UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIAS TÍPICAS DE LA NACIONALIDAD SIEKOPAAI, EN EL CANTÓN SHUSHUFINDI, DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS, PARA EL AÑO 2016"

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERA COMERCIAL.

AUTORA:

Mayra Fanny Piaguaje Shiguango

DIRECTOR:

Ing. Víctor Nivaldo Angüisaca Guerrero Mgs.

LOJA – ECUADOR
2017

CERTIFICACIÓN

Ing. Víctor Nivaldo Angüisaca Guerrero Mgs.
DIRECTOR DE TESIS

C E R T I F I C A:

Que la tesis titulada: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIAS TÍPICAS DE LA NACIONALIDAD SIEKOPAAI, EN EL CANTÓN SHUSHUFINDI, DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS, PARA EL AÑO 2016"**, realizada por la señora **Mayra Fanny Piaguaje Shiguango**, previo a optar por el Grado de **Ingeniera Comercial**, ha sido dirigido, asesorado, supervisado y realizado bajo mi dirección de conformidad con los requerimientos institucionales, por lo tanto, autorizo su presentación ante el respectivo tribunal de Grado.

Loja, Octubre del 2017

Atentamente,

Ing. Víctor Nivaldo Angüisaca Guerrero Mgs
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Mayra Fanny Piaguaje Shiguango**, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autora: Mayra Fanny Piaguaje Shiguango

Firma:

Cédula: 2100355169

Fecha: Loja, Octubre del 2017

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, **Mayra Fanny Piaguaje Shiguango**, declaro ser autora de la tesis titulada: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIAS TÍPICAS DE LA NACIONALIDAD SIEKOPAAI, EN EL CANTÓN SHUSHUFINDI, DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS, PARA EL AÑO 2016",** como requisito para optar el Grado de **Ingeniera Comercial**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 31 días del mes de Octubre del dos mil diecisiete, firma la autora.

Firma:
Autora: Mayra Fanny Piaguaje Shiguango
Cédula: 2100355169
Dirección: Sucumbíos, Shushufindi, Comuna San Pablo de Kaatëtsiaya
Correo: mayrafanny@hotmail.com
Teléfono: 062364453 **Celular:** 0992506084

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Víctor Nivaldo Angüisaca Guerrero Mgs

Tribunal de Grado:

PRESIDENTE: Ing. Edwin Hernández Quezada Mg. Sc.
VOCAL: Ing. Carlos Rodríguez Armijos MAE
VOCAL: Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

DEDICATORIA

Dedico de manera especial a Dios, por concederme su bendición, sabiduría y guiarme en cada instante de mi vida.

A mi familia, especialmente a mi esposo Fabián quien confió en mi capacidad y me motivó a realizar una carrera universitaria. A mis hijos Gemenewe y Yowe quienes me brindaron paciencia, amor y comprensión durante todo este proceso académico para lograr esta meta anhelada.

A mis padres, por creer en mí y brindarme su apoyo incondicional en cada momento, de igual manera a mis hermanas quiénes me apoyaron cuando más las necesitaba.

A mis compañeras, amigas y todos quiénes de una u otra forma me brindaron su apoyo moral, sus conocimientos y compartieron sus alegrarías, tristezas y por darme sus palabras de aliento para continuar y para que finalmente este sueño se haga realidad.

Mayra Fanny Piaguaje Shiguango

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Loja, Unidad de Educación a Distancia, carrera Administración de Empresas, por expandir sus mejores conocimientos en las aulas y formar profesionales capaces de asumir grandes retos en la vida profesional

Mis más sinceros agradecimientos a Dios, mis padres y mi familia por su apoyo incondicional.

Finalmente, a mi director de tesis, Ing. Víctor Angüisaca MAE, que sin su ayuda y conocimiento no hubiese sido posible realizar este proyecto.

Mayra Fanny Piaguaje Shiguango

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIAS TÍPICAS DE LA NACIONALIDAD SIEKOPAAI, EN EL CANTÓN SHUSHUFINDI, DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS, PARA EL AÑO 2016”

b. RESUMEN

El objetivo general de la presente tesis fue determinar la factibilidad para promover la industria textil, mediante los procedimientos técnicos en la producción de la indumentaria típica, considerando que es importante conservar la tradición sobre el uso de la vestimenta para fortalecer la identidad cultural de la nacionalidad Siekopaai, que habita en el cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos. El problema que se localizó fue la escasa producción de la indumentaria típica, debido a que la mujer siekopaai ya no confecciona con mayor frecuencia, haciendo uso de esta actividad solo para ocasiones especiales tales como ceremonias y fiestas culturales. Para el desarrollo de la parte teórica se aplicó las técnicas de recolección bibliográficas, el cual consistió preparar la teoría conforme al tema de investigación.

En la determinación del resultado se aplicaron las técnicas de recolección de datos empíricos como la observación directa, encuestas a familias del cantón Shushufindi, para determinar la demanda y la oferta, la tabulación e interpretación de los resultados se realizó mediante el método estadístico.

