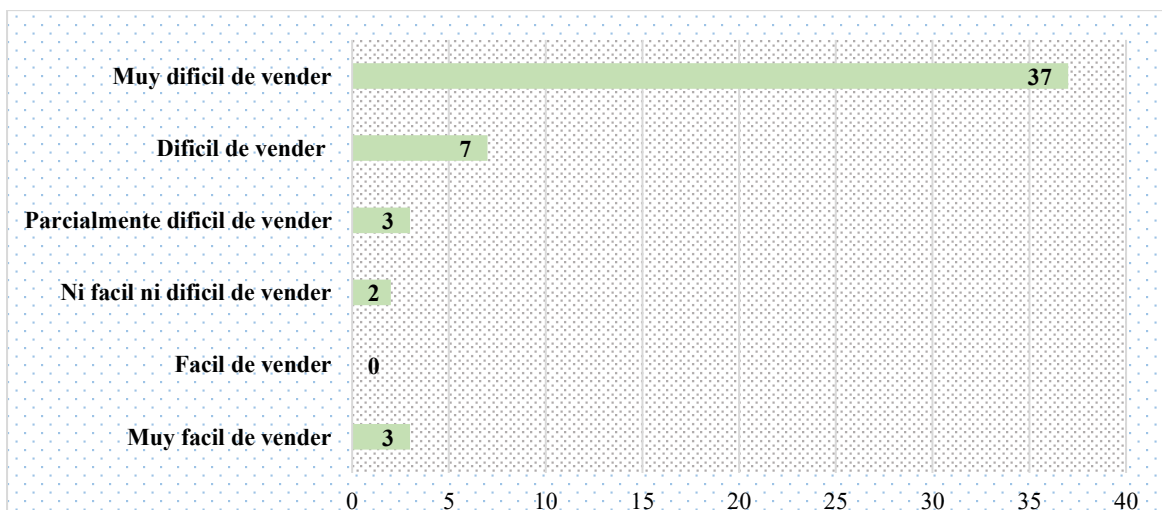
Figura 8 *¿En el año 2020 Logró vender sombreros de paja toquilla?*



Elaboración: Las Autoras.

El gráfico 8 habla sobre la comercialización de sombrero de paja toquilla en el periodo 2020 durante la pandemia del covid-19. Se puede observar que el 75% de las personas encuestadas lograron vender sombreros de paja toquilla, sin embargo, esta venta se concretó a mitad de precio, afectando de manera drástica la economía de las toquilleras.

Figura 9 *¿Qué tan difícil se volvió vender los sombreros que elaboraba en el tiempo del confinamiento por el Covid-19?*

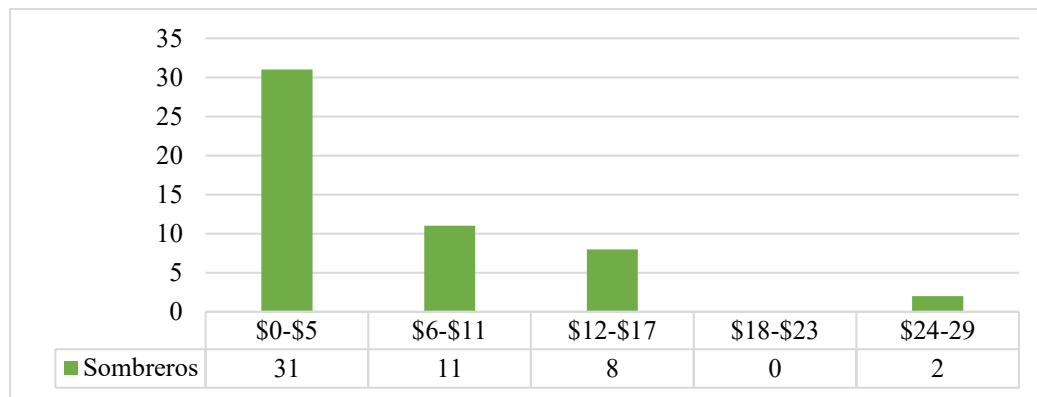


Elaboración: Las Autoras

En el gráfico 9 se puede observar que tan difícil se volvió vender los sombreros que fueron elaborados en el confinamiento, dando como resultado que para las 37 personas

encuestadas se volvió muy difícil venderlos, lo cual generó problemas en los sombreros y su economía.

