



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del título de:

INGENIERA COMERCIAL

**TEMA:**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VESTUARIO TRADICIONAL PARA MUJERES INDÍGENAS DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, AÑO 2015”.

**AUTORA:**

ERIKA CECIBEL OCHOA BARRAGÁN

RIOBAMBA – ECUADOR  
2016

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la Srta. Erika Cecibel Ochoa Barragán, cumple con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

---

Ing. Germán Gonzalo Reinoso Muñoz

**DIRECTOR TRIBUNAL**

---

Ing. Liliana Alejandra Funes Samaniego

**MIEMBRO TRIBUNAL**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Erika Cecibel Ochoa Barragán**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 28 de junio de 2016

---

Erika Cecibel Ochoa Barragán

**020230751-8**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de titulación a Dios y a mis padres. A Dios por estar siempre conmigo acompañándome en momentos difíciles, dándome fortaleza para poder seguir en adelante, por ser aquel que nunca me fallara; a mis padres, quienes me han apoyado a lo largo de mi vida y por su amor incondicional.

*Erika Cecibel Ochoa Barragán*

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento infinito a Dios por su amor, a mis padres por su apoyo. A la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas quien me abrió las puertas para poder formarme como profesional, a todos los docentes por brindarme sus conocimientos durante todo el proceso de estudio.

*Erika Cecibel Ochoa Barragán*

## ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	II
Declaración de autenticidad.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Índice general.....	VI
Índice de cuadros .....	VIII
Índice de figuras.....	XI
Índice de gráficos.....	XII
Índice de tablas .....	XIV
Índice de anexos.....	XIV
Resumen ejecutivo .....	XVI
Executive summary.....	XVII
Introducción .....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1. Formulación del Problema.....	2
1.1.2. Delimitación del Problema .....	2
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	3
1.3. OBJETIVOS .....	4
1.3.1. Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivos Específicos .....	4
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO .....	5
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	5
2.1.1. Antecedentes Históricos .....	5
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
2.2.1. ¿Qué son la Pymes? .....	5
2.2.2. Tipo de las Empresas .....	6
2.2.3. Identificación de los Proyectos .....	7
2.2.3.1. Definición de proyecto.....	7
2.2.4. Etapas en la Formulación de Proyectos .....	7
2.2.6. Estudio de Mercado .....	9

2.2.7.	Estudio Técnico .....	11
2.2.8.	Estudio Económico – Financiero .....	14
2.2.9.	Marco Conceptual.....	16
2.3.	HIPÓTESIS o IDEA A DEFENDER.....	18
2.3.1.	Idea a Defender .....	18
2.4.	VARIABLES .....	18
2.4.1.	Variable Independiente .....	18
2.4.2.	Variable Dependiente .....	18
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		19
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	19
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	20
3.3.1.	Fórmula Para Calcular el Tamaño de la Muestra .....	20
3.4.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	21
3.4.1.	Métodos .....	21
3.4.2.	Técnicas .....	21
3.4.3.	Instrumentos.....	22
3.5.	RESULTADOS.....	24
3.6.	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER .....	61
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		62
4.1.	TITULO .....	62
4.2.	CONTENIDO DE LA PROPUESTA .....	62
4.2.1.	Estudio de Mercado .....	62
4.2.2.	Estudio Técnico .....	83
4.2.3.	Estudio Organizacional.....	100
4.2.4.	Evaluación Del Impacto Ambiental.....	105
4.2.5.	Estudio Económico .....	107
4.2.6.	Evaluación Financiera.....	117
Conclusiones.....		122
Recomendaciones .....		123
Bibliografía .....		124
Anexos .....		125

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Utiliza prendas para mujeres indígenas.....	24
Cuadro N° 2: Edad.....	25
Cuadro N° 3: Número de blusas que adquieren anualmente .....	26
Cuadro N° 4: Número de rebozos que adquieren anualmente.....	27
Cuadro N° 5: Número de fajas que adquieren anualmente.....	28
Cuadro N° 6: Número de cintas que adquieren anualmente.....	29
Cuadro N° 7: Número de anacos que adquieren anualmente .....	30
Cuadro N° 8: Características al momento de comprar una prenda.....	31
Cuadro N° 9: Precio que maneja su proveedor.....	32
Cuadro N° 10: Calidad que maneja su proveedor.....	33
Cuadro N° 11: Medio en el que quisiera recibir información.....	34
Cuadro N° 12: Precio a pagar de blusas .....	35
Cuadro N° 13: Precio a pagar de rebozos .....	36
Cuadro N° 14: Precio a pagar fajas.....	37
Cuadro N° 15: Precio a pagar de cintas .....	38
Cuadro N° 16: Precio a pagar de anacos.....	39
Cuadro N° 17: Color de tela de blusas.....	40
Cuadro N° 18: Tipo de manga de blusas .....	41
Cuadro N° 19: Tipo de cuello de blusas .....	42
Cuadro N° 20: Tipo de tela de blusas .....	43
Cuadro N° 21: Color de tela de rebozo.....	44
Cuadro N° 22: Color del bordado del rebozo .....	45
Cuadro N° 23: Diseño del bordado rebozo.....	46
Cuadro N° 24: Tipo de tela rebozo .....	47
Cuadro N° 25: Grosor faja.....	48
Cuadro N° 26: Dimensión faja.....	49
Cuadro N° 27: Color faja.....	50
Cuadro N° 28: Grosor cinta .....	51
Cuadro N° 29: Dimensión cinta.....	52
Cuadro N° 30: Color cinta .....	53
Cuadro N° 31: Color de tela anaco .....	54
Cuadro N° 32: Color del bordado anaco.....	55



Cuadro N° 33: Diseño del bordado anaco .....	56
Cuadro N° 34: Tipo de tela anaco.....	57
Cuadro N° 35: Meses de mayor compra.....	58
Cuadro N° 36: Lugar de compra.....	59
Cuadro N° 37: Disposición a comprar.....	60
Cuadro N° 38: Demanda de blusas .....	68
Cuadro N° 39: Demanda de rebozos.....	68
Cuadro N° 40: Demanda de anacos .....	69
Cuadro N° 41: Oferta de blusas .....	71
Cuadro N° 42: Oferta de rebozos.....	72
Cuadro N° 43: Oferta de anacos .....	73
Cuadro N° 44: Demanda potencial insatisfecha de blusas .....	74
Cuadro N° 45: Demanda potencial insatisfecha de rebozos .....	75
Cuadro N° 46: Demanda potencial insatisfecha de anacos.....	76
Cuadro N° 47: Estrategia precio de penetración.....	79
Cuadro N° 48: Estrategia de definición de “marca” .....	80
Cuadro N° 49: Estrategia de definición del “slogan” .....	80
Cuadro N° 50: Estrategia de definición de “logotipo” .....	81
Cuadro N° 51: Estrategia de plaza.....	81
Cuadro N° 52: Estrategia de promoción .....	82
Cuadro N° 53: Demanda insatisfecha de las prendas .....	84
Cuadro N° 54: Proyección de la demanda a satisfacer el proyecto .....	85
Cuadro N° 55: Macrolocalización .....	86
Cuadro N° 56: Microlocalización punto de venta .....	87
Cuadro N° 57: Microlocalización planta de producción .....	88
Cuadro N° 58: Cantidades de la materia prima con indicación de costos por prenda ....	94
Cuadro N° 59: Maquinaria y equipo.....	95
Cuadro N° 60: Personal necesario con indicación de costos .....	99
Cuadro N° 61: Inversión fija.....	108
Cuadro N° 62: Inversiones diferidas.....	108
Cuadro N° 63: Capital de trabajo.....	108
Cuadro N° 64: Resumen de la inversión.....	110
Cuadro N° 65: Costos de producción .....	111
Cuadro N° 66: Depreciación.....	112

Cuadro N° 67: Gastos administrativos.....	112
Cuadro N° 68: Gastos de ventas .....	113
Cuadro N° 69: Gasto financiero.....	113
Cuadro N° 70: Ingresos.....	113
Cuadro N° 71: Punto de equilibrio .....	113
Cuadro N° 72: Estado de resultados .....	115
Cuadro N° 73: Estado de resultados .....	116
Cuadro N° 74: Balance proyectado .....	116
Cuadro N° 75: Flujo neto de efectivo .....	117
Cuadro N° 76: Valor presente neto.....	117
Cuadro N° 77: Tasa interna de retorno .....	118
Cuadro N° 78: Relación beneficio costo.....	118
Cuadro N° 79: Cálculo del periodo de recuperación de la inversión.....	119
Cuadro N° 79: Análisis de sensibilidad .....	121

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 : El proceso de producción.....	13
Figura N° 2: Macrolocalización.....	86
Figura N° 3: Microlocalización punto de venta.....	88
Figura N° 4: Microlocalización planta de producción.....	89
Figura N° 5: Flujograma de procesos para la confección de rebozos.....	90
Figura N° 6: Flujograma de procesos para la confección de blusas .....	92
Figura N° 5: Flujograma de procesos para la confección de anacos .....	93
Figura N° 8: Distribución en planta “punto de venta”.....	97
Figura N° 9: Distribución en planta “planta de producción”.....	98
Figura N° 10: Organigrama estructural de Sumak Warmi .....	101
Figura N° 11: Organigrama funcional de Sumak Warmi .....	102

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

gráfico N° 1: Utiliza prendas de vestir para mujeres indígenas.....	24
Gráfico N° 2: Edad .....	25
Gráfico N° 3: Número de blusas que adquieren anualmente.....	26
Gráfico N° 4: Número de rebozos que adquieren anualmente .....	27
Gráfico N° 5: Número de fajas que adquieren anualmente .....	28
Gráfico N° 6: Número de cintas que adquieren anualmente .....	29
Gráfico N° 7: Número de anacos que adquieren anualmente.....	30
Gráfico N° 8: Características al momento de comprar una prenda .....	31
Gráfico N° 9: Precio que maneja su proveedor .....	32
Gráfico N° 10: Calidad que maneja su proveedor .....	33
Gráfico N° 11: Medio que quisiera recibir información.....	34
Gráfico N° 12: Precio a pagar de blusas .....	35
Gráfico N° 13: Precio a pagar de rebozos.....	36
Gráfico N° 14: Precio a pagar de fajas .....	37
Gráfico N° 15: Precio a pagar de cintas.....	38
Gráfico N° 16: Precio a pagar de anacos .....	39
Gráfico N° 17: Color de tela de blusas .....	40
Gráfico N° 18: Tipo de manga de blusas .....	41
Gráfico N° 19: Tipo de cuello de blusas.....	42
Gráfico N° 20: Tipo de tela de blusas .....	43
Gráfico N° 21: Color de tela de rebozo .....	44
Gráfico N° 22: Color del bordado del rebozo.....	45
Gráfico N° 23: Diseño del bordado rebozo .....	46
Gráfico N° 24: Tipo de tela rebozo.....	47
Gráfico N° 25: Grosor faja.....	48
Gráfico N° 26: Dimensión faja .....	49
Gráfico N° 27: Color faja.....	50
Gráfico N° 28: Grosor cinta.....	51
Gráfico N° 29: Dimensión cinta .....	52
Gráfico N° 30: Color cinta.....	53
Gráfico N° 31: Color de tela anaco.....	54
Gráfico N° 32: Color de bordado anaco .....	55

Gráfico N° 33: Diseño del bordado anaco .....	56
Gráfico N° 34: Tipo de tela anaco .....	57
Gráfico N° 35: Meses de mayor compra .....	58
Gráfico N° 36: Lugar de compra .....	59
Gráfico N° 37: Disposición a comprar .....	60
Gráfico N° 38: Blusa bordada.....	63
Gráfico N° 39: Rebozo bordado .....	63
Gráfico N° 40: Anaco bordado .....	64
Gráfico N° 41: Demanda de blusas.....	68
Gráfico N° 42: Demanda de rebozos .....	69
Gráfico N° 43: Demanda de anacos.....	69
Gráfico N° 44: Oferta de blusas.....	72
Gráfico N° 45 : Oferta de rebozos .....	73
Gráfico N° 46 : Oferta de anacos.....	74
Gráfico N° 47 : Demanda potencial insatisfecha de blusas .....	75
Gráfico N° 48 : Demanda potencial insatisfecha de rebozos.....	76
Gráfico N° 49 : Demanda potencial insatisfecha de anacos .....	77
Gráfico N° 50: Punto de equilibrio año 1 .....	114
Gráfico N° 51: Punto de equilibrio año 2 .....	114
Gráfico N° 52: Punto de equilibrio año 3 .....	114
Gráfico N° 53: Punto de equilibrio año 4 .....	115
Gráfico N° 54: Punto de equilibrio año 5 .....	115

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Hombres y mujeres indígenas según su edad.....	20
Tabla N° 2: Datos para el cálculo de la demanda .....	65
Tabla N° 3: Número de blusas que adquiere anualmente .....	65
Tabla N° 4: Demanda actual de blusas .....	66
Tabla N° 5: Número de rebozos que adquiere anualmente .....	66
Tabla N° 6: Demanda actual de rebozos.....	66
Tabla N° 7: Número de anacos que adquiere anualmente .....	67
Tabla N° 8: Demanda actual de anacos .....	67
Tabla N° 9: Oferta (locales comerciales).....	70
Tabla N° 10: Oferta (vendedores informales).....	70
Tabla N° 11: Total de la oferta de las prendas de vestir .....	71
Tabla N° 12: Precios del mercado local.....	77
Tabla N° 13: Precio a ofertar .....	79

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Población Indígena De La Ciudad De Guaranda.....	125
Anexo N° 2: Encuesta aplicada a las mujeres indígenas de la ciudad de guaranda .....	126
Anexo N° 3: Encuestas a las mujeres indígenas de guaranda # 1.....	129
Anexo N° 4: Encuestas a las mujeres indígenas de guaranda # 2.....	129
Anexo N° 5: Encuestas a las mujeres indígenas de guaranda # 3.....	130
Anexo N° 6: Encuestas a las mujeres indígenas de guaranda # 4.....	130
Anexo N° 7: Guía de entrevista a los dueños de los locales comerciales.....	131
Anexo N° 8: Entrevista a los dueños de los locales comerciales # 1.....	131
Anexo N° 9: Entrevista a los dueños de los locales comerciales # 2.....	132
Anexo N° 10: Guía de entrevista para los artesanos.....	132
Anexo N° 11: Entrevista a los artesanos.....	133
Anexo N° 12: Guía de observación .....	133
Anexo N° 13: Modelo de anuncio publicitario # 1 .....	134
Anexo N° 14: Modelo de anuncio publicitario # 2.....	134
Anexo N° 15: Modelo de anuncio publicitario # 3.....	134
Anexo N° 16: Proforma maquinas y equipos .....	135
Anexo N° 17: Materia prima e insumos # 1 .....	136
Anexo N° 18: Materia prima e insumos # 2 .....	136
Anexo N° 19: Cálculo de la demanda a satisfacer mensual y diario de blusas .....	137
Anexo N° 20: Cálculo de la demanda a satisfacer mensual y diario de rebozos.....	137
Anexo N° 21: Cálculo de la demanda a satisfacer mensual y diario de anacos .....	137
Anexo N° 22: Costo materia prima directa de rebozos .....	137
Anexo N° 23: Costo materia prima directa de blusas.....	138
Anexo N° 24: Costo materia prima directa de anacos .....	138
Anexo N° 25: Costo materia prima indirecta de rebozos .....	138
Anexo N° 26: Costo materia prima indirecta de blusas.....	139
Anexo N° 27: Costo materia prima indirecta de anacos.....	139
Anexo N° 28: Amortizaciones del proyecto .....	139
Anexo N° 29: Tabla de amortización del préstamo .....	140
Anexo N° 30: Rol de pagos .....	140
Anexo N° 31: Rol de pagos proyectado.....	140

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación propone realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, año 2015; con el objetivo de determinar la factibilidad del proyecto, la metodología que se utilizó es de tipo inductivo, deductivo y sintético, con una población total de 5.991 mujeres indígenas, con una muestra de 360 encuestas aplicadas. El problema principal es un mercado insatisfecho lo cual se comprueba en el estudio de mercado, dándonos como resultado una demanda insatisfecha atractiva de 6.468 rebozos; 6.786 blusas; 3.794 anacos, en el estudio técnico se determina que la mejor opción para el punto de venta es la Plaza Roja y la planta de producción estará localizada en Guanujo, el tamaño del proyecto será de 3.746 blusas; 3.571 rebozos y 2.094 anacos, la microempresa será bajo la denominación de Compañía Limitada, mediante el estudio económico financiero la inversión para este proyecto es de \$ 87.601,28 para lo cual se considera la utilización de capital propio en un 55% y el 45% será a través de un préstamo bancario. Los indicadores de evaluación económica son favorables con un VAN de \$90.367,77; la TIR es de 43,60%; el PRI es de 2 años y 7 meses y la R B/C es de \$2,03. Con respecto al análisis de sensibilidad después de observar los resultados de los escenarios con un decremento en los ingresos y un incremento en los costos y gastos en un 5% y 10%. Se puede determinar que el proyecto no es sensible ante estos cambios. Al ser positivos los indicadores precedentes, se puede decir que el proyecto es atractivo para el inversor, recomendando de esta forma su ejecución.

Palabras claves: Estudio de factibilidad. Creación. Microempresa. Producción. Comercialización.

---

**Ing. Germán Gonzalo Reinoso Muñoz**  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**



## **EXECUTIVE SUMMARY**

The present investigation has a purpose to realized an study on the viability of creating a microbusiness dedicated to the production and commercialization of typical clothing for indian woman in Guaranda, Bolivar Providence, year 2015; with the objective of determined the viability of the project, the methodology that was used was an inductive, deductive and synthetic type, with a population total of 5.991 indian woman, with a sample of 360 surveys applied. The principal problem is an unsatisfactory market showed in a market study, giving us as a resulta an attractive unsatisfactory demand of 6.468 shawls; 6.786 blouses; 3.794 anacos, in the technical result was determined that the best option for the sell point is La Plaza Roja and the production plant will be located in Guanujo, the project size will consist on 3.746 blouses; 3.571 shawls and 2.094 anacos, the microbusiness will be under the denomination of the Compania Limitada, through the economic financial study the investment for this proyect is \$87.601,28 in which we consider the use of our own capital in a 55% and the remaining 45% will be through a bank loan. The indicators of the economical valuation are favorable with a VAN of \$90.367,77; the TIR is 43,60%; the PIR is 2 years and 7 months and the R B/C is \$2,03. Talking about the sensibility analysis after reviewing the results of the scenario with a decrement of the income and an increment of costs and expenses in a 5% and 10%.It can be determined that the project is not sensible towards this changes. Being positives the precedents indicators, we can say that the project is attractive for the investors, this way we recommended its execution.

Key Words: Viability Study. Creation. Microbusiness. Production. Marketing.

---

**Ing. Germán Gonzalo Reinoso Muñoz**  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

## INTRODUCCIÓN

La ciudad de Guaranda desde tiempos memorables se ha distinguido por tener una cultura rica y muy importante a nivel nacional, prueba de ello es la vestimenta utilizada hasta nuestros días por la población indígena, muestra de aquello han sido las mujeres prueba latente de esta tendencia. Las mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda mantienen su vestimenta tradicional hasta nuestros días, mas ha sufrido pequeñas modificaciones producto de la innovación y la moda que han impuesto las nuevas generaciones femeninas del sector.

Cabe recalcar que en los actuales momentos las nuevas generaciones de mujeres indígenas buscan nuevos diseños de ropa, como consecuencia de la moda e innovación que se vive a pasos agigantados en este mundo globalizado, por tal razón para satisfacer estos tipos de necesidades y deseos se propone la realización de un proyecto de factibilidad que direcciona la creación de una microempresa que se dedique a la confección y comercialización de vestimenta tradicional para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda.

La importancia de este proyecto de factibilidad está basado en las necesidades de las mujeres indígenas, de la misma forma es para generar fuentes de empleo. Este proyecto pretende impulsar una nueva unidad productiva en la ciudad de Guaranda, ya que al ser una idea productiva permitirá el desarrollo social y la dinamización económica del sector.

La factibilidad de un proyecto se deriva de la innovación de nuevas ideas productivas que aporten al desarrollo económico, social y laboral, este proyecto tiene un aliciente especial debido a que en la ciudad de Guaranda existe talento humano adecuado para la iniciación del proyecto, además que se puede acceder a maquinarias adecuadas e industrializadas que facilitarán el trabajo de los artesanos, y por ende se podrá promulgar la productividad y el aprovechamiento al máximo de los recursos disponibles.

# CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

## 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el mercado actual la vestimenta tradicional de las mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda se adquiere a través de pequeños artesanos de la ciudad, los mismos que no cuentan con instrumentos y maquinarias adecuadas para la producción, es por ello que los artesanos se limitan en fabricar solo ciertas prendas de vestir para las mujeres indígenas.

Esto trae como consecuencia un mercado insatisfecho y además que artesanos de otras ciudades aprovechen el mercado potencial que existe en la Ciudad de Guaranda, provocando a su vez que los precios de las prendas sean altos.

Esto representa una oportunidad para la creación de una microempresa en la ciudad de Guaranda ofertando productos dirigidos a las mujeres indígenas a precios accesibles además de ofrecer variedad de prendas.

### 1.1.1. Formulación del Problema

¿De qué manera incide el proyecto de factibilidad en la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda?

### 1.1.2. Delimitación del Problema

La presente investigación se realizara en la ciudad de Guaranda la misma que será destinada a recabar información sobre los gustos, preferencias, costos, entre otros factores importantes sobre el vestuario tradicional de las mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda.

Para el presente trabajo de investigación se delimita con los siguientes parámetros:

**Área:** Microempresas

**Sector:** Comercial

**Periodo de tiempo:** año 2015

**País:** Ecuador

**Región:** Sierra

**Provincia:** Bolívar

**Cantón:** Guaranda

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

En la ciudad de Guaranda existe escasez en la producción de vestuario tradicional para mujeres indígenas, lo cual se ve reflejado en la comercialización de este tipo de prendas, ya que no existe una microempresa enfocada en este sector productivo, lo cual disminuye la dinamización económica en esta ciudad; con este principal antecedente la ciudad de Guaranda no está manejando productivamente su sector económico, ya que está desaprovechando mercados potenciales que existen y no los está explotando de una forma adecuada.

El vestuario tradicional para mujeres indígenas constituye una de las necesidades básicas de un sector de la población, en la actualidad gran parte de estas necesidades son cubiertas con vestimenta proveniente de otras ciudades, provocando que las prendas sean vendidas a través de intermediarios y a precios relativamente altos.

En la actualidad las mujeres indígenas desempeñan funciones públicas y privadas muy importantes, las cuales tienen impacto positivo en la dinamización de la economía local. Ellas exigen innovación pero sin salirse de lo tradicional, demandando a su vez variedad en su vestuario, calidad, precio y un lugar adecuado para la adquisición, lo cual genera la necesidad de implementar un establecimiento especializado en la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas.

Desde el punto de vista económico el proyecto de factibilidad es importante ya que al no existir ninguna microempresa con similares características en la ciudad de Guaranda, la implementación de la misma traerá múltiples beneficios. Además de que este proyecto tendrá gran aceptación, debido a que la mayor parte de los habitantes de la ciudad de Guaranda son indígenas.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Elaborar la fundamentación teórica para sustentar la investigación del estudio de factibilidad a realizarse.
- Realizar los estudios de factibilidad para su posterior análisis y a su vez que permitan argumentar la ejecución del proyecto.
- Comprobar si el proyecto es atractivo para los inversionistas de acuerdo a la evaluación económica-financiera.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

#### **2.1.1. Antecedentes Históricos**

El presente trabajo de investigación se realiza con el objetivo de determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígena de la ciudad de Guaranda. Para lo cual es necesario tomar como referencia otros trabajos investigativos con temas similares, al que se va investigar.

El tema “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas de la mujer indígena, en la ciudad de Cotacachi, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”, su autora Blanca Soledad Maldonado Talaco, publicado el 4 de marzo de 2015, obteniendo como resultado “la existencia de un consumo masivo de este tipo de blusa, Además de acuerdo a la población investigada se establece que en el cantón Cotacachi no existe una empresa productora y comercializadora de las blusas bordadas, por lo que se verifica la necesidad de satisfacer esta falencia comercial y brindar un servicio oportuna a la clientela que debe salir a los cantones aledaños para adquirir dicha prenda ”.

El tema “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva con diseños modernos en la ciudad de Quito”, sus autores Castillo Campos Linda Lesly y Enríquez Hernández Evelyn Jacqueline, publicado en enero de 2013, obteniendo como resultado “No existe una empresa que se dedique a explorar este ámbito. Existe un mercado potencial para los conjuntos deportivos, los mismos que conforme al estudio de mercado tiene una aceptación del, 93.84% lo cual manifiesta que la población estaría interesado en adquirir una nueva marca de ropa deportiva”.

### **2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **2.2.1. ¿Qué son la Pymes?**

(SRI, Servicio de Rentas Internas, s.f.) Se conoce como pymes al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de

trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacan las siguientes.

Comercio al por mayor y al por menor

Agricultura, silvicultura y pesca

Industrias manufactureras

Construcción

Transporte, almacenamiento, y comunicaciones

Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas

Servicios comunales, sociales y personales

#### **2.2.1.1. Importancia de la PYMES**

Las pymes en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se construyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

#### **2.2.1.2. Tratamiento Tributario de las PYMES**

Para fines tributarios las pymes de acuerdo al tipo de ruc que poseen se las divide en personas naturales y sociales. De acuerdo a cual se su caso.

#### **2.2.2. Tipo de las Empresas**

Según (Rodríguez, 2011) describe el tipo de empresas de la siguiente manera.

El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal.

Comercial: se dedica a la compra y venta de un producto determinado.

Industrial: cualquier empresa de producción manufacturera o de transformación que ofrezca un producto final.

Servicio: las empresas que ofrezcan un producto intangible al consumidor.

### **2.2.3. Identificación de los Proyectos**

#### **2.2.3.1. Definición de proyecto**

Según (Murcia Murcia, y otros, 2009) manifiesta que proyecto es el conjunto de actividades que se desarrollan en forma coherente con el propósito de obtener un resultado final como respuesta a una necesidad u oportunidad de negocio, en un tiempo determinado y mediante la utilización de recursos.

### **2.2.4. Etapas en la Formulación de Proyectos**

Según (Murcia Murcia, y otros, 2009) dentro de la formulación de proyectos se establecen cuatro etapas que deben desarrollarse en forma consecutiva para logra el éxito; estas son:

#### **2.2.4.1. Estudios preliminares**

Dentro de los estudios preliminares es importante contemplar aspectos como los ensayos e investigaciones sobre títulos y reglamentos, patentes, literatura tecnológica, pruebas de resistencias de terrenos, pruebas de laboratorio sobre la calidad de los materiales, estudios pluviométricos, estudio de las intensidades de las cargas eléctricas, etc. Adicionalmente se debe investigar acerca de la disponibilidad de insumos y proveedores en el mercado.

#### **2.2.4.2. Prefactibilidad**

En la etapa de prefactibilidad se compara enfoques alternativos de varios elementos del proyecto y se recomiendan las alternativas más adecuadas para cada elemento a fin de efectuar análisis ulteriores. En el estudio de prefactibilidad se establece con mayor detalle la información del estudio de perfil con el fin de disminuir riesgos asociados con la decisión y se selecciona las mejores alternativas de inversión.

#### **2.2.4.3. Estudio del ciclo primario o preparación**

El estudio de preparación del proyecto o ciclo primario contempla tres etapas consecutivas del estudio y que deben surtirse en forma coherente y consecutiva para lograr los objetivos previstos para el proyecto.

Estudio de factibilidad



Proyecto preliminar

Diseño detallado

#### **2.2.4.4. Estudio del ciclo primario o preparación**

El estudio de implementación o denominado ciclo secundario es una etapa que implica asignar el tiempo y el dinero necesarios para la instalación del equipo y de la maquinaria de producción. De igual forma, se elabora el presupuesto de producción y se adquiere materiales para iniciarla. Los siguientes son los tres elementos que componen dicho ciclo.

Producción

Comercialización

Consumo

#### **2.2.5. Clasificación de los proyectos**

Para (Murcia Murcia, y otros, 2009) al buscar una forma de clasificar los proyectos de inversión pueden surgir múltiples criterios para hacerlo; presentamos la forma más completa de clasificarlos:

Tiempo (horizonte)

Sector productivo

Tipo del bien

Destino

Grado de dependencia

Tipo de inversión

##### **2.2.5.1. De acuerdo con el tiempo (horizonte)**

Los proyectos vistos desde el tiempo pueden ser:

Tiempo de ejecución del proyecto (implementación, montaje o puesta en marcha).

Tiempo de aprovechamiento del proyecto.

A su vez, el tiempo puede ser:

Corto plazo (menos de un año)

Largo plazo (más de un año)

#### **2.2.5.2. De acuerdo con el sector productivo**

Agropecuarias: dirigidos a la producción animal y vegetal. Se tienen en cuenta todos aquellos proyectos que implican aspectos de riego, extensión, reforma y crédito agrario y ganadero, tecnificación de procesos de abono o recolección, etc.

Industriales: industria manufacturera, extractiva y de procedimiento. Abarca todo lo relacionado con la transformación de insumos en productos finales.

Infraestructura social: proyectos dedicados a atender necesidades básicas insatisfechas de la población como educación, salud, bienestar, alcantarillado, energía, vivienda social, etc.

Infraestructura económica: proporcionan insumos de utilidad general, entre los que sobresalen los relacionados con comunicaciones, transporte, vías de acceso, carreteras, etc.

#### **2.2.6. Estudio de Mercado**

Según (Sapag Chain, 2011) dice que la economía es la ciencia que estudia el mercado con objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas.

Para decidir respecto de la mejor opción de inversión, la empresa debe investigar las relaciones económicas actuales y sus tendencias, y proyectar el comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan con sus mercado particular.

##### **2.2.6.1. Comportamiento económico del mercado del proyecto**

Los principales aspectos económicos que explica el comportamiento de los mercados vinculados con el proyecto de inversión que se evalúa corresponden al comportamiento de la demanda, de la oferta y de los costos, y a la maximización de los beneficios.

### **2.2.6.2. Comportamiento de la demanda**

La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda, se determinan un equilibrio de mercado, representado por una relación entre un precio y una cantidad que motiva a los productores a fabricar y a los consumidores a adquirirla.

### **2.2.6.3. Comportamiento de la oferta**

Mientras que la demanda estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción.

Otros elementos que condiciona la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros.

### **2.2.6.4. Comportamiento de los costos**

La forma más tradicional de clasificar los costos de operación de un proyecto es la que los diferencia entre costos fijos y variables. Los costos fijos totales son costos en que se deberá incurrir en un periodo determinado, independientemente del nivel de producción en la empresa (alquiler de bodegas, algunas remuneraciones, y seguro de máquinas, etc.).

Los costos variables totales son aquellos que dependen el nivel de producción (costos de los envases, mano de obra, materias primas, etc.). Como cada unidad adicional producida incrementa el costo variable total, a su variación se la denomina costo marginal. La suma de ambos costos dará el costo total del periodo.

Dentro de límites de una capacidad dada de planta, la empresa podrá variar sus niveles de producción haciendo cambiar la cantidad de insumos ocupados y, por lo tanto, sus costos variables totales. Dentro de ciertos rangos, los costos fijos se mantendrán constantes, pero también podrán variar.

## **2.2.7. Estudio Técnico**

### **2.2.7.1. Tamaño**

Para (Flórez Uribe, 2010) el tamaño de un plan de negocio puede dimensionarse por el monto de la inversión asignada al proyecto, por el número de puestos de trabajo creados, por el espacio físico que ocupe sus instalaciones, por la participación que la empresa tenga en el mercado y por el volumen de ventas alcanzados.

Por otro lado, es útil aclarar ciertos términos con respecto a la capacidad del plan de negocio. Podemos distinguir tres situaciones.

#### **Capacidad diseñada**

Corresponde al máximo nivel posible de producción con el que son diseñadas los equipos. Generalmente una empresa no debe trabajar al máximo su capacidad diseñada, por cuanto es difícil lograr unificar la capacidad de todas las máquinas que intervienen en el proceso de producción.

#### **Capacidad instalada**

Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanentemente de la empresa.

#### **Capacidad utilizada**

Es la fracción de capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje. Es aconsejable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 92 porque, en condiciones normales, no podrá atender pedidos extraordinarios y si los hace, puede verse alterado significativamente su estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salvo que acuda al proceso de maquila, que es contratar parte de la producción con otras personas o empresas, solucionando parcialmente el problema de capacidad instalada.

#### **Factores de condicionantes del tamaño del proyecto**

Al establecer el tamaño más adecuado de un proyecto, se deberá apelar a la información disponible en torno al mercado, al proceso productivo, a la localización, a la disponibilidad de insumos y otros factores que serán considerados más o menos

relevantes dependiendo del proyecto que se trate; de todos modos, a la dimensión definitiva se llegara mediante un proceso de aproximaciones sucesivas.

### **Tamaño y mercado**

La estimación del tamaño más indicado de un proyecto, dependerá de los ingresos de la población, de la estructura de precios que se defina, de los costos unitarios de producción y de los resultados que produzca la proyección de la demanda a atender.

### **Tamaño, costos y aspectos técnicos**

Los costos de un plan de negocio están estrechamente ligados a la definición de tamaño. Si la capacidad de producción se incrementa, los costos fijos totales y unitarios decrecen, por la utilización de economías de escala que mejoran la relación tamaño- costo.

### **Disponibilidad de materias primas e insumos**

La producción de cualquier bien o la prestación de cualquier servicio requieren de la disponibilidad oportuna de materias primas e insumos que facilitan la elaboración del producto final a un buen costo.

#### **2.2.7.2. Localización**

El estudio de localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como microlocalización, para finalmente determinar un sitio preciso ubicación del proyecto.

#### **Microlocalización**

Una vez que ha sido escogida la región donde se puede localizar el proyecto (macrolocalización), se comienza el proceso de elegir la zona y dentro de esta, el sitio preciso (a nivel de factibilidad).

#### **Sitio preciso**

La ubicación o sitio preciso, puede buscarse en las cercanías de las ciudades, en áreas suburbanas que suelen tener la misma calidad en los servicios públicos, pero dotadas de mayores posibilidades de selección y expansión futuro, aunque tengan que asumir costos de transportes adicionales. La empresa debe ubicarse donde pueda utilizar al máximo en forma más conveniente las ventajas económicas, técnicas, geográficas, de seguridad y de infraestructura de la zona.

### 2.2.7.3. Ingeniería del proyecto

Para (Córdoba Padilla, 2011) la ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

Mediante el estudio de ingeniería se determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción de bienes o servicios. Para ello deben analizarse las distintas alternativas y condiciones en que pueden combinarse los factores productivos, identificados a través de la cuantificación y proyección del monto de inversiones, costos e ingresos que se asocian a cada uno de las alternativas de producción. Por lo tanto de la selección del proceso productivo se derivaran las necesidades de equipos y maquinarias del proyecto.

#### El proceso de producción

El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales, materia prima y las fuerzas de trabajo ( combinación de la mano de obra , maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación).Un proceso de producción se puede clasificar en función de su flujo productivo o del tipo de producto a manufacturar y, en cada caso particular, se tendrá diferentes efectos sobre el flujo de fondos de proyecto.

FIGURA N° 1 : EL PROCESO DE PRODUCCIÓN



**Fuente:** (Córdoba Padilla, 2011)

**Realizado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

## **Tecnología de producción**

Entendemos por tecnología toda forma de “hacer las cosas”. El concepto incluye tanto los elementos para hacer las cosas (la maquina), el operador y las relaciones entre ambos así como otros componentes que, sin ser máquinas, permiten una transformación de un insumo e un producto y el ahorro de los recursos.

## **Selección de maquinaria y equipo**

La maquinaria y equipo comprende todos aquellos elementos o artículos materiales que se requieren para desarrollar el proceso de producción o prestación del servicio y su selección se debe hacer teniendo en cuenta aspectos como:

- Características técnicas
- Costos
- Comportamiento

### **2.2.8. Estudio Económico – Financiero**

#### **2.2.8.1. Inversiones de un proyecto**

Según (Lara Dávila, 2011) se denomina inversiones a todos los gastos que se efectúan por unidad de tiempo para poder adquirir los factores de producción, necesarios para poder implementar el proceso productivo del bien o servicio, el mismo que generara beneficios, en el periodo establecido como vida útil de un proyecto.

#### **Tipos de inversiones de un proyecto:**

Inversiones fijas o tangibles.

Inversiones diferidas o intangibles.

Capital de trabajo pre-operativo.

#### **2.2.8.2. Costos de producción o costos de ventas**

Son todos aquellos egresos de dinero que se deben realizar en un proyecto en el proceso de producción de un bien o servicio.

#### **Clasificación de los costos:**

##### **Según su forma**

Costos directos: materiales directos, mano de obra indirecta.

Costos indirectos: mano de obra indirecta, materiales indirectos, otros costos indirectos.

## **Según su viabilidad**

Costos fijos

Costos variables

### **2.2.8.3. Gastos**

Son todos los egresos que se realizan en proyecto y que no pertenecen al proceso de producción, si no como elementos de apoyo al mismo, y también para la distribución y comercialización del producto.

#### **Tipos de gastos**

Gastos administrativos

Gastos de ventas

Gastos financieros

### **2.2.8.4. Ingresos**

Son las entradas de dinero que el proyecto tiene, principalmente por las actividades normales de sus operaciones y a veces por otras actividades.

#### **Tipos de ingresos:**

Ingresos operacionales

Ingresos no operacionales

### **2.2.8.5. Flujos de caja del proyecto**

Los flujos de caja de un proyecto son las entradas y salidas de efectivo que se realizan generalmente por las actividades normales del mismo. Y son de tres tipos:

Operacionales

Financieras

Inversión

Recuerde que todo proyecto presenta flujos de caja positivas y también negativas, la diferencia entre estos da como resultado los flujos de caja netos, estos existen durante toda la vida del proyecto, en la mayoría de los casos dichos flujos netos son de carácter positivo en otros pueden ser negativos, la proyección de estos flujos permite anticipadamente suponerlos y logra evaluar el proyecto.



#### **2.2.8.6. Balance de situación inicial**

Es importante establecer un balance de situación proyectada al primer año de la vida del proyecto, así como el estado de resultados, aunque no indispensable.

Se menciona esto por cuanto los analistas de proyectos en épocas pasadas, realizaban proyectos de balances por toda la vida útil del proyecto, pero en la actualidad esto ya no tiene un sentido muy práctico por la dificultad de establecer algunas cuentas y actividades propias de la estructura del proyecto.

#### **2.2.8.7. Estado de resultados**

El estado de ganancias y pérdidas es un informe sobre los resultados obtenidos durante un periodo determinado, sea utilidad o pérdida, los cual indica la cantidad de todos los flujos que entran y aquellos que salen de la empresa”.

#### **2.2.9. Marco Conceptual**

**1.- Proyecto:** Un proyecto es la planificación metodológica y sistemática de futuras acciones encaminadas a la creación de bienes y servicios, con la utilización de recursos para para la satisfacción de necesidades privadas o sociales. (Lara Dávila, 2011)

**2.- Estudio de factibilidad:** Todo proyecto de inversión privado tiene pasos que conforman el estudio de factibilidad, el mismo que se presenta a continuación.

Estudio de mercado

Estudio técnico

Estudio económico- financiero (Lara Dávila, 2011)

**3.-Estudio de mercado:** Es el estudio más decisorio cuando se desea realizar un proyecto. Para el óptimo desarrollo del mismo se tiene que analizar todos los componentes del mercado, esto implica realizar un análisis de la demanda, oferta y lo que se conoce como marketing mix (producto, precio, plaza y promoción), además de los canales de comercialización. (Lara Dávila, 2011)

**4.-Estudio técnico:** En este apartado se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto; además, se define el tamaño del proyecto

y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación. (Espinoza, 2007)

**5.- Estudio económico financiero:** El objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto. (Espinoza, 2007)

**6.- Precio:** Valor de un bien, servicio derecho, expresado en dinero. (Greco, 2003)

**7.- Administración:** Actividad encaminada hacia la dirección de una organización, en lo concerniente, a los cuidados de los bienes y el patrimonio, a las operaciones vinculadas a la producción, comercialización, control. (Greco, 2003)

**8.- Mercado:** En términos económicos y generales, es el ámbito donde se encuentran demandantes interesados en adquirir lo que los oferentes desean vender. Cada transacción de un bien o servicio tiene efectos sobre las cifras que se realizan sobre el mismo objeto. (Greco, 2003)

**9.- Análisis costo – beneficio:** Procedimiento que expresa y cuantifica las ventajas y desventajas de un proyecto común. La finalidad de este análisis es la maximización de los beneficios. (Greco, 2003)

**10.- Demanda:** Poder y decisión de compra por parte de los consumidores para adquirir una determinada cantidad de un producto en un tiempo y a un precio establecido.