La utilización de todos estos métodos permitió llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación, comprensión y demostración del mismo. En lo referente a las técnicas se aplicó una encuesta a 374 familias del cantón Shushufindi y

una encuesta a 11 productores de indumentaria típica de la localidad. Luego de realizar la investigación se obtuvo los siguientes resultados y conclusiones:

En el estudio de mercado realizado se procedió a tabular y analizar las encuestas, determinando la demanda potencial de 10.700, la demanda real 10.272, demanda efectiva de 37.389 indumentarias típicas, la oferta de 2.772 indumentarias y la demanda insatisfecha de 34.665 indumentarias.

La Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de producir 8.320 indumentarias típicas y cuya capacidad utilizada será de 6.240 indumentarias, que representa el 75% de la capacidad utilizada para el primer año, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la comunidad San Pablo de Katëtsiaya, calles Vía Providencia y San Pablo, parroquia San Roque, catón Shushufindi,

Seguidamente se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando el proceso productivo el cual demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados, los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres.

Así mismo se realizó un estudio Legal y administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos tanto Legislativo, Ejecutivo, Asesor, Auxiliar o de apoyo y Nivel Operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirven de pauta para implementar una buena organización.

El proyecto alcanza una inversión de 84.807,82, la evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 35.939,59 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 24,87%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 3 años y 8 meses y 1 día, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto, no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 22,33 y disminuidos en un 14,90%, respectivamente, Posteriormente, se plantea las conclusiones y recomendaciones más significativas del proyecto.

ABSTRACT

The general objective of this thesis was to determine the feasibility to promote the textile industry, through technical procedures in the production of typical clothing, considering that it is important to preserve the tradition on the use of clothing to strengthen the cultural identity of nationality Siekopaai, who lives in the Shushufindi canton, province of Sucumbíos. The problem that was located was the low production of the typical clothing, because the siekopaai woman no longer makes more frequently, making use of this activity only for special occasions such as ceremonies and cultural festivals. For the development of the theoretical part, the techniques of bibliographic collection were applied, which consisted of preparing the theory according to the research topic.

In the determination of the result, empirical data collection techniques such as direct observation, surveys of families from the Shushufindi canton were used to determine demand and supply, tabulation and interpretation of the results were performed using the statistical method.

The use of all these methods allowed us to reach the culmination of the present work since to achieve this we had to follow the steps of application understanding and demonstration thereof. With regard to the techniques, a survey was carried out on 374 families from the Shushufindi canton and a survey of 11 local clothing producers. After conducting the research the following results and conclusions were obtained:

In the market study, the surveys were tabulated and analyzed, determining the potential demand of 10,700, the actual demand 10,272, the actual demand for 37,389 typical clothing, the supply of 2,772 apparel and the unsatisfied demand for 34.665 clothing.

The installed capacity of the project determines that the company will be able to produce 8,320 typical clothing and its used capacity will be 6,240 clothing, which represents 75% of the capacity used for the first year, in addition determines the location of the same that will be Located in the canton Shushufindi, in the streets via Providencia and via San Pablo.

Next, the engineering of the project is developed, determining the production process, which demands the use of suitable machines and equipment, which will guarantee a quality product at moderate prices, process diagrams, operational and management characteristics, technical requirements Such as equipment, facilities, furniture and appliances. Likewise, a legal and administrative study was carried out, determined as a Limited Liability Company, and with the functional organizational structure at the hierarchical levels, both Legislative, Executive, Adviser, Support and Operational Level, as well as function manuals, organizational charts ; Which serve as guidelines for implementing a good organization.

The project achieves an investment of 84,807.82, the financial evaluation

presents the following results: According to the NPV of the present project gives us a positive value of 35,939.59 dollars, indicating that the project or investment is convenient.

For the present project, the IRR is 24.87%, this being a satisfactory value to carry out the project, the time required to recover the original investment would be 3 years and 8 months and one day, for the present project, the sensitivity values are less than One, therefore the changes in costs and revenues increased 22.33 and 14.90%, respectively, do not affect the project. Subsequently, the most significant conclusions and recommendations of the project.

c. INTRODUCCIÓN

La confección manual que realiza la mujer Siekopaai, ha sido parte de las tradiciones culturales que se viene transmitido de generación en generación, sin embargo, hoy en día ya no es practicada como antes por parte de los jóvenes en general, por lo que mayormente lo hacen las mujeres adultas a quienes se les considera que son las pequeñas productoras de la indumentaria típica de la nacionalidad Siekopaai. Es importante reconocer que parte de la identidad cultural de los Siekopaai, es la confección de la túnica para el hombre y la falda con una blusa para la mujer. La confección de los trajes típicos se ha ido evolucionando conforme pasan los años. Por lo que hoy en día, estas tradiciones se pretenden transformar como una nueva alternativa de producción en el sector textil, por lo que es necesario aplicar las técnicas de producción en las indumentarias típicas optimizando la transformación de la materia prima y obteniendo un producto de calidad. El propósito de esta iniciativa, en la parte cultural, es fortalecer la identidad cultural y por otro lado fomentar la economía generando empleos para las mujeres de esta nacionalidad, sin dejar a un lado esta actividad que lo han venido haciendo de manera tradicional.