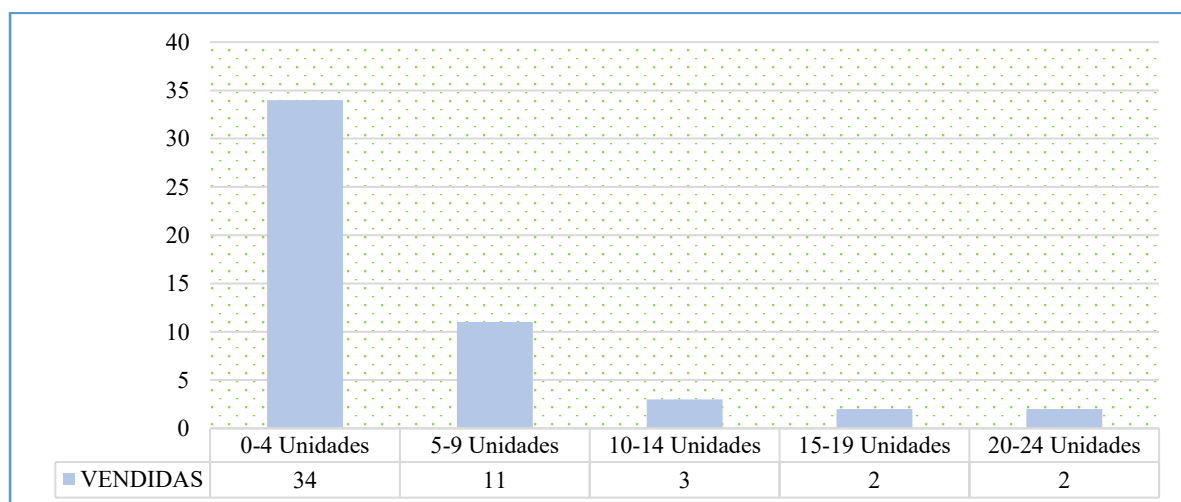
Figura 10 Durante la pandemia del Covid-19 ¿cuál fue el precio al que logró vender los sombreros?



Elaboración: Las Autoras

El gráfico 10, se enfoca en el precio al cual se lograron vender los sombreros de paja toquilla, esto está muy ligado al tipo del sombrero (calidad) ofrecido. Se puede observar que se vendieron 31 sombreros entre \$0-\$5; 11 sombreros de \$6-\$11 y 2 entre \$24-\$29, se debe tomar en cuenta que los precios antes de la pandemia eran el doble de los expresados en esta gráfica.

Figura 11 ¿Cuántas unidades de sombreros vendió durante la pandemia?



Elaboración: Las Autoras

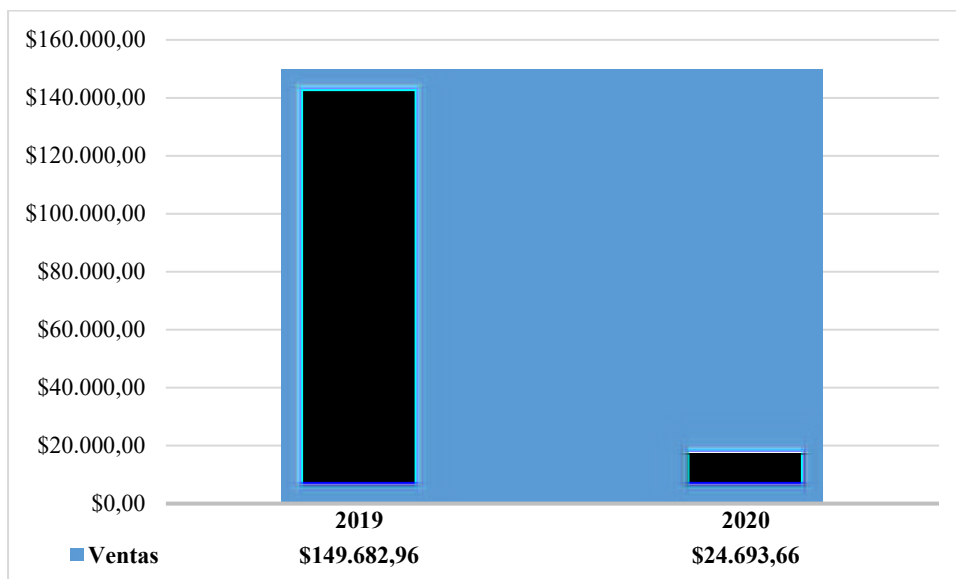
En la gráfica 11 podemos observar el total de unidades de sombreros de paja toquilla, que las toquilleras han logrado vender durante la pandemia del covid-19. Las unidades que sobresalen están entre 0-4 unidades y de 5-9 unidades, con 34 y 11 toquilleras respectivamente.