Administración financiera: Comprende las tareas del administrador financiero en la organización de negocios. (Greco, 2003)

**11.- Empresa privada:** Empresa cuyo capital, administración y dirección, pertenecen a particulares que asume los riesgos inherentes a la actividad mercantil con la finalidad de obtener beneficios. (Greco, 2003)

**12.- Empresa pública:** Empresa en la que el estado nacional es propietario del capital. Se caracteriza por la gestión a cargo del mismo estado, por no perseguir, generalmente fines de lucro. (Greco, 2003)

**13.- Empresario:** Persona que posee y conduce una empresa. En su decisión esta lograr medios para producir los bienes que desea vender y proceder a su venta. (Greco, 2003)

**14.- Anaco negro:** Pieza rectangular. (Lema, 2009)

**15.- Mama chumbi:** Faja grande, elaborado con el alma de cabuya y lana roja que simboliza la fuerza. (Lema, 2009)

**16.- Chumbi:** Su ancho es de 5cm. Por 3 metros. De largo, tiene hermosas figuras de uno o varios colores se los fabrica en telares horizontales que dan seis o siete vueltas sobre la mama chumbi dando una forma femenina al cuerpo. (Lema, 2009)

**17.- Rebozo:** Es una manta que puede ser de cualquier color. (Lema, 2009)

**18.- Cinta:** Es una fajilla que sirve para agarrar el cabello de las mujeres, antiguamente solo utilizaban las mujeres de alta posición económica pero en la actualidad utilizan las mujeres de toda posición social. (Lema, 2009)

## **2.3. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER**

### **2.3.1. Idea a Defender**

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda, permitirá disponer de información útil para la toma de decisiones.

## **2.4. VARIABLES**

### **2.4.1. Variable Independiente**

La investigación del proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda.

### **2.4.2. Variable Dependiente**

Información útil para la toma de decisiones.

## CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

### 3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

**Enfoque Cuantitativo:** usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

El enfoque cuantitativo parte de lo general para llegar a conclusiones particulares este se sirve de números y métodos estadísticos ya que este mide datos contables y los asocia y analiza. El presente proyecto es de modalidad cuantitativa debido a que se va a recopilar datos que estos a su vez van a ser medidos y cuantificados.

### 3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

**Documental:** la investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas posturas o estado actual del conocimiento respecto del tema objeto de estudio. (Bernal, C., 2010)

Este tipo de investigación se utilizó para elaborar el marco teórico conceptual para así formar el objeto de estudio.

**De campo:** este trabajo es de campo ya que se va a realizar una encuesta para la recopilación de datos en el lugar de los hechos, además de realizar entrevistas a los artesanos y observar cómo se maneja la actividad comercial con respecto a la producción y comercialización de las prendas de vestir.

**Descriptiva:** su propósito es describir la realidad del objeto de estudio, un aspecto de ellas, sus partes, sus clases, sus categorías o las relaciones que se pueden establecer entre varios objetos, con el fin de establecer una verdad, corroborar un enunciado o comprobar una hipótesis. (Niño, M., 2011)

Con este método se recopilara las características de una población como hábitos de compra, tamaño del mercado para así analizar los datos obtenidos y a su vez el resultado de la idea a defender.

### 3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

TABLA N° 1: HOMBRES Y MUJERES INDÍGENAS SEGÚN SU EDAD

Edad	Total de hombres y mujeres indígenas
De 16 años hasta los 60 años	11.982

Fuente: Base de datos REDATAM+SP INEC 2010

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

Al no tener datos específicos sobre la cantidad de la población de mujeres indígenas en un rango de edad de 16 hasta los 60 años, para el cálculo de la muestra se procederá a tomar el 50% de los datos obtenidos de la tabla N° 1.

#### 3.3.1. Fórmula Para Calcular el Tamaño de la Muestra

Se utilizará la siguiente fórmula para obtener el tamaño de la muestra por cuanto la población en estudio es finita.

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

**Donde:**

**n**= tamaño de la muestra (?)

**N**= universo (5.991)

**Z**= valor de la tabla Z considerando el nivel de confianza (1,96)

**p**= probabilidad de ocurrencia (0,5)

**q**= probabilidad de no ocurrencia (0,5)

**e**= error de estimación (0,05)

$$n = \frac{(5.991) * (1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(5.991 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{5733,76}{15,9354}$$

$$n = 360,96$$

$$n = 360$$

### 3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 3.4.1. Métodos

**Método deductivo:** este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Bernal Torres, 2010)

Este método se aplicara para la realización de los estudios a realizarse para comprobar y evaluar la factibilidad de este proyecto

**Método inductivo:** con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulen como leyes, principios o fundamentos de una teoría. (Bernal Torres, 2010)

Se va utilizar el método inductivo para constatar y verificar los hechos particulares como gustos y preferencias, para así conocer las necesidades de los posibles consumidores.

**Método sintético:** el método consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad. (Bernal Torres, 2010)

Este método se utilizara para reunir y totalizar cada una de las partes investigadas para tener una mayor comprensión de los componentes obtenidos.

#### 3.4.2. Técnicas

**Encuesta:** es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas.

La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. (Bernal Torres, 2010)

Para el presente trabajo, se utilizara la técnica de la encuesta con preguntas cerradas y de selección múltiple, la cual nos ayudara a recolectar información precisa para el desarrollo

del proyecto. La encuesta estará direccionada a las mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda.

**Entrevista:** técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio. (Bernal Torres, 2010)

Se realizara entrevistas a los artesanos de la ciudad de Guaranda mediante preguntas directas cuya finalidad será el de obtener información referente a la confección y bordado de las prendas.

**Observación directa:** cada día cobra mayor credibilidad y su uso a generalizarse, debido a que permite tener información directa y confiable, siempre y cuando se haga mediante un procedimiento sistematizado y muy controlado, para lo cual hoy están utilizándose medios audiovisuales muy completos, especialmente en estudios de comportamiento de las personas en sus sitios de trabajo. (Bernal Torres, 2010)

### **3.4.3. Instrumentos**

**Cuestionario:** el término alude a una modalidad de instrumento de la técnica de la encuesta que se realiza en forma escrita, mediante un formulario o formato contentivo de una serie de preguntas, ítems, proposiciones, enunciado o reactivos. Es auto administrado, porque debe ser llenada por el encuestado sin la intervención de encuestador. (Becerra, Peñaloza, & Osorio, 2012)

Para recabar información sobre el tema de investigación se realizara un cuestionario con preguntas direccionadas sobre los gustos, preferencias, frecuencia de consumo, entre otras preguntas importantes que ayudaran al levantamiento de información para la realización del estudio de factibilidad y para poder analizar el nivel de aceptación que tendrá la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas.

**Guía de entrevista:** consiste en un formato que generalmente contiene información sobre fecha, hora, lugar, identificación del entrevistado, tema central y las interrogantes a ser

planteadas al respecto, con los espacios para anotaciones. (Becerra, Peñaloza, & Osorio, 2012)

**Guía de observación:** consiste en listar la serie de eventos, procesos, hechos situaciones a ser observados, su ocurrencia y características (ello es factible con base a un ejercicio de visión previa con miras a establecer los aspectos a observar). Se asocia generalmente con las interrogantes u objetivos específicos del estudio. (Becerra, Peñaloza, & Osorio, 2012)

Para el presente estudio se realizara la técnica de la observación para ello se pretende hacer una guía de observación para determinar los aspectos a observar con el objetivo de identificar la actividad comercial de la ciudad de Guaranda con respecto a la vestimenta de las mujeres indígenas.



### 3.5. RESULTADOS

#### Pregunta # 1.- ¿Utiliza prendas de vestir para mujeres indígenas?

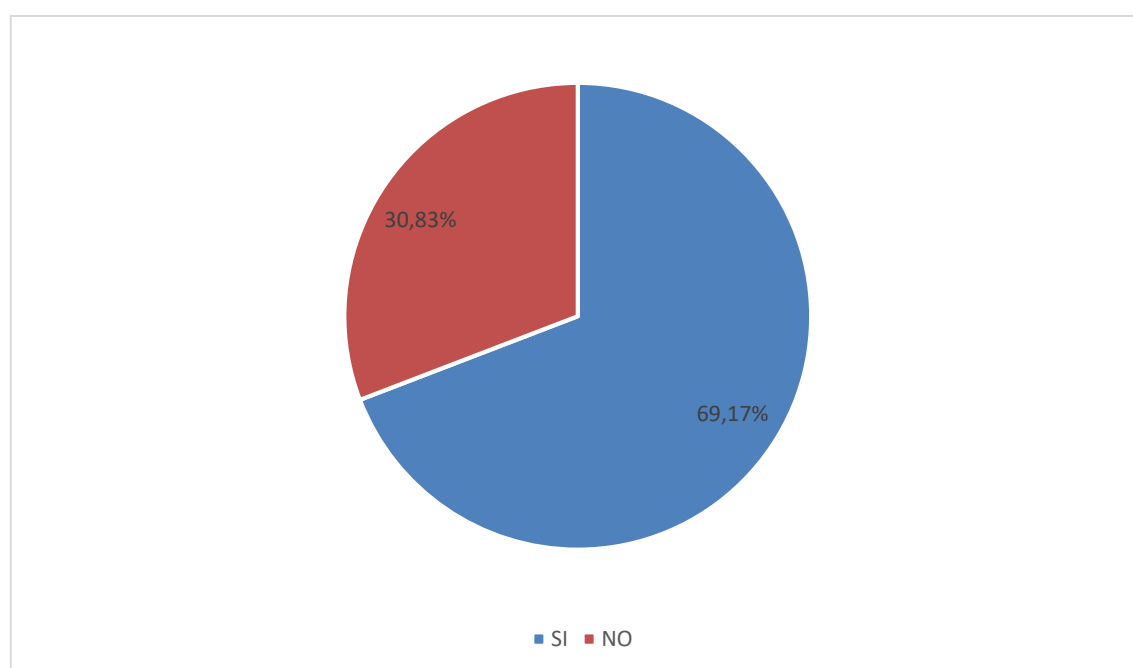
CUADRO N° 1: UTILIZA PRENDAS PARA MUJERES INDÍGENAS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	249	69,17	69,17	69,17
No	111	30,83	30,83	100,00
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 1: UTILIZA PRENDAS DE VESTIR PARA MUJERES INDÍGENAS



Fuente: Cuadro N° 1

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** Del total de las mujeres indígenas encuestadas el 69,17% utiliza prendas de vestir para mujeres indígenas, mientras que el 30,83% no utiliza, ya que se ha ido perdiendo la tradición de la vestimenta.

## Pregunta # 2.- ¿Qué edad tiene?

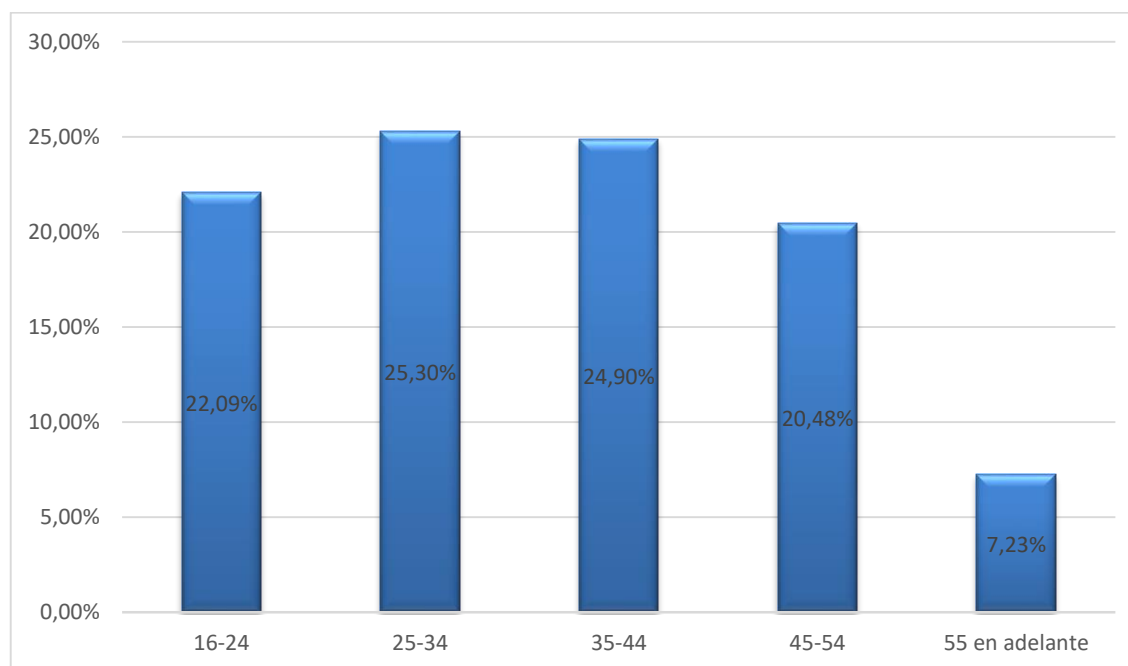
CUADRO N° 2: EDAD

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
16-24	55	22,09	22,09	22,09
25-34	63	25,30	25,3	47,39
35-44	62	24,90	24,9	72,29
45-54	51	20,48	20,48	92,77
55 en adelante	18	7,23	7,23	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 2: EDAD



Fuente: Cuadro N° 2

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** Del total de las mujeres indígenas encuestadas el 24,90% está en un rango de edad 35 a 44 años, el 25,30% en rango de 25 a 34 años, el 22,09% está en un rango de 16 a 24 años, el 20,48% en un rango de edad de 45 a 54 años y el 7,23% en un rango de 55 años en adelante.

### Pregunta # 3.

#### 3.1.- ¿Qué cantidad de blusas bordadas adquiere anualmente?

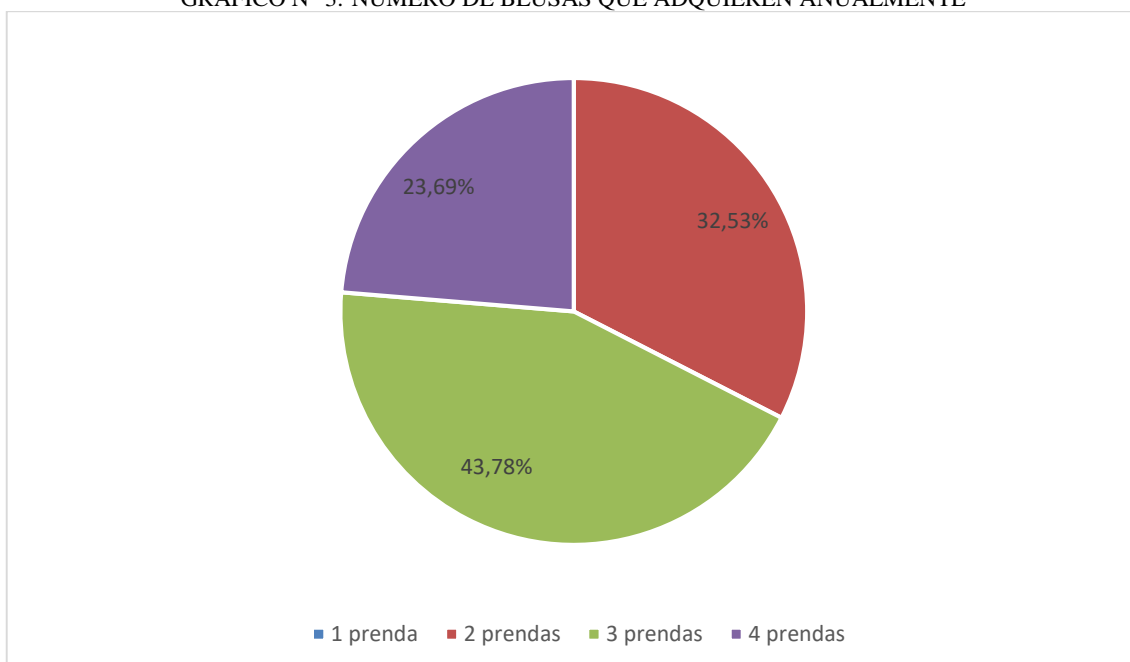
CUADRO N° 3: NÚMERO DE BLUSAS QUE ADQUIEREN ANUALMENTE

Blusas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 prenda	0	0,00	0,00	0,00
2 prendas	81	32,53	32,53	32,53
3 prendas	109	43,78	43,78	76,31
4 prendas	59	23,69	23,69	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 3: NÚMERO DE BLUSAS QUE ADQUIEREN ANUALMENTE



Fuente: Cuadro N° 3

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 43,78% de las mujeres indígenas encuestadas adquiere 3 prendas de vestir anualmente, el 23,69% adquiere 4 prendas y el 32,53% adquiere 2 prendas con respecto a las blusas bordadas.

### 3.2.- ¿Qué cantidad de rebozos adquiere anualmente?

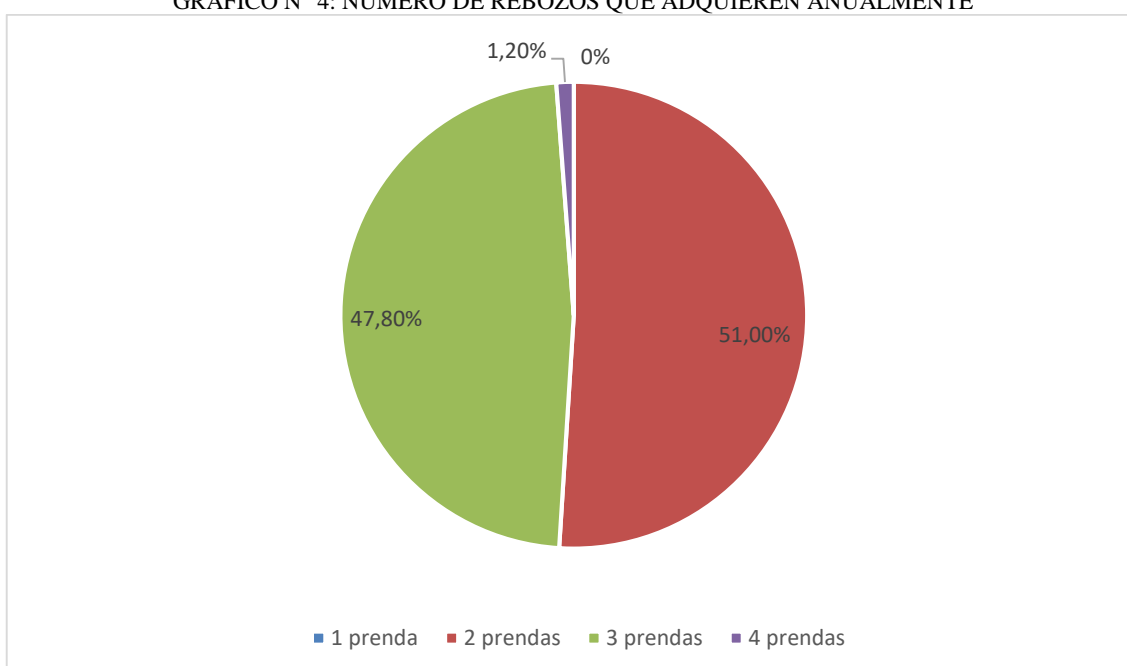
CUADRO N° 4: NÚMERO DE REBOZOS QUE ADQUIEREN ANUALMENTE

Rebozos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 prenda	0	0,00	0,00	0,00
2 prendas	127	51,00	51,00	51,00
3 prendas	119	47,80	47,80	98,80
4 prendas	3	1,20	1,20	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 4: NÚMERO DE REBOZOS QUE ADQUIEREN ANUALMENTE



Fuente: Cuadro N° 4

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres encuestadas el 47,80 % adquiere anualmente 3 prendas, el 51,00% adquiere 2 prendas y el 1,20% adquiere 4 prendas con respecto a los rebozos.

### 3.3.- ¿Qué cantidad de fajas adquiere anualmente?

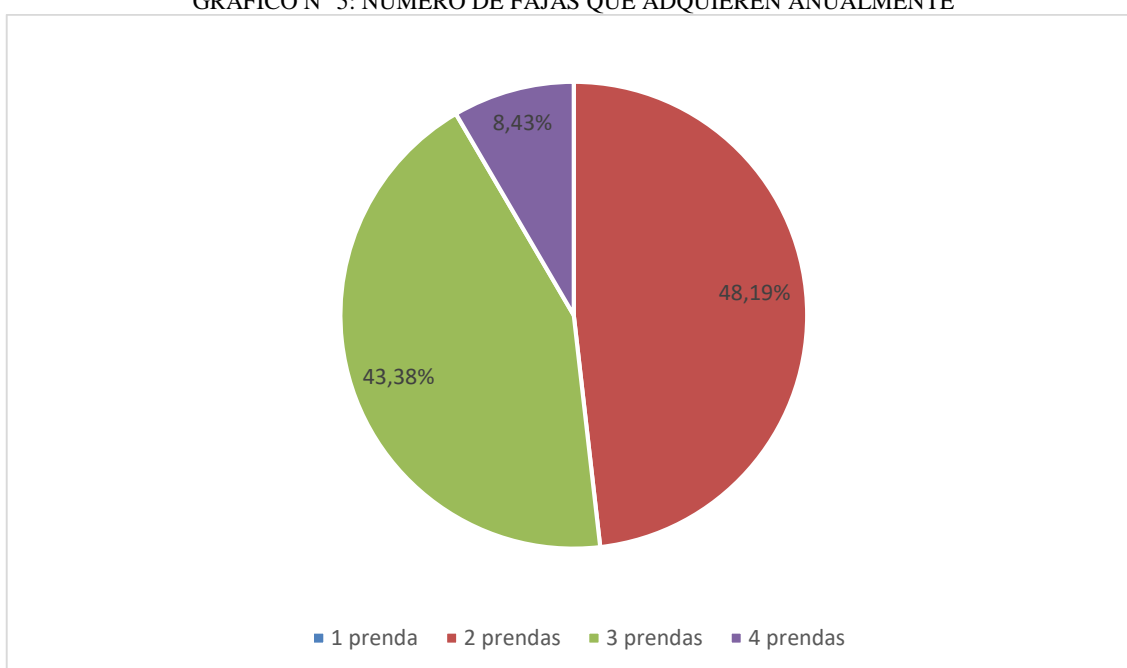
CUADRO N° 5: NÚMERO DE FAJAS QUE ADQUIEREN ANUALMENTE

Fajas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 prenda	0	0,00	0,00	0,00
2 prendas	120	48,19	48,19	48,19
3 prendas	108	43,38	43,38	91,57
4 prendas	21	8,43	8,43	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 5: NÚMERO DE FAJAS QUE ADQUIEREN ANUALMENTE



Fuente: Cuadro N° 5

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres indígenas encuestadas el 48,19% adquiere 2 prendas anualmente, el 43,38% adquiere 3 prendas y el 8,43% adquiere 4 prendas con respecto a las fajas.

### 3.4.- ¿Qué cantidad de cintas adquiere anualmente?

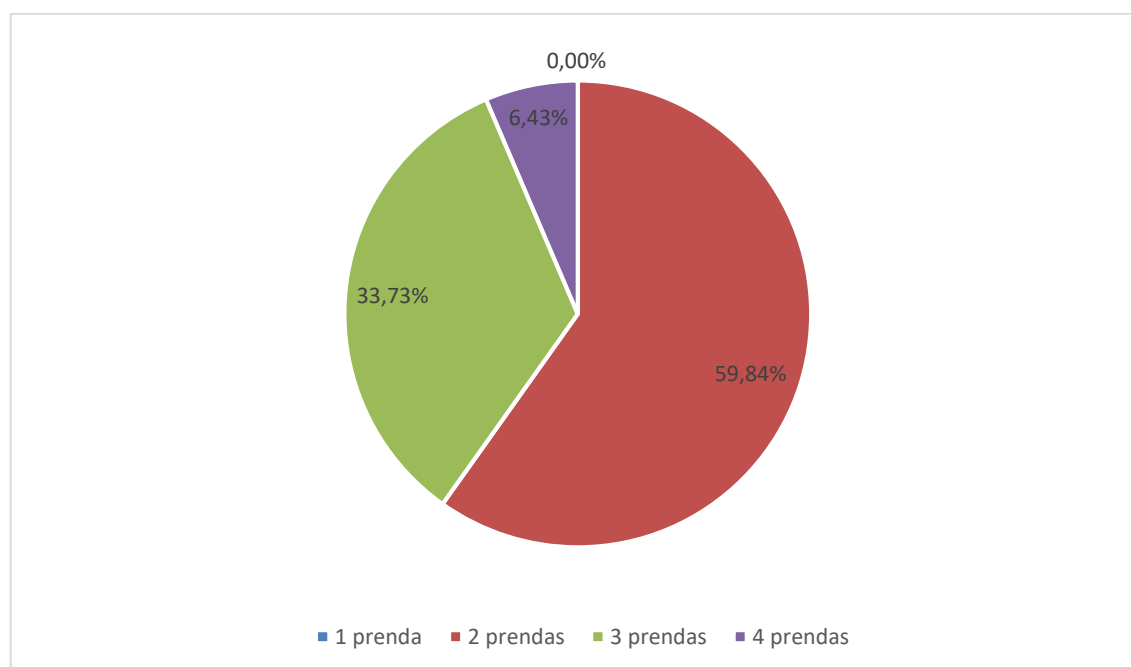
CUADRO N° 6: NÚMERO DE CINTAS QUE ADQUIEREN ANUALMENTE

Cintas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 prenda	0	0,00	0,00	0,00
2 prendas	149	59,84	59,84	59,84
3 prendas	84	33,73	33,73	93,57
4 prendas	16	6,43	6,43	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 6: NÚMERO DE CINTAS QUE ADQUIEREN ANUALMENTE



Fuente: Cuadro N° 6

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** Del total de las mujeres indígenas encuestadas el 59,84% adquiere 2 prendas, el 33,73% adquiere tres prendas y el 6,43% adquiere 4 prendas de vestir anualmente con respecto a las cintas.

### 3.5.- ¿Qué cantidad de anacos adquiere anualmente?

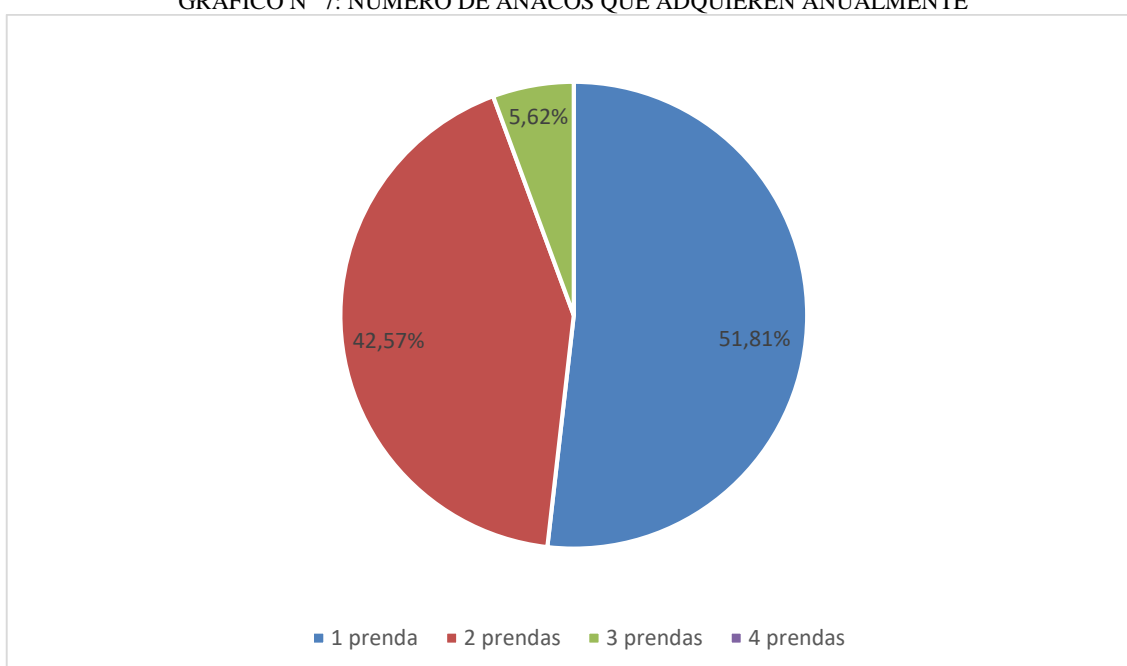
CUADRO N° 7: NÚMERO DE ANACOS QUE ADQUIEREN ANUALMENTE

Anacos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 prenda	129	51,81	51,81	51,81
2 prendas	106	42,57	42,57	94,38
3 prendas	14	5,62	5,62	100,00
4 prendas	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 7: NÚMERO DE ANACOS QUE ADQUIEREN ANUALMENTE



Fuente: Cuadro N° 7

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** Del total de las mujeres indígenas encuestadas el 51,81% adquiere 1 prenda, el 42,57% adquiere dos prendas y el 5,62% adquiere 3 prendas de vestir anualmente con respecto a los anacos bordados.

**Pregunta # 4.- Al momento de adquirir las prendas de vestir, ¿Qué considera más importante? (Elija 2 opciones)**

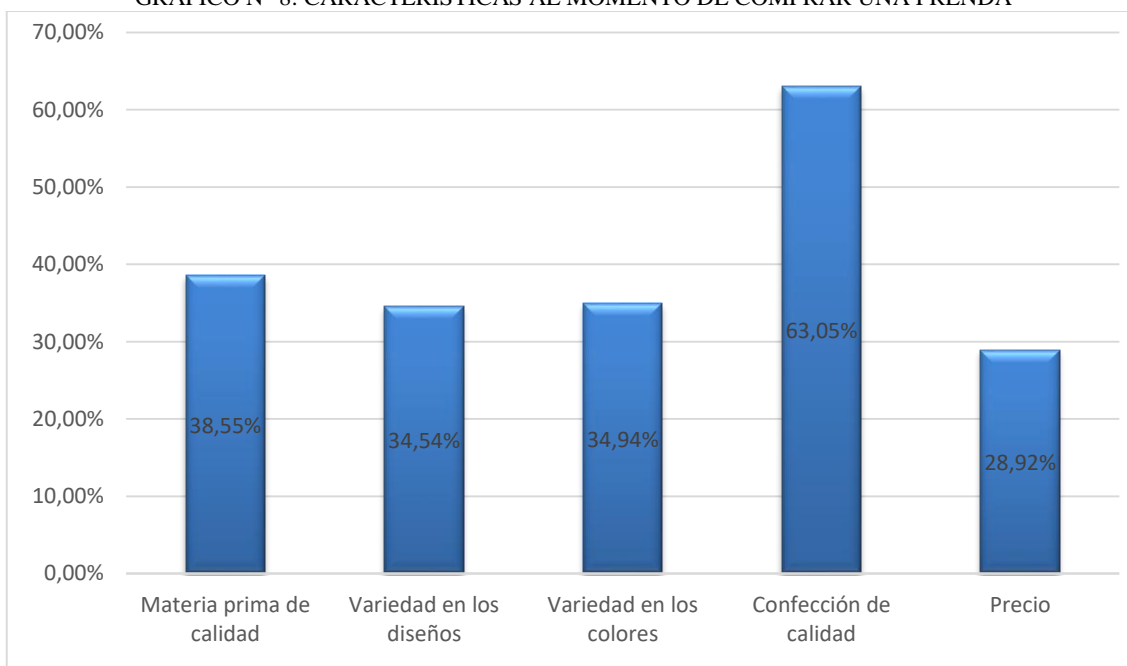
CUADRO N° 8: CARACTERÍSTICAS AL MOMENTO DE COMPRAR UNA PRENDA

Características al elegir una prenda	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Materia prima de calidad	96	38,55	38,55	38,55
Variedad en los diseños	86	34,54	34,54	73,09
Variedad en los colores	87	34,94	34,94	108,03
Confección de calidad	157	63,05	63,05	171,08
Precio	72	28,92	28,92	200,00
<b>Total</b>	498	200,00	200,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 8: CARACTERÍSTICAS AL MOMENTO DE COMPRAR UNA PRENDA



Fuente: Cuadro N° 8

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** Del total de las mujeres indígenas encuestadas el 63,05% toma en cuenta la confección de calidad, el 38,55% la materia prima, el 34,94% la variedad de los colores, el 34,54 la variedad en los diseños y el 28,92% el precio. Siendo las dos características más importantes al momento de adquirir una prenda la confección y la materia prima.



**Pregunta # 5.- ¿Cómo considera el precio que actualmente maneja su proveedor de las prendas de vestir?**

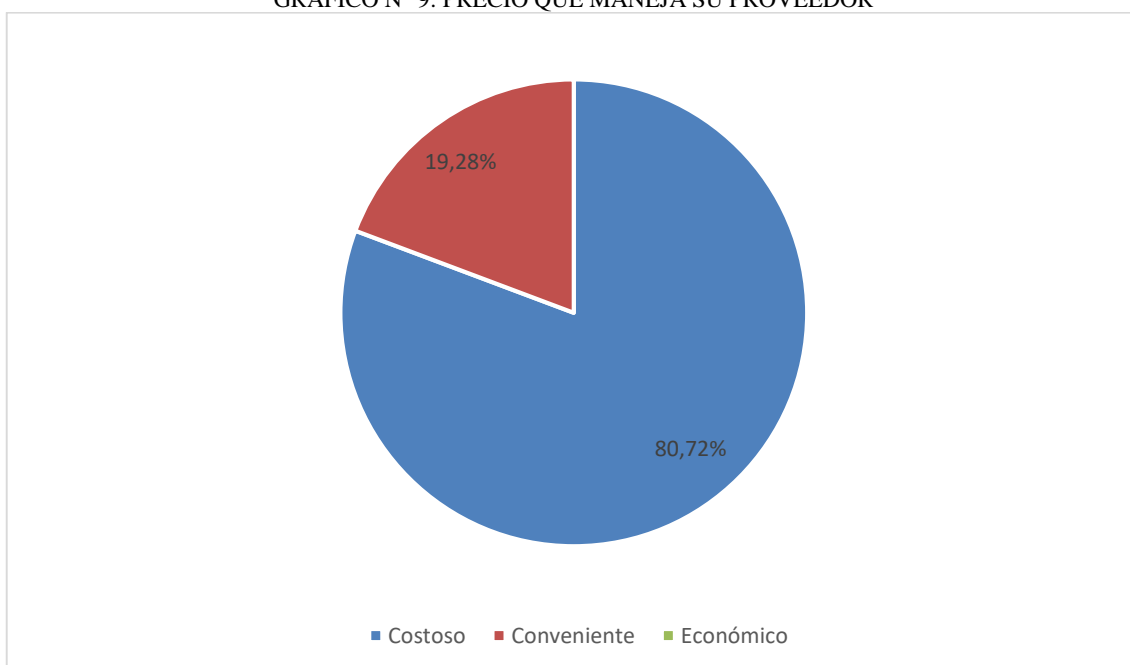
CUADRO N° 9: PRECIO QUE MANEJA SU PROVEEDOR

Precio de su proveedor actual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Costoso	201	80,72	80,72	80,72
Conveniente	48	19,28	19,28	100,00
Económico	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 9: PRECIO QUE MANEJA SU PROVEEDOR



Fuente: Cuadro N° 9

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres indígenas encuestadas el 80,72% considera que su proveedor maneja un precio costoso, el 19,28% responde a un precio conveniente. Dando como resultado que la mayoría de mujeres indígenas manifiesta que las prendas de vestir tienen un costo elevado.

**Pregunta # 6.- ¿Cómo considera la calidad que actualmente maneja su proveedor de las prendas de vestir?**

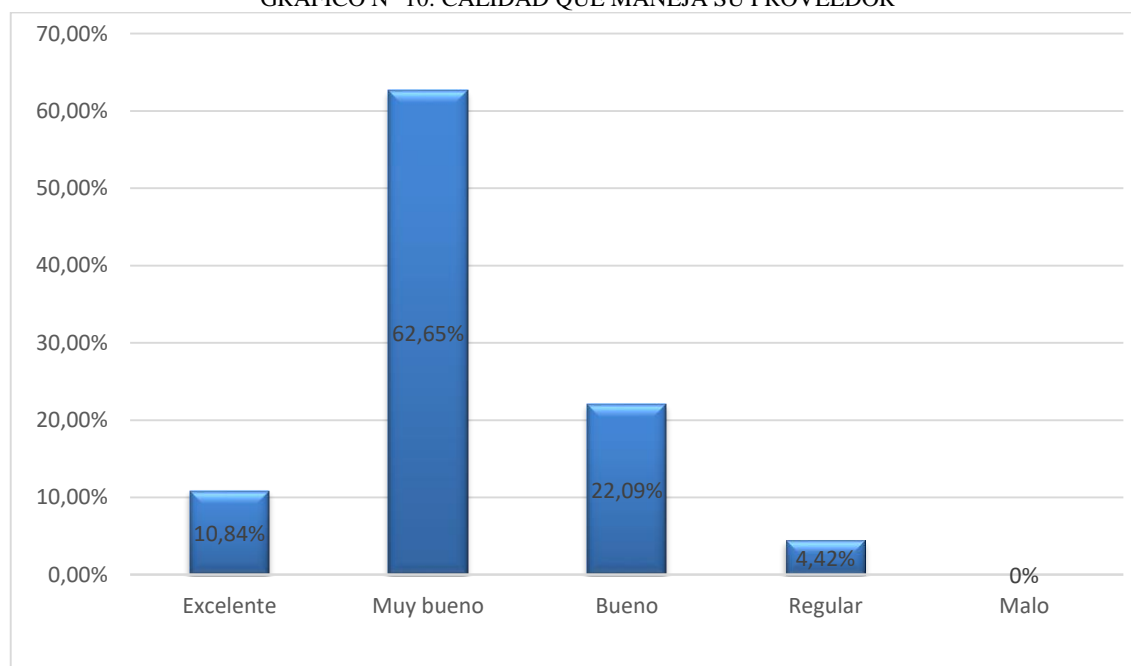
CUADRO N° 10: CALIDAD QUE MANEJA SU PROVEEDOR

Calidad que maneja su proveedor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Excelente	27	10,84	10,84	10,84
Muy bueno	156	62,65	62,65	73,49
Bueno	55	22,09	22,09	95,58
Regular	11	4,42	4,42	100,00
Malo	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 10: CALIDAD QUE MANEJA SU PROVEEDOR



Fuente: Cuadro N° 10

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 62,65% de los encuestados responde que la calidad que maneja su proveedor de las prendas de vestir es muy buena, mientras que el 22,09% responde que la calidad es buena, el 10,84% excelente y el 4,42% dice que es regular. Dando como resultado final que la mayoría considera que la calidad de las prendas es muy buena.