El proyecto de investigación está estructurado de la siguiente manera: Título, el cual da conocer la temática a tratar en la presente tesis; Resumen, expone el objetivo general, la metodología empleada y los

principales resultados del estudio efectuado; Introducción, hace referencia a los problemas evidenciados en torno a la escasa producción de indumentarias típicas, los cuales motivaron a la elaboración del proyecto, además contempla la estructura del informe final; Revisión de Literatura, donde se redactó todo lo referente a la parte teórica relacionados a la manufactura, la elaboración de proyectos de inversión, conocimientos científicos a ser utilizados durante el desarrollo del proyecto; en los Materiales y métodos, se detalla los materiales utilizados, así como los métodos y técnicas empleados para la recopilación de la información, además contiene la población en estudio y la muestra estadística; Resultados; en esta fase se exponen los resultados de las encuestas aplicadas a la población del cantón Shushufindi, información que permitió elaborar el estudio de mercado, técnico, legal, organizacional, económico y la evaluación Financiera; Discusión; donde se analiza el cumplimiento de los objetivos específicos expuestos al inicio del proyecto, y la contrastación con los resultados obtenidos; Conclusiones, resaltan los principales resultados alcanzados, relacionados directamente con los objetivos del proyecto; Recomendaciones, constituyen guías para la adecuada puesta en marcha del proyecto; Bibliografía, contiene el detalle de las fuentes de consulta que sirvieron de apoyo de la investigativa; Anexos, describe los materiales que se utilizaron en la ejecución de la investigación de campo.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Marco referencial

Cultura

Incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se ven afectadas por las costumbres del grupo en que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbre (Boas, 1930, pág. 17).

Identidad cultural

La identidad cultural de un pueblo viene definida desde los tiempos inmemoriales a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, siendo parte esencial de la vivencia del ser humano, parte de una cultura dinámica con características variables e identidades muy propias, como: la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad; las relaciones sociales; la espiritualidad, ritos y ceremonias propias; los comportamientos colectivos; los sistemas de valores y creencias; sus formas propias y peculiares de atuendos, sistemas organizativas, etc. Todos estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial producto de la colectividad, que han mantenido de generación en generación, como testimonio de un pueblo o civilización, para lograr una noción más amplia su cultura y definir su pertenencia

identitaria, esos rasgos son que los hacen diferentes de unos con los otros (Bastidas, 2013, pág. 26).

Siekopaai

Los siekopaai (gente de colores o gente multicolor) como se autodenominan en Ecuador; o airo-paai, en Perú (gente del monte), conforman un pueblo binacional ancestral amazónico perteneciente al complejo lingüístico-cultural tukano occidental del cual se desprende el paaikoka que fue considerada como una de las seis principales lenguas habladas en América durante la época colonial (GADPS, 2011, pág. 26).

Indumentaria

“La indumentaria siekopaai con todos sus atuendos y adornos tradicionales es un legado de los Ñanë (dioses de colores), de cuando vivieron en la selva en territorio siekopaai” (GADPS, 2011, pág. 26).

La indumentaria originaria, consistía para el hombre la juika túnica hecha con la corteza del árbol waika`ko (Poulsenia armata); y para la mujer una falda corta hecha con fibra de chambira (Astrocaryum sp) llamada en paikoka Ñukua ka`nio, dejando su dorso descubierto, pintado y adornado con diseños simbólicos tradicionales.

Los adornos corporales del hombre y la mujer se vinculaban a la ritualidad festiva y sagrada, como la inauguración de la tuike wë o maloca

tradicional Siekopaai, o en la ceremonia de la toma de yagé y visitas familiares. Los hombres se adornan con manillas o pulseras llamadas ñeñe, collares de huirima pai ëne o de dientes de jaguar, bandas que atraviesan oblicuamente el dorso, corona (ñase maro) de tucán y de pájaro azulejo jiesaipë (cotinga) que identifica la categoría social de quien lo lleva, de la corona se cuelgan hacia la espalda plumas de guacamayos, en los brazos llevan hojas tiernas de apo (palma) perfumadas, elaboradas y pintadas con achiote. En cuanto a las mujeres se adornan conmanillas y pulseras elaboradas con plantas perfumadas sujetas con chambira tejida (ñeñe), que se colocan en las muñecas y antebrazos, yi`yo conjunto de collares elaborados con chaquira y pepas de paai ëne o plumas de tucán y paujil. Las coronas se utilizan de acuerdo con la ocasión, la edad o la que actividad que realiza. En la época de la explotación del caucho, los Siekopaai trabajaban en las grandes haciendas y para devengar sus haberes el patrón les pagaba entregándoles telas y herramientas. Iniciándose así, la utilización de telas para confección de sus vestimentas, los hombres comienzan a utilizar una túnica en forma de vestido, denominado juika de diferentes colores, mientras las mujeres cambian su vestimenta por un conjunto de dos piezas de varios colores, constituido por una blusa corta hasta el ombligo (juisarawa), y una falda hasta la rodilla denominado ka´nio. En la actualidad solo los mayores utilizan la vestimenta diariamente, mientras que los jóvenes la usan solo en eventos y programas culturales. (NASIEPAAI, 2013, págs. 84-85).