Entrevista a la presidenta de la “Asociación de Toquilleras María Auxiliadora”

La presidenta de la asociación tiene una visión bastante clara de lo que sucedió en el año 2020 con la pandemia del covid-19. El cierre total del mundo a mediados de marzo, llevo a la cancelación de contratos y pedidos nacionales e internacionales. Muchas de estas cancelaciones se dieron por clientes frecuentes con los que no se han podido volver a contactar; generando así que tan solo el 10% de sus clientes fijos hayan regresado. Otro de los problemas que se vivió en este tiempo, fue la caída de precios de los sombreros, el precio por un sombrero llevo a caer en más de un 60%, dando así toda la potestad a que los clientes llegaran a poner el precio por su compra. La estrategia por la que han optado es la elaboración de nuevos modelos y diversificación de los colores, sin embargo los posibles compradores siguen buscando precios que generarían pérdidas para la asociación. Además, la posible recuperación del mercado no puede tener una fecha exacta ya que el mundo entero se ve afectado. Antes de la pandemia, los sombreros más cotizados eran los clásicos y se los exportaba con más frecuencia a Europa específicamente a países como Francia, España e Inglaterra, sin embargo considerando las ventas de noviembre y diciembre de 10 y 20 sombreros (Estados Unidos y México), la situación es preocupante ya que en los años anteriores solo un cliente llegaba a llevar 500 sombreros (dependiendo de la temporada) en una solo compra.

Las ventas de la asociación en los periodos 2019 y 2020 entregadas por la parte administrativa contable reflejan lo siguiente:

Figura 12 Ventas Asociación de Toquilleras María Auxiliadora 2019-2020 (31 de diciembre)



Fuente: Asociación de Toquilleras María Auxiliadora

Elaborado por autoras.

La comparación en las ventas de los años 2019 y 2020 al cierre del 31 de diciembre respectivamente nos muestra que existe una diferencia de \$124,989.08 menos en el cierre del año 2020, gracias a los efectos generados por el covid-19.

Conclusiones

- La comercialización de sombreros de paja toquilla es un factor clave para la economía del cantón Sígsig. Las familias del sector son beneficiadas con los recursos recaudados por la venta de dicho producto. Sin embargo, la pandemia del Covid-19 generó un gran impacto a toda la cadena productiva y comercializadora de los sombreros de paja toquilla, ya que, con el cierre de toda actividad económica, las toquilleras carecieron de pedidos y de recursos para la compra de la materia prima, específicamente de las 52 encuestas realizadas, 41 encuestadas vieron que su situación económica fue gravemente afectada.
- El pequeño productor más conocido como “Toquillera” concluye que el cierre de todo movimiento económico perjudicó gravemente su economía y su modo de vida. Además, reconocieron que la falta de pedidos y de recursos para la compra de materia prima fue lo único que dejó Covid-19 en el año 2020. La grave situación sobre la

comercialización del sombrero de paja toquilla se vio más afectada cuando La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora, no pudo realizar compras por falta de pedidos. Por este motivo, las toquilleras trataron de buscar a otros compradores que dificultosamente lograban pagar el precio real de un sombrero, en otras palabras, los compradores llegaron a decidir el precio a pagar por un sombrero sin tomar en cuenta el precio real.