**Pregunta # 7.- ¿A través de que medio quisiera usted recibir información de las prendas de vestir que ofrecerá esta nueva microempresa?**

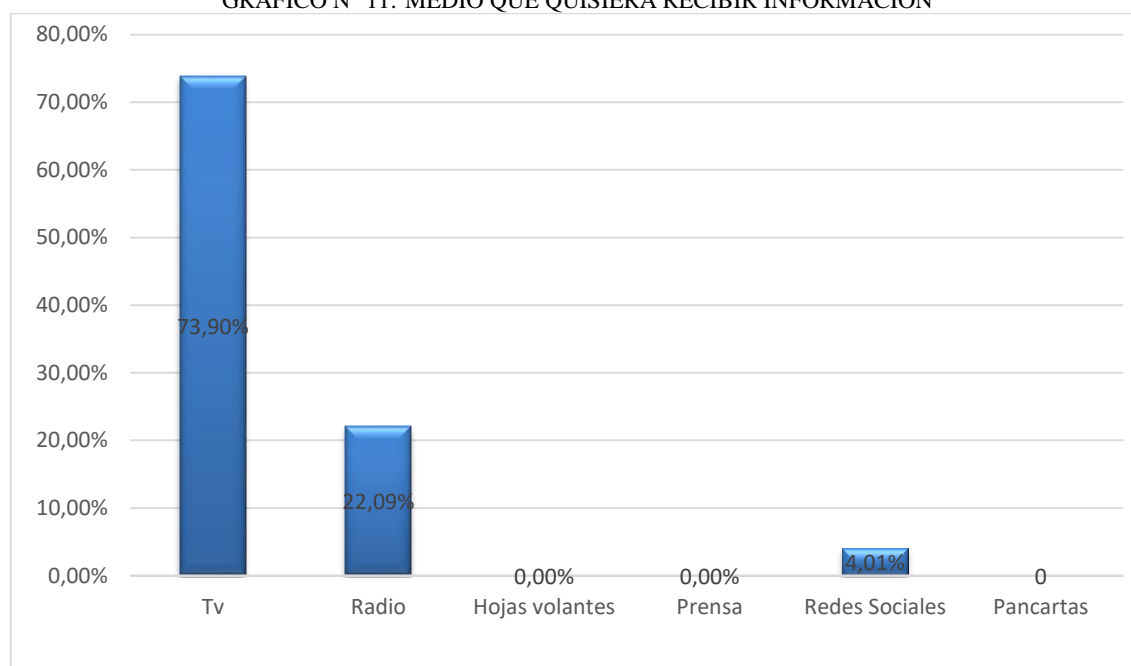
CUADRO N° 11: MEDIO EN EL QUE QUISIERA RECIBIR INFORMACIÓN

Medio en el que quisiera recibir información	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Tv	184	73,90	73,90	73,90
Radio	55	22,09	22,09	95,99
Hojas volantes	0	0,00	0,00	95,99
Prensa	0	0,00	0,00	95,99
Redes Sociales	10	4,01	4,01	100,00
Pancartas	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>		<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 11: MEDIO QUE QUISIERA RECIBIR INFORMACIÓN



Fuente: Cuadro N° 11

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres indígenas encuestadas el 73,90% responde que quisiera recibir información a través de la Tv, el 22,09% a través de la radio y el 4,01% a través de las redes sociales. Siendo como preferencia recibir publicidad a través de la televisión.

## Pregunta # 8.

**8.1.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las prendas de vestir que se detallan a continuación? (Blusas)**

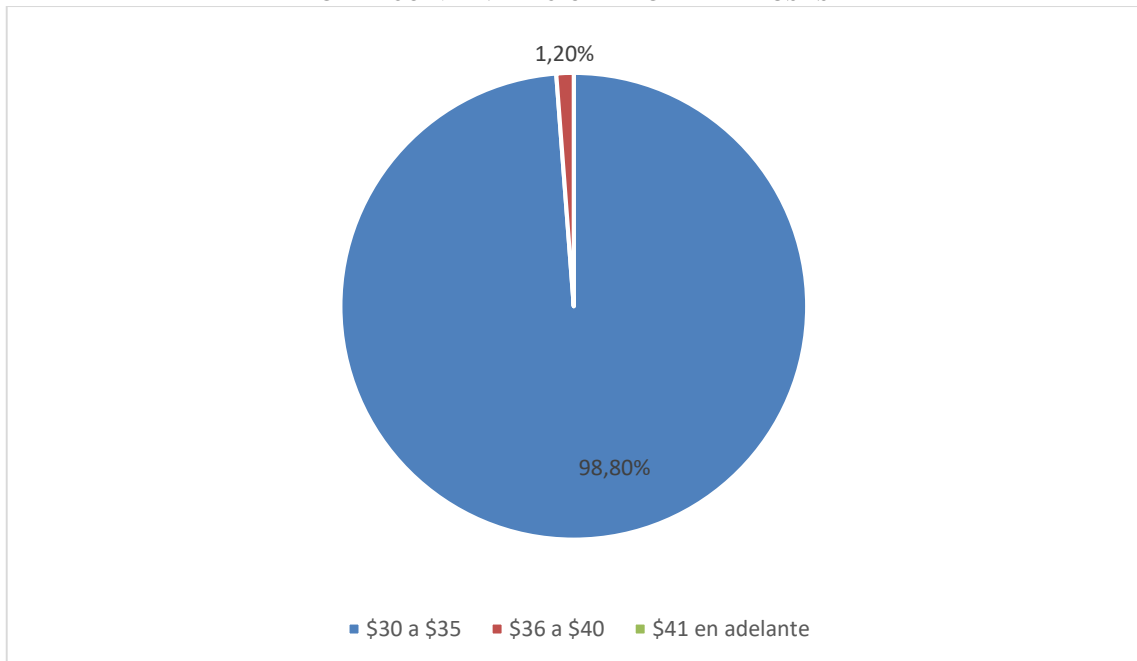
CUADRO N° 12: PRECIO A PAGAR DE BLUSAS

Blusas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$30 a \$35	246	98,80	98,80	98,80
\$36 a \$40	3	1,20	1,20	100,00
\$41 en adelante	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 12: PRECIO A PAGAR DE BLUSAS



Fuente: Cuadro N° 12

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** Del total de las mujeres indígenas encuestadas el 98,80% estaría dispuesta a pagar por las blusas un precio de \$ 30,00 a 35,00 dólares y el 1,20% a pagar de \$ 36,00 a 40,00 dólares. La mayoría de las mujeres indígenas prefiere el precio más económico.

**8.2.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las prendas de vestir que se detallan a continuación? (Rebozos)**

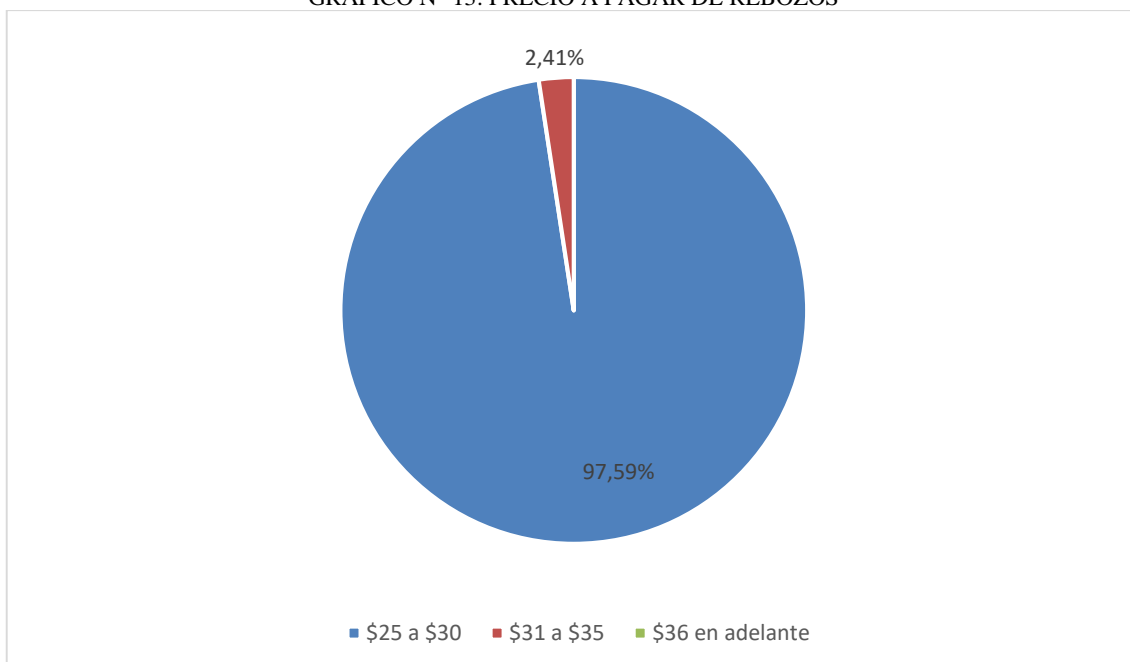
CUADRO N° 13: PRECIO A PAGAR DE REBOZOS

Rebozos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$25 a \$30	243	97,59	97,59	97,59
\$31 a \$35	6	2,41	2,41	100,00
\$36 en adelante	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 13: PRECIO A PAGAR DE REBOZOS



Fuente: Cuadro N° 13

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** Del total de las mujeres indígenas encuestadas el 97,59% está dispuesto a pagar un precio de \$25,00 a 30,00 dólares por lo rebozos y el 2,41% un precio de \$31,00 a 35,00 dólares. Dando como resultado que la mayoría prefiere pagar el precio más económico.

**8.3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las prendas de vestir que se detallan a continuación? (Fajas)**

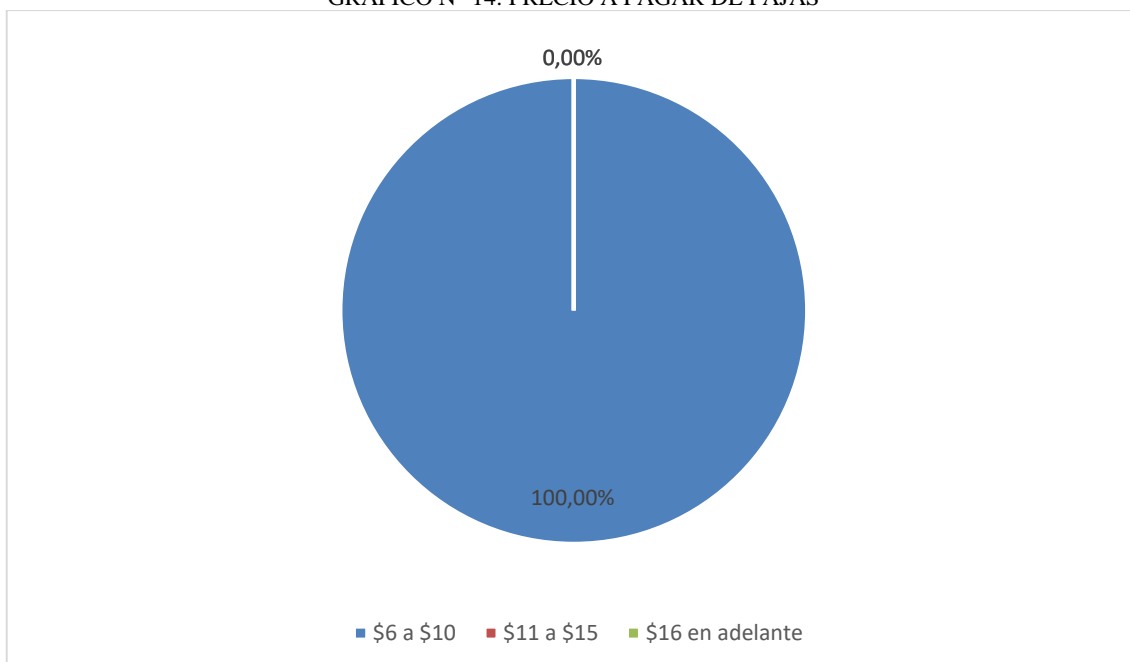
CUADRO N° 14: PRECIO A PAGAR FAJAS

Fajas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$6 a \$10	249	100,00	100,00	100,00
\$11 a \$15	0	0,00	0,00	100,00
\$16 en adelante	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 14: PRECIO A PAGAR DE FAJAS



Fuente: Cuadro N° 14

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El total de las mujeres indígenas encuestadas prefiere adquirir las fajas a un precio de \$6,00 a \$10,00.

**8.4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las prendas de vestir que se detallan a continuación? (Cintas)**

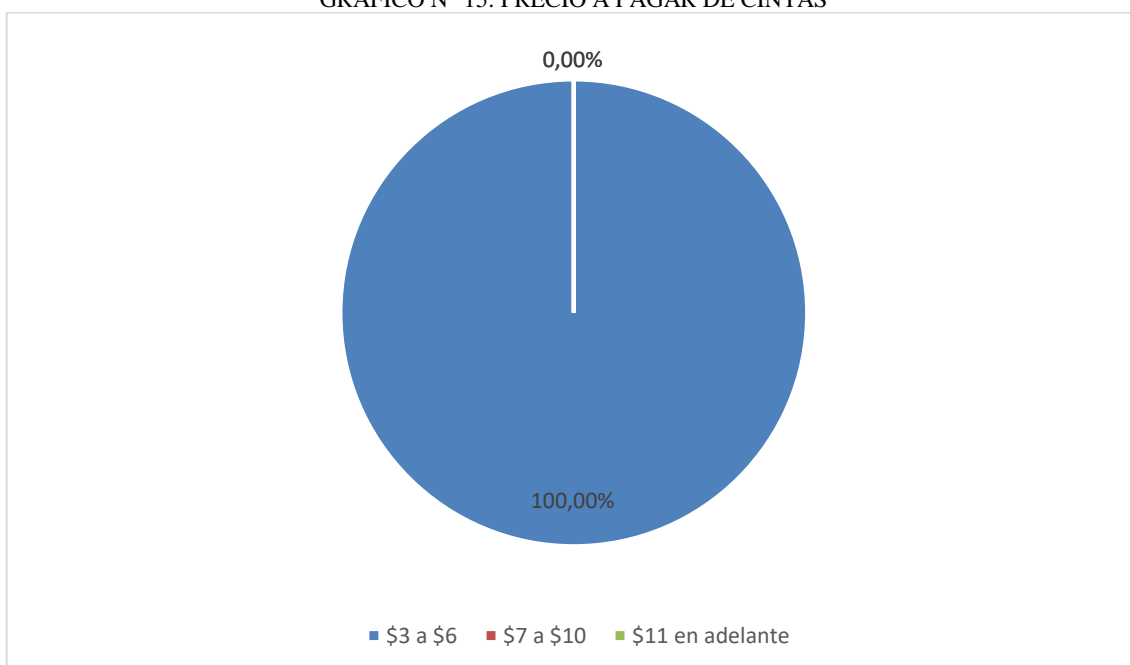
CUADRO N° 15: PRECIO A PAGAR DE CINTAS

Cintas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$3 a \$6	249	100,00	100,00	100,00
\$7 a \$10	0	0,00	0,00	100,00
\$11 en adelante	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 15: PRECIO A PAGAR DE CINTAS



Fuente: Cuadro N° 15

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El total de las mujeres indígenas encuestadas prefiere adquirir las cintas a un precio de \$3,00 a \$6,00.

**8.5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las prendas de vestir que se detallan a continuación? (Anacos)**

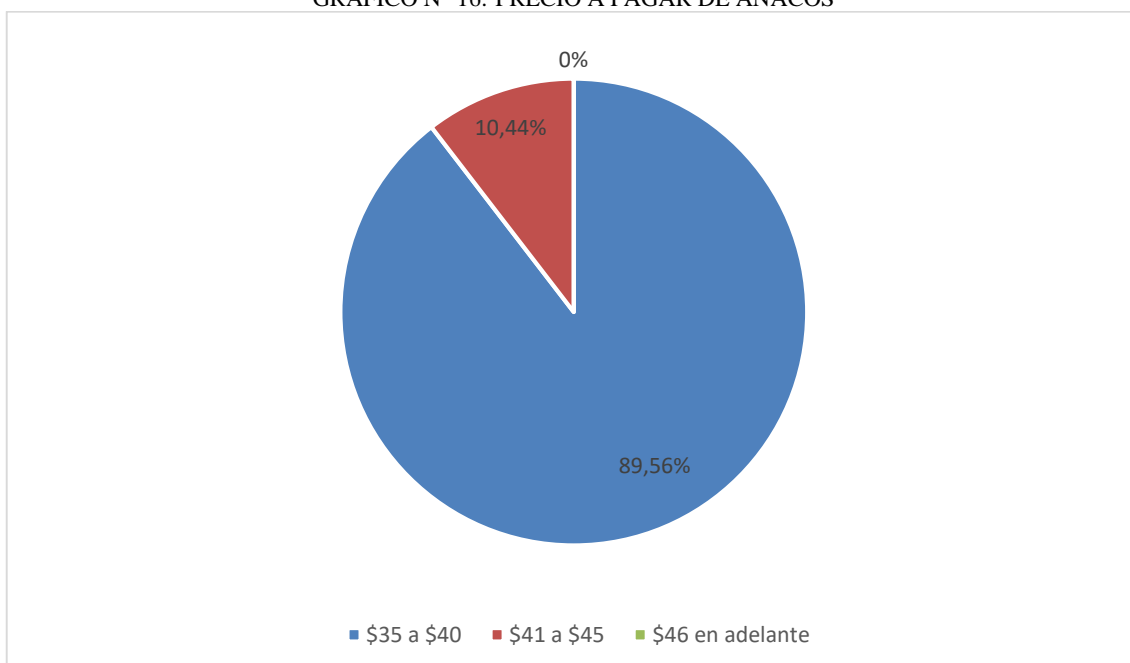
CUADRO N° 16: PRECIO A PAGAR DE ANACOS

Anacos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$35 a \$40	223	89,56	89,56	89,56
\$41 a \$45	26	10,44	10,44	100,00
\$46 en adelante	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 16: PRECIO A PAGAR DE ANACOS



Fuente: Cuadro N° 16

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 89,56% de las mujeres indígenas encuestadas estarían dispuestas a pagar un precio de \$25,00 a \$30,00 por los anacos bordados, mientras que el 10,44% un precio de \$35,00 a \$40,00. La mayoría de las encuestadas prefiere el precio más conveniente.



## Pregunta # 9.

9.1.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una blusa bordada? (Color de tela)

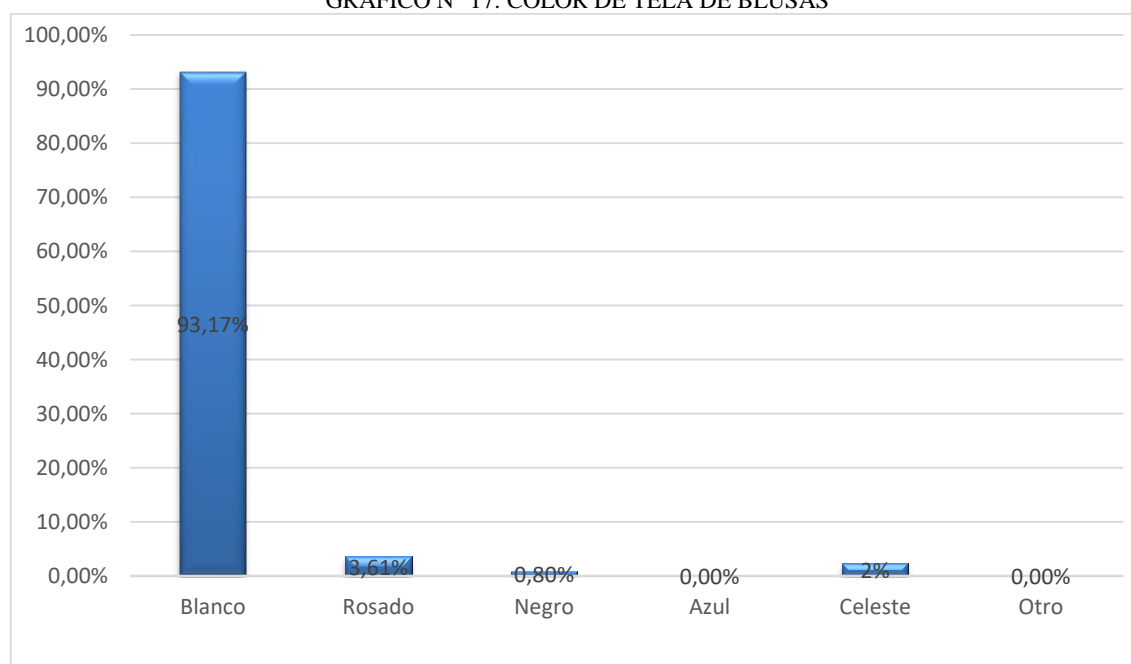
CUADRO N° 17: COLOR DE TELA DE BLUSAS

Color de tela	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Blanco	232	93,17	93,17	93,17
Rosado	9	3,61	3,61	96,78
Negro	2	0,80	0,80	97,58
Azul	0	0,00	0,00	97,58
Celeste	6	2,42	2,42	100
Otro	0	0,00	0,00	100
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 17: COLOR DE TELA DE BLUSAS



Fuente: Cuadro N° 17

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 93, 17% de las mujeres indígenas encuestadas prefiere el color blanco para la tela de la blusa, el 3,61% el color rosado y el 2% el color celeste. Siendo de mayor preferencia el color blanco ya que es más común utilizar ese color.

**Pregunta # 9.2.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una blusa bordada? (Tipo de manga)**

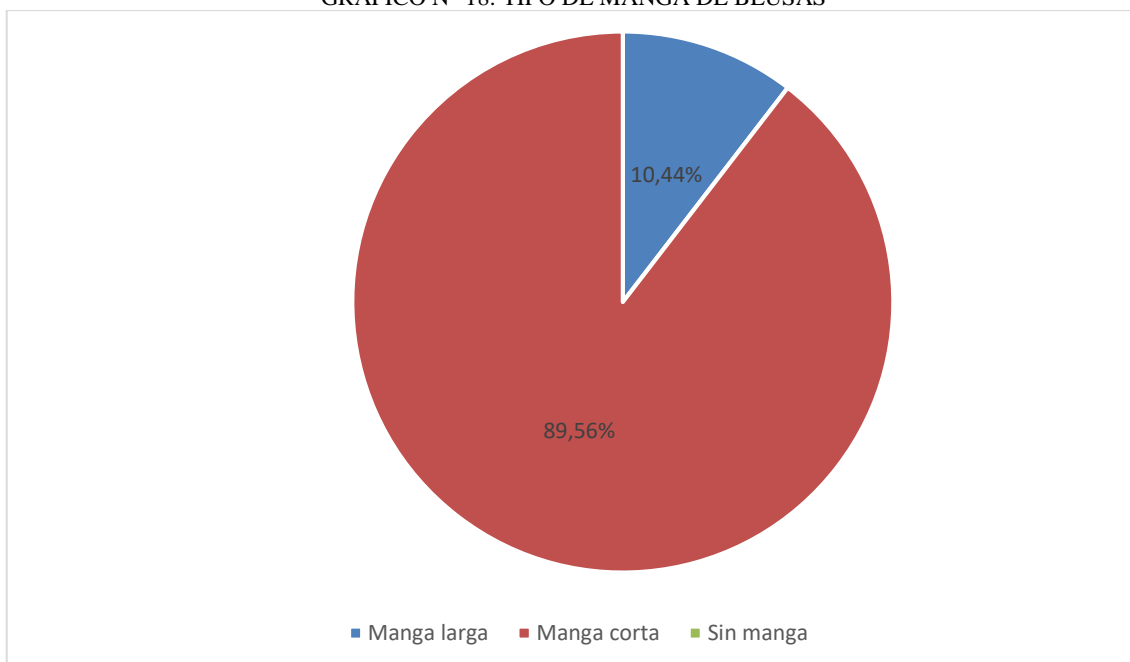
CUADRO N° 18: TIPO DE MANGA DE BLUSAS

Tipo de manga	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Manga larga	26	10,44	10,44	10,44
Manga corta	223	89,56	89,56	100,00
Sin manga	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 18: TIPO DE MANGA DE BLUSAS



Fuente: Cuadro N° 18

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres indígenas encuestadas el 89,56% elige las blusas de manga corta y el 10,44% elige la manga larga. Siendo de mayor preferencia la blusa de manga corta.

**Pregunta # 9.3.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una blusa bordada? (Tipo de cuello)**

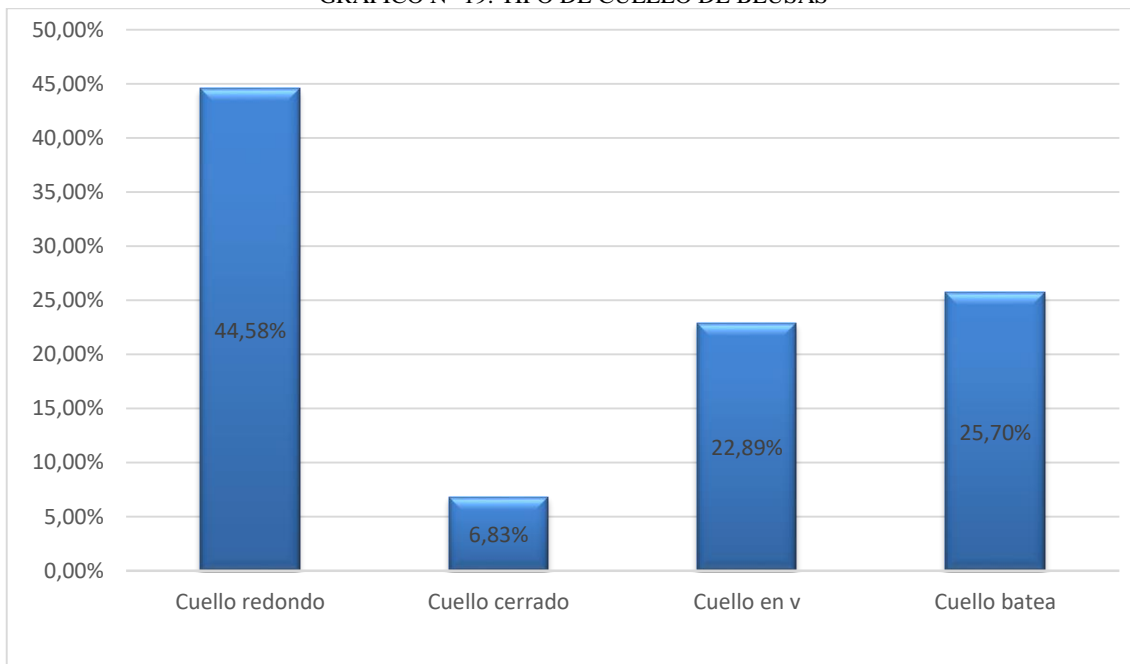
CUADRO N° 19: TIPO DE CUELLO DE BLUSAS

Tipo de cuello	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Cuello redondo	111	44,58	44,58	44,58
Cuello cerrado	17	6,83	6,83	51,41
Cuello en v	57	22,89	22,89	74,30
Cuello batea	64	25,70	25,70	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 19: TIPO DE CUELLO DE BLUSAS



Fuente: Cuadro N° 19

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 44,58% de las mujeres indígenas encuestadas responde al tipo de cuello de la blusa por redondo, el 25,70% al cuello batea, el 22,89 al cuello en v y el 6,83% al cuello cerrado. La mayoría de mujeres indígenas prefieren el cuello redondo.

**Pregunta # 9.4.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una blusa bordada? (Tipo de tela)**

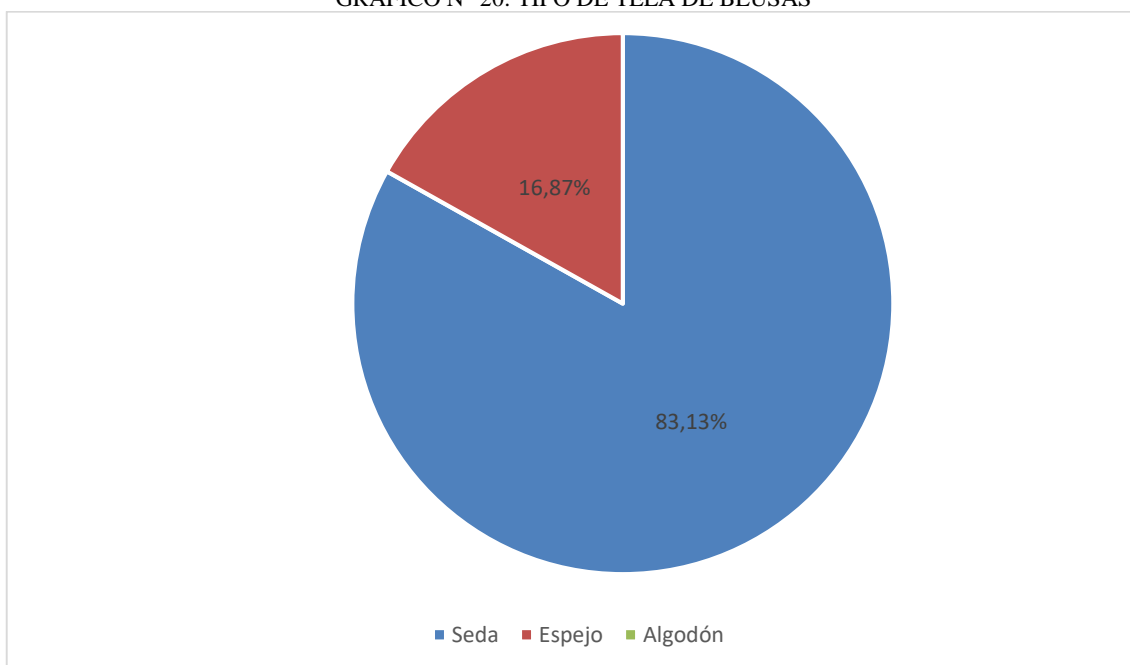
CUADRO N° 20: TIPO DE TELA DE BLUSAS

Tipo de tela	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Seda	207	83,13	83,13	83,13
Espejo	42	16,87	16,87	100,00
Algodón	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 20: TIPO DE TELA DE BLUSAS



Fuente: Cuadro N° 20

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres indígenas encuestadas el 83,13% prefieren la tela seda para la blusa y el 16,87% la tela espejo. Casi en su totalidad la preferencia se inclina a la tela seda.

### Pregunta # 10.

10.1.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir un rebozo bordado?

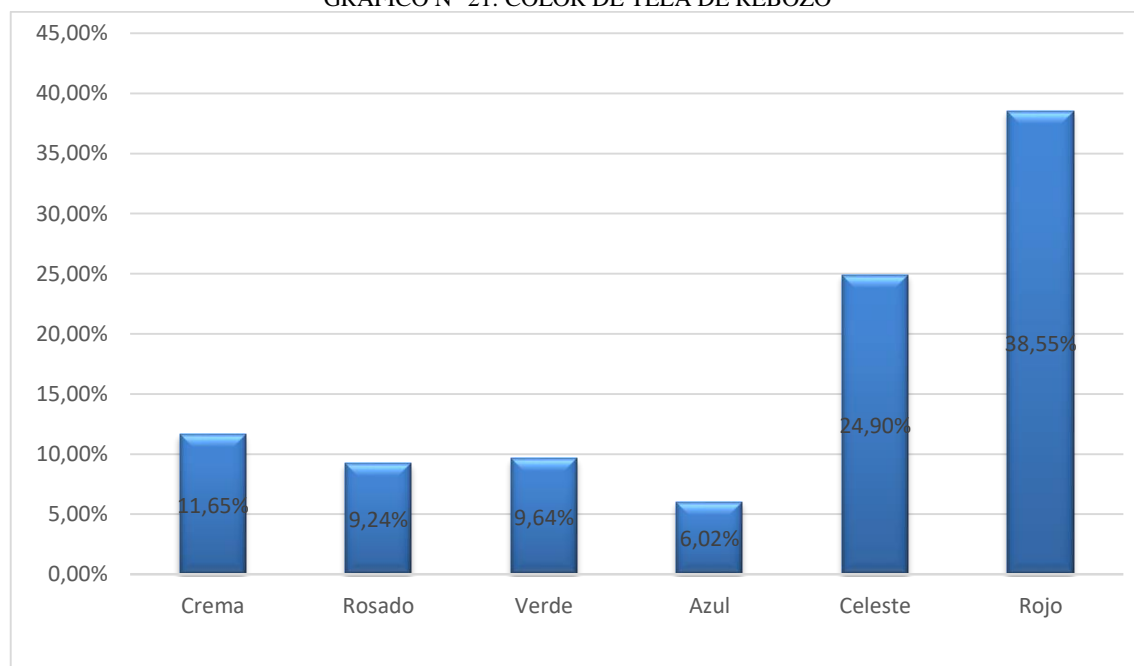
CUADRO N° 21: COLOR DE TELA DE REBOZO

Color de tela	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Crema	29	11,65	11,65	11,65
Rosado	23	9,24	9,24	20,89
Verde	24	9,64	9,64	30,53
Azul	15	6,02	6,02	36,55
Celeste	62	24,90	24,90	61,45
Rojo	96	38,55	38,55	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 21: COLOR DE TELA DE REBOZO



Fuente: Cuadro N° 21

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres indígenas encuestadas el 38,55% prefiere el color rojo con respecto al color de la tela de los rebozos, el 24,90% el color celeste, el 11,65% el color crema, el 9,64% el color verde, el 9,24% el color rosado y el 6,02% el color azul.

**Pregunta # 10.2.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir un rebozo bordado?**

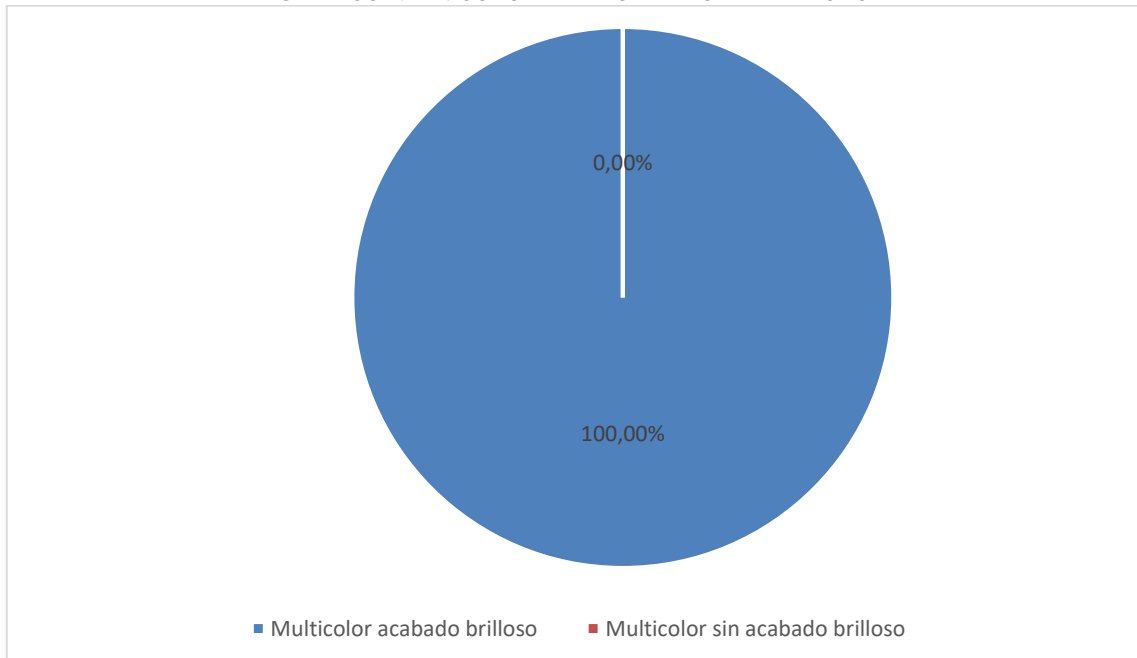
CUADRO N° 22: COLOR DEL BORDADO DEL REBOZO

Color del bordado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Multicolor acabado brillante	249	100,00	100,00	100,00
Multicolor sin acabado brillante	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 22: COLOR DEL BORDADO DEL REBOZO



**Fuente:** Cuadro N° 22

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 100% de las mujeres indígenas encuestadas responde con respecto al color del bordado por el multicolor con acabado brillante.

**PREGUNTA # 10.3.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir un rebozo bordado?**

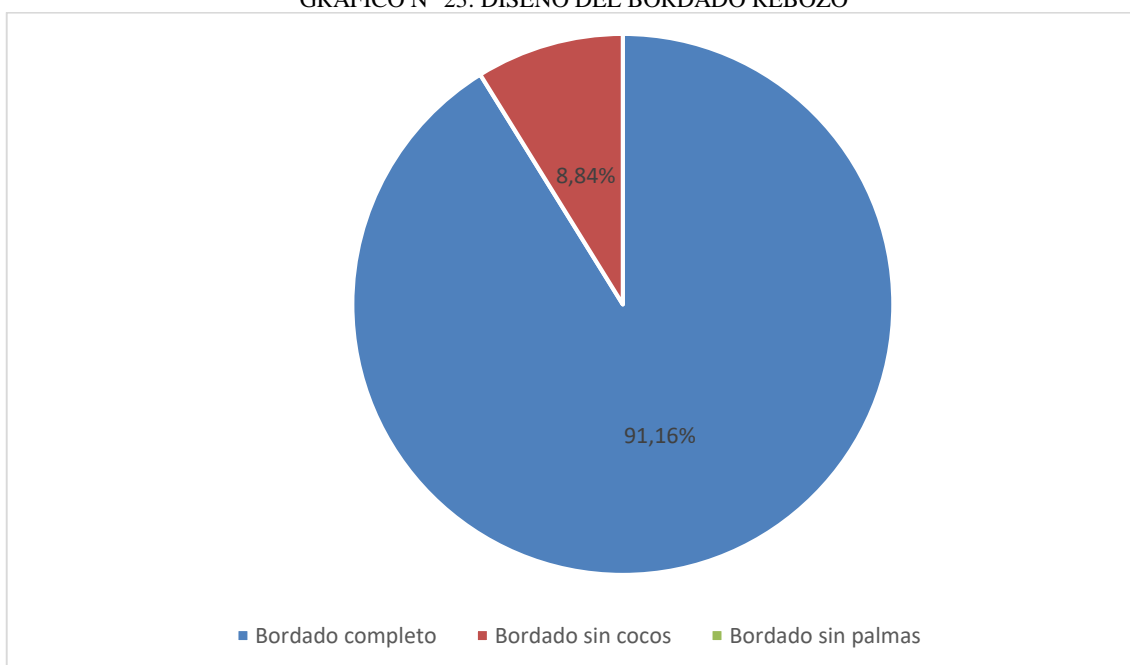
CUADRO N° 23: DISEÑO DEL BORDADO REBOZO

Diseño del bordado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bordado completo	227	91,16	91,16	91,16
Bordado sin cocos	22	8,84	8,84	100,00
Bordado sin palmas	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 23: DISEÑO DEL BORDADO REBOZO



Fuente: Cuadro N° 23

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres encuestadas el 91,16% se inclina al diseño del bordado por el completo, mientras el 8,84% por el bordado sin cocos.

**Pregunta # 10.4.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir un rebozo bordado?**

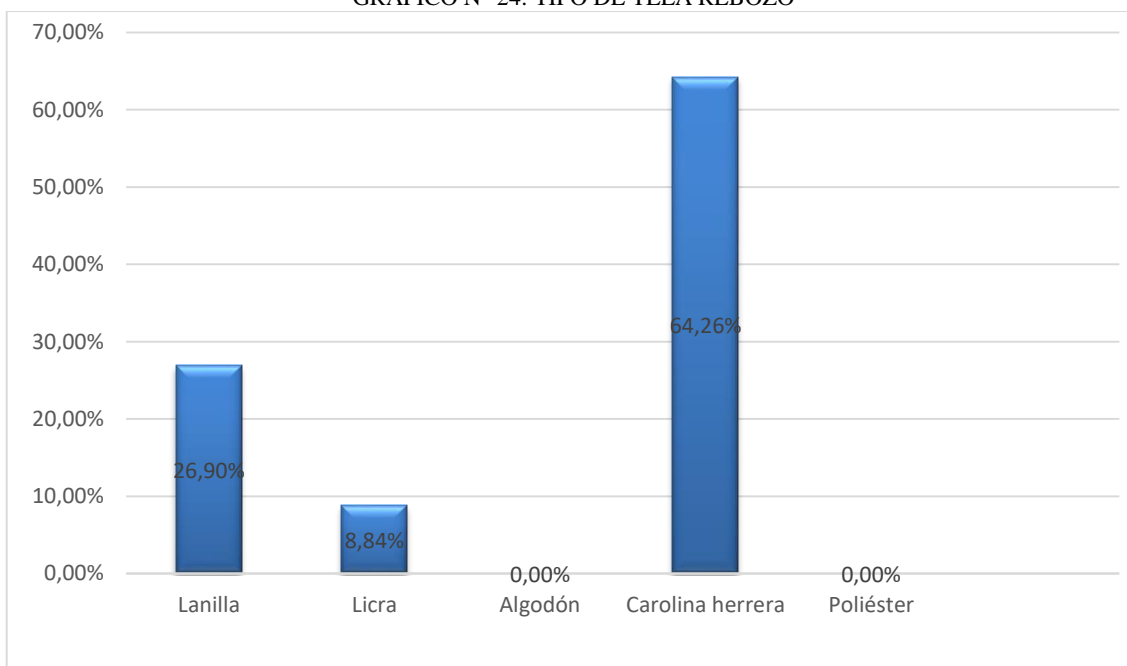
CUADRO N° 24: TIPO DE TELA REBOZO

Tipo de tela	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Lanilla	67	26,90	26,90	26,90
Licra	22	8,84	8,84	35,74
Algodón	0	0,00	0,00	35,74
Carolina herrera	160	64,26	64,26	100,00
Poliéster	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 24: TIPO DE TELA REBOZO



**Fuente:** Cuadro N° 24

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres indígenas encuestadas responden el 64,26% a Carolina Herrera, el 26,90% a lanilla y el 8,84% a licra con respecto al tipo de tela del rebozo. Siendo de mayor preferencia la tela Carolina Herrera.