Manufactura

Chang (2013) manifiesta que “Es la transformación de las materias primas en un producto totalmente terminado que ya está en condiciones de ser destinado a la venta” (pág. 10).

Confección

La utilización más habitual de la noción de confección se encuentra en la industria textil. Por lo general, la acción de confeccionar aparece vinculada al corte, ya que son actividades imprescindibles para la creación de prendas de vestir. Las personas dedicadas a la costura, los modistas y los sastres son algunos de los especialistas que se dedican a la confección. (Chang, 2013, pág. 11)

Confección de prendas de vestir

Desde una perspectiva industrial, la confección de prendas de vestir se define como una serie de actividades manufacturera que llevan a la creación de indumentaria, a partir de un diseño realizado previamente y con ayuda de las herramientas tecnológicas adecuadas para optimizar los procesos necesarios. (AITE, 2016, pág. 9)

En la confección de prendas de vestir se pueden distinguir dos etapas: la pre-producción y la producción. (AITE, 2016, pág. 9)

Pre-producción

Bastidas (2013), considera que “Se trata de una serie de operaciones que se deben realizar antes de comenzar con la confección propiamente dicha, de ciertas decisiones que deben tomarse para dar forma al trabajo, y son las siguientes” (pág. 38):

- ✓ **Políticas de dirección:** son las pautas de la dirección de una compañía, las cuales se establecen en esta etapa inicial para que los diseñadores tengan un marco de referencia para su trabajo. En las pequeñas empresas, estas políticas suelen fijarlas los propios diseñadores antes de comenzar con la producción (Bastidas, 2013, pág. 38)
- ✓ **Diseño y patronaje de confección:** la selección del patronaje y del diseño cultural, el análisis de modelos especiales y la confección de la prenda modelo seleccionado. (Bastidas, 2013, pág. 38)
- ✓ **Abastecimiento de materia prima:** de acuerdo con las decisiones tomadas hasta este punto, se debe determinar qué proveedores ofrecen las telas y los insumos necesarios para la fabricación de las indumentarias típicas, cuáles son sus precios, sus condiciones, cuánto tardan en hacer los envíos, etcétera. (Bastidas, 2013, pág. 39)

Producción

Cuando se ha completado la etapa inicial y han sido establecidas las bases del trabajo, llega la hora de la confección de las prendas, para lo cual se deben seguir una serie de pasos en secuencia: moldería de muestras; progresión; tizado y encimado; corte; pre-costura; costura; ensambladura; fusionado; terminaciones; etiquetado; empaque. (Bastidas, 2013, pág. 39)

Por último, es importante resaltar que a lo largo de las dos etapas recién descritas, se debe llevar a cabo el control de calidad, el cual se enfoca en las telas y los insumos, en el proceso y los equipos utilizados, y en el producto terminado. Si bien existen procedimientos comunes a todas las compañías, los métodos de control de calidad son propios de cada una y guardan coherencia con su forma de confeccionar las prendas. (Bastidas, 2013, pág. 39)

Descripción del servicio y producto

Bastidas (2013) sostiene que “La empresa a crear tiene previsto ofrecer el servicio de diseño y modas de la cultura siekopaai para la confección de las indumentarias.” (pág. 40)

Diseño

Bastidas (2013) considera que “El diseño de indumentaria trabaja sobre el sistema sintáctico (productivo) y el sistema semántico. Reconstruye y

resignifica los elementos del sistema de confección del vestir, en relación a la carga semántico que poseen, con una intencionalidad comunicativa." (pág. 41)

Elaboración

Para la confección de la vestimenta típica se utilizará las mejores telas para cada tipo de trajes como son: la falda y blusa para las mujeres y la túnica para los hombres. El costo del producto terminado variará dependiendo de los diseños y materiales utilizados (Mussuto, Universidad de Palermo, 2009, pág. 2)

Materiales a utilizar

Los materiales básicos requeridos para la confección de las indumentarias son: máquina de coser industrial recta, máquina bordadora, máquina overlock, máquina fileteadora de elástico, telas, hilos, mesa para cortar, tijeras, tizas, agujas de máquinas, material para molde, regla de costura, cintas decorativas, cintas métricas, botones, broches etc. (Mussuto, Universidad de Palermo, 2009, pág. 2)

Marco Conceptual

Proyecto de Inversión

Urbina (2010) “El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad” (pág. 27).

Ciclo de vida de los proyectos

Preinversión

Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de preinversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros. Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, y por el grado de confianza de los estudios mencionados. (Blanco, Formulación y Evaluación de Proyectos, 2011, pág. 27)

Fases en la etapa de preinversión

Blanco (2010), considera que: La selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases.