- Mientras que para la perspectiva empresarial la falta de comercialización de sombrero de paja toquilla fue provocada por el cierre de mercados a nivel mundial, que desarrollo la falta de pedidos o el incumplimiento de los mismos. Sin embargo cuando el mercado nacional e internacional reabrió sus puertas, los problemas que iban surgiendo eran distintos. Uno de los principales fue que la cartera de clientes disminuyó drásticamente, y por otro lado los compradores también exigían precios que no permitían ningún proceso de negociación.

Referencias

- Acosta, A. (2017). *Canales de Distribución*. Bogotá, Colombia: Areandino.
- Astudillo, G. (2020). *Con la paja toquilla también se elaboran las mascarillas*. Líderes. <https://www.revistalideres.ec/lideres/negocios-paja-toquilla-mascarillas-lideres.html>
- Castillo, E. (Diciembre de 2013). *Artesanía de Excelencia: Un sello para la creación nacional*. Santiago de Chile: Graphics Ltda.
- Castillo, L. (07 de Mayo de 2021). *El sombrero de paja toquilla volvió a bajar de costo por la pandemia*. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/sombrero-paja-toquilla-bajo-costo-cuenca-pandemia.html>
- Chiluiza, V., & Mabel, R. (2003). *El sombrero de paja Toquilla como atractivo Cultural y su propuesta: La Ruta del Sombrero*. (R. D. ESPOL, Editor) <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4651/1/7172.pdf>
- Criollo, B. (Septiembre de 2011). *Estrategias de Marketing y su incidencia en la Comercialización de productos en la fábrica de ropa deportiva "JOSSELINE" de la ciudad de Ambato*. (R. U. Ambato, Editor) <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1282/1/357%20Ing.pdf>
- Escalona, M. (2011). *Mercados locales y canales cortos de comercialización. Implicaciones para un consumo responsable (UD3)*. https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/3706/UD3_Mercados_locales.pdf?sequence=1
- Freitag, V. (11 de Diciembre de 2014). *Entre arte y artesanía: elementos para pensar el oficio artesanal en la actualidad*. <https://www.redalyc.org/pdf/874/87432695007.pdf>
- Govea, Mojica, & Estrada. (2012). *Estrategias de comercialización*. <https://ideas.repec.org/a/erv/contri/y2012i2012-073.html>
- Heinrichs Wienke, D. R. (2018). *El Mercado y la Comercialización*. (R. I. Agricultura, Productor) <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf;jsessionid=B7D402BC94647ADEA3DD3373F1F1EA0E?sequence=1>
- Ley de Defensa del Artesano. (14 de Mayo de 2008). <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>
- Lucero, K. (21 de Mayo de 2020). *Exportaciones de sombreros, textiles y flores las más golpeadas por la pandemia*. Gestión Digital. <https://www.revistagestion.ec/index.php/economia-y-finanzas-analisis/exportaciones-de-sombreros-textiles-y-flores-las-mas-golpeadas-por-la>
- Malla, D. (2020). *Análisis de la incidencia de la intermediación en el proceso de comercialización de las asociaciones toquilleras del sombrero de paja toquilla en el*

cantón Sigsig. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19298/1/UPS-CT008834.pdf>

- Marín, D. (2015). *La declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, consecuencias para el desarrollo del cantón Sigsig.* (R. I. Cuenca, Productor) <http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/21870/1/Tesis.pdf.pdf>
- Pacheco, J. (2019). *Comercialización. Web y empresas.* https://www.webyempresas.com/comercializacion/#Funciones_de_la_comercializacion
- Palacios, C. (2012). *Los sombreros de paja toquilla un Producto Artesanal.* <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5084/1/106675.pdf>
- Quevedo, M., Vásquez, L., Quevedo, J., & Pinzon, L. (2020). COVID-19 y sus efectos en el comercio internacional. *Ciencias de la salud.* <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7539760.pdf>
- Requena, B. (2014). *Muestra Estadística. Universo Formulas* <https://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/muestra-estadistica/>
- Sandoval, P. (Abril de 2010). *Artesanía Patrimonial.* <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53562.pdf>
- Vergara, N. (2012). *Marketing y Comercialización Internacional.* Bogotá: Ecoe Ediciones.