**Pregunta # 11.1.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una faja?**

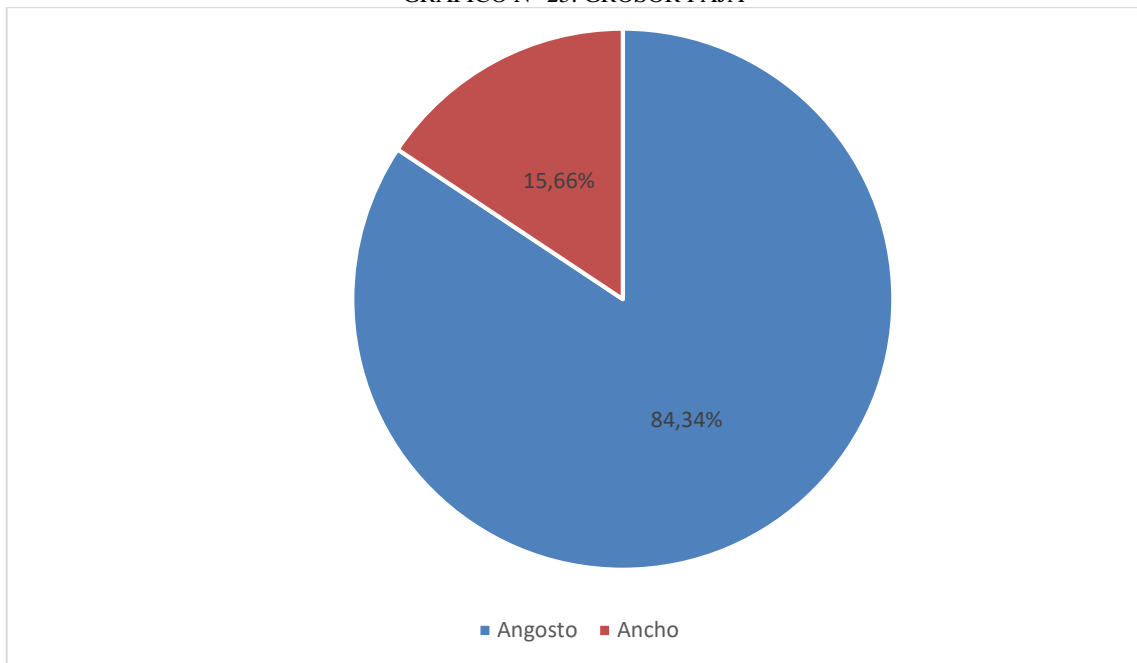
CUADRO N° 25: GROSOR FAJA

Grosor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Angosto	210	84,34	84,34	84,34
Ancho	39	15,66	15,66	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 25: GROSOR FAJA



**Fuente:** Cuadro N° 25

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 84,34% de las mujeres indígenas encuestadas opta por el grosor de la cinta por angosto y el 15,66% por ancho.

**Pregunta # 11.2.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una faja?**

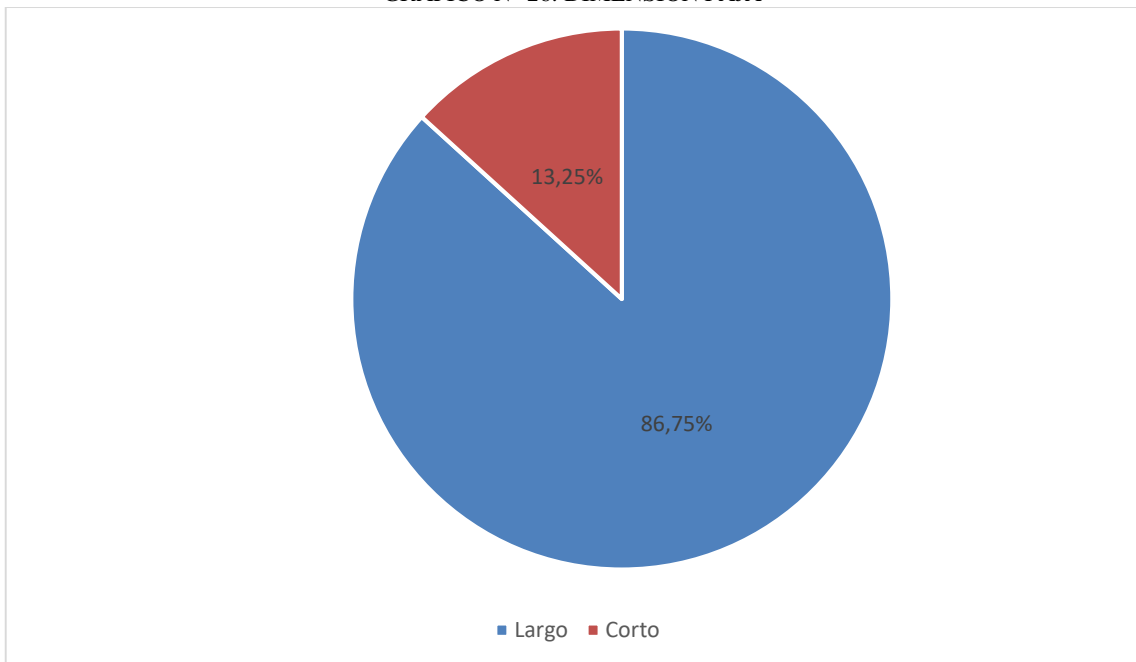
CUADRO N° 26: DIMENSIÓN FAJA

Dimensión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Largo	216	86,75	86,75	86,75
Corto	33	13,25	13,25	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 26: DIMENSIÓN FAJA



**Fuente:** Cuadro N° 26

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres indígenas encuestadas el 86,75% prefiere la dimensión de la faja larga y el 13,25% corta.

**Pregunta # 11.3.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una faja?**

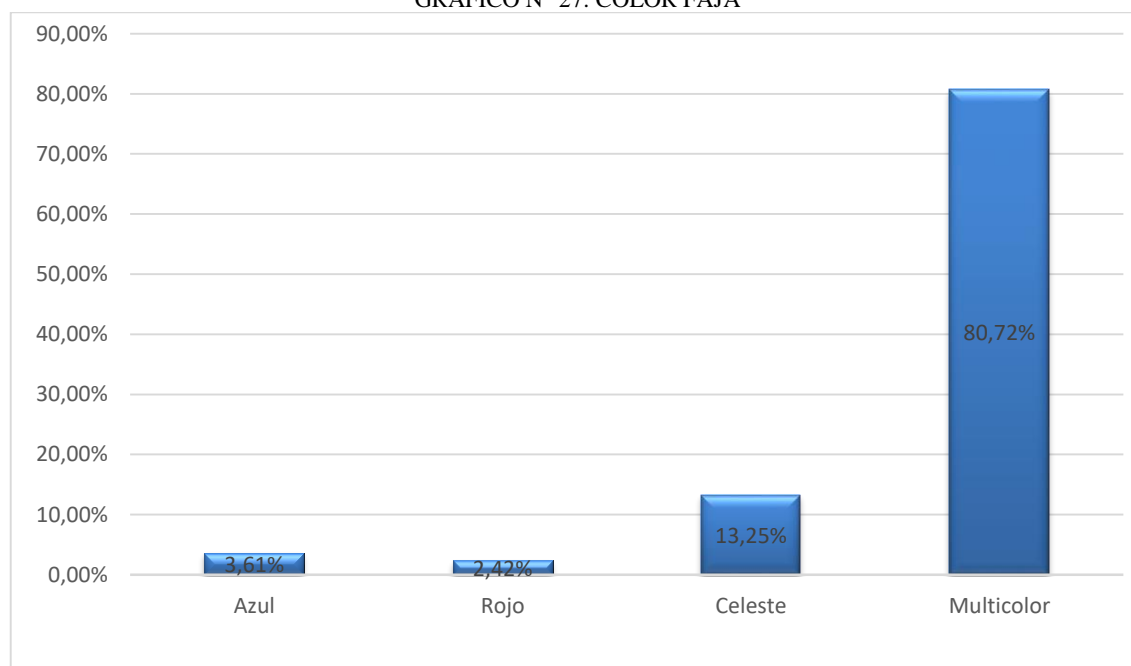
CUADRO N° 27: COLOR FAJA

Color	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Azul	9	3,61	3,61	3,61
Rojo	6	2,41	2,41	6,03
Celeste	33	13,25	13,25	19,28
Multicolor	201	80,72	80,72	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 27: COLOR FAJA



**Fuente:** Cuadro N° 27

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 80,72% de las mujeres indígenas encuestadas responde por el color de la faja por multicolor, el 13,25% por celeste, el 3,61% por azul y el 2,42% por rojo. Siendo el de mayor preferencia el multicolor.

**Pregunta # 12.1.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una cinta?**

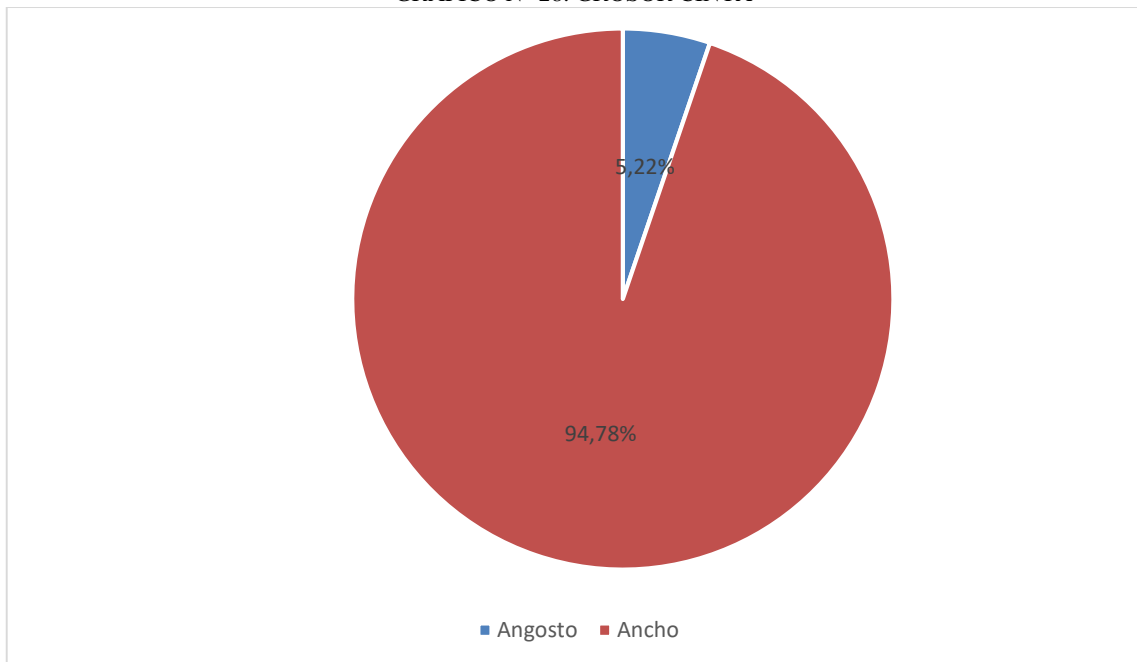
CUADRO N° 28: GROSOR CINTA

Grosor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Angosto	236	5,22	5,22	5,22
Ancho	13	94,78	94,78	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 28: GROSOR CINTA



**Fuente:** Cuadro N° 28

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 94,78% de las mujeres indígenas encuestadas opta por el grosor de la cinta por angosto y el 5,22% por ancho.

**Pregunta # 12.2.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una cinta?**

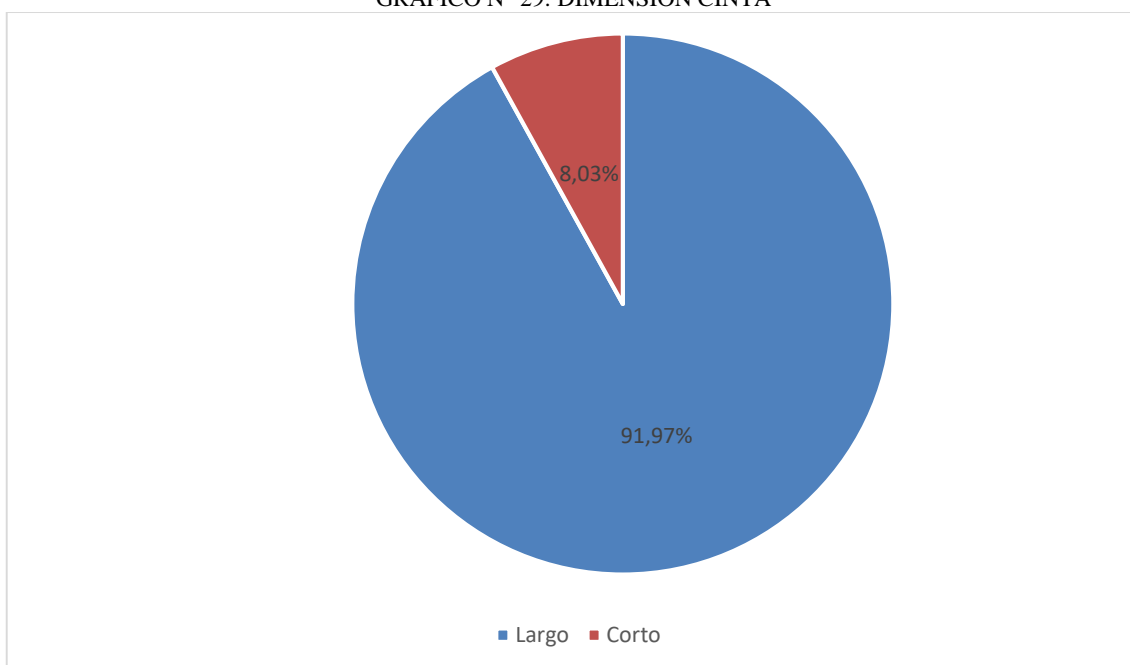
CUADRO N° 29: DIMENSIÓN CINTA

Dimensión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Largo	229	91,97	91,97	91,97
Corto	20	8,03	8,03	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 29: DIMENSIÓN CINTA



**Fuente:** Cuadro N° 29

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres indígenas encuestadas el 91,97% prefiere la dimensión de la faja larga y el 8,03% corta.

**Pregunta # 12.3.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una cinta?**

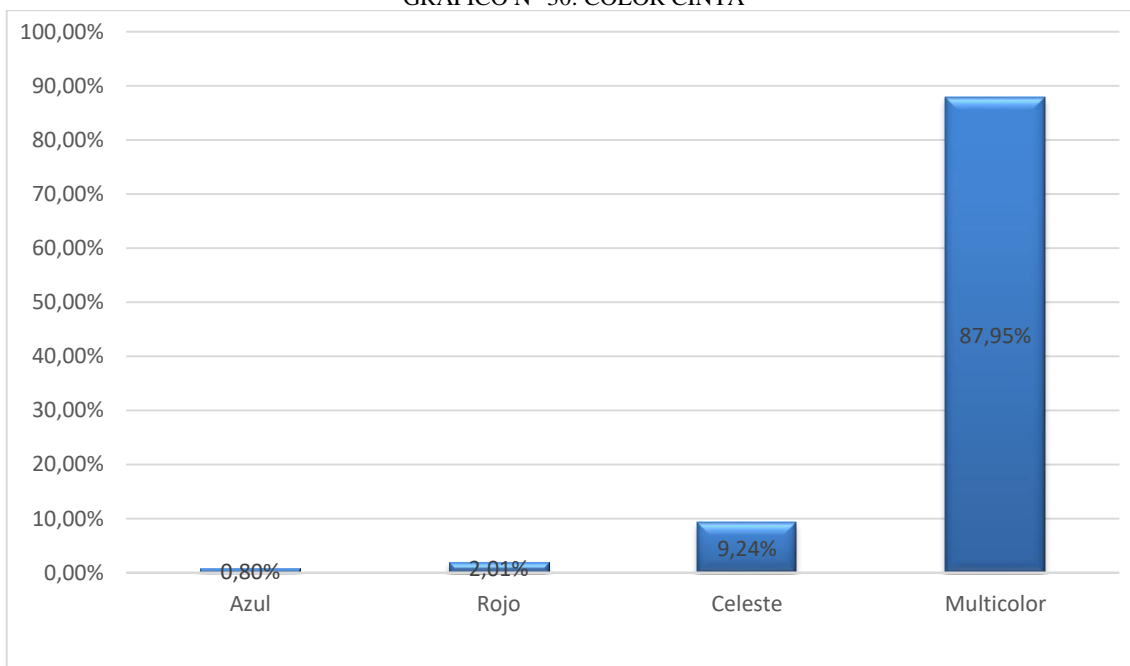
CUADRO N° 30: COLOR CINTA

Color	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Azul	2	0,80	0,80	0,80
Rojo	5	2,01	2,01	2,81
Celeste	23	9,24	9,24	12,05
Multicolor	219	87,95	87,95	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 30: COLOR CINTA



Fuente: Cuadro N° 30

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 89,95% de las mujeres indígenas encuestadas responde por el color de la faja por multicolor, el 9,24% por celeste, el 2,01% por rojo y el 0,80% por azul. Siendo el de mayor preferencia el multicolor.

**Pregunta # 13.1.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir un anaco bordado?**

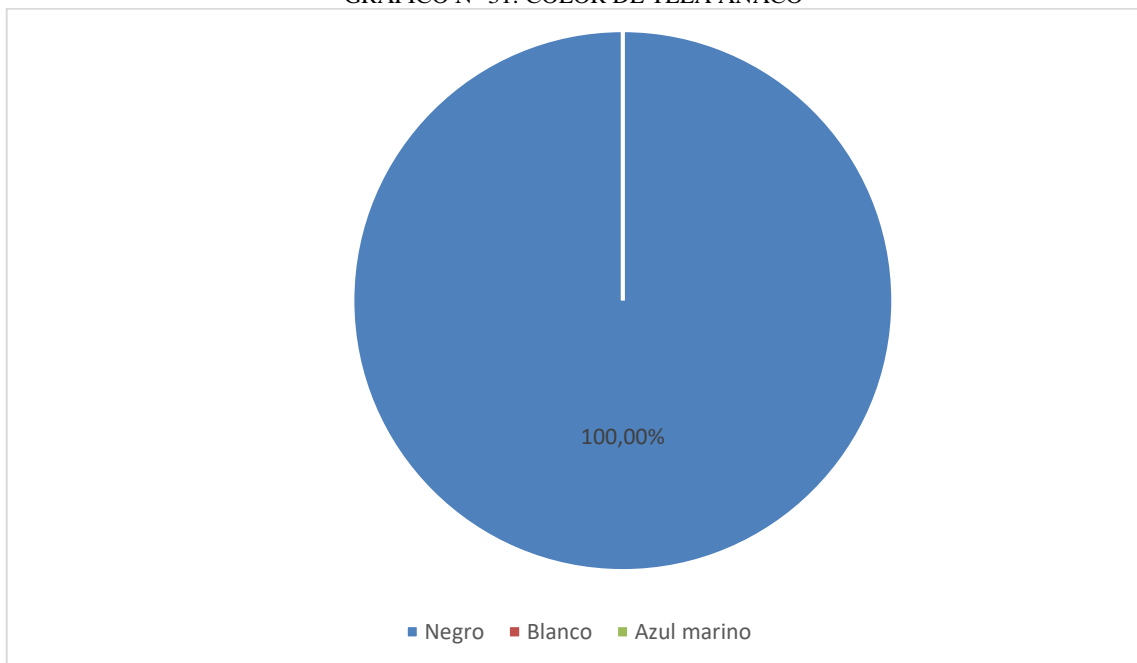
CUADRO N° 31: COLOR DE TELA ANACO

Color de tela	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Negro	249	100,00	100,00	100,00
Blanco	0	0,00	0,00	100,00
Azul marino	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 31: COLOR DE TELA ANACO



**Fuente:** Cuadro N° 31

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 100,00 % de las mujeres indígenas encuestadas prefieren el color negro con respecto a la tela del anaco. El color negro del anaco es una característica propia de la vestimenta que se utiliza en la ciudad.

**Pregunta # 13.2.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir un anaco bordado?**

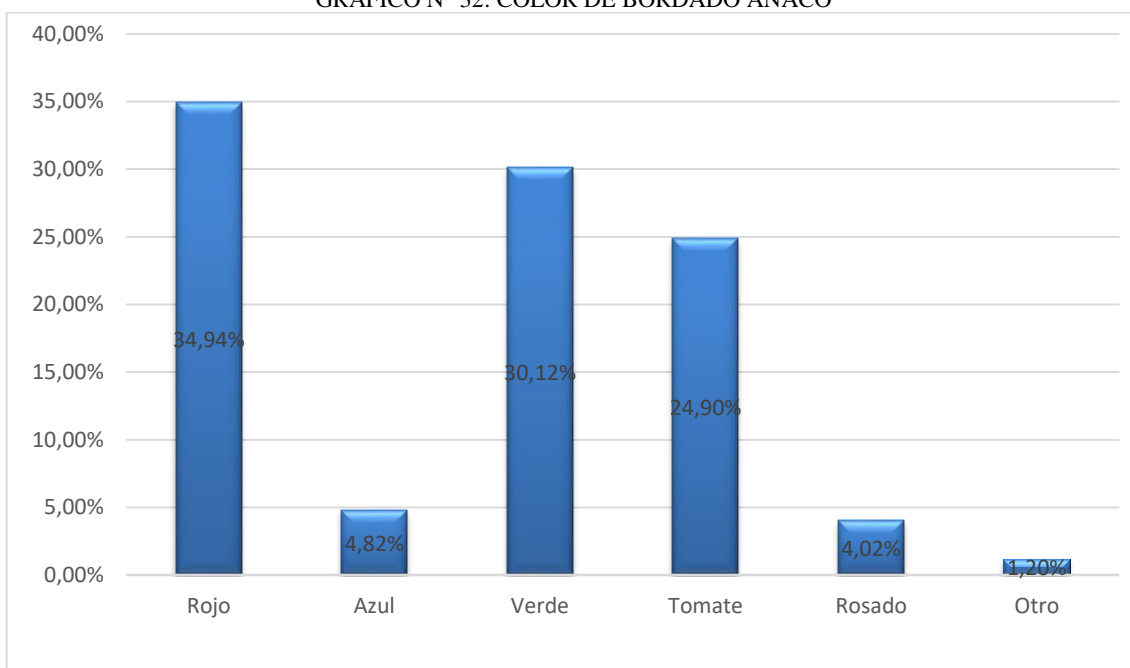
CUADRO N° 32: COLOR DEL BORDADO ANACO

Color del bordado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Rojo	87	34,94	34,94	34,94
Azul	12	4,82	4,82	39,76
Verde	75	30,12	30,12	69,88
Tomate	62	24,90	24,90	94,78
Rosado	10	4,02	4,02	98,80
Otro	3	1,20	1,20	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 32: COLOR DE BORDADO ANACO



**Fuente:** Cuadro N° 32

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** Del total de las mujeres indígenas encuestadas el 34,94% opta por el color rojo, el 30,12% por el color verde, el 24,90% por el color tomate, el 4,82% por el color azul, el 4,02% por el color rosado. Dando como resultado el color de mayor preferencia el rojo.



**Pregunta # 13.3.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir un anaco bordado?**

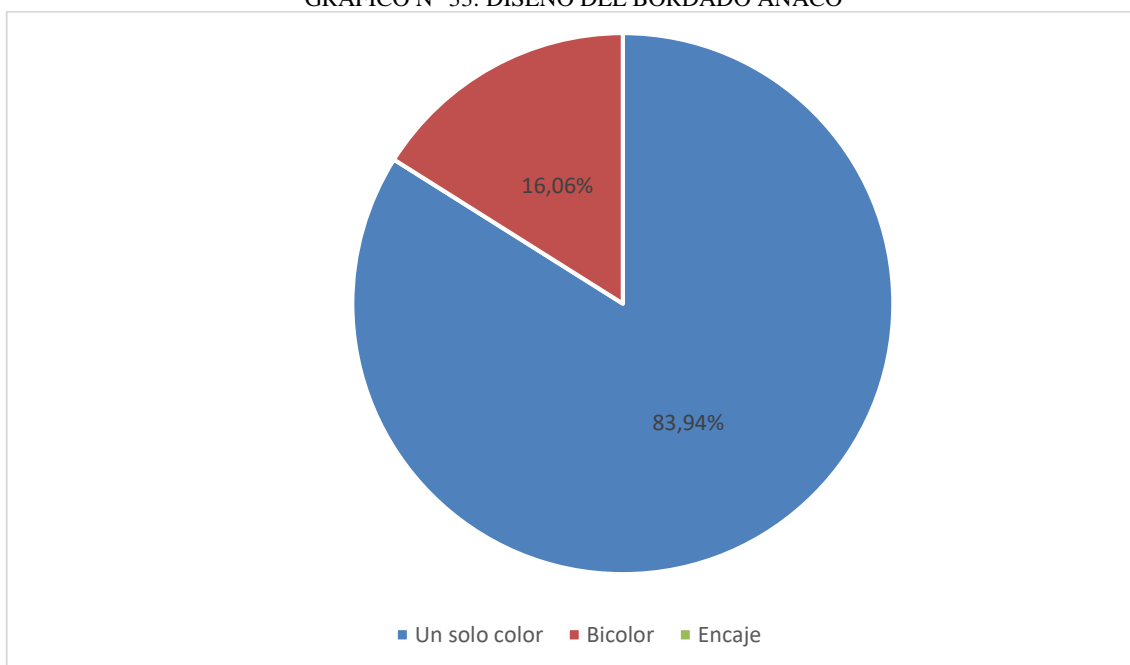
CUADRO N° 33: DISEÑO DEL BORDADO ANACO

Diseño del bordado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Un solo color	209	83,94	83,94	83,94
Bicolor	40	16,06	16,06	100,00
Encaje	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 33: DISEÑO DEL BORDADO ANACO



**Fuente:** Cuadro N° 33

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 83,94% de las mujeres indígenas encuestadas prefiere un solo color y el 16,06% bicolor con respecto al diseño del bordado.

**Pregunta # 13.4.- De las características que se presentan a continuación ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir un anaco bordado?**

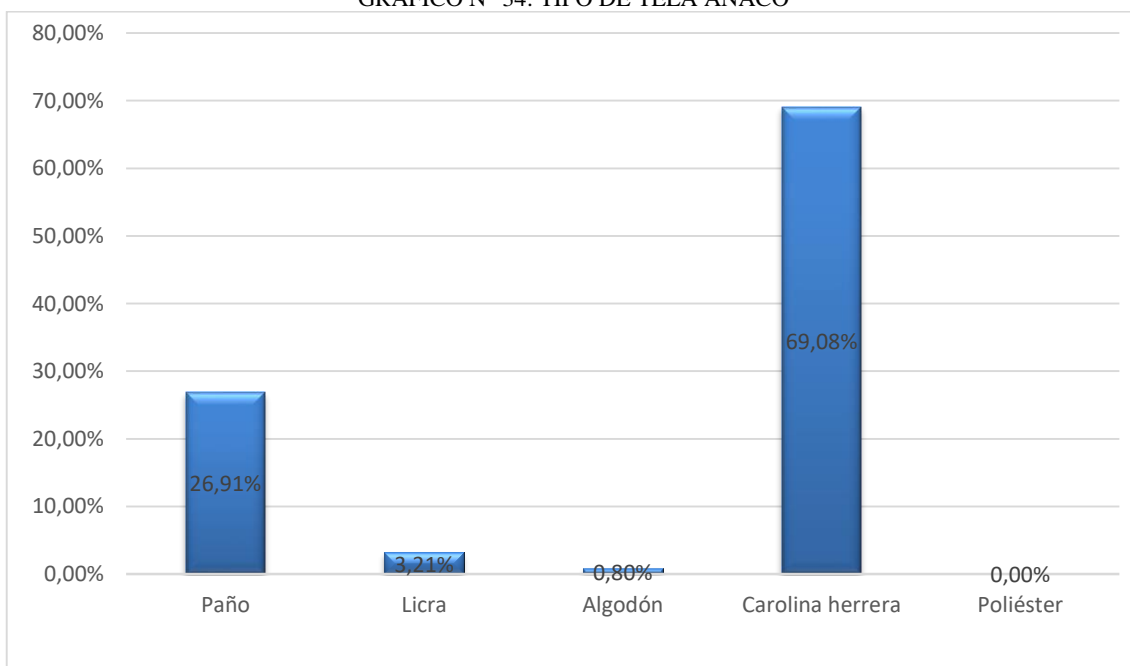
CUADRO N° 34: TIPO DE TELA ANACO

Tipo de tela	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Paño	67	26,91	26,91	26,91
Licra	8	3,21	3,21	30,12
Algodón	2	0,80	0,80	30,92
Carolina herrera	172	69,08	69,08	100,00
Poliéster	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 34: TIPO DE TELA ANACO



Fuente: Cuadro N° 34

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** Del total de las mujeres indígenas encuestadas el 69,08% opta por la tela Carolina Herrera, el 26,91% por la tela paño, el 3,21% por la tela licra y el 0,80% por la tela algodón. Dando como resultado la tela de mayor preferencia Carolina Herrera.

**Pregunta # 14.- ¿En qué meses considera que adquiere de manera habitual las prendas de vestir? Escoja dos opciones.**

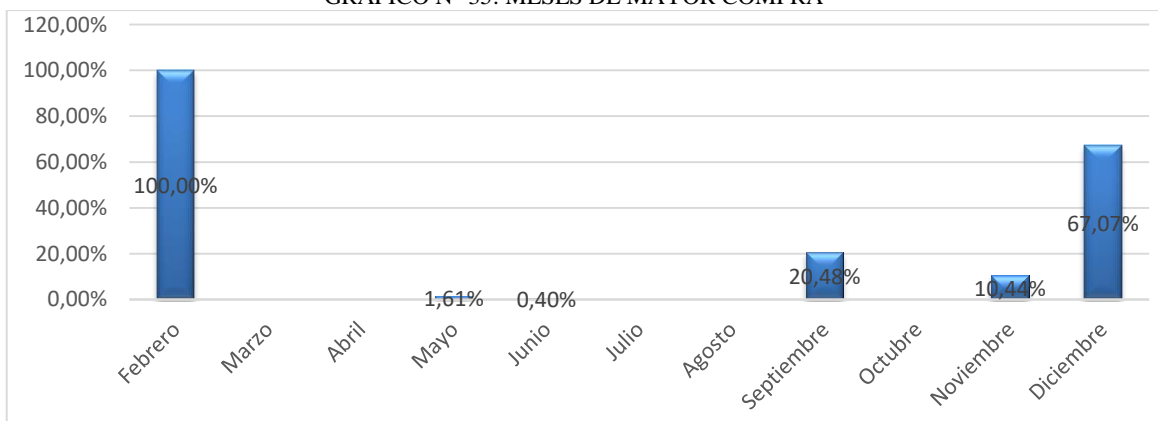
CUADRO N° 35: MESES DE MAYOR COMPRA

Meses de mayor compra	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Enero	0	0,00	0,00	0,00
Febrero	249	100,00	100,00	100,00
Marzo	0	0,00	0,00	100,00
Abril	0	0,00	0,00	100,00
Mayo	4	1,61	1,61	101,61
Junio	1	0,40	0,40	102,01
Julio	0	0,00	0,00	102,01
Agosto	0	0,00	0,00	102,02
Septiembre	51	20,48	20,48	122,49
Octubre	0	0,00	0,00	122,49
Noviembre	26	10,44	10,44	132,93
Diciembre	167	67,07	67,07	200,00
<b>Total</b>				

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 35: MESES DE MAYOR COMPRA



**Fuente:** Cuadro N° 35

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** Del total de las mujeres indígenas encuestadas responde como primera opción el 100% por el mes de febrero y como segunda opción por los siguientes meses: el 67,07 por diciembre, el 20,48% por septiembre, el 1,61% por mayo y el 0,40% por junio. Siendo el mes de mayor consumo de las prendas febrero.

**Pregunta # 15.- ¿Dónde prefiere adquirir las prendas de vestir?**

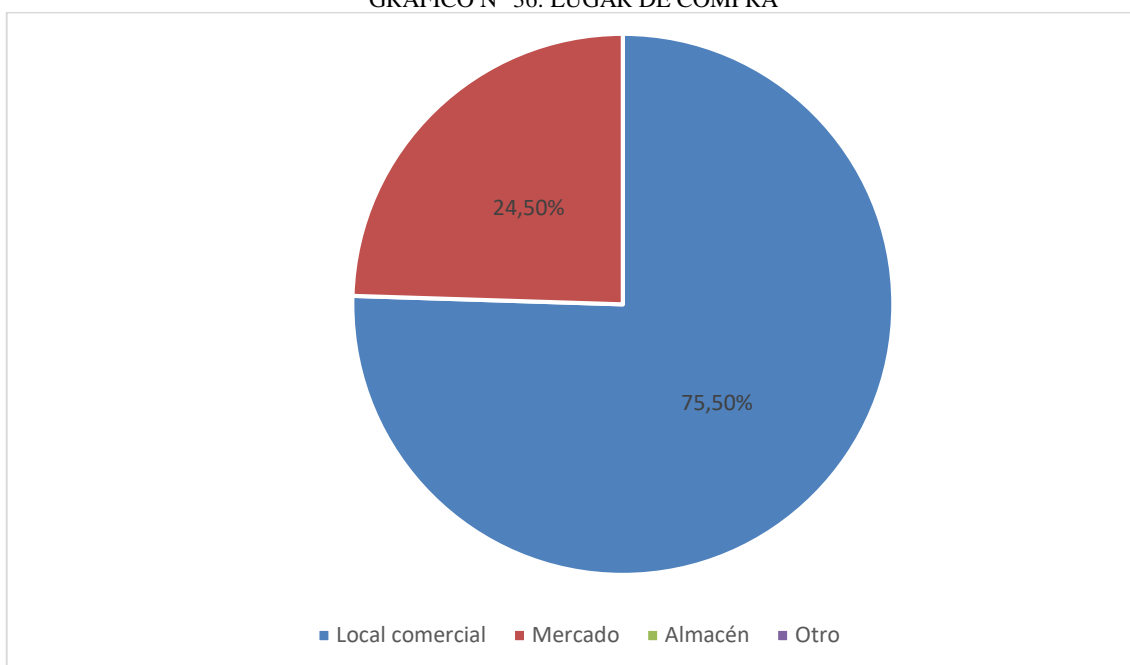
CUADRO N° 36: LUGAR DE COMPRA

Lugar de compra	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Local comercial	188	75,50	75,50	79,50
Mercado	61	24,50	24,50	100,00
Almacén	0	0,00	0,00	100,00
Otro	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 36: LUGAR DE COMPRA



Fuente: Cuadro N° 36

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** El 75,50% de las mujeres indígenas encuestadas prefiere adquirir las prendas en los locales comerciales y el 24,50% prefiere en el mercado.

**Pregunta # 16.- ¿Adquiriría usted las prendas de vestir de calidad y precio cómodo, confeccionada por una nueva empresa, misma que pretende ubicarse en la ciudad de Guaranda?**

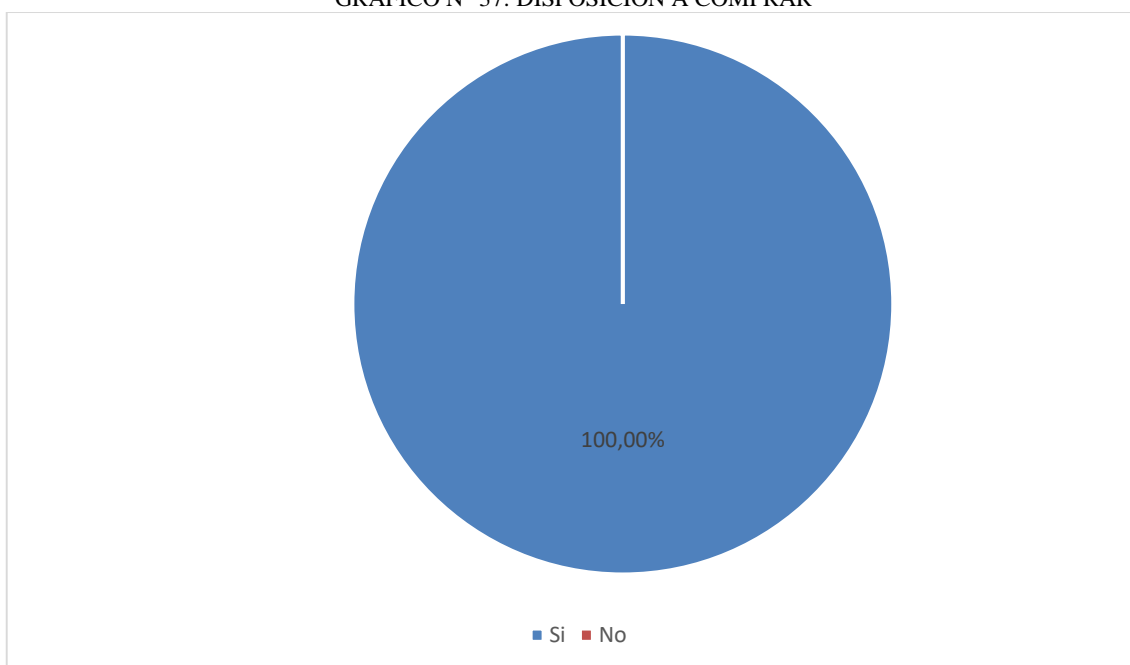
CUADRO N° 37: DISPOSICIÓN A COMPRAR

Disposición a comprar	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	249	100,00	100,00	100,00
No	0	0,00	0,00	100,00
<b>Total</b>	249	100,00	100,00	

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 37: DISPOSICIÓN A COMPRAR



**Fuente:** Cuadro N° 37

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Análisis e interpretación:** De las mujeres indígenas encuestadas responden en un 100% que estarían dispuestas a comprar las prendas de vestir a un precio cómodo y de calidad.

### **3.6. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER**

De acuerdo a las encuestas realizadas se obtuvo información útil, donde se puede determinar que la mayoría de mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda utilizan prendas de vestir propias de la ciudad, entre las prendas más adquiridas tenemos las blusas, rebozos y anacos. Estas prendas poseen características únicas.

Las encuestadas indicaron que su decisión de compra se basa principalmente en la confección de calidad, en la variedad de los diseños y colores. Además a través de las encuestas se pudo obtener información relevante sobre los gustos y preferencias del tipo de bordado, color del bordado, tipo de tela, meses de mayor consumo, entre otros importantes. Con la información obtenida se demuestra que las mujeres no se encuentran totalmente satisfechas con la calidad de las prendas, igualmente con los precios ya que son elevados.

Dando como resultado la predisposición de compra de las prendas de vestir en la nueva microempresa en un 100%, esto de lo determino en la última pregunta del cuestionario (Ver anexo # 2), constituyéndose de esta forma toda la población indígena femenina del sector en clientes potenciales para la microempresa.

## **CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1. TITULO**

Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, año 2015.

### **4.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

#### **4.2.1. Estudio de Mercado**

##### **4.2.1.1. Objetivos**

###### **Objetivo general**

- Determinar la factibilidad de mercado de prendas de vestir para mujeres indígenas en la ciudad de Guaranda.

###### **Objetivos específicos**

- Cuantificar la oferta actual de vestimenta indígena para mujeres de la ciudad de Guaranda.
- Contabilizar la demanda actual de prendas de vestir para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda.
- Establecer la demanda insatisfecha de prendas de vestir para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda.
- Desarrollar el marketing mix de las prendas de vestir para mujeres en el mercado guarandeño.

##### **4.2.1.2. Descripción del producto**

**Blusas:** Esta prenda se confeccionara en tela seda y espejo de color blanco, con hilos de varios colores y acabado brillante.

GRÁFICO N° 38: BLUSA BORDADA



**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Artesanos)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Rebozos:** Esta prenda se confeccionara en tela carolina herrera y lanilla, el diseño del bordado será completo, se lo realizara de forma multicolor con acabado brillante.

GRÁFICO N° 39: REBOZO BORDADO



**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Artesanos)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Anacos:** Esta prenda se confeccionara en tela paño y carolina herrera de color negro, el diseño del bordado será de un solo color y bicolor, con un acabado de brillo en los bordes del bordado.



GRÁFICO N° 40: ANACO BORDADO



**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Artesanos)  
**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

### **Características de los productos**

Los productos se confeccionaran con diversidad en los diseños de acuerdo a los gustos y preferencias de las mujeres indígenas, manteniendo la calidad, se fabricaran las prendas en máquinas de coser, con tecnología apropiada, contratando mano de obra de la ciudad de Guaranda, y adquiriendo materia de prima de calidad.