Se entiende así las siguientes:

1. Generación y análisis de la idea del proyecto.
2. Estudio del nivel de perfil.
3. Estudio de pre factibilidad.
4. Estudio de factibilidad.

A continuación se describen cada una de las fases (pág. 33)

Generación y Análisis de la Idea de Proyecto

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales. En el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud y establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores, regiones o a totalidad del país). (Blanco, 2010, pág. 34)

Estudio del Nivel de Perfil

En esta fase correspondiente estudiar todos los antecedentes que permitan formar juicio respecto a la conveniencia y factibilidad técnico – económico de llevar a cabo la idea del proyecto. En la evaluación se deben determinar y explicitar los beneficios y costos del proyecto para lo cual se requiere definir previa y precisamente la situación "sin proyecto", es decir, prever que sucederá en el horizonte de evaluación si no se ejecuta el proyecto. El perfil permite, en primer lugar, analizar su viabilidad técnica de las alternativas propuestas, descartando las que no son factibles técnicamente. (Blanco, 2010, pág. 34)

Estudio de pre factibilidad

Acosta (2010) manifiesta que “Es la segunda fase en el proceso de selección de proyectos basado en las prioridades establecidas en la parte anterior, y consiste en un análisis más detallado de los proyectos de inversión detectados.” (pág. 28)

Estudio de factibilidad

Toda organización enfrenta el problema de escasez de recursos a disponer (monetarios, materiales, personas, etc.). Las organizaciones con fines de lucro siempre buscan la forma eficiente de invertir estos recursos, para incrementar la rentabilidad de sus inversiones. La herramienta que

se usa para clasificar o para darle prioridad al proyecto que se va a emprender es el estudio de factibilidad del proyecto de inversión, su objetivo principal es determinar la factibilidad social, económica y financiera del flujo de fondos. Un estudio de factibilidad debe estar comprendido por tres grandes estudios: el estudio de mercado, estudio técnico y finalmente el estudio económico financiero. (Acosta, 2010, pág. 30)

Estudio del Mercado

Según Neresh (2007), los estudios de mercado “describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor" (pág. 44).

Para ello es necesario entender los conceptos predominantes como el estudio de mercado, que según Albarracín:

Es el análisis y determinación de las variables más conocidas como la demanda, la oferta, los ingresos de operación, los desembolsos para pagos menores, los respectivos precios de las mercaderías compradas o por vender, el costo de la publicidad y propaganda que se dan en condiciones ventajosas para uno de los actores comerciales (Albarracín, 2016, pág. 2).

Importancia del estudio de mercado

Toda inversión tiene un camino señalado como es el llegar a cierto grupo de personas para satisfacer una necesidad y a la vez lograr un propósito individual o colectivo. El diseñar un plan que logre un volumen, precio y oportunidad beneficiosos para la empresa o personas que invierten, es el máximo propósito de ellos. (Sapag & Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2010, pág. 70)

Sapag & Sapag (2010) sostienen que metodológicamente, los aspectos que deben estudiarse son cuatro**:**

- El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La comercialización del producto del proyecto.
- Los proveedores y la disponibilidad y precio de los insumos, actuales y proyectados" (pág. 71).

Elementos a considerar en el estudio de mercado

Demanda

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que puden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores

(demanda total o de mercado), en un momento determinado. (Baca, 2010, pág. 66)

Tipos de demanda

Existen varios tipos de demanda que permiten explicar y justificar la existencia en el mercado de una nueva unidad de producciónn o la ampleación de una ya existente.

Demanda potencial

El concepto de demanda potencial hace relación a la demanda que se lograría si se cumpliesen ciertas condiciones, que actualmente no se presentan en el mercado. La demanda potencial estimada en base a los requerimientos nutricionales de la población solo sirve como punto de referencia con relacion a la demanda actual (Grajales, 1978).

Demanda real

La demanda real de un cierto producto o servicio a diferentes precios puede considerarse como los requerimientos de cualquier tipo de consumidor (cabezut, 2009).

Demanda efectiva

Es un conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un

precio dado. La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo.

Demanda Insatisfecha

Este se puede reconocer mediante dos tipos de indicadores. El primero hace referencia al comportamiento de los precios. En los casos en los cuales existen demanda insatisfecha y no hay controles de precios, éstos alcanzan niveles muy altos, originando utilidades excesivas. Por su parte el segundo indicador hace relación con la existencia de determinadas intervenciones que permiten establecer controles de precios, y racionamiento.

Análisis de la demanda

La determinación de la demanda es uno de los puntos críticos en el estudio de la viabilidad económica-financiera de un proyecto. Esta relevancia se ha demostrado a través de los resultados obtenidos en el cálculo de la rentabilidad con una marcada incertidumbre; de ahí la importancia que tiene el análisis de sensibilidad de la rentabilidad ante variaciones en los nichos de demanda. (Baca, pág. 66)

Oferta

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores

están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta" (Thompson, 2006, pág. 95).