#### **4.2.1.3. Análisis de la demanda**

Para la presente investigación se toma en cuenta solo tres prendas de vestir debido a que hay mayor facilidad de adquisición de maquinaria y materia prima entre otros factores importantes.

Para el cálculo de la demanda se realizó el siguiente proceso en base al resultado de la encuesta aplicada a las mujeres indígenas. Para lo cual tomamos en consideración la primera y última pregunta. **(Ver anexo # 2)**

TABLA N° 2: DATOS PARA EL CÁLCULO DE LA DEMANDA

Número de mujeres indígenas de 16 a 60 años de la ciudad de Guaranda	5991	
Número de encuestas realizadas	360	
1¿Utiliza prendas de vestir para mujeres indígenas?	<b>Si</b>	<b>No</b>
	249	111
	69,17%	30,83%
16¿Adquiriría usted prendas de vestir bordadas de calidad y precio cómodo, confeccionada por una nueva empresa, misma que pretende ubicarse en la ciudad de Guaranda?	249	0
	100%	0%

**Fuente:** Cuadro N° 1 y Cuadro N° 37

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

Se procedió hacer el cálculo en relación al objeto de estudio que son las mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda de 16 a 60 años.

**# de mujeres indígenas de 16 a 60 años \* pregunta 1 = mujeres que utilizan las prendas**

$5991 * 69,17\% = 4143,97$  mujeres indígenas que utilizan las prendas

**# mujeres que utilizan las prendas \* pregunta 16 = mujeres indígenas dispuestas a comprar**

$4143 * 100\% = 4143,97$  mujeres indígenas dispuestas a comprar

#### 4.2.1.3.1. Demanda de blusas

Se procedió a calcular la demanda de blusas en base a la pregunta # 3 del cuestionario aplicado a las mujeres indígenas, en relación al cálculo realizado anteriormente sobre el número de mujeres dispuestas a comprar que obtuvimos como resultado 4144 mujeres.

**Pregunta 3.-** De las prendas de vestir que se detallan a continuación, ¿Qué cantidad adquiere anualmente?

TABLA N° 3: NÚMERO DE BLUSAS QUE ADQUIERE ANUALMENTE

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
0	81	109	59
0%	32,53%	43,78%	23,69%

**Fuente:** Cuadro N° 3

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Calculo:** Para el cálculo procedemos a multiplicar los datos

TABLA N° 4: DEMANDA ACTUAL DE BLUSAS

Mercado objetivo	<b>4143,97</b>	<b>4143,97</b>	<b>4143,97</b>	<b>4143,97</b>
# prenda	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Resultado de la encuesta %	<b>0%</b>	<b>32,53%</b>	<b>43,78%</b>	<b>23,69%</b>
<b>Prendas anuales</b>	0	2696,08	5442,09	3927,62

Fuente: Tabla N° 3

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

Obteniendo como resultado una demanda actual de 12.066 blusas anualmente.

#### 4.2.1.3.2. Demanda de rebozos

Se procedió a calcular la demanda de rebozos en base a la pregunta # 3 del cuestionario aplicado a las mujeres indígenas, en relación al cálculo realizado anteriormente sobre el número de mujeres dispuestas a comprar que obtuvimos como resultado 4144 mujeres.

**Pregunta 3.-** De las prendas de vestir que se detallan a continuación, ¿Qué cantidad adquiere anualmente?

Resultados:

TABLA N° 5: NÚMERO DE REBOZOS QUE ADQUIERE ANUALMENTE

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
0	127	119	3
0%	51,00%	47,79%	1,20%

Fuente: Cuadro N° 4

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Calculo:** Para el cálculo procedemos a multiplicar los datos.

TABLA N° 6: DEMANDA ACTUAL DE REBOZOS

Mercado objetivo	<b>4143,97</b>	<b>4143,97</b>	<b>4143,97</b>	<b>4143,97</b>
# prenda	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Resultado de la encuesta %	<b>0%</b>	<b>51,00%</b>	<b>47,79%</b>	<b>1,20%</b>
<b>Prendas anuales</b>	0	4227,19	5941,36	199,71

Fuente: Tabla N° 5

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

Obteniendo como resultado una demanda actual de 10.368 rebozos anualmente.

#### 4.2.1.3.3. Demanda de anacos

Se procedió a calcular la demanda de anacos en base a la pregunta # 3 del cuestionario aplicado a las mujeres indígenas, en relación al cálculo realizado anteriormente sobre el número de mujeres dispuestas a comprar que obtuvimos como resultado 4144 mujeres.

**Pregunta 3.-** De las prendas de vestir que se detallan a continuación, ¿Qué cantidad adquiere anualmente?

Resultados:

TABLA N° 7: NÚMERO DE ANACOS QUE ADQUIERE ANUALMENTE

1	2	3	4
0	127	119	3
0%	51,00%	47,79%	1,20%

Fuente: Cuadro N° 7

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Calculo:** Para el cálculo se procedió a multiplicar los datos.

TABLA N° 8: DEMANDA ACTUAL DE ANACOS

Mercado objetivo	<b>4143,97</b>	<b>4143,97</b>	<b>4143,97</b>	<b>4143,97</b>
# prenda	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Resultado de la encuesta %	<b>51,81%</b>	<b>42,57%</b>	<b>5,62 %</b>	<b>0,00%</b>
<b>Prendas anuales</b>	2146,88	3528,2	698,98	0

Fuente: Tabla N° 7

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

Obteniendo como resultado una demanda actual de 6.374 rebozos anualmente.

#### 4.2.1.3.4. Fórmula para proyección de la demanda

Para la presente investigación proyecto la demanda de las prendas de vestir para las mujeres indígenas con la siguiente fórmula:

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

**Donde:**

Dn = Demanda en el año n

Do = Demanda Año base (2015)

i = Tasa de crecimiento poblacional (2% anual)

n = Año al que se desea proyectar

### Proyección de la demanda de blusas

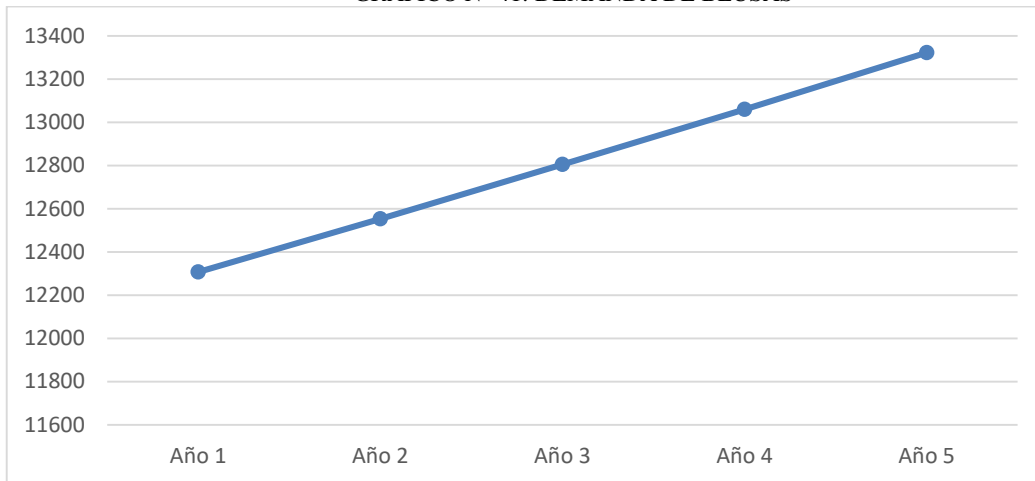
CUADRO N° 38: DEMANDA DE BLUSAS

Año	Número de blusas
Año 1	12307
Año 2	12553
Año 3	12804
Año 4	13060
Año 5	13322

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 41: DEMANDA DE BLUSAS



Fuente: Cuadro N° 38

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

### Proyección de la demanda de rebozos

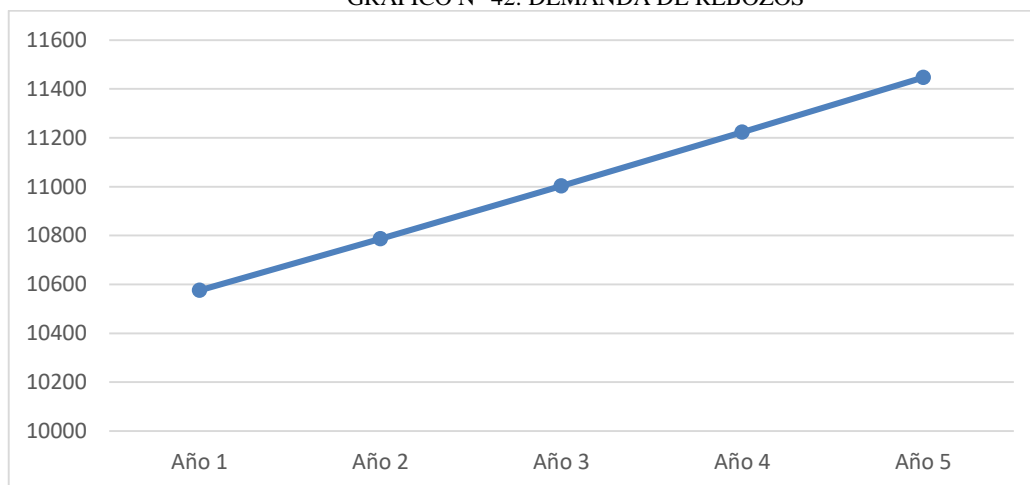
CUADRO N° 39: DEMANDA DE REBOZOS

Año	Número de rebozos
Año 1	10576
Año 2	10787
Año 3	11003
Año 4	11223
Año 5	11447

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 42: DEMANDA DE REBOZOS



**Fuente:** Cuadro N° 39

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

### Proyección de la demanda de anacos

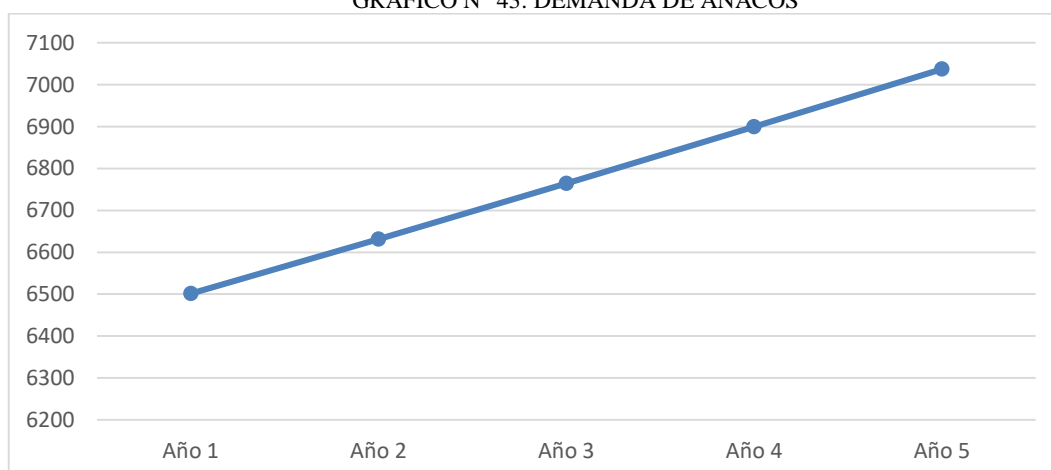
CUADRO N° 40: DEMANDA DE ANACOS

Año	Número de anacos
Año 1	6502
Año 2	6632
Año 3	6764
Año 4	6899
Año 5	7037

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 43: DEMANDA DE ANACOS



**Fuente:** Cuadro N° 40

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.1.4. Análisis de la oferta

Para el cálculo de la oferta se realizó una entrevista a los dueños de los locales comerciales y vendedores informales que se dedican a la venta de prendas para mujeres indígenas.

**A continuación se presenta el cuadro de resultados:**

TABLA N° 9: OFERTA (LOCALES COMERCIALES)

Local comercial	Blusas que adquiere mensualmente para vender	Rebozos que adquiere mensualmente para vender	Anacos que adquiere mensualmente para vender
1	25	30	20
2	40	40	25
3	25	40	20
4	40	40	30
5	30	35	25
6	25	40	20
7	30	25	30
8	25	35	25
9	30	40	20
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>325</b>	<b>215</b>

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (dueños de los locales comerciales)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

Los vendedores informales solo se dedican a vender blusas, cintas y fajas, por ello en el cuadro solo se presentan datos en relación al objeto de estudio.

TABLA N° 10: OFERTA (VENEDORES INFORMALES)

Vendedores informales	Blusas que adquiere mensualmente para vender
1	25
2	20
3	15
4	25
5	25
6	20
7	15
8	25
<b>Total</b>	<b>170</b>

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (vendedores informales)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

Obteniendo una oferta de blusas, rebozos y anacos anual de:

TABLA N° 11: TOTAL DE LA OFERTA DE LAS PRENDAS DE VESTIR

	Blusas	Rebozos	Anacos
<b>Locales comerciales</b>	270	325	215
<b>Vendedores informales</b>	170		
<b>Oferta mensual</b>	<b>440</b>	<b>325</b>	<b>215</b>
<b>Oferta anual</b>	<b>5280</b>	<b>3900</b>	<b>2580</b>

**Fuente:** Tabla 9 y tabla 10

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

Para la presente investigación se va proyectar la Oferta de las prendas de vestir para las mujeres indígenas con la siguiente fórmula:

$$O_n = O_o(1 + i)^n$$

**Donde:**

$O_n$  = Oferta en el año n

$O_o$  = Oferta Año base (2015)

$i$  = Tasa de crecimiento poblacional (2% anual)

$n$  = Año al que se desea proyectar

Para este estudio tomó en cuenta solo tres prendas de vestir debido a que hay mayor facilidad de adquisición de maquinaria y materia prima entre otros factores importantes.

#### 4.2.1.4.1. Oferta de blusas

Para conseguir la información de la oferta anual de las blusas se realizó una entrevista direccionada a los dueños de los locales comerciales y a los vendedores informales de la ciudad de Guaranda dando como resultado una oferta actual de 5280 blusas.

#### Proyección de la oferta de blusas

CUADRO N° 41: OFERTA DE BLUSAS

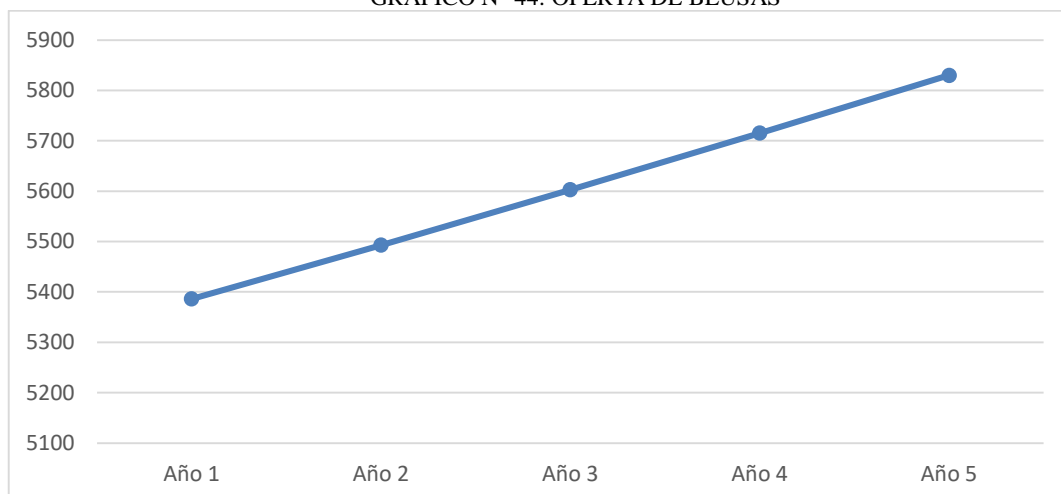
Año	Número de blusas
Año 1	5386
Año 2	5493
Año 3	5603
Año 4	5715
Año 5	5830

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán



GRÁFICO N° 44: OFERTA DE BLUSAS



**Fuente:** Cuadro N° 41

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.1.4.2. Oferta de rebozos

Para conseguir la información de la oferta anual de los rebozos se realizó una entrevista direccionada a los dueños de los locales comerciales y a los vendedores informales de la ciudad de Guaranda dando como resultado una oferta actual de 3900 rebozos.

#### Proyección de la oferta de rebozos

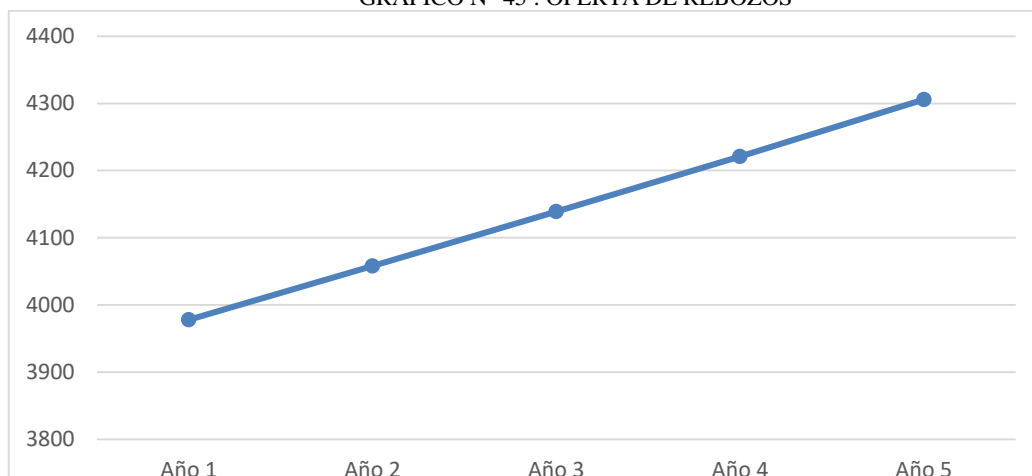
CUADRO N° 42: OFERTA DE REBOZOS

Año	Número de rebozos
Año 1	3978
Año 2	4058
Año 3	4139
Año 4	4221
Año 5	4306

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 45 : OFERTA DE REBOZOS



**Fuente:** Cuadro N° 42

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.1.4.3. Oferta de anacos

Para conseguir la información de la oferta anual de los anacos se realizó una entrevista direccionada a los dueños de los locales comerciales y a los vendedores informales de la ciudad de Guaranda dando como resultado una oferta actual de 2580 anacos.

#### Proyección de la oferta de anacos

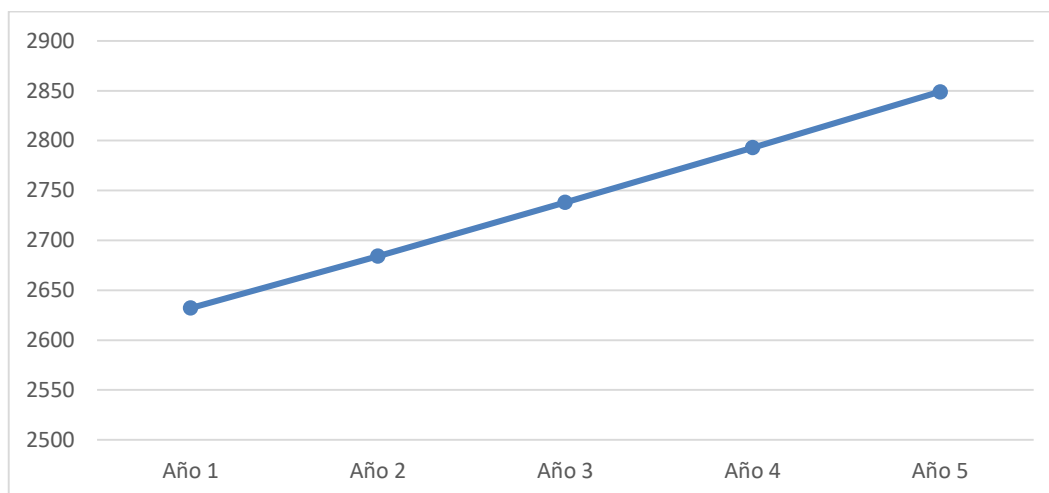
CUADRO N° 43: OFERTA DE ANACOS

Año	Número de anacos
Año 1	2632
Año 2	2684
Año 3	2738
Año 4	2793
Año 5	2849

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 46 : OFERTA DE ANACOS



**Fuente:** Cuadro N° 43

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.1.5. Demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial se obtiene con la diferencia entre la (oferta – demanda) y con los datos proyectados se va a calcular la probable demanda insatisfecha.

##### 4.2.1.5.1. Demanda potencial insatisfecha de blusas

Para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha del año base de las blusas bordadas para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda, se realizó la diferencia entre la demanda y la oferta de blusas dando como resultado 6786 prendas anuales.

#### Proyección de la demanda potencial insatisfecha de blusas

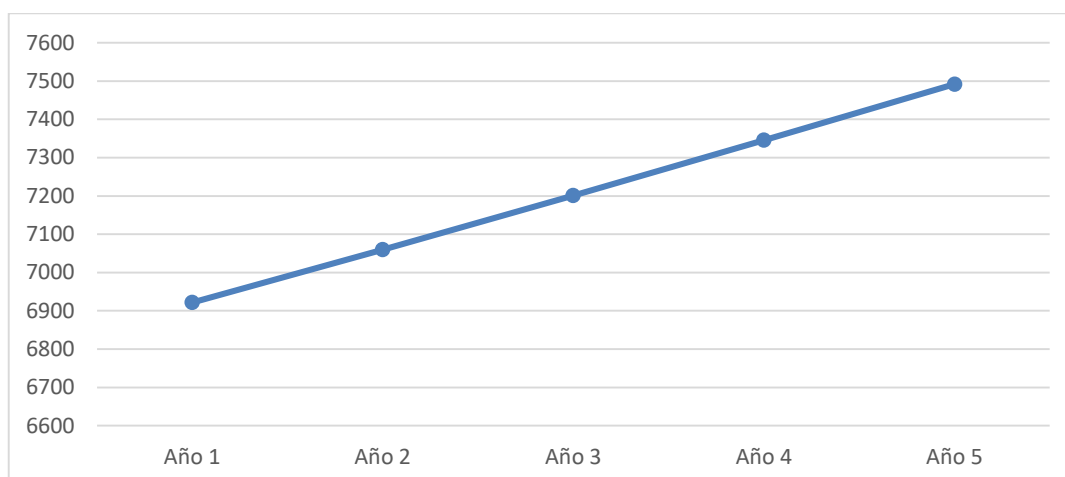
CUADRO N° 44: DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE BLUSAS

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
Año 1	12307	5386	6921
Año 2	12553	5493	7060
Año 3	12804	5603	7201
Año 4	13060	5715	7345
Año 5	13322	5830	7492

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 47 : DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE BLUSAS



**Fuente:** Cuadro N° 44

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.1.5.2. Demanda potencial insatisfecha de rebozos

Para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha del año base de los rebozos bordadas para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda, se realizó la diferencia entre la demanda y la oferta de rebozos dando como resultado 6468 prendas anuales.

#### Proyección de la demanda potencial insatisfecha de rebozos

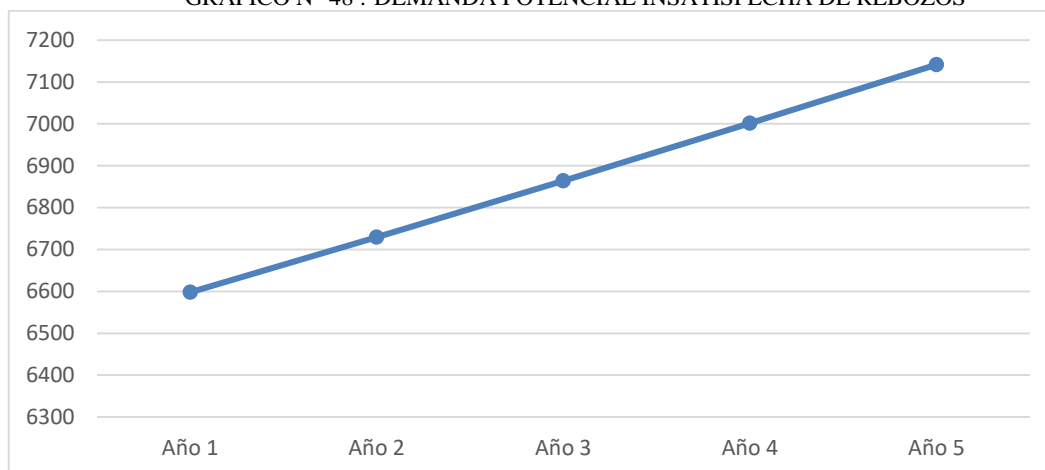
CUADRO N° 45: DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE REBOZOS

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
Año 1	10576	3978	6598
Año 2	10787	4058	6730
Año 3	11003	4139	6864
Año 4	11223	4221	7001
Año 5	11447	4306	7141

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 48 : DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE REBOZOS



**Fuente:** Cuadro N° 45

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.1.5.2. Demanda potencial insatisfecha de anacos

Para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha del año base de los anacos bordados para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda, se realizó la diferencia entre la demanda y la oferta de anacos dando como resultado 3794 prendas anuales.

#### Proyección de la demanda potencial insatisfecha de anacos

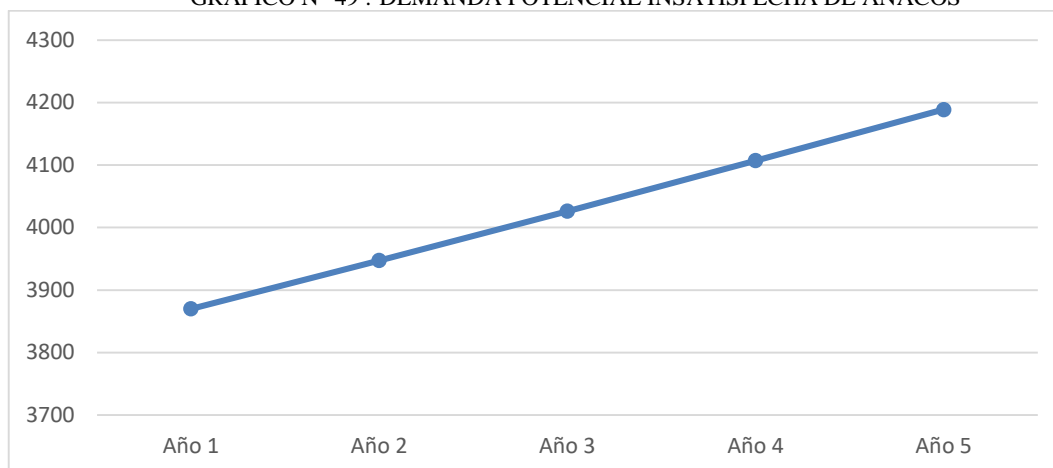
CUADRO N° 46: DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE ANACOS

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
Año 1	6502	2632	3870
Año 2	6632	2684	3947
Año 3	6764	2738	4026
Año 4	6899	2793	4107
Año 5	7037	2849	4189

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (Mujeres Indígenas)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 49 : DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE ANACOS



**Fuente:** Cuadro N° 46

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.1.6. Análisis de precios

Dentro de la presente investigación, se realizó una breve entrevista a los dueños de los locales comerciales para conocer los precios de la prendas de vestir para mujeres indígenas que manejan los establecimientos comerciales. El siguiente cuadro muestra los precios que se manejan en el mercado.

TABLA N° 12: PRECIOS DEL MERCADO LOCAL

Local comercial	Precio blusa	Precio rebozo	Precio anaco
1	\$ 30,00	\$ 28,00	\$ 50,00
2	\$ 35,00	\$ 28,00	\$ 48,00
3	\$ 35,00	\$ 25,00	\$ 45,00
4	\$ 33,00	\$ 30,00	\$ 50,00
5	\$ 40,00	\$ 28,00	\$ 48,00
6	\$ 35,00	\$ 27,00	\$ 45,00
7	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 48,00
8	\$ 32,00	\$ 27,00	\$ 50,00
9	\$ 38,00	\$ 28,00	\$ 45,00

**Fuente:** Trabajo de campo en la ciudad de Guaranda (dueños de locales comerciales)

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

El presente cuadro muestra el precio actual que cobran por cada prenda de vestir para mujeres indígenas.

#### 4.2.1.6.1. Mecanismo de fijación de precios

(Kotler & Keller, 2006) Dentro de los límites que determinan la demanda del mercado y los costos, la empresa debe tener en cuenta los costos, los precios y las posibles reacciones de los competidores. La empresa debe considerar el precio de su competidor más cercano. Si la oferta de la empresa tiene características para el consumidor y sumarse al precio del producto rival. Si la oferta del competidor contiene características que no ofrece nuestro producto, se debe calcular su valor y descontarlo del precio del producto de la empresa.

**Fijación de precios mediante márgenes:** El método más sencillo de fijación de precios es agregar un margen estándar al costo del producto.

Para el presente trabajo se utilizó el siguiente método que es fijación de precios mediante márgenes. Se realizó el cálculo con margen de utilidad del 30%, tomando en cuenta los precios que se manejan en el mercado local de la ciudad de Guaranda, con la siguiente formula:

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo unitario}}{(1 - \text{rentabilidad esperada sobre la ventas})}$$

**Blusas:**

$$\text{Precio de venta} = \frac{20,28}{(1 - 0,30)}$$

$$\text{Precio de venta} = 28,97$$

**Rebozos:**

$$\text{Precio de venta} = \frac{17,06}{(1 - 0,30)}$$

$$\text{Precio de venta} = 24,37$$

**Anacos:**

$$\text{Precio de venta} = \frac{30,11}{(1 - 0,30)}$$

$$\text{Precio de venta} = 43,01$$

Los precios de las prendas para el presente proyecto son los siguientes:

TABLA N° 13: PRECIO A OFERTAR

Detalle	Precio
Blusas	\$ 29,00
Rebozos	\$ 24,00
Anacos	\$ 43,00

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.1.7. Comercialización del producto

##### 4.2.1.7.1. Canales de distribución a emplearse

**Canal directo:** este tipo de canal cuenta con la particularidad de que el productor de un determinado bien o servicio comercializa al mismo de forma directa al consumidor final, sin la necesidad de intermediarios.



**Canal corto:** está constituido por dos peldaños, por ello cuenta con sólo un mediador entre el productor y el consumidor final.



##### 4.2.1.7.2. Estrategias de mercadeo

El marketing mix es un análisis de estrategias de aspectos internos, desarrollada para analizar cuatro variables básicas de su actividad. Con el fin de concretar los objetivos que se propone la empresa.

#### Estrategia de precio

CUADRO N° 47: ESTRATEGIA PRECIO DE PENETRACIÓN

<p><b>Estrategia:</b> Consiste en fijar un precio conveniente para los posibles consumidores con el objetivo de lograr una participación inmediata en el mercado local.</p>
<p><b>Tácticas:</b> Se tomara como referencia los precios que maneja el mercado de la ciudad de Guaranda.</p> <p>➤ Se ofertarán blusas a un precio de \$29 la unidad.</p>



<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Se ofertarán rebozos a un precio de \$24 la unidad.</li> <li>➤ Se ofertarán anacos a un precio de \$43 la unidad.</li> </ul>	
<b>Recursos:</b> Talento Humano	
<b>Presupuesto</b>	\$0,00

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

## Estrategia de producto

CUADRO N° 48: ESTRATEGIA DE DEFINICIÓN DE “MARCA”

<p><b>Estrategia:</b> Tiene como finalidad diferenciarlo de los demás productos competidores en el mercado guarandeño. El nombre de la marca debe ser corto, de fácil recordar, innovador y que posteriormente sea un identificativo cultural propio de la zona.</p>	
<p><b>DEFINICIÓN DE MARCA</b></p> <p><b>Confecciones Sumak Warmi:</b> Se escogió este nombre debido a que el producto va direccionado a mujeres indígenas. “Sumak Warmi” que en español significa “mujer bonita” este nombre es fácil de recordar y hará que rápidamente este producto se establezca en el mercado.</p>	
<b>Recursos:</b> Talento Humano	
<b>Presupuesto</b>	\$100,00

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán


CUADRO N° 49: ESTRATEGIA DE DEFINICIÓN DEL “SLOGAN”

<p><b>Estrategia:</b> Estrategia de producto “slogan” consiste en incorporar de manera exitosa una frase. Esta frase es repetida constantemente en todo tipo de publicidad y promoción.</p>	
<p><b>DEFINICIÓN DEL SLOGAN</b></p> <p><b>Vístete elegante con identidad:</b> Se escogió esta frase debido a que en la actualidad se ha ido perdiendo la vestimenta de las mujeres indígenas, esta frase tiene como propósito incentivar a las mujeres indígenas a no perder su identidad.</p>	
<b>Recursos:</b> Talento Humano	
<b>Presupuesto</b>	\$150,00

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

CUADRO N° 50: ESTRATEGIA DE DEFINICIÓN DE “LOGOTIPO”

<b>Estrategia:</b> Estrategia de producto “logotipo” consiste en el aspecto visual que representa la marca.	
<b>DEFINICIÓN DEL LOGOTIPO</b> El logotipo tiene el nombre de la empresa que es Sumak Warmi, posee como colores principales el negro y rosado. El color negro representa elegancia y el color fucsia es un color lleno de energía, expresividad y personalidad.	
	
<b>Recursos:</b> Talento Humano	
<b>Presupuesto</b>	\$150,00

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

### Estrategia de plaza

CUADRO N° 51: ESTRATEGIA DE PLAZA

<b>Estrategia:</b> Estrategia de plaza consiste en la selección de los lugares o puntos de ventas en donde se ofertaran o venderán los productos a los consumidores.	
<b>TÁCTICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comercializar nuestro producto vía internet en los portales mercado libre, olx</li> <li>✓ Pedidos mediante llamadas telefónicas.</li> </ul>	
<b>Recursos:</b> Talento Humano	
<b>Presupuesto</b>	\$50,00

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

## Estrategia de promoción

CUADRO N° 52: ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

<b>Estrategia:</b> Consiste en la combinación de herramientas de publicidad, promoción de ventas, ventas personales que la empresa utiliza para comunicar de manera persuasiva el valor a los clientes y crear relaciones con ellos.	
<b>TÁCTICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Dar a conocer la marca “<b>Confecciones Sumak Warmi</b>” a través de la emisora Raíces, ya que esta es muy sintonizada por la población indígena.</li><li>➤ Participar en las ferias ciudadanas que organiza el Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda.</li><li>➤ Situar anuncios publicitarios en lugares estratégicos.</li></ul>	
<b>Recursos:</b> Talento Humano	
Presupuesto	\$300,00

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

### 4.2.1.8. Conclusiones del estudio de mercado

- En la investigación de mercado realizada se determinó que en la ciudad de Guaranda existen pocos competidores que ofrecen estas prendas y en su mayoría son intermediarios.
- La microempresa ofertara las prendas con un margen de utilidad del 30%, las blusas a un precio de \$ 29,00; los rebozos a \$ 24,00 y los anacos a \$ 43,00.
- Se determinó que existe una demanda insatisfecha atractiva de 6468 rebozos, 6786 blusas y 3794 anacos. Presenta un escenario favorable lo que garantiza la existencia de un mercado no cubierto.

#### **4.2.2. Estudio Técnico**

El estudio técnico del proyecto tiene como finalidad entregar datos determinantes para cuantificar su viabilidad. La información contenida en el estudio técnico permite contar con la estructura de costos de maquinarias y equipos, el costo de infraestructura física, tamaño de la planta y localización.

Para el caso de la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda se ha tomado en consideración el análisis particular de los siguientes estudios:

- Tamaño del proyecto
- Localización del proyecto
- Ingeniería del proyecto

Cada uno de estos estudios entrega un conjunto de datos, tanto cualitativos como cuantitativos, que permiten estimar la viabilidad técnica del proyecto.

##### **4.2.2.1. Tamaño del proyecto**

Dentro de la teoría de proyectos, el tamaño del proyecto representa la capacidad de recepción de materia prima del total de la producción regional que pudiera tener la empresa de producción y comercialización en función a la maquinaria instalada, de acuerdo al diagnóstico y al estudio de mercado.

Para determinar el tamaño de proyecto de manera óptima y racional se ha tomado en cuenta factores como: volumen de la demanda, capacidad de producción, materia prima, e inversión. El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro en cuanto a la viabilidad o riesgo que resulta la implementación del proyecto.

##### **4.2.2.1.1. Factores que determinan el tamaño del proyecto**

**Demanda Insatisfecha:** La demanda insatisfecha es la cantidad total que los demandantes desean comprar, más el mercado no les puede satisfacer por efectos de la escasez. En el siguiente cuadro se determinan la demanda insatisfecha de cada uno de los productos a producirse y comercializarse por medio del proyecto.

CUADRO N° 53: DEMANDA INSATISFECHA DE LAS PRENDAS

<b>Demanda insatisfecha</b>			
<b>Año</b>	<b>Blusas</b>	<b>Rebozos</b>	<b>Anacos</b>
0	6786	6468	3794
1	6921	6598	3870
2	7060	6730	3947
3	7201	6864	4026
4	7345	7001	4107
5	7492	7141	4189

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

**Disponibilidad de materia prima e insumos:** en cuanto a la materia prima no existe ninguna limitante debido a que en la Ciudad de Guaranda se cuenta con almacenes que podrán proveer lo suficiente de materia prima e insumos para la producción de las prendas.

**Tecnología:** las maquinarias a utilizarse en el siguiente proyecto son de fácil acceso, además en la ciudad de Guaranda se cuenta con personas con experiencia, en el manejo de estas máquinas.

**Financiamiento:** la organización auspiciante que es el CODICIV (Comité De Desarrollo Integral Del Sector Rural De La Parroquia Veintimilla) está en la disposición y en la capacidad de invertir hasta \$ 87.601,28 dólares norteamericanos en el proyecto como el citado. Para la puesta en marcha del proyecto se considera la utilización de capital propio en un 55% y el 45% será a través de un préstamo bancario.

**Organización:** para la estructura requerida no habría limitante para cubrir la demanda insatisfecha.

En función del análisis desarrollado Existe una limitante con respecto al financiamiento ya que CODICIV solo está dispuesto a invertir, \$ 87.601,28 dólares, en cuanto a los otros factores que inciden directamente en el tamaño del proyecto, se puede determinar que el proyecto puede ponerse en marcha.

De acuerdo al análisis preliminar realizado es conveniente que el proyecto cubra el 50% de la demanda insatisfecha.

CUADRO N° 54: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA A SATISFACER EL PROYECTO

<b>Proyección de la demanda a satisfacer por el proyecto (50%)</b>			
<b>Año</b>	<b>Blusas</b>	<b>Rebozos</b>	<b>Anacos</b>
Año 0	3393	3234	1897
Año 1	3461	3299	1935
Año 2	3530	3365	1974
Año 3	3601	3432	2013
Año 4	3673	3501	2053
Año 5	3746	3571	2094

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

Por lo cual el tamaño del proyecto es de 3746 blusas, 3571 rebozos y 2094 anacos.

#### **4.2.2.2. Localización del proyecto**

El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas localizaciones con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

El problema de la localización se suele abordar en dos etapas:

**Primera etapa: macrolocalización.** Decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio.

**Segunda etapa: microlocalización.** Elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

##### **4.2.2.2.1. Macrolocalización**

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta. La región a seleccionar puede abarcar el ámbito internacional, nacional o territorial, sin que cambie la esencia del problema; sólo se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

La microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas, se localizará en:

CUADRO N° 55: MACROLOCALIZACIÓN

DATOS	
<b>País:</b>	Ecuador
<b>Región:</b>	Sierra
<b>Provincia:</b>	Bolívar
<b>Cantón:</b>	Guaranda

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

FIGURA N° 2: MACROLOCALIZACIÓN



Fuente: Google Earth

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.2.2.2. Microlocalización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar el punto de venta que tendrá en su operación la microempresa, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o comercializar de una forma efectiva el producto confeccionado en la planta de producción.

Para definir la microlocalización se utilizará el método cualitativo por puntos y generalmente se evalúan los siguientes factores:

**Servicios básicos:** Son los servicios de luz, agua, teléfono, alcantarillado, entre los más importantes con los que debe contar el lugar para la puesta en marcha del proyecto.

**Materia prima disponible:** Es el producto primario más importante para la elaboración de vestimenta indígena para mujeres. Se lo califica de acuerdo a la disponibilidad o cercanía desde diferentes puntos de producción.

**Disponibilidad de infraestructura:** Se refiere a obra física donde pueda funcionar el proyecto, o al menos que tenga características idóneas para instalar la planta de producción.

**Cercanía al mercado:** Es una relación de distancia entre la planta de producción y los clientes reales y potenciales de prendas indígenas.

**Normas y regulaciones:** Son leyes y regulaciones de alguna índole que pueden condicionar la puesta en marcha del proyecto, es decir pueden limitar o restringir la implementación de la planta de producción en un lugar determinado.

**Costos de arriendo:** Es el costo a pagar por los servicios de arriendo de un local para la puesta en marcha del proyecto.

### Evaluación para establecer el punto de venta

Los lugares más comerciales son el parque central, el mercado 10 de Noviembre y la Plaza Roja. El costo del arriendo en estos tres lugares no varía debido a que se encuentran en el centro de la ciudad.

CUADRO N° 56: MICROLOCALIZACIÓN PUNTO DE VENTA

ALTERNATIVAS:		A) PARQUE CENTRAL		B) MERCADO 10 DE NOVIEMBRE		C) PLAZA ROJA	
Factores	Ponderación	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Materia prima disponible	0,25	6	1,5	8	2	9	2,25
Disponibilidad de infraestructura	0,20	5	1	7	1,4	8	1,6
Servicios básicos	0,15	10	1,5	9	1,35	9	1,35
Cercanía al mercado	0,15	9	1,35	8	1,2	7	1,05
Condiciones ambientales	0,10	8	0,8	8	0,8	8	0,8
Normas y regulaciones	0,10	9	0,9	9	0,9	9	0,9



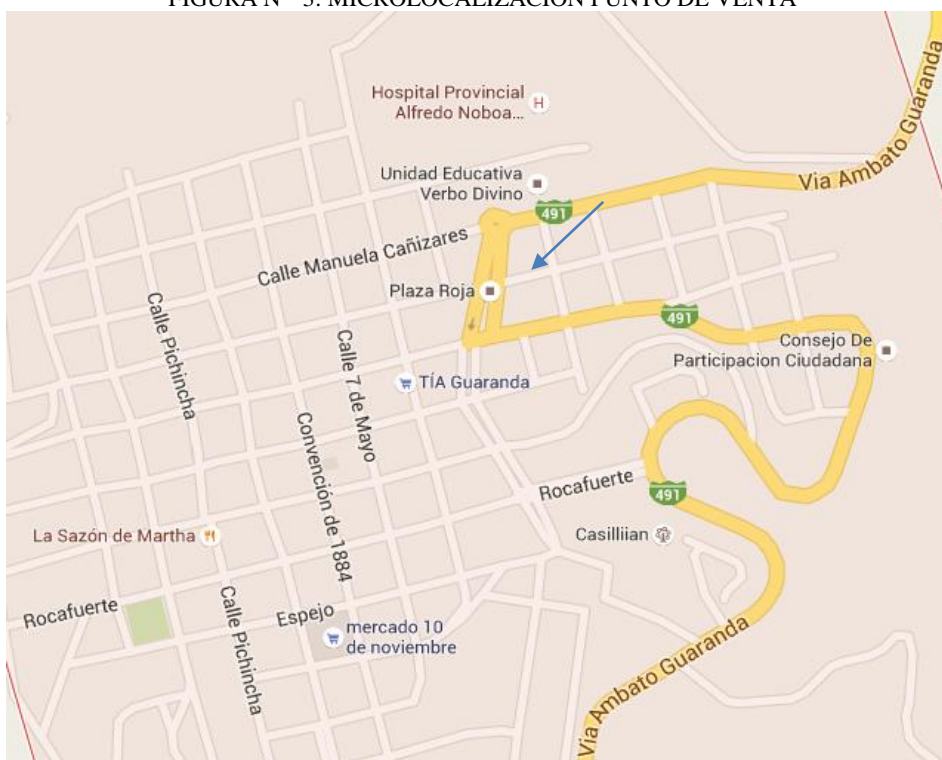
Costos de arriendo	0,05	7	0,35	7	0,35	7	0,35
<b>Puntuación:</b>	<b>1</b>		<b>7,4</b>		<b>8</b>		<b>8,3</b>

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

En consecuencia luego de observar el cuadro anterior, se determina que la mejor opción en cuanto a la microlocalización es la Plaza Roja, localizada en el centro de la ciudad de Guaranda, gracias a que las condiciones del mercado, socioeconómicas y ambientales son las más adecuadas para este proyecto.

FIGURA N° 3: MICROLOCALIZACIÓN PUNTO DE VENTA



**Fuente:** Google earth

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

## Evaluación para establecer la planta de producción

CUADRO N° 57: MICROLOCALIZACIÓN PLANTA DE PRODUCCIÓN

ALTERNATIVAS:		A) GUANUJO		B) CHIMBO		C) VINCHOA	
Factores	Ponderación	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Disponibilidad de infraestructura	0,25	8	2,0	6	1,5	6	1,5
Materia prima disponible	0,20	6	1,2	4	0,8	4	0,8
Servicios básicos	0,15	10	1,5	9	1,35	9	1,35

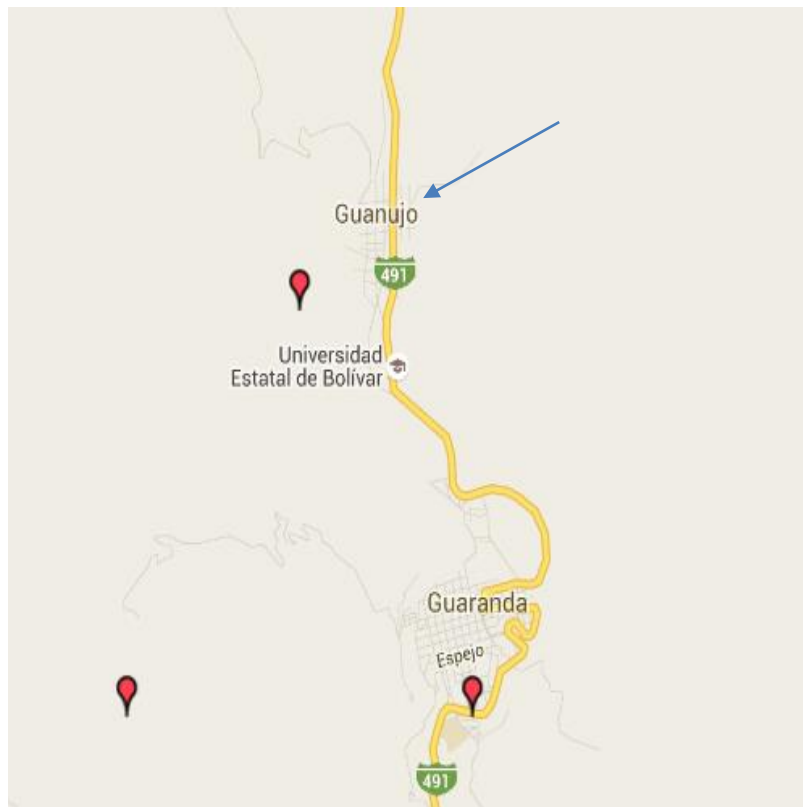
Cercanía al mercado	0,15	8	1,2	6	0,9	8	1,2
Condiciones ambientales	0,10	8	0,8	8	0,8	8	0,8
Normas y regulaciones	0,10	9	0,9	9	0,9	9	0,9
Costos de arriendo	0,05	7	0,35	5	0,25	8	0,40
<b>Puntuación:</b>	<b>1</b>		<b>7,95</b>		<b>6,5</b>		<b>6,95</b>

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

Se determina que la planta de producción estará localizada en Guanujo, ya que los arriendos para este tipo de plantas industriales son accesibles y a precios bajos con respecto a sectores aledaños.

FIGURA N° 4: MICROLOCALIZACIÓN PLANTA DE PRODUCCIÓN



**Fuente:** Google earth

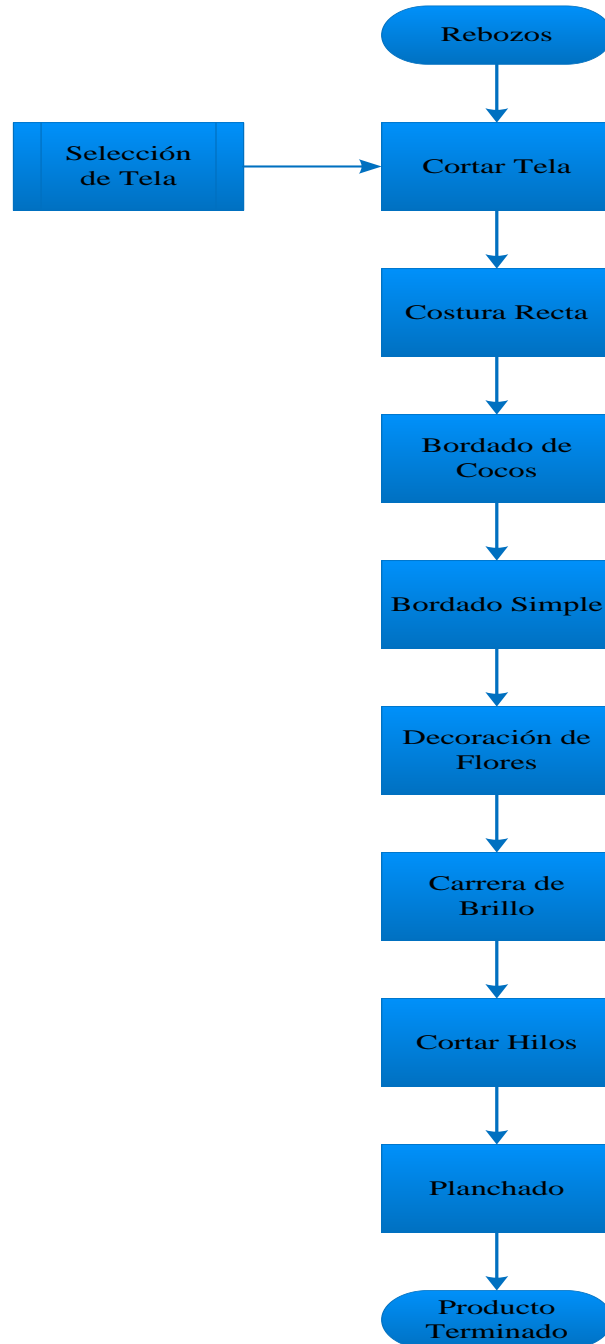
**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

## 4.2.2.2. Ingeniería del proyecto

### 4.2.2.2.1. Procesos de producción

#### Proceso de producción de rebozos

FIGURA N° 5: FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA LA CONFECCIÓN DE REBOZOS



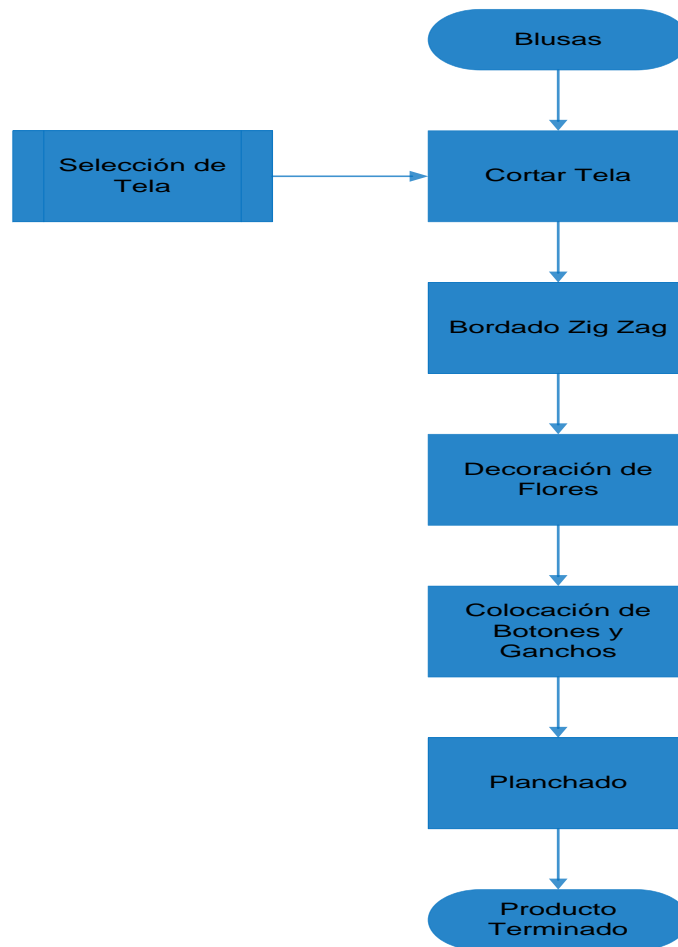
Fuente: Programa Vicio

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

- **Selección de tela:** La materia prima se seleccionara de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores, por lo general se utiliza la tela Carolina Herrera, lanilla, licra.
- **Cortar la tela:** Se procede a cortar la tela de acuerdo a las medidas dependiendo del rebozo ya se mediano o grande, pero por lo general se utiliza las siguientes medidas un alto de 50cm y ancho de 1,10 para ello se usa la cinta métrica, vara y la escuadra finalmente se utiliza la cortadora eléctrica para realizar el trabajo de manera eficaz.
- **Costura recta:** Asegurar la tela doblando las cuatro dimensiones al vuelo para ello se utiliza la máquina recta zig-zag marca Singer modelo 20U109.
- **Bordado de cocos:** Este proceso se lo realiza al inicio de la prenda la misma que consta de seis vueltas alrededor de la tela, dándole forma de cocos con diferentes colores de hilo tipo golondrina.
- **Bordado simple:** Se lo realiza alrededor de la tela en las cuatro dimensiones con los modelos que tiene la maquina industrial para los bordados se usa el hilo de costura normal, en cada vuelta el hilo debe ir variando el color.
- **Decoración de flores:** Al igual que el bordado simple se lo puede hacer en todas las dimensiones de la tela pero esto a su vez va a depender del tamaño de las flores que a su vez se puede decorar poniendo en cada esquina una flor en este proceso se utiliza la maquina computarizada.
- **Carrera de brillo:** Alrededor de todos los bordados se procede a pasar una carrera en línea recta con el hilo brillante para dar un mejor terminado a la prenda.
- **Cortar hilos:** Se procede a cortar los excesos de hilos de la parte posterior de la prenda, se utiliza una tijera.
- **Planchado:** Después de haber culminado con los procesos anteriores se procede al planchado.
- **Producto terminado:** Finalmente el producto terminado pasa a bodega o dependiendo del caso pasara a los mostradores.

## Proceso de producción de blusas

FIGURA N° 6: FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA LA CONFECCIÓN DE BLUSAS



Fuente: Programa Vicio

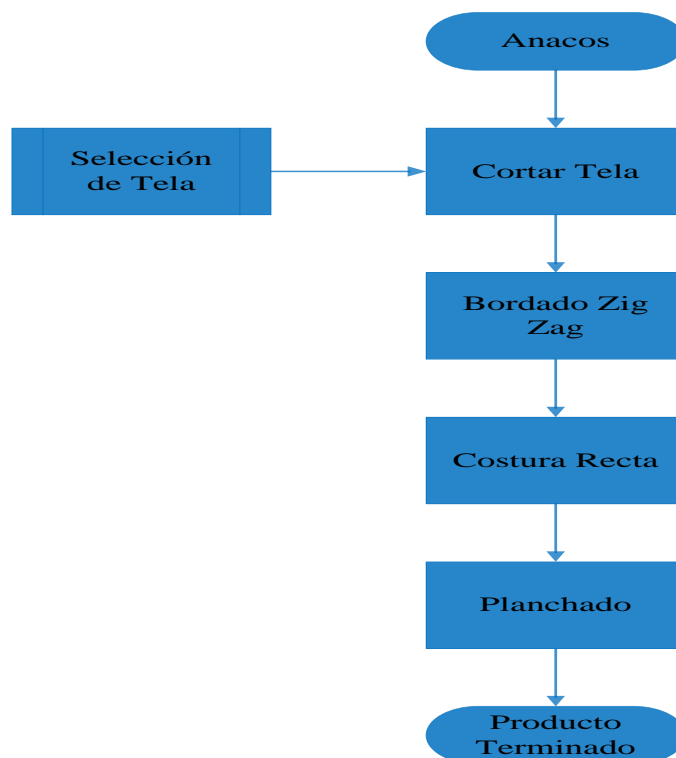
Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

- **Selección de tela:** La materia prima se seleccionara de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores, en las blusas la tela más utilizada es la tipo seda y la espejo.
- **Cortar la tela:** Para la optimización del tiempo se utiliza un patrón o molde se traza con una tiza, y luego se procede a cortar. De acuerdo a la talla y modelo de la blusa se utiliza un patrón distinto.
- **Bordado zig zag:** Asegurar con el bordado tipo zigzag las partes de la blusa como cuello, parte posterior, parte delantera, etc.
- **Decoración de flores:** En base a los diseños que tiene la máquina, se procede a decorar la blusa, y a su vez los artesanos crean nuevos diseños tales como palmas, flores, cocos para la decoración de la misma.

- **Colocación de botones y ganchos:** Posteriormente de la decoración de flores se pega los botones, dependiendo del modelo de la blusa los botones y ganchos serán colocados.
- **Planchado:** Después de haber culminado con los procesos anteriores se procede al planchado según el material de la blusa confeccionada.
- **Producto terminado:** Finalmente el producto terminado pasa a bodega o dependiendo del caso pasa a los mostradores.

### Proceso de producción de anacos

FIGURA N° 7: FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA LA CONFECCIÓN DE ANACOS



Fuente: Programa Vicio

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

- **Selección de tela:** La materia prima se seleccionara de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores, la tela más utilizada es Carolina Herrera y paño.
- **Cortar la tela:** De acuerdo a las medidas establecidas para la confección de anacos pequeños, medianos o grandes se procederá a cortar la tela.
- **Bordado Zigzag:** Asegurar con el bordado tipo zigzag las cuatro dimensiones del anaco.

- **Doblar la tela:** Se procede a doblar los filamentos de las cuatro dimensiones de la tela asegurando con la máquina recta al vuelo.
- **Bordado simple:** Se lo realiza en la parte derecha e izquierda de la prenda con los modelos que tiene la máquina industrial.
- **Planchado:** Después de haber culminado con los procesos anteriores se procede al planchado según la tela del rebozo.
- **Producto terminado:** Finalmente el producto terminado pasa a bodega o dependiendo del caso pasará a los mostradores.

#### 4.2.2.2.2. Cálculo de la cantidad de materia prima e insumos con indicación de costos

En el siguiente cuadro se determinan los costos de fabricación, tomando en cuenta la materia prima directa e indirecta en base a una prenda.

CUADRO N° 58: CANTIDADES DE LA MATERIA PRIMA CON INDICACIÓN DE COSTOS POR PRENDA

Cantidad de M.P.	Descripción	Unidad	Precio Unitario	Precio por prenda
	<b>Materia prima directa rebozo</b>			<b>\$ 8,75</b>
1	Tela	Metro	\$ 7,00	\$ 7,00
0,5	Hilo tipo golondrina	Rollo	\$ 2,00	\$ 1,00
0,25	Hilo de costura normal	Tubo	\$ 3,00	\$ 0,75
	<b>Materia prima directa blusa</b>			<b>\$ 11,75</b>
2	Tela	Metro	\$ 5,00	\$ 10,00
0,5	Hilo tipo golondrina	Rollo	\$ 2,00	\$ 1,00
0,25	Hilo de costura normal	Tubo	\$ 3,00	\$ 0,75
	<b>Materia prima directa anaco</b>			<b>\$ 21,55</b>
2,5	Tela	Metro	\$ 8,50	\$ 21,25
0,1	Hilo de costura normal	Tubo	\$ 3,00	\$ 0,30
	<b>Costos indirectos rebozo</b>			<b>\$ 0,53</b>
0,025	Hilo brillante	Tubo	\$ 15,00	\$ 0,38
1	Etiqueta	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05
1	Funda para empaque	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10
	<b>Costos indirectos blusa</b>			<b>\$ 0,77</b>
0,025	Hilo brillante	Tubo	\$ 15,00	\$ 0,38
6	Ganchos y botones	Unidad	\$ 0,04	\$ 0,24
1	Etiqueta	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05
1	Funda para empaque	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10
	<b>Costos indirectos anaco</b>			<b>\$ 0,45</b>
0,01	Hilo brillante	Tubo	\$ 15,00	\$ 0,15
1	Etiqueta	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05
1	Funda para empaque	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

## Maquinaria y equipo


La maquinaria y equipo necesario para que la empresa pueda operar se lo muestra en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 59: MAQUINARIA Y EQUIPO

<p><b>Máquina computarizada de dos cabezales</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Panel Touch screen</li><li>▪ Aditamentos de lentejuelas en las dos cabezas respectivamente de 850rpm</li><li>▪ 2 cabezas de 12 agujas</li><li>▪ Pantalla de 5 pulgadas</li><li>▪ Bastidor de gorra tubular y plano</li><li>▪ 5 juegos de bastidores</li></ul> <p><b>Precio \$ 17.000,00</b> <b>Unidades requeridas 2</b></p>	
<p><b>Máquina costura recta zig-zag marca Singer modelo 20U109</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Velocidad 2300 PPM</li><li>▪ Motor de 1725 RPM</li><li>▪ Sistema manual de lubricación</li><li>▪ Sistema de cangrejo de alto rendimiento con protector de aguja de precedencia japonesa</li><li>▪ Incluye accesorio para hacer ojal, colocar cierre, bies y dobladillo</li><li>▪ Ojal de longitud de puntada general</li><li>▪ Dial de longitud de puntada de retroceso</li><li>▪ Selector de trabamiento de la barra aguja, para una costura recta de mayor calidad</li><li>▪ Estante con regulador de altura</li><li>▪ Largo máximo de puntada 5mm</li><li>▪ Se puede ajustar para bordado manual, hacer ojales, pegar botones y cremalleras</li><li>▪ Altura máxima del prensatela 6 mm</li></ul> <p><b>Precio \$ 790,00</b> <b>Unidades requeridas 6</b></p>	



<p><b>Máquina doméstica electrónica de puntadas marca Singer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Motor más fuerte y veloz de 1.100 puntadas por minuto.</li> <li>▪ Crochet de acero.</li> <li>▪ Cama metálica de acero inoxidable.</li> <li>▪ 22 diseños incorporados.</li> <li>▪ Ojalador automático en un solo paso.</li> <li>▪ Regulador de zig-zag del ojal.</li> <li>▪ Enhebrador automático.</li> <li>▪ Cose con aguja simple y doble (con uno o dos colores distintos de hilo).</li> </ul> <p><b>Precio \$ 380,00</b> <b>Unidades requeridas 6</b></p>	 <p>A semi-industrial Singer sewing machine, model 4423. It is a grey and white machine with a prominent red 'S' logo on the front. The text 'SINGER Heavy Duty' is visible on the top. A small label at the bottom right of the machine reads 'Semi-Industrial Singer 4423'.</p>
<p><b>Plancha industrial para planchado de ropa tipo prensa con vapor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plancha Ropa tipo prensa</li> <li>▪ Vapor Manual</li> <li>▪ Superficie de planchado 25x62</li> <li>▪ Regulador de Temperatura de 50 a 170°C</li> <li>▪ Consumo 1200W/H</li> <li>▪ Ideal para hogares o pequeños talleres</li> </ul> <p><b>Precio \$ 1.300,00</b> <b>Unidades requeridas 2</b></p>	 <p>An industrial steam iron with a white top and a grey base. It has a control panel on the right side with a dial and buttons. A steam nozzle is attached to the front. The iron is sitting on a blue surface.</p>
<p><b>Cortadora de tela marca Jontex de 4</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacidad de corte de 5.4 cm</li> <li>▪ Alimentación monofásica de 110 volts</li> <li>▪ Tipos de cuchillas que se puede usar: circular, octagonal, con recubrimiento de teflón, ideal para todo tipo de telas.</li> </ul> <p><b>Precio \$ 185,00</b> <b>Unidades requeridas 3</b></p>	 <p>A yellow and black fabric cutter. It has a large circular blade and a handle. The brand name 'Jontex' is visible on the side.</p>

<p><b>Plancha doméstica a vapor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacidad del depósito de agua (0.3)</li> <li>▪ Función anti goteo</li> <li>▪ Sistema antical automático</li> <li>▪ Peso- 1,8kg</li> <li>▪ Potencia 2800 vatios</li> </ul> <p><b>Precio \$ 70,00</b> <b>Unidades requeridas 2</b></p>	
--	--

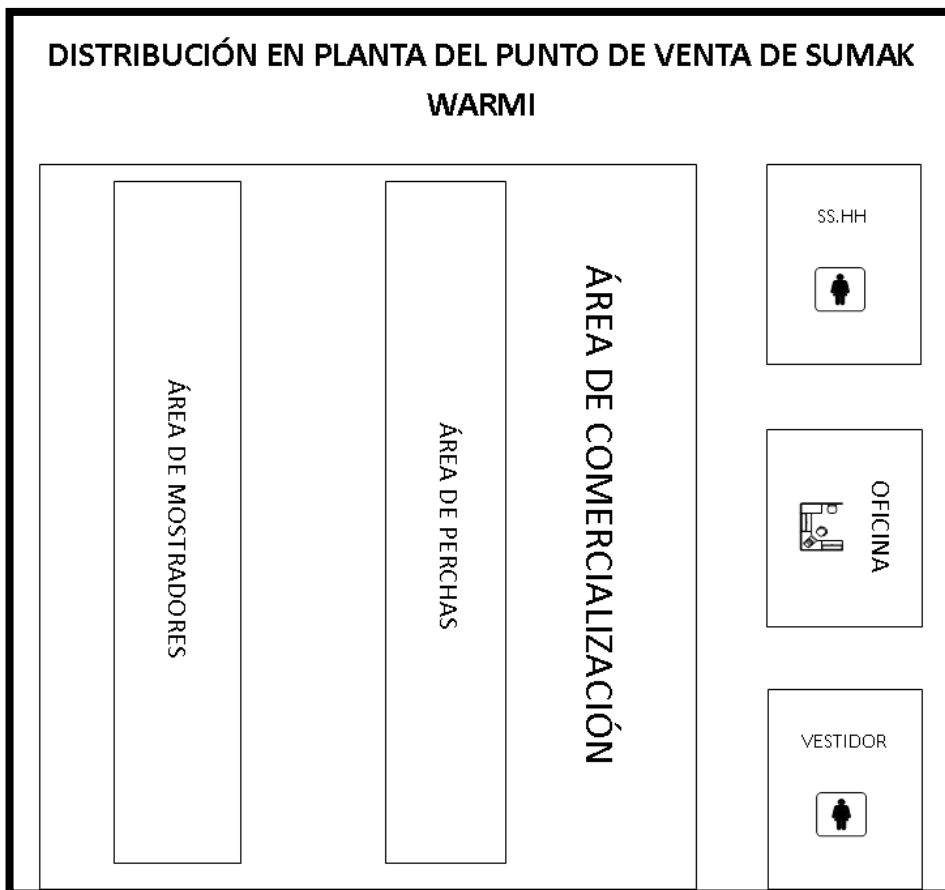
Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.2.2.3. Infraestructura y distribución en planta

Para el punto de venta se requerirá un espacio de 6 metros por 4 metros es decir 24 metros cuadrados, los mismos que serán destinados para el área de mostradores, perchas, vestidor, una oficina y los servicios higiénicos.

FIGURA N° 8: DISTRIBUCIÓN EN PLANTA “PUNTO DE VENTA”

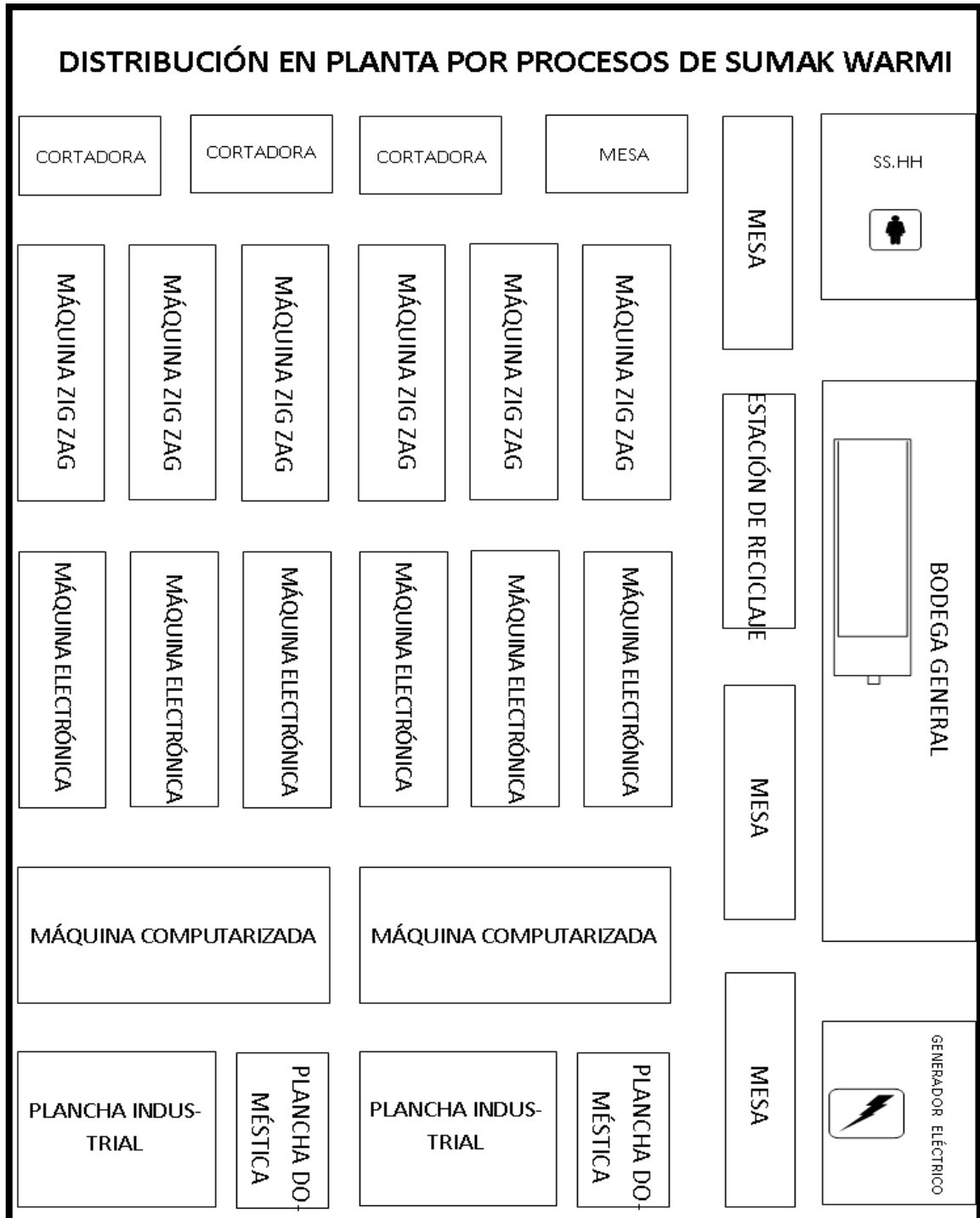


Fuente: Programa Publisher

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

El área total para la planta de producción deberá ser de 9 metros por 7 metros, es decir 63 metros cuadrados, los cuales se destinarán para el área de confección, una bodega y servicios higiénicos.

FIGURA N° 9: DISTRIBUCIÓN EN PLANTA “PLANTA DE PRODUCCIÓN”



Fuente: Programa Publisher

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.2.2.3. Personal técnico necesario

El personal técnico requerido para la puesta en marcha del proyecto se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 60: PERSONAL NECESARIO CON INDICACIÓN DE COSTOS

N° DE PUESTOS	CARGO	SALARIO BÁSICO	TOTAL ANUAL BÁSICO	APORTE IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	PROMEDIO MENSUAL
1	Jefe de Taller	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00	\$ 480,50
6	Operario	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 489,71	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 442,25

**Fuente:** Estudio del proyecto

**Elaborado por:** Erika Cecibel Ochoa Barragán

### **4.2.3. Estudio Organizacional**

#### **4.2.3.1. Tipo de empresa**

La Microempresa de Confecciones "Sumak Warmi" será de tipo industrial puesto que su principal actividad consistirá en confeccionar y comercializar prendas de vestir para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda, en condiciones de alta calidad y durabilidad. Pertenece al sector secundario de la economía.

Jurídicamente será una Microempresa de Responsabilidad Limitada constituida según la normativa estipulada en la Ley de Compañías y sus artículos pertinentes.

#### **4.2.3.2. Misión, visión, valores**

##### **4.2.3.2.1. Misión**

La Microempresa de Confecciones "Sumak Warmi" ofrecerá a las mujeres indígenas de Guaranda prendas de vestir de alta calidad, satisfaciendo los gustos y preferencias de sus consumidoras.

##### **4.2.3.2.2. Visión**

La Microempresa de Confecciones "Sumak Warmi" será una Microempresa líder en la confección y comercialización de vestimenta indígena para mujeres de la ciudad de Guaranda

##### **4.2.3.2.3. Valores de la microempresa**

**Lealtad:** Se evidencia en el compromiso e identificación con la empresa que permite sentirse orgulloso de ser parte de ella, cumpliendo con las responsabilidades de una manera muy significativa, reflejando sentido de pertenencia en todo el campo empresarial, viéndose reflejado en la manera de atención al cliente.

**Respeto:** El respeto es un valor que permite que el hombre pueda reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del otro y sus derechos, implica mantener relaciones cordiales con los trabajadores y clientes para buscar un bien común y darle solución a los conflictos a través del diálogo, valorando las opiniones de los demás.

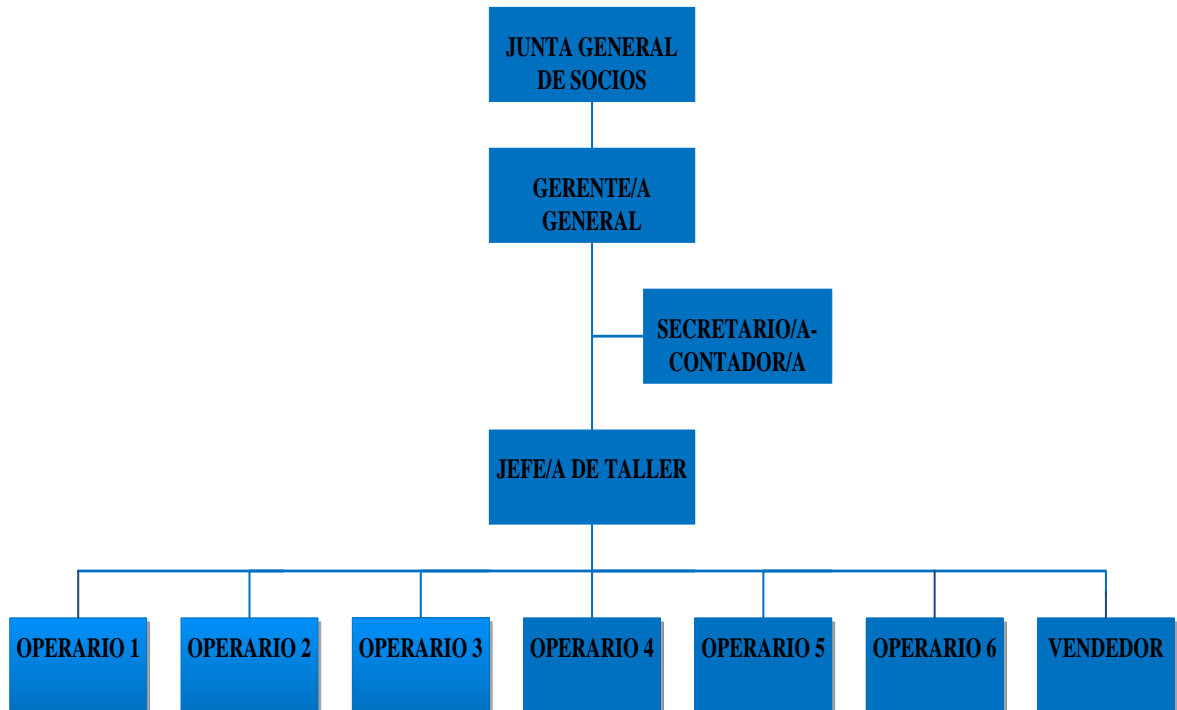
**Transparencia:** Es la manera de relacionarse y vivir congruentemente en el ambiente laboral de acuerdo a lo que se piensa y lo que se hace, es fundamental para que el trabajo

funcione bajo principios claros que ayuden a vivir la rectitud e integridad, donde la ética y la moral de cada trabajador sean puntos claves en el progreso de las relaciones y de las acciones de todos los miembros de la empresa.

#### 4.2.3.2. Estructura organizacional general de la empresa

##### 4.2.3.2.1. Organigrama estructural

FIGURA N° 10: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE SUMAK WARMI

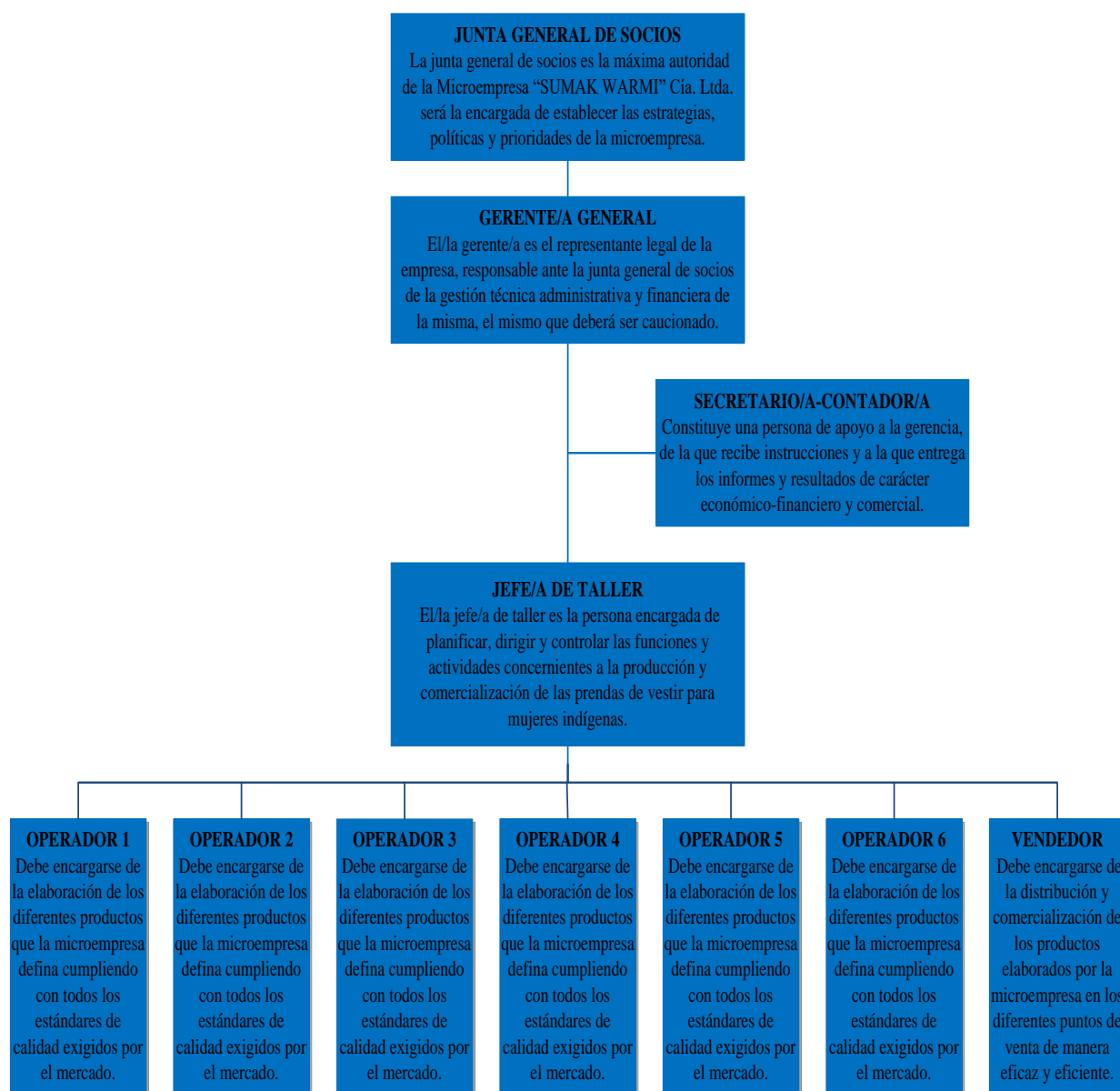


Fuente: Programa Vicio

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

##### 4.2.3.2.2. Organigrama funcional

FIGURA N° 11: ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE SUMAK WARMI



Fuente: Programa Vicio

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.3.3. Personal requerido por la organización en la fase operacional

N° DE PUESTOS	CARGO	SALARIO BÁSICO	TOTAL ANUAL BÁSICO	APORTE IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	PROMEDIO MENSUAL
1	Gerente	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 669,00	\$ 500,00	\$ 366,00	\$ 250,00	\$ 593,00
1	Secretario/a-Contador/a	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00	\$ 480,50

#### 4.2.3.4. Descripción de los cargos

La Microempresa estará conformada por los siguientes niveles:

##### Nivel Directivo

**Clave del puesto:** Junta general de socios

**Nivel Jerárquico:** Alto

**Descripción específica del puesto:**

- Es la máxima autoridad de la Microempresa de Confecciones “Sumak Warmi” Cía Ltda. y será la encargada de aprobar las estrategias, políticas y prioridades de la Microempresa.