Análisis de la oferta

Según Sapag & Sapag, (2010) “se define como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios… cuando es un alto precio el que pagarán resulta un incentivo no desdeñable” (pág. 39).

Plan de Comercialización

El plan de marketing o comúnmente conocido como marketing, mercadotecnia es una de las herramientas que planifican la comercialización y ubicación del producto en el lugar geográfico donde se mueve el cliente o clientes. Es necesario saber que marketing, según Kotler (2012) “es la exposición, colocación o enfrentamiento de los elementos circundantes del mercado para el objetivo principal que es mover el producto, el precio, la plaza y la promoción que tienen las empresas” (págs. 200 - 300).

Producto

Según Stanton, Bruce & Walker (2011), autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea”. (pág. 90)

Precio

Stanton, Bruce & Walker (2011) manifiestan que “El precio es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto. Recuerde que la utilidad es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos” (pág. 90)

Distribución

La distribución es la transferencia de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial. Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afectan de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia (Córdoba, 2011, pág. 101).

Promoción

De acuerdo a lo citado en el proyecto de Gualotuña (2015) de la UCE promoción es**:** Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales (cómo es la empresa es igual a comunicación activa; cómo se percibe la empresa=comunicación pasiva). La mezcla de promoción está constituida por promoción de ventas, fuerza de venta o venta personal, publicidad, relaciones públicas, y comunicación interactiva (marketing directo por mailing, emailing, catálogos, webs, telemarketing, entre otros). (Gualotuña, 2015, pág. 89)

Estudio Técnico

El estudio presente es de vital importancia porque como dice Baca (2010) esta investigación requiere lo siguiente**:**

- “Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto o del servicio que se pretende introducir en el determinado mercado.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción (o concretación del servicio)” (pág. 83)

Localización del Proyecto

Gualotuña (2015) Sostiene que “El proyecto propuesto deberá señalar la localización más conveniente para asegurar la calidad, la cobertura y la eficiencia del servicio y el menor nivel de exposición a amenazas socio-naturales”. (pág. 90)

Así mismo considera que en muchos casos la decisión de localización es determinante del éxito del proyecto, así como una desacertada decisión de ubicación puede acarrear el fracaso del mismo (Gualotuña, 2015, pág. 90)

Macrolocalización

Urbina (2013) dice que “En este estudio primarán consideraciones relativas a criterios económicos que están incidiendo en los costos globales de producción y por lo tanto no incluyen análisis desagregados de los componentes del costo” (pág. 82).

Micro localización

La microlocalización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La microlocalización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación

del proyecto en el plano del sitio donde operará. En esta localización integra los siguientes elementos: (Urbina, 2013, pág. 90)

- ✓ Suma de costos de fletes de insumos a la planta y el producto al mercado.
- ✓ Estímulos fiscales, leyes, reglamentos, condiciones generales de vida, clima, facilidades administrativas, factores externos, preferencias personales y ventajas sociales. (Urbina, 2013, pág. 90)

Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto es la capacidad de producción de bienes y servicios en un período de tiempo determinado o de referencia. Técnicamente, la capacidad es el máximo de unidades (bienes o servicios) que se puede obtener de unas instalaciones productivas por unidad de tiempo. La relevancia en la definición del tamaño del proyecto radica principalmente en su incidencia sobre el nivel de la inversión inicial y los costos que se calculen para la operación y la rentabilidad esperada o los beneficios sociales. (Urbina, 2013, pág. 90)

Capacidad instalada

Chain & Spag (2008), manifiesta que “Se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse.” (pág. 112)

Capacidad Utilizada

Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje se es aconsejable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90% porque en condiciones normales, no podrá atender pedidos extraordinarios (Chain & Spag, 2008, pág. 113).

Identificación y descripción del proceso productivo

Es la descripción minuciosa, paso por paso y en cada área de trabajo de los procedimientos que tienen que efectuarse para llevar adelante la actividad. También se entiende como el proceso técnico utilizado en el proyecto para obtener los bienes o servicios a partir de insumos. (Chain & Spag, 2008, pág. 113).

Es muy importante su grado de detalle, ya que permite definir el equipamiento y la cantidad de recursos que necesitaremos. (Chain & Spag, 2008, pág. 114)

Distribución física de la planta

Baca (2010), sostiene que “La decisión de distribución en planta comprende determinar la ubicación de los departamentos, de las estaciones de trabajo, de las máquinas y de los puntos de almacenamiento de una instalación.” (pág. 126)

Su objetivo general es disponer de estos elementos de manera que se aseguren un flujo continuo de trabajo o un patrón especifico de tráfico.

Objetivos y principios básicos de la distribución de la planta:

- ✓ Integración total
- ✓ Mínima distancia de recorrido
- ✓ Utilización del espacio cúbico
- ✓ Seguridad y bienestar para el trabajador
- ✓ Flexibilidad de operaciones

Estudio Organizacional

“La organización interna o estructura organizativa de la empresa se encarga de establecer las obligaciones, las responsabilidades y la autoridad de cada empleado, así como las relaciones funcionales existentes entre todos ellos” (Vásquez, 2013, pág. 90).