### **Nivel Administrativo**

**Clave del puesto:** Gerente

**Nivel Jerárquico:** Alto

**Jefe inmediato:** Junta general de socios

**Descripción específica del puesto:**

- Planear las compras de materias primas e insumos según el requerimiento de los operarios.
- Supervisar, controlar y organizar el trabajo del personal a su cargo: operarios, vendedor, secretario/a-contador/a
- Evaluar el desempeño diario del personal.
- Realizar reportes diarios, mensuales, trimestrales y anuales de venta para entregarlos a la junta general de socios.
- Proponer estrategias para incrementar las ventas.
- Atender a los proveedores de materias primas e insumos.

### **Nivel Operativo**

**Clave del puesto:** Operario

**Nivel Jerárquico:** Bajo

**Jefe inmediato:** Gerente



**Descripción específica del puesto:**

- Diseñar las prendas de acuerdo a las necesidades de las clientas.
- Realizar prototipos de las distintas tallas.
- Cumplir con el producto en el tiempo solicitado.
- Reportar la materia prima e insumos necesarios para la confección de las prendas.
- Reportar al gerente general cualquier problema o necesidad.
- Hacer un control de calidad a cada una de las prendas.

**Nivel Auxiliar**

**Clave del puesto:** Vendedor

**Nivel Jerárquico:** Medio

**Jefe inmediato:** Gerente

**Descripción específica del puesto:**

- Atender de manera eficaz y eficiente a los clientes.
- Atender todas las llamadas que ingresen a la microempresa.
- Definir y mantener una base de datos en base a los clientes, productos, precios.

**Clave del puesto:** Secretario/a- Contador/a

**Nivel Jerárquico:** Medio

**Jefe inmediato:** Gerente

**Descripción específica del puesto:**

- Llevar la contabilidad del negocio.
- Elaborar estados financieros mensuales, trimestrales y anuales.

- Realizar la declaración anual de impuestos.
- Interpretar los estados financieros.
- Realizar los pagos de impuestos mensuales y anuales.
- Mantener informado a los socios de la situación financiera.
- Establecer reuniones mensuales para analizar la situación financiera.

#### **4.2.3.5. Gestión empresarial**

**Planeación:** Esta empresa está enfocada en la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas. Para ello se necesitara dentro del personal administrativo la junta general de socios quienes serán los que tomen las decisiones y el gerente será el que esté a cargo de realizar estrategias para logra posicionamiento en el mercado. En el área operativa se contara con un jefe de taller, tres operarios quienes se encargaran de la confección de las prendas y un vendedor quien será encargado de las ventas, en el área auxiliar se contara con una secretario/a- contador/a quien llevara la contabilidad correspondiente.

**Organización:** El jefe de taller será encargado de comprar la materia prima e insumos con la autorización del gerente.

La confección de las prendas lo realizaran los tres operarios y el jefe de taller quien estará al mando.

**Ejecución:** El jefe de taller será encargado de verificar que se cumpla con el objetivo de la producción.

El vendedor será encargado de tener una base de datos de todos los clientes y las principales prendas que sean más vendidas.

**Control:** El gerente informará a la junta general de socios los progresos de la microempresa e informara cualquier variación o cambio que se presente.

#### **4.2.4. Evaluación Del Impacto Ambiental**

##### **4.2.4.1. Categoría Ambiental I (Certificación de registro ambiental).**

Dentro de ésta categoría se encuentran catalogados los proyectos, obras o actividades cuyos impactos ambientales negativos, o los niveles de contaminación generados al medio ambiente, son considerados no significativos.

#### **4.2.4.2. Guía de buenas prácticas ambientales para la fabricación de bordados en máquinas industriales.**

##### **Categoría I**

#### **4.2.4.2.1. Descripción general de la actividad.**

La presente Guía de Buenas Prácticas Ambientales (GBPA) está dirigida a las personas cuyas actividades se establezcan en la construcción y/u operación de fábricas para producción de bordados en máquinas industriales.

A través de la implementación de la Guía de Buenas Prácticas Ambientales (GBPA), se tiene la posibilidad de reducir el impacto ambiental negativo generado por las actividades de cada uno de los trabajadores de manera individual, sin la necesidad de sustituir o realizar cambios profundos en los procesos. Aunque el impacto generado pudiera percibirse como no significativo, la suma de cientos de malas actuaciones individuales puede generar resultados globales adversos, por lo cual se pueden llevar a cabo pequeñas acciones encaminadas a su prevención o su reducción.

#### **4.2.4.3. Recomendaciones.**

##### **4.2.4.3.1. Consumo de energía.**

- Implemente sistemas de ahorro de energía en maquinarias industriales y otros, para que no funcionen durante largos periodos de tiempo de inactividad (comidas, noches, fines de semana).
- Reemplace las bombillas convencionales por focos ahorradores que consumen menos que las convencionales y tienen una vida media mayor.
- Forme e informe a los trabajadores para el ahorro energético dentro de su actividad.
- Sustituya, en la medida de lo posible, los equipos antiguos que no hagan un uso eficiente de la energía por otros que si lo hagan.
- No apague y encienda los tubos fluorescentes con frecuencia, ya que el mayor consumo se realiza en el encendido.

##### **4.2.4.3.2. Consumo de agua.**

- Evite la mala utilización y el derroche.

- Limite la capacidad de las cisternas manteniendo la capacidad limpiadora con un ahorro de agua (descarga de 2 tiempos, bajo consumo, bajar la boya, introducir botellas con agua o arena).
- Procure que la cantidad de agua empleada en la limpieza sea la imprescindible.

#### **4.2.4.3.3. Residuos.**

- Ponga los contenedores adecuados para la segregación de residuos al alcance de todos. Es necesario que estos contenedores estén señalizados y en un lugar acondicionado a tal efecto (cubierto del sol y la lluvia separados de focos de calor).
- Supervise periódicamente si los contenedores están disponibles y si las zonas de almacenamiento están en condiciones adecuadas.
- Forme e informe a todo el personal para que conozcan todos los riesgos que una mala gestión de estos desechos puede ocasionar y cuál es su correcto manejo.
- Almacene los residuos como aparatos electrónicos, fluorescentes, en lugares acondicionados para ello, y sin mezclarlos entre sí, para posteriormente entregarlos, a un gestor ambiental autorizado y deberán mantener registros de dicha actividad.

#### **4.2.5. Estudio Económico**

##### **4.2.5.1. Inversiones**

#### 4.2.5.1.1. Inversión fija

CUADRO N° 61: INVERSIÓN FIJA

<b>INVERSIONES FIJAS</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
	<b>Maquinaria y equipo planta de producción</b>			<b>\$47.215,00</b>
2	Máquina computarizada de dos cabezales	Unidad	\$17.000,00	\$34.000,00
6	Máquina costura recta zig-zag marca Singer modelo 20U109	Unidad	\$790,00	\$4.740,00
6	Máquina doméstica electrónica de puntadas marca Singer	Unidad	\$380,00	\$2.280,00
2	Plancha industrial para planchado de ropa tipo prensa con vapor	Unidad	\$1.300,00	\$2.600,00
4	Mesas de corte	Unidad	\$200,00	\$800,00
3	Cortadora de tela marca Jontex de 4	Unidad	\$185,00	\$555,00
1	Planta eléctrica de emergencia 5 KW	Unidad	\$2.000,00	\$2.000,00
1	Estación de reciclaje	Unidad	\$100,00	\$100,00
2	Plancha doméstica a vapor	Unidad	\$70,00	\$140,00
	<b>Muebles y equipos punto de venta (administrativo)</b>			<b>\$1.060,00</b>
2	Estación de trabajo	Unidad	\$270,00	\$540,00
2	Silla ejecutiva giratoria ergonómica	Unidad	\$95,00	\$190,00
4	Silla metálica	Unidad	\$35,00	\$140,00
2	Archivador 4 gavetas	Unidad	\$95,00	\$190,00
	<b>Equipo de oficina punto de venta</b>			<b>\$390,00</b>
1	Caja registradora	Unidad	\$260,00	\$260,00
1	Teléfono	Unidad	\$65,00	\$65,00
1	Calculadora Casio	Unidad	\$65,00	\$65,00
	<b>Equipo de cómputo punto de venta</b>			<b>\$1.516,00</b>
2	Computadora portátil Toshiba	Unidad	\$650,00	\$1.300,00
2	Impresora Epson	Unidad	\$90,00	\$180,00
3	Regulador de voltaje	Unidad	\$12,00	\$36,00
	<b>Otros activos</b>			<b>\$1.038,00</b>
1	Caja de herramientas varias Stanley 123 pcs	Unidad	\$103,00	\$103,00
1	Extintor	Unidad	\$70,00	\$70,00
1	Grapadora eléctrica	Unidad	\$65,00	\$65,00
1	Botiquín de primeros auxilios	Unidad	\$50,00	\$50,00
2	Equipo de limpieza	Unidad	\$25,00	\$50,00
3	Accesorios para confección	Unidad	\$60,00	\$180,00
4	Percheros para prendas	Unidad	\$70,00	\$280,00
2	Mostradores	Unidad	\$120,00	\$240,00
	<b>TOTAL INVERSIONES FIJAS</b>			<b>\$51.219,00</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.5.1.2. Inversión diferida

CUADRO N° 62: INVERSIONES DIFERIDAS

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
	<b>Gastos Preoperativos</b>			<b>\$5.500,00</b>
1	Estudios preliminares	Unidad	\$2.000,00	\$2.000,00
1	Gasto de constitución	Unidad	\$2.000,00	\$2.000,00
1	Honorarios a consultores	Unidad	\$1.500,00	\$1.500,00
	<b>TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS</b>			<b>\$5.500,00</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.5.1.3. Capital de trabajo

CUADRO N° 63: CAPITAL DE TRABAJO

<b>CAPITAL DE TRABAJO (Bimensual)</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
	<b>Materia Prima Directa</b>			<b>\$18.537,76</b>
	<b>Rebozos</b>			<b>\$4.810,75</b>
550	Tela	Metro	\$7,00	\$3.848,60
275	Hilo tipo golondrina	Rollo	\$2,00	\$549,80
137	Hilo de costura normal	Tubo	\$3,00	\$412,35
	<b>Blusas</b>			<b>\$6.777,28</b>
1154	Tela	Metro	\$5,00	\$5.767,90
288	Hilo tipo golondrina	Rollo	\$2,00	\$576,79
144	Hilo de costura normal	Tubo	\$3,00	\$432,59
	<b>Anacos</b>			<b>\$6.949,73</b>
806	Tela	Metro	\$8,50	\$6.852,98
32	Hilo de costura normal	Tubo	\$3,00	\$96,75
	<b>Mano de Obra Directa</b>			<b>\$6.268,00</b>
2	Jefe de Taller	Persona	\$480,50	\$961,00
12	Operario	Persona	\$442,25	\$5.307,00
	<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>			<b>\$1.637,01</b>
	<b>Rebozos</b>			<b>\$542,65</b>
14	Hilo brillante	Tubo	\$15,00	\$206,18
550	Etiqueta	Unidad	\$0,05	\$27,49
550	Funda para empaque	Unidad	\$0,10	\$54,98
2	Luz	Servicio	\$12,00	\$24,00
2	Mantenimiento de maquinaria	Servicio	\$15,00	\$30,00
2	Arriendo	Unidad	\$100,00	\$200,00
	<b>Blusas</b>			<b>\$695,24</b>
14	Hilo brillante	Tubo	\$15,00	\$216,30
3461	Ganchos y botones	Unidad	\$0,04	\$138,43
577	Etiqueta	Unidad	\$0,05	\$28,84
577	Funda para empaque	Unidad	\$0,10	\$57,68
2	Luz	Servicio	\$12,00	\$24,00
2	Mantenimiento de maquinaria	Servicio	\$15,00	\$30,00
2	Arriendo	Unidad	\$100,00	\$200,00
	<b>Anacos</b>			<b>\$399,12</b>
3	Hilo brillante	Tubo	\$15,00	\$48,37
322	Etiqueta	Unidad	\$0,05	\$16,12
322	Funda para empaque	Unidad	\$0,25	\$80,62
2	Luz	Servicio	\$12,00	\$24,00
2	Mantenimiento de maquinaria	Servicio	\$15,00	\$30,00
2	Arriendo	Unidad	\$100,00	\$200,00
	<b>Gastos Administrativos</b>			<b>\$2.865,00</b>
2	Gerente	Persona	\$593,00	\$1.186,00
2	Secretario/a-Contador/a	Persona	\$480,50	\$961,00
2	Arriendo	Unidad	\$250,00	\$500,00
2	Seguridad por monitoreo	Servicio	\$40,00	\$80,00
2	Luz	Servicio	\$10,00	\$20,00
2	Telefonía	Servicio	\$9,00	\$18,00
2	Internet	Servicio	\$20,00	\$40,00
2	Agua	Servicio	\$10,00	\$20,00
2	Materiales de oficina	Unidad	\$20,00	\$40,00
	<b>Gastos de Ventas</b>			<b>\$1.574,50</b>
2	Vendedor	Persona	\$442,25	\$884,50
2	Publicidad en radio	Servicio	\$180,00	\$360,00
4	Gigantografía	Unidad	\$10,00	\$40,00
30	Transporte	Unidad	\$3,00	\$90,00
2	Participación ferias	Unidad	\$50,00	\$100,00
2	Pedidos mediante llamadas telefónicas	Unidad	\$50,00	\$100,00
	<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>\$ 30.882,28</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.5.1.4. Resumen de la inversión

CUADRO N° 64: RESUMEN DE LA INVERSIÓN

<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>
Inversión Fija	\$ 51.219,00
Inversión Diferida	\$ 5.500,00
Capital de Trabajo	\$ 30.882,28
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 87.601,28</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### **4.2.5.2. Costos de operación y de financiación e ingresos**

##### **4.2.5.2.1. Costos de producción**

CUADRO N° 65: COSTOS DE PRODUCCIÓN

COSTOS DE PRODUCCIÓN (Anuales)						
Cantidad al Año	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	<b>Materia Prima Directa</b>	<b>\$111.226,58</b>	<b>\$115.308,60</b>	<b>\$119.540,43</b>	<b>\$123.927,56</b>	<b>\$128.475,70</b>
	<b>Rebozos</b>	<b>\$28.864,52</b>	<b>\$29.923,85</b>	<b>\$31.022,05</b>	<b>\$32.160,56</b>	<b>\$33.340,86</b>
3299	Tela	\$23.091,62	\$23.939,08	\$24.817,64	\$25.728,45	\$26.672,68
1649	Hilo tipo golondrina	\$3.298,80	\$3.419,87	\$3.545,38	\$3.675,49	\$3.810,38
825	Hilo de costura normal	\$2.474,10	\$2.564,90	\$2.659,03	\$2.756,62	\$2.857,79
	<b>Blusas</b>	<b>\$40.663,67</b>	<b>\$42.156,02</b>	<b>\$43.703,15</b>	<b>\$45.307,06</b>	<b>\$46.969,82</b>
6921	Tela	\$34.607,38	\$35.877,47	\$37.194,17	\$38.559,20	\$39.974,32
1730	Hilo tipo golondrina	\$3.460,74	\$3.587,75	\$3.719,42	\$3.855,92	\$3.997,43
865	Hilo de costura normal	\$2.595,55	\$2.690,81	\$2.789,56	\$2.891,94	\$2.998,07
	<b>Anacos</b>	<b>\$41.698,40</b>	<b>\$43.228,73</b>	<b>\$44.815,22</b>	<b>\$46.459,94</b>	<b>\$48.165,02</b>
4837	Tela	\$41.117,91	\$42.626,94	\$44.191,34	\$45.813,17	\$47.494,51
193	Hilo de costura normal	\$580,49	\$601,79	\$623,88	\$646,77	\$670,51
	<b>Mano de Obra Directa</b>	<b>\$37.608,00</b>	<b>\$40.740,75</b>	<b>\$44.134,45</b>	<b>\$47.810,85</b>	<b>\$51.793,49</b>
12	Jefe de Taller	\$5.766,00	\$6.246,31	\$6.766,63	\$7.330,29	\$7.940,90
72	Operario	\$31.842,00	\$34.494,44	\$37.367,83	\$40.480,57	\$43.852,60
	<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	<b>\$9.822,07</b>	<b>\$10.182,54</b>	<b>\$10.556,24</b>	<b>\$10.943,65</b>	<b>\$11.345,28</b>
	<b>Rebozos</b>	<b>\$3.255,87</b>	<b>\$3.375,36</b>	<b>\$3.499,24</b>	<b>\$3.627,66</b>	<b>\$3.760,79</b>
82	Hilo brillante	\$1.237,05	\$1.282,45	\$1.329,52	\$1.378,31	\$1.428,89
3299	Etiqueta	\$164,94	\$170,99	\$177,27	\$183,77	\$190,52
3299	Funda para empaque	\$329,88	\$341,99	\$354,54	\$367,55	\$381,04
12	Luz	\$144,00	\$149,28	\$154,76	\$160,44	\$166,33
12	Mantenimiento de maquinaria	\$180,00	\$186,61	\$193,45	\$200,55	\$207,91
12	Arriendo	\$1.200,00	\$1.244,04	\$1.289,70	\$1.337,03	\$1.386,10
	<b>Blusas</b>	<b>\$4.171,46</b>	<b>\$4.324,56</b>	<b>\$4.483,27</b>	<b>\$4.647,80</b>	<b>\$4.818,38</b>
87	Hilo brillante	\$1.297,78	\$1.345,41	\$1.394,78	\$1.445,97	\$1.499,04
20764	Ganchos y botones	\$830,58	\$861,06	\$892,66	\$925,42	\$959,38
3461	Etiqueta	\$173,04	\$179,39	\$185,97	\$192,80	\$199,87
3461	Funda para empaque	\$346,07	\$358,77	\$371,94	\$385,59	\$399,74
12	Luz	\$144,00	\$149,28	\$154,76	\$160,44	\$166,33
12	Mantenimiento de maquinaria	\$180,00	\$186,61	\$193,45	\$200,55	\$207,91
12	Arriendo	\$1.200,00	\$1.244,04	\$1.289,70	\$1.337,03	\$1.386,10
	<b>Anacos</b>	<b>\$2.394,73</b>	<b>\$2.482,62</b>	<b>\$2.573,73</b>	<b>\$2.668,19</b>	<b>\$2.766,11</b>
19	Hilo brillante	\$290,24	\$300,90	\$311,94	\$323,39	\$335,26
1935	Etiqueta	\$96,75	\$100,30	\$103,98	\$107,80	\$111,75
1935	Funda para empaque	\$483,74	\$501,49	\$519,90	\$538,98	\$558,76
12	Luz	\$144,00	\$149,28	\$154,76	\$160,44	\$166,33
12	Mantenimiento de maquinaria	\$180,00	\$186,61	\$193,45	\$200,55	\$207,91
12	Arriendo	\$1.200,00	\$1.244,04	\$1.289,70	\$1.337,03	\$1.386,10
	<b>Depreciaciones</b>	<b>\$4.721,50</b>	<b>\$4.721,50</b>	<b>\$4.721,50</b>	<b>\$4.721,50</b>	<b>\$4.721,50</b>
1	Máquina computarizada de dos cabezales	\$3.400,00	\$3.400,00	\$3.400,00	\$3.400,00	\$3.400,00
1	Máquina costura recta zig-zag marca Singer modelo 20U109	\$474,00	\$474,00	\$474,00	\$474,00	\$474,00
1	Máquina doméstica electrónica de puntadas marca Singer	\$228,00	\$228,00	\$228,00	\$228,00	\$228,00
1	Plancha industrial para planchado de ropa tipo prensa con vapor	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00
1	Mesas de corte	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00
1	Cortadora de tela marca Jontex de 4	\$55,50	\$55,50	\$55,50	\$55,50	\$55,50
1	Planta eléctrica de emergencia 5 KW	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
1	Estación de reciclaje	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
1	Plancha doméstica a vapor	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$14,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$163.378,15</b>	<b>\$170.953,38</b>	<b>\$178.952,61</b>	<b>\$187.403,56</b>	<b>\$196.335,98</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán



#### 4.2.5.2.2. Depreciaciones

CUADRO N° 66: DEPRECIACIÓN

Activo	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Depreciación Anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
<b>Maquinaria y equipo planta de producción</b>	<b>\$ 47.215,00</b>		<b>\$ 4.721,50</b>	<b>\$ 4.721,50</b>	<b>\$ 4.721,50</b>	<b>\$ 4.721,50</b>	<b>\$ 4.721,50</b>	<b>\$ 23.607,50</b>
Máquina computarizada de dos cabezales	\$34.000,00	10	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 17.000,00
Máquina costura recta zig-zag marca Singer modelo 20U109	\$4.740,00	10	\$ 474,00	\$ 474,00	\$ 474,00	\$ 474,00	\$ 474,00	\$ 2.370,00
Máquina doméstica electrónica de puntadas marca Singer	\$2.280,00	10	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 1.140,00
Plancha industrial para planchado de ropa tipo prensa con vapor	\$2.600,00	10	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$260,00	\$1.300,00
Mesas de corte	\$800,00	10	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$400,00
Cortadora de tela marca Jontex de 4	\$555,00	10	\$55,50	\$55,50	\$55,50	\$55,50	\$55,50	\$277,50
Planta eléctrica de emergencia 5 KW	\$2.000,00	10	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$1.000,00
Estación de reciclaje	\$100,00	10	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$50,00
Plancha doméstica a vapor	\$140,00	10	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$70,00
<b>Muebles y equipos punto de venta (administrativo)</b>	<b>\$1.060,00</b>		<b>\$106,00</b>	<b>\$106,00</b>	<b>\$106,00</b>	<b>\$106,00</b>	<b>\$106,00</b>	<b>\$530,00</b>
Estación de trabajo	\$540,00	10	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$270,00
Silla ejecutiva giratoria ergonómica	\$190,00	10	\$19,00	\$19,00	\$19,00	\$19,00	\$19,00	\$95,00
Silla metálica	\$140,00	10	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$70,00
Archivador 4 gavetas	\$190,00	10	\$19,00	\$19,00	\$19,00	\$19,00	\$19,00	\$95,00
<b>Equipo de oficina punto de venta</b>	<b>\$390,00</b>		<b>\$39,00</b>	<b>\$39,00</b>	<b>\$39,00</b>	<b>\$39,00</b>	<b>\$39,00</b>	<b>\$195,00</b>
Caja registradora	\$260,00	10	\$26,00	\$26,00	\$26,00	\$26,00	\$26,00	\$130,00
Teléfono	\$65,00	10	\$6,50	\$6,50	\$6,50	\$6,50	\$6,50	\$32,50
Calculadora Casio	\$65,00	10	\$6,50	\$6,50	\$6,50	\$6,50	\$6,50	\$32,50
<b>Equipo de cómputo punto de venta</b>	<b>\$1.516,00</b>		<b>\$505,33</b>	<b>\$505,33</b>	<b>\$505,33</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
Computadora portátil Toshiba	\$1.300,00	3	\$433,33	\$433,33	\$433,33	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Impresora Epson	\$180,00	3	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Regulador de voltaje	\$36,00	3	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Otros activos</b>	<b>\$1.038,00</b>		<b>\$155,60</b>	<b>\$155,60</b>	<b>\$155,60</b>	<b>\$155,60</b>	<b>\$155,60</b>	<b>\$260,00</b>
Caja de herramientas varias Stanley 123	\$103,00	5	\$20,60	\$20,60	\$20,60	\$20,60	\$20,60	\$0,00
Extintor	\$70,00	5	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$14,00	\$0,00
Grapadora eléctrica	\$65,00	5	\$13,00	\$13,00	\$13,00	\$13,00	\$13,00	\$0,00
Botiquín de primeros auxilios	\$50,00	5	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$0,00
Equipo de limpieza	\$50,00	5	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$0,00
Accesorios para confección	\$180,00	5	\$36,00	\$36,00	\$36,00	\$36,00	\$36,00	\$0,00
Percheros para prendas	\$280,00	10	\$28,00	\$28,00	\$28,00	\$28,00	\$28,00	\$140,00
Mostradores	\$240,00	10	\$24,00	\$24,00	\$24,00	\$24,00	\$24,00	\$120,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$5.527,43</b>	<b>\$5.527,43</b>	<b>\$5.527,43</b>	<b>\$5.022,10</b>	<b>\$5.022,10</b>	<b>\$24.592,50</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.5.2.2. Gastos administrativos

CUADRO N° 67: GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cantidad al Año	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Depreciaciones	\$261,60	\$261,60	\$261,60	\$261,60	\$261,60
1	Amortizaciones	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00
12	Gerente	\$7.116,00	\$7.708,76	\$8.350,90	\$9.046,53	\$9.800,11
12	Secretario/a-Contador/a	\$5.766,00	\$6.246,31	\$6.766,63	\$7.330,29	\$7.940,90
12	Arriendo	\$3.000,00	\$3.110,10	\$3.224,24	\$3.342,57	\$3.465,24
12	Seguridad por monitoreo	\$480,00	\$497,62	\$515,88	\$534,81	\$554,44
12	Luz	\$120,00	\$124,40	\$128,97	\$133,70	\$138,61
12	Telefonía	\$108,00	\$111,96	\$116,07	\$120,33	\$124,75
12	Internet	\$240,00	\$248,81	\$257,94	\$267,41	\$277,22
12	Agua	\$120,00	\$124,40	\$128,97	\$133,70	\$138,61
12	Materiales de oficina	\$240,00	\$248,81	\$257,94	\$267,41	\$277,22
	<b>TOTAL</b>	<b>\$18.551,60</b>	<b>\$19.782,77</b>	<b>\$21.109,14</b>	<b>\$22.538,35</b>	<b>\$24.078,70</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.5.2.3. Gastos de ventas

CUADRO N° 68: GASTOS DE VENTAS

Cantidad al Año	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Depreciaciones	\$3.422,00	\$39,00	\$1.049,67	\$1.049,67	\$1.049,67
12	Vendedor	\$5.307,00	\$5.749,07	\$6.227,97	\$6.746,76	\$7.308,77
12	Publicidad en radio	\$2.160,00	\$2.239,27	\$2.321,45	\$2.406,65	\$2.494,97
24	Gigantografía	\$240,00	\$248,81	\$257,94	\$267,41	\$277,22
180	Transporte	\$540,00	\$559,82	\$580,36	\$601,66	\$623,74
12	Participación ferias	\$600,00	\$622,02	\$644,85	\$668,51	\$693,05
12	Pedidos mediante llamadas telefónicas	\$600,00	\$622,02	\$644,85	\$668,51	\$693,05
	<b>TOTAL</b>	<b>\$12.869,00</b>	<b>\$10.080,01</b>	<b>\$11.727,09</b>	<b>\$12.409,17</b>	<b>\$13.140,47</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.5.2.4. Gasto financiero

CUADRO N° 69: GASTO FINANCIERO

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Intereses del Préstamo	\$ 4.663,45	\$ 3.926,90	\$ 3.103,21	\$ 2.182,07	\$ 1.151,97
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.663,45</b>	<b>\$ 3.926,90</b>	<b>\$ 3.103,21</b>	<b>\$ 2.182,07</b>	<b>\$ 1.151,97</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.5.2.5. Ingresos

CUADRO N° 70: INGRESOS

Productos	Precio Unitario Año 1	Precio Unitario Año 2	Precio Unitario Año 3	Precio Unitario Año 4	Precio Unitario Año 5	Proyección Ingresos (Porcentaje de Demanda Insatisfecha)				
						Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rebozos	\$24,00	\$24,88	\$25,79	\$26,74	\$27,72	<b>3299</b>	<b>3365</b>	<b>3432</b>	<b>3501</b>	<b>3571</b>
						\$79.171,26	\$83.718,38	\$88.526,66	\$93.611,10	\$98.987,56
Blusas	\$29,00	\$30,06	\$31,17	\$32,31	\$33,50	<b>3461</b>	<b>3530</b>	<b>3601</b>	<b>3673</b>	<b>3746</b>
						\$100.361,39	\$106.125,55	\$112.220,76	\$118.666,05	\$125.481,51
Anacos	\$43,00	\$44,58	\$46,21	\$47,91	\$49,67	<b>1935</b>	<b>1974</b>	<b>2013</b>	<b>2053</b>	<b>2094</b>
						\$83.203,30	\$87.982,00	\$93.035,15	\$98.378,53	\$104.028,81
	<b>TOTAL</b>					<b>\$262.735,95</b>	<b>\$277.825,92</b>	<b>\$293.782,58</b>	<b>\$310.655,68</b>	<b>\$328.497,88</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.5.2.6. Punto de equilibrio

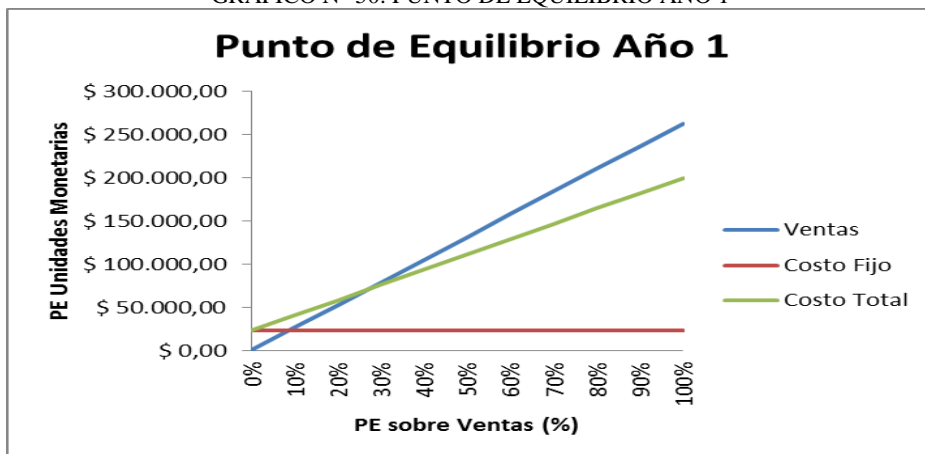
CUADRO N° 71: PUNTO DE EQUILIBRIO

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 163.378,15		\$ 170.953,38		\$ 178.952,61		\$ 187.403,56		\$ 196.335,98
Gastos Administrativos	\$ 18.551,60		\$ 19.782,77		\$ 21.109,14		\$ 22.538,35		\$ 24.078,70	
Gastos de Ventas		\$ 12.869,00		\$ 10.080,01		\$ 11.727,09		\$ 12.409,17		\$ 13.140,47
Gastos Financieros	\$ 4.663,45		\$ 3.926,90		\$ 3.103,21		\$ 2.182,07		\$ 1.151,97	
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 23.215,05</b>	<b>\$ 176.247,15</b>	<b>\$ 23.709,67</b>	<b>\$ 181.033,40</b>	<b>\$ 24.212,34</b>	<b>\$ 190.679,70</b>	<b>\$ 24.720,42</b>	<b>\$ 199.812,73</b>	<b>\$ 25.230,66</b>	<b>\$ 209.476,45</b>
Ventas		\$ 262.735,95		\$ 277.825,92		\$ 293.782,58		\$ 310.655,68		\$ 328.497,88
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>\$ 70.522,77</b>		<b>\$ 68.054,44</b>		<b>\$ 68.990,94</b>		<b>\$ 69.283,06</b>		<b>\$ 69.636,35</b>	
<b>PE sobre Ventas (%)</b>	<b>27%</b>		<b>24%</b>		<b>23%</b>		<b>22%</b>		<b>21%</b>	

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

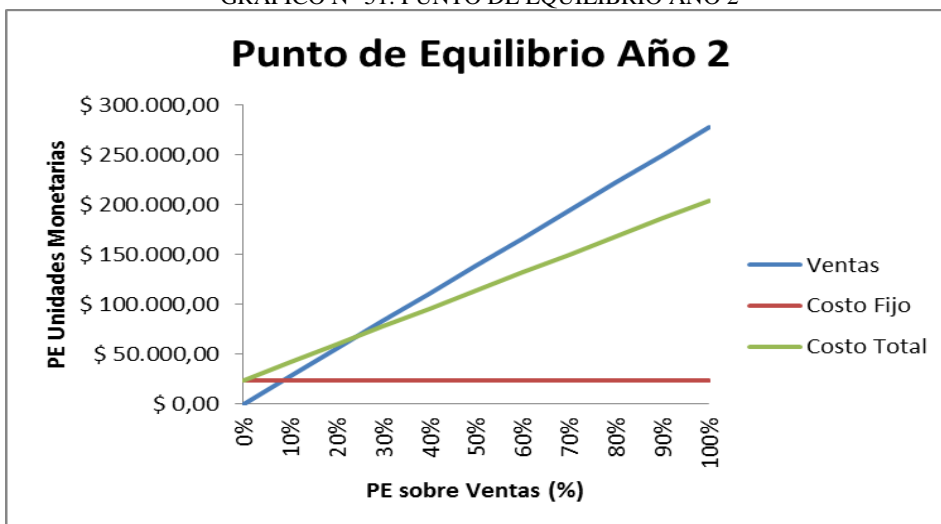
GRÁFICO N° 50: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



Fuente: Cuadro N° 71

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

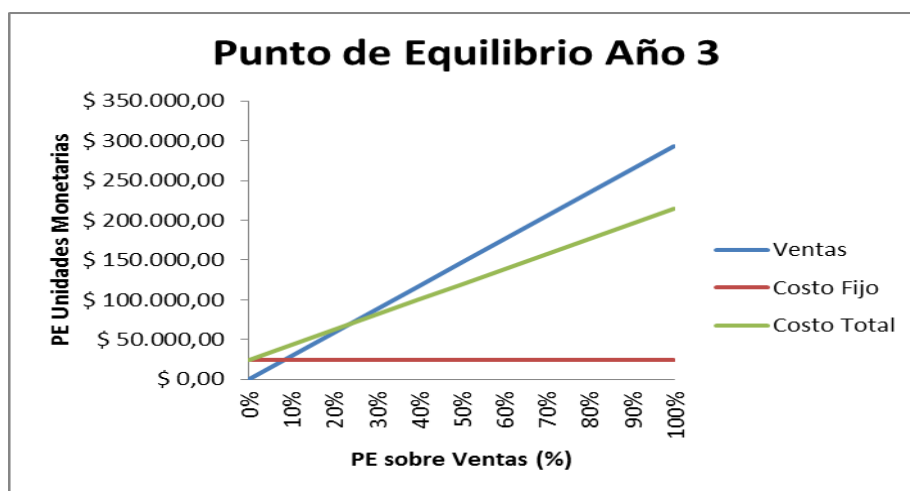
GRÁFICO N° 51: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2



Fuente: Cuadro N° 71

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

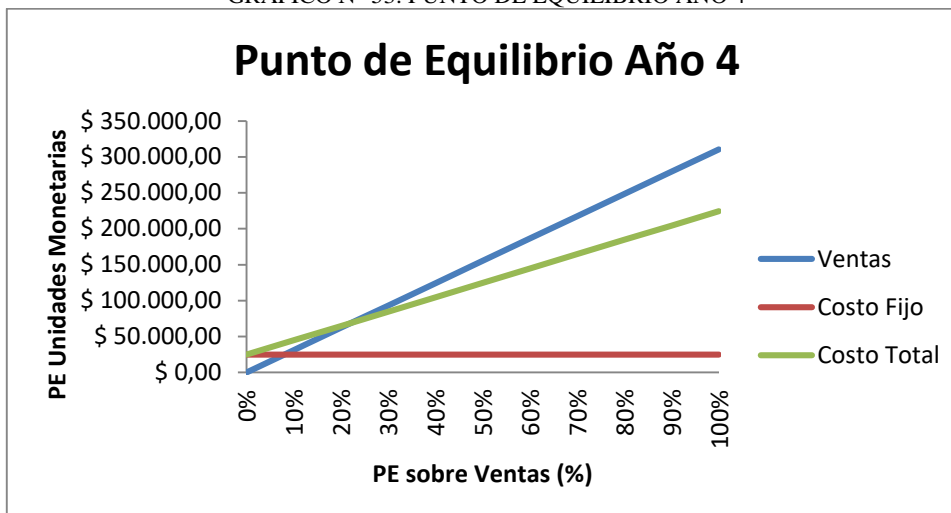
GRÁFICO N° 52: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3



Fuente: Cuadro N° 71

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

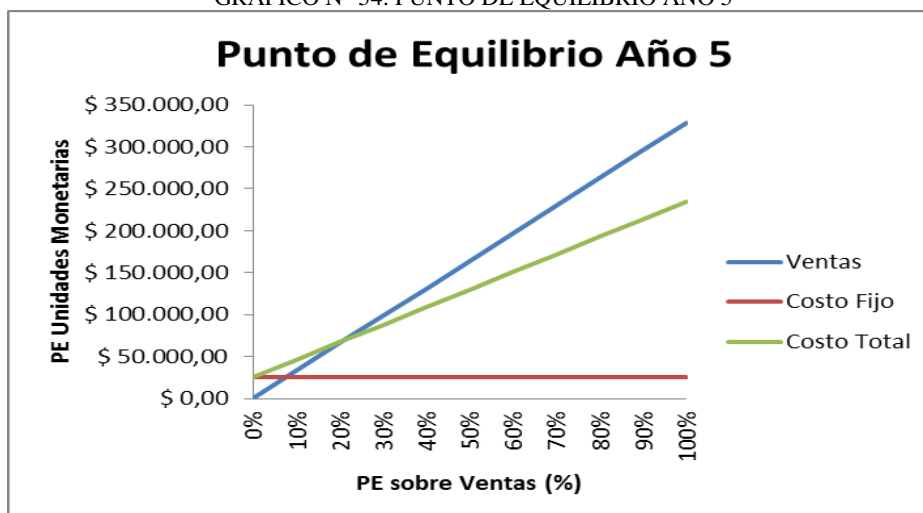
GRÁFICO N° 53: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 4



Fuente: Cuadro N° 71

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

GRÁFICO N° 54: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5



Fuente: Cuadro N° 71

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.5.2. FUENTES DE FINANCIACIÓN

En cuanto al financiamiento el 55% será capital de CODICIV, cuyo monto asciende a \$ 48.018,70; el capital restante, es decir el 45% se lo obtendrá mediante un crédito en el Banco del Pacífico con un interés del 11,83% a 5 años plazo, cuyo monto asciende a \$39.420,57. La estructura de la financiación, se la presenta en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 72: ESTADO DE RESULTADOS

Capital Propio	\$ 48.180,70	55%
Capital de Terceros	\$ 39.420,57	45%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 87.601,28</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

### 4.2.5.3. PROYECCIONES FINANCIERAS

#### 4.2.5.3.1. Estado de resultados

CUADRO N° 73: ESTADO DE RESULTADOS

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 262.735,95	\$ 277.825,92	\$ 293.782,58	\$ 310.655,68	\$ 328.497,88
- Costo de Producción	-\$ 163.378,15	-\$ 170.953,38	-\$ 178.952,61	-\$ 187.403,56	-\$ 196.335,98
<b>= Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 99.357,79</b>	<b>\$ 106.872,54</b>	<b>\$ 114.829,96</b>	<b>\$ 123.252,12</b>	<b>\$ 132.161,90</b>
- Gastos de Administración	-\$ 18.551,60	-\$ 19.782,77	-\$ 21.109,14	-\$ 22.538,35	-\$ 24.078,70
- Gastos de Ventas	-\$ 12.869,00	-\$ 10.080,01	-\$ 11.727,09	-\$ 12.409,17	-\$ 13.140,47
- Gastos Financieros	-\$ 4.663,45	-\$ 3.926,90	-\$ 3.103,21	-\$ 2.182,07	-\$ 1.151,97
<b>= Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 63.273,74</b>	<b>\$ 73.082,86</b>	<b>\$ 78.890,53</b>	<b>\$ 86.122,53</b>	<b>\$ 93.790,78</b>
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 9.491,06	-\$ 10.962,43	-\$ 11.833,58	-\$ 12.918,38	-\$ 14.068,62
- Impuesto a la Renta	-\$ 15.818,43	-\$ 18.270,71	-\$ 19.722,63	-\$ 21.530,63	-\$ 23.447,69
<b>= Utilidad Neta</b>	<b>\$ 37.964,24</b>	<b>\$ 43.849,71</b>	<b>\$ 47.334,32</b>	<b>\$ 51.673,52</b>	<b>\$ 56.274,47</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### 4.2.5.3.2. Balance proyectado

CUADRO N° 74: BALANCE PROYECTADO

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 30.882,28</b>	<b>\$ 69.247,77</b>	<b>\$ 112.762,18</b>	<b>\$ 158.937,51</b>	<b>\$ 208.025,56</b>	<b>\$ 260.684,46</b>
Caja	\$ 30.882,28	\$ 69.247,77	\$ 112.762,18	\$ 158.937,51	\$ 208.025,56	\$ 260.684,46
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 51.219,00</b>	<b>\$ 45.691,57</b>	<b>\$ 40.164,13</b>	<b>\$ 34.636,70</b>	<b>\$ 29.614,60</b>	<b>\$ 24.592,50</b>
Maquinaria y equipo planta de producción	\$ 47.215,00	\$ 47.215,00	\$ 47.215,00	\$ 47.215,00	\$ 47.215,00	\$ 47.215,00
Muebles y equipos punto de venta (administrativo)	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00
Equipo de oficina punto de venta	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00
Equipo de cómputo punto de venta	\$ 1.516,00	\$ 1.516,00	\$ 1.516,00	\$ 1.516,00	\$ 1.516,00	\$ 1.516,00
Otros activos	\$ 1.038,00	\$ 1.038,00	\$ 1.038,00	\$ 1.038,00	\$ 1.038,00	\$ 1.038,00
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 5.527,43	-\$ 11.054,87	-\$ 16.582,30	-\$ 21.604,40	-\$ 26.626,50
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 5.500,00</b>	<b>\$ 4.400,00</b>	<b>\$ 3.300,00</b>	<b>\$ 2.200,00</b>	<b>\$ 1.100,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
Gastos inversiones diferidas	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 1.100,00	-\$ 2.200,00	-\$ 3.300,00	-\$ 4.400,00	-\$ 5.500,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 87.601,28</b>	<b>\$ 119.339,34</b>	<b>\$ 156.226,32</b>	<b>\$ 195.774,21</b>	<b>\$ 238.740,16</b>	<b>\$ 285.276,96</b>
<b>PASIVO</b>	<b>\$ 39.420,57</b>	<b>\$ 33.194,39</b>	<b>\$ 26.231,66</b>	<b>\$ 18.445,23</b>	<b>\$ 9.737,67</b>	<b>\$ 0,00</b>
Corriente	\$ 6.226,18	\$ 6.962,74	\$ 7.786,43	\$ 8.707,56	\$ 9.737,67	\$ 0,00
No Corriente	\$ 33.194,39	\$ 26.231,66	\$ 18.445,23	\$ 9.737,67	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 48.180,70</b>	<b>\$ 86.144,94</b>	<b>\$ 129.994,66</b>	<b>\$ 177.328,98</b>	<b>\$ 229.002,49</b>	<b>\$ 285.276,96</b>
Capital	\$ 48.180,70	\$ 48.180,70	\$ 48.180,70	\$ 48.180,70	\$ 48.180,70	\$ 48.180,70
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 37.964,24	\$ 43.849,71	\$ 47.334,32	\$ 51.673,52	\$ 56.274,47
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 37.964,24	\$ 81.813,96	\$ 129.148,27	\$ 180.821,79
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 87.601,28</b>	<b>\$ 119.339,34</b>	<b>\$ 156.226,32</b>	<b>\$ 195.774,21</b>	<b>\$ 238.740,16</b>	<b>\$ 285.276,96</b>

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

### 4.2.5.3.3. Flujo neto de efectivo

CUADRO N° 75: FLUJO NETO DE EFECTIVO

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 262.735,95	\$ 277.825,92	\$ 293.782,58	\$ 310.655,68	\$ 328.497,88
- Costo de Producción		-\$ 163.378,15	-\$ 170.953,38	-\$ 178.952,61	-\$ 187.403,56	-\$ 196.335,98
= Utilidad Bruta		\$ 99.357,79	\$ 106.872,54	\$ 114.829,96	\$ 123.252,12	\$ 132.161,90
- Gastos de Administración		-\$ 18.551,60	-\$ 19.782,77	-\$ 21.109,14	-\$ 22.538,35	-\$ 24.078,70
- Gastos de Ventas		-\$ 12.869,00	-\$ 10.080,01	-\$ 11.727,09	-\$ 12.409,17	-\$ 13.140,47
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 4.663,45	-\$ 3.926,90	-\$ 3.103,21	-\$ 2.182,07	-\$ 1.151,97
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 63.273,74	\$ 73.082,86	\$ 78.890,53	\$ 86.122,53	\$ 93.790,78
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 9.491,06	-\$ 10.962,43	-\$ 11.833,58	-\$ 12.918,38	-\$ 14.068,62
- Impuesto a la Renta		-\$ 15.818,43	-\$ 18.270,71	-\$ 19.722,63	-\$ 21.530,63	-\$ 23.447,69
= Utilidad Neta		\$ 37.964,24	\$ 43.849,71	\$ 47.334,32	\$ 51.673,52	\$ 56.274,47
+ Depreciaciones		\$ 5.527,43	\$ 5.527,43	\$ 5.527,43	\$ 5.022,10	\$ 5.022,10
+ Amortizaciones		\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 6.226,18	-\$ 6.962,74	-\$ 7.786,43	-\$ 8.707,56	-\$ 9.737,67
+ Valor de Salvamento						\$ 24.592,50
- Inversiones						
Fija	-\$ 51.219,00					
Diferida	-\$ 5.500,00					
Capital de Trabajo	-\$ 30.882,28					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 87.601,28	\$ 38.365,50	\$ 43.514,41	\$ 46.175,32	\$ 49.088,06	\$ 77.251,40

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

### 4.2.6. Evaluación

#### 4.2.6.1. Evaluación financiera

##### 4.2.6.1.1. Valor presente neto

CUADRO N° 76: VALOR PRESENTE NETO

TASA DE DESCUENTO:		11,77%		
AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 87.601,28	1,000000	-\$ 87.601,28	-\$ 87.601,28
1	\$ 38.365,50	0,894694	\$ 34.325,40	-\$ 53.275,88
2	\$ 43.514,41	0,800478	\$ 34.832,34	-\$ 18.443,54
3	\$ 46.175,32	0,716183	\$ 33.070,00	\$ 14.626,46
4	\$ 49.088,06	0,640765	\$ 31.453,92	\$ 46.080,38
5	\$ 77.251,40	0,573289	\$ 44.287,39	\$ 90.367,77

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### Interpretación:

El Valor Actual Neto (VAN) obtenido en este proyecto es de: \$90.367,77

Al obtener un saldo del VAN positivo se concluye que el proyecto ES VIABLE.



#### 4.2.6.1.4. Periodo de recuperación de la inversión

CUADRO N° 79: CÁLCULO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 87.601,28	1,000000	-\$ 87.601,28	-\$ 87.601,28
1	\$ 38.365,50	0,894694	\$ 34.325,40	-\$ 53.275,88
2	\$ 43.514,41	0,800478	\$ 34.832,34	-\$ 18.443,54
3	\$ 46.175,32	0,716183	\$ 33.070,00	\$ 14.626,46
4	\$ 49.088,06	0,640765	\$ 31.453,92	\$ 46.080,38
5	\$ 77.251,40	0,573289	\$ 44.287,39	\$ 90.367,77
$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \left\{ \left  \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiente}} \right  * 12 \right\}$				
$= 2 \wedge \{  -18.443,54 / 33.070,00  * 12 \}$				
$= 2 \wedge 0,56$				
$= 2 \text{ años, } 7 \text{ mes(es)}$				

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

#### Interpretación:

El periodo de Recuperación de Inversión (PRI) del proyecto es de: 2 años, 7 meses

#### 4.2.6.1.5. Indicadores para el análisis financiero

##### Razones de liquidez

INDICE	FÓRMULA	RESULTADOS					INTERPRETACION
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>							
LIQUIDEZ		9,95	14,48	18,25	21,36	No Aplica	Por cada dólar de deuda a corto plazo que la empresa posea, tendrá 9,95 dólares para pagar en el primer año de vida del proyecto. La liquidez irá aumentando significativamente en los próximos años hasta llegar al quinto año en donde se terminará de pagar la deuda.
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 62.285,04	\$ 104.975,75	\$ 150.229,94	\$ 198.287,89	\$ 260.684,46	El capital de Trabajo en el primer año de vida del proyecto será de 62.285,04 dólares, y se incrementará hasta los 260.684,46 en el quinto año.



## Razones de endeudamiento

ENDEUDAMIENTO		28%	17%	9%	4%	0%	La empresa tendrá un endeudamiento del 28% en el primer año del proyecto, es decir que el 28% pertenecerá a los Acreedores. Sin embargo este índice irá reduciendo con el paso de los años hasta llegar al quinto año en donde se tendrá un endeudamiento del 0%, es decir que en este año la empresa pertenecerá enteramente a sus inversionistas.
APALANCAMIENTO O FINANCIERO		1,39	1,20	1,10	1,04	1,00	Al contemplar deuda durante los primeros 4 años de vida del proyecto, se observa que la empresa tendrá un apalancamiento financiero que va desde el 1,39 en el año 1 hasta el 1,04 en el año 4; en el quinto año la empresa no tendrá deuda por lo tanto el apalancamiento es de uno, situación que se encuentra dentro de los márgenes normales de utilización de deuda.
SOLVENCIA		72%	83%	91%	96%	100%	En términos generales la empresa durante los años de vida del proyecto será financieramente solvente, ya que desde el primer año empieza con un índice del 75% de solvencia hasta llegar al 100% de solvencia en el quinto año; muy saludable para los Inversionistas ya que lo recomendable es manejar índices de solvencia superiores al 50%.
IMPACTO DE LA CARGA FINANCIERA		2%	1%	1%	1%	0%	La carga financiera, no será un inconveniente para la empresa, puesto que en el primer año apenas absorbe un 2% de los ingresos totales de la empresa, e irá reduciendo progresivamente en los próximos años hasta tener un 0% de impacto sobre los ingresos en el quinto año.

## Razones de actividad

ROTACION DEL ACTIVO TOTAL		2,20	1,78	1,50	1,30	1,15	Por cada dólar que rotará o circulará dentro de los activos totales de la empresa se generará 2,20 dólares en ventas en el primer año, este índice se reducirá en los próximos años hasta 1,15 en el quinto año, situación que demuestra una pequeña debilidad, porque lo recomendable es incrementar o por lo menos mantener este índice.
ROTACION DEL ACTIVO FIJO		5,75	6,92	8,48	10,49	13,36	Este índice complementa al de Rotación del Activo Total, ya que con éste se determina en donde se está acumulando los recursos que ingresarán a la empresa, si en el activo corriente o en el activo fijo. Por cada dólar que la empresa posea en activos fijos se generará 5,75 dólares en ventas en el primer año; y se incrementará hasta 13,36 en el quinto año; esto comprueba que el dinero que ha ingreso al proyecto durante su vida se han acumulado en el activo corriente.

## Razones de rentabilidad

MARGEN BRUTO		38%	38%	39%	40%	40%	El Margen de Rentabilidad Bruto en Ventas es del 38% en el primer año, y se incrementará hasta 40% en el quinto año, valores que en este caso no se encuentran dentro de los márgenes recomendables (superiores al 50%).
MARGEN NETO		14%	16%	16%	17%	17%	El Margen Neto identifica el grado de afectación de los gastos de operación sobre el Margen Bruto. Este índice será del 14% en el primer año, y se incrementará hasta el 17% en año 5. Al comparar con su similar del margen Bruto se puede ver como los gastos operacionales reducirán el margen.
RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN		44%	34%	27%	23%	20%	La inversión que los dueños tienen en la empresa generará un rendimiento del 44% en el primer año, en este caso después del año 2 va disminuyendo el porcentaje.
RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO TOTAL		32%	28%	24%	22%	20%	La inversión total en activos que tiene la empresa (capital propio + capital de terceros) generará un retorno del 32% en el primer año, y se disminuye hasta el 20% en el año 5.

### 4.2.6.1.5. Análisis de sensibilidad

A continuación se muestra una tabla con el análisis de sensibilidad del proyecto. Para cual se analizó cuatro escenarios.

- Incremento en los costos y gastos 5%
- Incremento en los costos y gastos 10%
- Reducción de los ingresos en un 5%
- Reducción de los ingresos en un 10%

CUADRO N° 80: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ESCENARIO	VAN	TIR	RBC
Situación actual	\$ 91.766,83	44,15%	2,05
Incremento en los costos y gastos 5%	\$ 68.944,28	36,52%	1,79
Incremento en los costos y gastos 10%	\$ 46.121,73	28,65%	1,53
Reducción de los ingresos en un 5%	\$ 60.109,46	33,54%	1,69
Reducción de los ingresos en un 10%	\$ 28.452,08	22,41%	1,32

Fuente: Estudio del proyecto

Elaborado por: Erika Cecibel Ochoa Barragán

En la tabla del análisis de sensibilidad se observa distintos escenarios los mismos que arrojan resultados que siguen siendo viables y atractivos desde el punto de vista financiero, lo que indica que el proyecto no es sensible.

## CONCLUSIONES

- De acuerdo a la fundamentación teórica se sustentó la investigación del estudio de factibilidad, ya que se esquematiza de forma secuencial la literatura concerniente al proyecto, orientando en forma clara sobre el ordenamiento de los estudios realizados.
- Al haberse realizado los estudios de factibilidad se puede determinar que el proyecto es viable.

En la ciudad de Guaranda existe una alta demanda insatisfecha, debido a que en la ciudad no existe una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas.

La localización más óptima para este proyecto será en dos lugares diferentes en el centro de la ciudad el punto de venta, debido a que es uno de los lugares con mayor afluencia comercial; y la planta de producción será en Guanujo ya que los costos de arriendo son más módicos.

En el estudio organizacional legal, la mejor forma de constituir la empresa es bajo la denominación de Compañía Limitada, ya que bajo esta figura se puede extender las operaciones a nivel internacional en un futuro a mediano plazo; además de que nuevos socios puedan ser parte de esta microempresa, ya que permite un aumento de capital.

- En cuanto a la evaluación económica-financiera se determina que el proyecto al ponerse en marcha será atractivo para el inversionista, ya que tendrá réditos a su favor; a su vez que al tener una gran rentabilidad, se puede traducir en aumentar la capacidad de producción y por ende que la microempresa se expanda a través del tiempo.

## **RECOMENDACIONES**

- Considerar cada una de las especificaciones técnicas, de mercadeo, organizacionales y demás ya que son fundamentales para la ejecución del presente proyecto
- Ya que la publicidad y promoción son factores importantes se recomienda utilizar todos los medios de publicidad necesarios para llegar al mercado meta.
- Se recomienda la puesta en marcha del proyecto ya que a nivel cultural se busca el fomento de la identidad del sector con prendas de vestir de calidad y a precios razonables, además por intermedio de este proyecto se busca la dinamización económica de las familias del sector al crearse fuentes de empleo, se evidencia esta realidad ya que los estudios previos avalan su ejecución.
- Al existir ganancias producto de las actividades propias del proyecto, se recomienda reinvertirlas para que se rentabilicen con el pasar de los años y así a futuro poder cubrir el total de la demanda insatisfecha, ya que solo se está cubriendo el 50% de la misma.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Pearson Educación.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Espinoza, S. F. (2007). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Flórez Uribe, J. A. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Greco, O. (2003). *Enciclopedia de economía*. Buenos Aires: Valleta Ediciones.
- Hernández Sampieri, R., et al. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing* (12ª ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Lara Dávila, B. (2011). *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espín.
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM editores.
- Murcia Murcia, J. D., et al. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. Bogotá: Alfaomega Colombiana S. A.
- Niño Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Alcaraz, R. A. (2011). *El emprendedor de éxito*. Mexico: McGraw-Hill.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión, Formulación y evaluación*. Mexico: Pearson Educación.

### Linkografía:

SRI. (s.f.). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/32>

Becerra, O., Peñaloza, A., & Osorio, M. (Mayo de 2012). *guia de entrevista curso-taller-guia*. Obtenido de <https://nticsaplicadasalainvestigacion.wikispaces.com/file/view/guia+para+elaboracion+de+instrumentos.pdf>

Galeon. (15 de Noviembre de 2008). *Factibilidad del proyecto*. Obtenido de <http://eduardoumma.galeon.com/cvitae1770694.html>

# ANEXOS

## ANEXO N° 1: POBLACIÓN INDÍGENA DE LA CIUDAD DE GUARANDA

R+SP Process - [Resumen de las tablas de salida]

R+SP Process -- VSRev06, 201108

Archivo Dicionario Procesador Estadístico Herramientas Ayuda

Universo Selección Estadísticas Frecuencias Cruce de Variables Promedio Mediana Conteo Lista por Áreas Ver Tablas de Salida

Resumen de las tablas de salida

C:\Program Files (x86)\INEC\CPV2010\BasePub\CPV2010ECU\_Pub.dic

Variable	Rótulo	Grupos
P141P	El padre habla(ba) habitualmente idi...	Idiome
P141M	La madre habla(ba) habitualmente idi...	Idiome
P142P	El padre habla(ba) habitualmente idi...	Idiome
P142M	La madre habla(ba) habitualmente idi...	Idiome
P143P	El padre habla(ba) habitualmente idi...	Idiome
P143M	La madre habla(ba) habitualmente idi...	Idiome
P144P	El padre no habla(ba) habitualmente...	Idiome
P144M	La madre no habla(ba) habitualmente...	Idiome
P151	Habla idioma Indígena	Idiome
P151C	Idioma indígena que habla	Idiome
P152	Habla idioma Catalano/Español	Idiome
P153	Habla idioma Extranjero	Idiome
P154	No habla ningún idioma	Idiome
P16	Autoidentificación según su cultura y...	Etnia
P17	Nacionalidad o Pueblo Indígena al qu...	Etnia
P181	Niño(a) participa en Programa del INFA...	Infant
P182	Niño(a) participa en Programa de Min...	Infant
P183	Niño(a) participa en Programa de Ce...	Infant
P184	Niño(a) participa en Programa de Ce...	Infant
P185	Niño(a) participa en Otro programas	Infant
P186	Niño(a) le cuida la madre, el padre, f...	Infant
P187	Niño(a) le cuida familiares o conocid...	Infant
P19	Sabe leer y escribir	Educ.
P207	En los últimos seis meses ha utilizad...	Tics
P208	En los últimos seis meses ha utilizad...	Tics
P209	En los últimos seis meses ha utilizad...	Tics
P21	Leíste actualmente a un establecimie...	Educ.

CEPAL/CELADE Redatam+SP 19/11/2015

Base de datos  
C:\Program Files (x86)\INEC\CPV2010\BasePub\CPV2010ECU\_Pub.dic

Área Geográfica  
C:\Program Files (x86)\INEC\CPV2010\erika\_bolivar.sel

Crosstab  
de PERSONA.P03 (Edad)  
por PERSONA.P16 (Autoidentificación según su cultura y costumbres)

Edad	Autoidentificación según su cultura y costumbres						
	1. Indígena	2. Afroecuatoriano/a	3. Afrodescendiente	4. Negra/o	5. Mulato/a	6. Montubio/a	7. Blanco
0	529		2	1	2	-	451
1	554		6	-	-	1	502
2	622		6	-	2	3	529
3	641		6	-	1	1	576
4	601		5	-	6	1	532
5	600		4	-	3	2	546
6	693		6	-	2	-	545
7	694		3	-	2	1	659
8	688		8	1	2	6	627
9	623		5	1	3	4	595
10	728		4	-	5	1	628
11	592		5	-	5	3	617
12	653		4	-	2	1	609
13	611		11	-	2	-	627
14	601		-	-	3	3	630
15	574		2	-	3	8	643
16	543		4	-	2	3	654

**ANEXO N° 2: ENCUESTA APLICADA A LAS MUJERES INDÍGENAS DE LA CIUDAD DE GUARANDA**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESCUELA DE MARKETING  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**OBJETIVO:** Analizar el nivel de aceptación que tendrá la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de vestuario tradicional para mujeres indígenas de la ciudad de Guaranda.

**Instrucciones:**

- Lea detenidamente las preguntas antes de contestar
- Responda con una (x) en el lugar que corresponda

**1.- ¿Utiliza prendas de vestir para mujeres indígenas?**

Si  No

**2.- ¿Qué edad tienes?**

16-24  25-34  35-44  45-54  55- en adelante

**3.- De las prendas de vestir que se detallan a continuación, ¿Qué cantidad adquiere anualmente?**

Prendas	1	2	3	4	Otro
Blusas bordadas					
Rebozos bordados					
Fajas					
Cintas					
Anacos bordados					

**3.- Al momento de adquirir las prendas de vestir, ¿Qué considera más importante?**

**(Elija 2 opciones)**

Materia prima de calidad  Confección de calidad   
 Variedad en los diseños  Precio   
 Variedad en los colores  Otro (especifique) .....

**4.- ¿Cómo considera el precio que actualmente maneja su proveedor de las prendas de vestir?**

Costoso  Conveniente  Económico

**5.- ¿Cómo considera la calidad que actualmente maneja su proveedor de las prendas de vestir?**

Excelente   
 Muy bueno   
 Bueno   
 Regular   
 Malo

6.- ¿A través de que medio quisiera usted recibir información de las prendas de vestir que ofrecerá esta nueva microempresa?

TV	<input type="checkbox"/>	Redes sociales	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	Pancartas	<input type="checkbox"/>
Hojas volantes	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique)	.....
Prensa	<input type="checkbox"/>		

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las prendas de vestir que se detallan a continuación?

Blusas bordadas	\$30 a \$35	<input type="checkbox"/>	\$36 a \$40	<input type="checkbox"/>	\$41 en adelante	<input type="checkbox"/>
Rebozos bordados	\$25 a \$30	<input type="checkbox"/>	\$31 a \$35	<input type="checkbox"/>	\$36 en adelante	<input type="checkbox"/>
Fajas	\$5 a \$10	<input type="checkbox"/>	\$11 a \$16	<input type="checkbox"/>	\$17 en adelante	<input type="checkbox"/>
Cintas	\$3 a \$6	<input type="checkbox"/>	\$7 a \$10	<input type="checkbox"/>	\$11 en adelante	<input type="checkbox"/>
Anacos bordados	\$35 a \$40	<input type="checkbox"/>	\$41 a \$45	<input type="checkbox"/>	\$46 en adelante	<input type="checkbox"/>

8.- De las características que se presentan a continuación ¿cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una blusa bordada?

<b>Color de tela</b>	<b>Tipo de manga</b>	<b>Tipo de cuello</b>	<b>Tipo de tela</b>
blanco	manga larga	cuello redondo	Seda
rosado	manga corta	cuello cerrado	espejo
negro	sin manga	cuello en v	Algodón
azul		cuello batea	
celeste			
otro (especifique).....	otro (especifique).....	otro (especifique).....	otro (especifique).....

9.- De las características que se presentan a continuación, ¿cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir un rebozo bordado?

<b>Color de tela</b>	<b>Color de bordado</b>	<b>Diseño del bordado</b>	<b>Tipo de tela</b>
blanco	multicolor acabado brillante	bordado completo	Lanilla
rosado	multicolor sin acabado brillante	bordado con cocos	Licra
negro		bordado sin cocos	Algodón carolina herrera
azul		bordado con palmas	
celeste		bordado sin palmas	Poliéster
otro (especifique).....	otro (especifique).....	otro (especifique).....	otro (especifique).....



10.- De las características que se presentan a continuación ¿cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una faja?

**Grosor**

ancho  
angosto

**Dimensión**

largo  
corto

**Color**

azul  
rojo  
celeste  
multicolor

Otro especifique.....

11.- De las características que se presentan a continuación ¿cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir una cinta?

**Grosor**

ancho  
angosto

**Dimensión**

largo  
corto

**Color**

azul  
rojo  
celeste  
multicolor

Otro especifique.....

12.- De las características que se presentan a continuación, ¿Cuáles son las que toma en cuenta al momento de adquirir un anaco bordado?

**Color de tela**

negro  
blanco  
azul marino

**Color de bordado**

Rojo  
azul  
verde  
tomate  
rosado

**Diseño del bordado**

un solo color  
Bicolor  
Encaje

**Tipo de tela**

pañó  
Licra  
algodón  
carolina herrera  
poliéster

otro (especifique)..... otro (especifique)..... otro (especifique)..... otro (especifique).....

13.- ¿En que meses considera usted que adquiere de manera habitual las prendas de vestir? Elija al menos dos opciones

enero  
febrero  
marzo  
abril

mayo  
junio  
julio  
agosto

septiembre  
octubre  
noviembre  
diciembre

14.- ¿Dónde prefiere adquirir las prendas de vestir?

Local comercial  
almacén

Mercado  
Otro (especifique).....

15.- ¿Adquiriría usted las prendas de vestir bordadas de calidad y precio cómodo, confeccionada por una nueva empresa, misma que pretende ubicarse en la ciudad de Guaranda?

Si

No

Gracias por su colaboración

ANEXO N° 3: ENCUESTAS A LAS MUJERES INDÍGENAS DE GUARANDA # 1



ANEXO N° 4: ENCUESTAS A LAS MUJERES INDÍGENAS DE GUARANDA # 2



ANEXO N° 5: ENCUESTAS A LAS MUJERES INDÍGENAS DE GUARANDA # 3



ANEXO N° 6: ENCUESTAS A LAS MUJERES INDÍGENAS DE GUARANDA # 4



ANEXO N° 7: GUÍA DE ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS LOCALES COMERCIALES

<b>Día</b>		<b>Hora:</b>	
<b>Lugar:</b>		<b>Entrevistado:</b>	
<b>Objetivo:</b> Obtener información referente sobre las prendas de vestir			
1.- ¿A qué precio oferta las siguientes prendas?	Blusas: Rebozos: Anacos:		
2.- ¿Cuántas prendas adquiere al mes para vender?	Blusas: Rebozos: Anacos:		

ANEXO N° 8: ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS LOCALES COMERCIALES # 1



ANEXO N° 9: ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS LOCALES COMERCIALES # 2



ANEXO N° 10: GUÍA DE ENTREVISTA PARA LOS ARTESANOS

<b>Día</b>		<b>Hora:</b>	
<b>Lugar:</b>		<b>Entrevistado:</b>	
<b>Objetivo:</b> Obtener información referente a la confección y bordado de las prendas.			
1.- ¿Qué tipo de maquinarias e instrumentos utiliza para la confección de las prendas?	Blusas: Rebozos: Anacos:		
2.- ¿Qué tipo de telas utiliza para confección de las prendas?			
3.- ¿Qué tipo de hilos utiliza para la confección de las prendas?			
4.- ¿Cuál es el proceso para la confección de las prendas?			

ANEXO N° 11: ENTREVISTA A LOS ARTESANOS



ANEXO N° 12: GUÍA DE OBSERVACIÓN

<b>Objetivo:</b> Identificar la actividad comercial de la Ciudad de Guaranda con respecto a la vestimenta de las mujeres indígenas.	
1.- ¿Cuántos locales comerciales existe en la ciudad de Guaranda dedicados a la venta de vestuario para mujeres indígenas?	
2.- ¿Qué tipo de prendas son los que están en estos locales?	
3.- ¿Qué días son de mayor movimiento comercial en la Ciudad de Guaranda?	
4.- ¿Cuántos vendedores informales se dedican a vender prendas para mujeres indígenas?	
5.- ¿Qué tipo de prendas son mayormente comercializadas por lo vendedores informales?	

ANEXO N° 13: MODELO DE ANUNCIO PUBLICITARIO # 1

**Confecciones Sumak Warmi**

Vístete elegante con identidad



**Ofrece todo tipo de bordados, con diseños únicos y materia prima de calidad**

ANEXO N° 14: MODELO DE ANUNCIO PUBLICITARIO # 2

**Confecciones Sumak Warmi**



Vístete elegante con identidad

Ofrece todo tipo de bordados, con diseños únicos y materia prima de calidad

Dirección: Plaza Roja

ANEXO N° 15: MODELO DE ANUNCIO PUBLICITARIO # 3



**Confecciones Sumak Warmi**

Vístete elegante con identidad

Ofrece todo tipo de bordados, con diseños únicos y materia prima de calidad



MAQUINAS DE COSER INDUSTRIALES Y DOMESTICAS



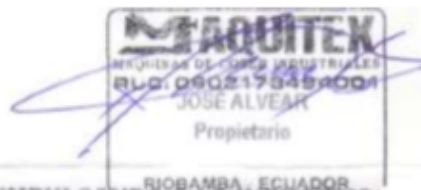
PROFORMA

RUC: 0602173494001

Srta.  
Erika Ochoa  
Dirección: Guaranda  
CI: 020230751-8  
Teléfono: 0969132846

Fecha 06 de Enero 2016

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
01	Máquina computarizada de dos cabezales	17.000,00	17.000,00
01	Máquina costura recta zig-zag marca Singer modelo 20U109	790,00	790,00
01	Máquina doméstica electrónica de puntadas marca Singer	380,00	380,00
01	Cortadora de tela marca Jontex de 4	185,00	185,00
	Garantía de un año, servicio técnico, repuestos, agujas, aceite, hilo, etc.		
	Afilado de tijera y cuchilla de overlock en maquina especial.		
	Aditamentos para maquina overlock, recta, recubridora, elasticadora.		
	NOTA ESTOS VALORES ESTÁN INCLUIDOS IVA.	SUBTOTAL	16.388,39
		IVA 12%	1.966,61
		TOTAL	18.355,00



MAQUITEX IMPULSANDO A LA INDUSTRIA

TELÉFONO 2306-002



ANEXO N° 17: MATERIA PRIMA E INSUMOS # 1



Huacho Guamán Yolanda Teresa  
**COMERCIAL HUACHO**

2395529

Olmedo 32-14 y Francia - Telefax: 2046 481  
R.U.C. : 0601903479001

**PROFORMA**      **N° 0000417**

Riobamba, a 23 de JUNIO del 2016

Señor: .....

Dirección: .....

RUC/C.I.: ..... Telf.: .....

CANT.	CONCEPTO	V. UNIT.	V. TOTAL
	COSIIVO .		2.20 /m
	LANILLA		3.50 /m
	CAROLINA HERRERA		10 /m
	Paño.		9 /m
	Espejos		1.50 /m
	Hilo Golondrina		
	Hilo Costura		2.25
1	como platinado		50
1	" Dorado		50

ANEXO N° 18: MATERIA PRIMA E INSUMOS # 2

FECHA: 23 de Mayo

**FACTURA N°**

CLIENTE: .....

F. DE PAGO: .....

DIRECCIÓN: Guaranda - Bolívar "Almacenes Marión"

CIUDAD: .....

R.U.C.: 0212208547001

TELF.: .....

CANT.	DESCRIPCIÓN	V.UNIT	V.TOTAL
	Sedo cristal		4.00
	T. Lanilla		6.00
	T. Carolina Herrera		7.00
	T. Paño		8.00
	T. Espejo		2.00
	Hilo Golondrina		2.00
	Hilo Costura Normal		2.25
	" Brillado Plateado		12.00
	" Dorado		12.00
	Multicolor		20.00
	Ganchos		8.00
	Botones + Grueso Camisa		3.00

ANEXO N° 19: CÁLCULO DE LA DEMANDA A SATISFACER MENSUAL Y DIARIO DE BLUSAS

BLUSAS						
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	50%	mensual	diario
Año 0	12066	5280	6786	3393	283	14
Año 1	12307	5386	6921	3461	288	14
Año 2	12553	5493	7060	3530	294	15
Año 3	12804	5603	7201	3601	300	15
Año 4	13060	5715	7345	3673	306	15
Año 5	13322	5830	7492	3746	312	16

ANEXO N° 20: CÁLCULO DE LA DEMANDA A SATISFACER MENSUAL Y DIARIO DE REBOZOS

REBOZOS						
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	50%	mensual	diario
Año 0	10368	3900	6468	3234	270	13
Año 1	10576	3978	6598	3299	275	14
Año 2	10787	4058	6730	3365	280	14
Año 3	11003	4139	6864	3432	286	14
Año 4	11223	4221	7001	3501	292	15
Año 5	11447	4306	7141	3571	298	15

ANEXO N° 21: CÁLCULO DE LA DEMANDA A SATISFACER MENSUAL Y DIARIO DE ANACOS

ANACOS						
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	50%	mensual	diario
Año 0	6374	2580	3794	1897	158	8
Año 1	6502	2632	3870	1935	161	8
Año 2	6632	2684	3947	1974	164	8
Año 3	6764	2738	4026	2013	168	8
Año 4	6899	2793	4107	2053	171	9
Año 5	7037	2849	4189	2094	175	9

ANEXO N° 22: COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA DE REBOZOS

Costo materia prima directa rebozos					
Volumen de producción: 14 unidades (20 días laborables)					
unidades por mes	275				
Material	Unidad de medida	Cantidad/mes*	Costo Unitario\$	Costo /mes	Costo /año
Tela	Metro	275	\$7,00	\$ 1.924	\$ 11.546
Hilo tipo golondrina	Rollo	137	\$2,00	\$ 275	\$ 1.649
Hilo de costura normal	Tubo	69	\$3,00	\$ 206	\$ 1.237
Total costo materia prima directa				\$ 2.405,38	\$14.432,26
				\$ 8,75	

ANEXO N° 23: COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA DE BLUSAS

<i>Costo materia prima directa blusas</i>					
Volumen de producción: 14 unidades al días (20 días laborables)					
unidades por mes	288				
Material	Unidad de medida	Cantidad/mes*	Costo Unitario\$	Costo /mes	Costo /año
Tela	Metro	576,7896	\$5,00	\$ 2.883,95	\$17.303,69
Hilo tipo golondrina	Rollo	144,1974	\$2,00	\$ 288,39	\$ 1.730,37
Hilo de costura normal	Tubo	72,0987	\$3,00	\$ 216,30	\$ 1.297,78
Total costo materia prima directa				\$ 3.388,64	\$20.331,83
				\$ 11,75	

ANEXO N° 24: COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA DE ANACOS

<i>Costo materia prima directa anacos</i>					
Volumen de producción: 8 unidades al día (20 días laborables)					
unidades por mes	161				
Material	Unidad de medida	Cantidad/mes*	Costo Unitario\$	Costo /mes	Costo /año
Tela	Metro	403,11675	\$8,50	\$ 3.426,49	\$20.558,95
Hilo de costura normal	Tubo	16,12467	\$3,00	\$ 48,37	\$ 290,24
Total costo materia prima directa				\$ 3.474,87	\$20.849,20
				\$ 21,55	

ANEXO N° 25: COSTO MATERIA PRIMA INDIRECTA DE REBOZOS

<i>Costos indirectos rebozos</i>					
Unidades por mes	275				
Volumen de producción: 14 unidades al día (20 días laborables)					
Material	Unidad de medida	Cantidad/mes*	Costo Unitario\$	Costo /mes	Costo /año
Hilo brillante	Tubo	6,872505	\$15,00	\$ 103,09	\$ 618,53
Etiqueta	Unidad	274,9002	\$0,05	\$ 13,75	\$ 82,47
Funda para empaque	Unidad	274,9002	\$0,10	\$ 27,49	\$ 164,94
Luz	Servicio	1	\$12,00	\$ 12,00	\$ 72,00
Mantenimiento de maquinaria	Servicio	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 90,00
Arriendo	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
				0	0
				0	0
Total costos indirectos				\$ 271,32	\$ 3.255,87
				\$ 0,99	

ANEXO N° 26: COSTO MATERIA PRIMA INDIRECTA DE BLUSAS

<i>Costos indirectos blusas</i>					
Unidades por mes	288				
Volumen de producción: 14 unidades al día (20 días laborables)					
Material	Unidad de medida	Cantidad/mes*	Costo Unitario\$	Costo /mes	Costo /año
Hilo brillante	Tubo	7,20987	\$15,00	\$ 108,15	\$ 648,89
Ganchos y botones	Unidad	1730,3688	\$0,04	\$ 69,21	\$ 415,29
Etiqueta	Unidad	288,3948	\$0,05	\$ 14,42	\$ 86,52
Funda para empaque	Unidad	288,3948	\$0,10	\$ 28,84	\$ 173,04
Luz	Servicio	1	\$12,00	\$ 12,00	\$ 72,00
Mantenimiento de maquinaria	Servicio	1	\$15,00	\$ 15,00	\$ 90,00
Arriendo	Unidad	1	\$100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
				0	0
Total costos indirectos				\$ 347,62	\$ 4.171,46
				\$ 1,21	

ANEXO N° 27: COSTO MATERIA PRIMA INDIRECTA DE ANACOS

<i>Costos indirectos anacos</i>					
Unidades al mes	161				
Volumen de producción: 8 unidades al día (20 días laborables)					
Material	Unidad de medida	Cantidad/mes*	Costo Unitario\$	Costo /mes	Costo /año
Hilo brillante	Tubo	1,612467	\$15,00	\$ 24,19	\$ 145,12
Etiqueta	Unidad	161,2467	\$0,05	\$ 8,06	\$ 48,37
Funda para empaque	Unidad	161,2467	\$0,25	\$ 40,31	\$ 241,87
Luz	Servicio	1	\$12,00	\$ 12,00	\$ 72,00
Mantenimiento de maquinaria	Servicio	1	\$15,00	\$ 15,00	\$ 90,00
Arriendo	Unidad	1	\$100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total costos indirectos				\$ 199,56	\$ 2.394,73
				\$ 1,24	

ANEXO N° 28: AMORTIZACIONES DEL PROYECTO

AMORTIZACIONES								
Activo	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Amortización Anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
Gastos inversiones diferidas	\$5.500,00	5	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$1.100,00	\$0,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.100,00</b>	<b>\$1.100,00</b>	<b>\$1.100,00</b>	<b>\$1.100,00</b>	<b>\$1.100,00</b>	<b>\$0,00</b>

ANEXO N° 29: TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Préstamo:	\$ 39.420,57			
Tasa Interés:	11,83%			
Plazo:	5			
<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO</b>				
<b>Período</b>	<b>Pago Capital</b>	<b>Pago Interés</b>	<b>Cuota</b>	<b>Saldo</b>
0				\$ 39.420,57
1	\$ 6.226,18	\$ 4.663,45	\$ 10.889,63	\$ 33.194,39
2	\$ 6.962,74	\$ 3.926,90	\$ 10.889,63	\$ 26.231,66
3	\$ 7.786,43	\$ 3.103,21	\$ 10.889,63	\$ 18.445,23
4	\$ 8.707,56	\$ 2.182,07	\$ 10.889,63	\$ 9.737,67
5	\$ 9.737,67	\$ 1.151,97	\$ 10.889,63	\$ 0,00

ANEXO N° 30: ROL DE PAGOS

N° DE PUESTOS	CARGO	SALARIO BÁSICO	TOTAL ANUAL BÁSICO	APORTE IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	PROMEDIO MENSUAL
1	Jefe de Taller	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00	\$ 480,50
6	Operario	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 489,71	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 442,25
1	Vendedor	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 489,71	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 442,25
1	Gerente	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 669,00	\$ 500,00	\$ 366,00	\$ 250,00	\$ 593,00
1	Secretario/a-Contador/a	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00	\$ 480,50

ANEXO N° 31: ROL DE PAGOS PROYECTADO

N° DE PUESTOS	CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Jefe de Taller	\$ 5.766,00	\$ 6.246,31	\$ 6.766,63	\$ 7.330,29	\$ 7.940,90
6	Operario	\$ 31.842,00	\$ 34.494,44	\$ 37.367,83	\$ 40.480,57	\$ 43.852,60
1	Vendedor	\$ 5.307,00	\$ 5.749,07	\$ 6.227,97	\$ 6.746,76	\$ 7.308,77
1	Gerente	\$ 7.116,00	\$ 7.708,76	\$ 8.350,90	\$ 9.046,53	\$ 9.800,11
1	Secretario/a-Contador/a	\$ 5.766,00	\$ 6.246,31	\$ 6.766,63	\$ 7.330,29	\$ 7.940,90