Términos del estudio organizacional

Vásquez (2013), manifiesta que “La delimitación se realiza a través de la especificación de”: (Pág. 90)

- ✓ Los puestos de trabajo, identificando las funcionalidades o tareas concretas que debe realizar cada trabajador, las obligaciones, las responsabilidades y las atribuciones que conlleva su obligación, así

como los requisitos de formación o de experiencia necesarios para desempeñar dicho puesto.

- ✓ Las relaciones jerárquicas que deben respetarse entre individuos y departamentos, así como las vías establecidas para transmitir información entre empleados y departamentos (canales de comunicación). (Pág. 90)

Organigramas

Vásquez (2013), considera que “El organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de una organización con una triple finalidad:” (Pág. 91)

- ✓ Informativa: Permite a los integrantes de la organización y a las personas vinculadas a ellos conocer su estructura y características generales.
- ✓ Analítica: pone de relieve, con la eficacia propia de las representaciones gráficas, las particularidades esenciales de la organización representada.

- ✓ Jerarquizadora: Indica cuáles son las relaciones de subordinación, igualdad o liderazgo entre los miembros de la organización.

Clasificación

Los organigramas pueden clasificarse atendiendo a diversas categorías, sin embargo en el presente estudio se toma la clasificación que se relaciona a su contenido, así se tiene:

- ✓ Estructurales: Representan el total o parcialmente las unidades administrativas de una empresa (sin indicar quien las ocupa) y las conexiones entre las mismas.

- ✓ Funcionales: Añaden a los anteriores las funciones que realiza cada una de las unidades y departamentos de la entidad.

- ✓ De personal: Al frente de cada puesto o departamento figura el nombre de la persona que lo ocupa y su rango.

Niveles Jerárquicos

El sistema jerárquico comprende la forma como se distribuye la autoridad y la responsabilidad en una institución. (Vásquez, 2013, pág. 105)

Los niveles jerárquicos en las organizaciones son fundamentales para determinar el grado de importancia (rango-categoría) de las unidades administrativas (dirección, departamento y sección). Esta situación se presenta al crear o cambiar (subir o bajar) de rango una unidad administrativa, una vez definido el tipo de unidad, según funciones. Esto

permite ubicarlas, dentro de la estructura organizativa, en el nivel de estratificación funcional correspondiente. (Vásquez, 2013, pág. 105)

Objetivo

Vásquez (2013) dice que “La determinación de los niveles jerárquicos permite”:

- ✓ Ubicar, dentro de una escala jerárquica, las unidades administrativas con similares características, independientemente del tipo de funciones que realizan cada una de ellas.
- ✓ Servir de parámetro en la asignación del rango jerárquico de las jefaturas de las unidades administrativas.
- ✓ Determinar el tipo (área de especialidad y nivel académico) del personal que requiere la unidad administrativa; y
- ✓ Calcular el presupuesto anual de las unidades administrativas, especialmente, para justificar o sustentar la creación de una unidad administrativa nueva. (Vásquez, 2013, pág. 114)

Niveles

Vásquez (2013) sostiene que “Generalmente en las empresas se agrupan los puestos en los siguientes niveles.” (pág. 114)

Legislativo o Directivo

Vásquez (2013) dice que “Comprende los empleos a los cuales corresponden funciones de dirección general, de formulación de políticas institucionales y de adopción de planes, programas y proyectos.” (pág. 114)

Ejecutivo

Vásquez (2013) considera que “Comprende los empleos cuyas funciones consisten en la dirección, coordinación, supervisión y control de las unidades o áreas internas encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas, planes, programas y proyectos de las entidades.” (pág. 115)

Asesor

Vásquez (2013) sostiene que “Agrupa los empleos cuyas funciones consisten en asistir, aconsejar y asesorar directamente a los empleados del nivel directivo.” (pág. 116)

Apoyo o auxiliar

Vásquez (2013) dice que “Comprende los empleos cuyas funciones implican el ejercicio de actividades de apoyo, operativas y de simple ejecución, complementarias a tareas propias de niveles superiores.” (pág. 116)

Operativo

Vásquez (2013) considera que “El nivel operativo comprende los empleos cuyas funciones implican el ejercicio de labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.” (pág. 116)

Descentralizado

Vásquez (2013) sostiene que “El nivel descentralizado es un nivel más de la estructura jerárquica, que cuando la empresa crece es expandir el mercado entonces se crean las sucursales.” (pág. 117)

Estudio Legal

Reyes (2011), considera que “El estudio legal comprende el análisis de las normas, reglamentos y regulaciones vigentes que afectan a la constitución posterior funcionamiento de la empresa”. (pág. 58)

Tipos de compañías

Según el Art. 2 de la Ley de Compañías estable que “hay cinco especies de compañías de comercio, a saber”:

- ✓ La Compañía en nombre colectivo,
- ✓ La compañía en comandita simple y dividida por acciones,

- ✓ La compañía de responsabilidad Limitada,
- ✓ La compañía anónima; y,
- ✓ La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, compañías accidental o cuentas en participación. (pág. 2)

Razón social

"La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituyen una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía". (Ley de Compañías, pág. 7)

Objeto Social

El objeto social de una sociedad deberá quedar plasmado en los estatutos que la rijan, y por lo tanto, no podrá realizar otra actividad de las que estén expresamente indicadas en su objeto, por lo tanto, es muy importante que éste se plasme en la forma más amplia posible, respetando las limitantes legales. (González, 2012)

Acta constitutiva

Documento o constancia notarial en la que se registran los datos referentes a la formación de una sociedad o agrupación. Se especifican bases, fines, integrantes de la agrupación, funciones específicas de cada uno, firmas autentificadas y demás información fundamental de la sociedad que se constituye. (García M. , 1999)

Estudio financiero

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto. (Chain & Spag, 2008, pág. 134)

Inversiones previas a la puesta en marcha

Chain & Spag (2008) dice que “Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en tres tipos: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo”. (pág. 135)

Inversión en Activos Fijos

Las inversiones en activos finos, son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto. Constituyen activos fijos, entre otros, los terrenos, las obras físicas (edificios industriales, sala de venta, oficinas administrativas, vías de acceso, estacionamiento, bodegas etc.), el equipamiento de la planta, oficinas y salas de venta (en maquinarias, muebles, herramientas, vehículos y decoración en general) y la infraestructura de servicios de apoyo (agua potable, desagües, red eléctrica, comunicaciones, energía eléctrica). (Ettiger, 2011, pág. 138)

Activos Diferidos

Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar y, al igual que la

depreciación afectarán el flujo de caja indirectamente por la vía de una disminución en la renta imponible, y por tanto, de los impuestos pagaderos. Los principales ítems que configuran esta inversión son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gatos de la puesta en marcha, la capacitación, las bases de datos y los sistemas de información preoperativos. (Ettiger, 2011, pág. 138)

Capital de Trabajo

Chain & Spag (2008) dicen que “La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado”. (pág. 154)

Plan de financiación

El proyecto de financiación muestra qué recursos o fuentes financieras hemos seleccionado para llevar a cabo nuestra inversión. La elección entre las diferentes alternativas que ofrece el mercado dependerá de su coste (tipo de interés) y del riesgo que la empresa sea capaz de soportar. (Zúñiga, 2011, pág. 110)

Fuentes de financiamiento

En este punto podemos establecer, cuánto dinero necesitamos y proceder a identificar las posibles fuentes de financiación. (Chain & Spag, 2008, pág. 156)

- ✓ Fuente interna: Es la que está conformada por la aportación económica del dueño (s), socios u accionistas del proyecto de inversión. (Chain & Spag, 2008, pág. 156)

- ✓ Fuente Externa: Una empresa puede conseguir recursos externos en dos formas principalmente: permitiendo la participación de terceros a través de acciones o bonos; y por medio de una variada modalidades de créditos. (Chain & Spag, 2008, pág. 156)

Costos de Producción

Durante el período de operación se pueden identificar cuatro clases de costos: en primer lugar los costos ligados más directamente a la producción del bien o a la prestación del servicio, son los costos de fabricación; en segundo lugar los costos administrativos propios de la organización de la empresa; por otro lado los costos causados por efecto del impulso de las ventas; y finalmente los costos financieros generados por el uso del capital ajeno. (Chain & Spag, 2008, pág. 157)

Costo Directo

Está constituido por la materia prima, los materiales directos, la mano de obra directa (obreros) con sus respectivas prestaciones. Para algunos proyectos específicos se podrán incluir otros materiales directos cuando no se puedan identificar plenamente como materia prima. (Chain & Spag, 2008, pág. 157)

- ✓ **Materia Prima:** Es el insumo que sufrirá precisamente el proceso de transformación y quedará plenamente involucrado en el bien producido. (Chain & Spag, 2008, pág. 158)

- ✓ **Mano de Obra Directa**: Son los operarios que participan directamente en el proceso de transformación, como: obreros, operarios de máquinas, alimentadores de equipos, cargadores, etc. Si se trata de una empresa de transporte serán los conductores y si de un centro de salud será el médico o la enfermera. (Chain & Spag, 2008, pág. 158)

Gastos de Fabricación

Están constituidos por materiales indirectos y mano de obra indirecta con sus respectivas prestaciones. Estos gastos se caracterizan por la dificultad de identificar su presencia en cada unidad de producción o de servicio. (Chain & Spag, 2008, pág. 158)

- ✓ Materiales Indirectos: Se trata principalmente de: lubricantes, combustibles, papelería y formatos propios de los procedimientos, útiles de aseo, materiales y equipos de seguridad industrial. (Chain & Spag, 2008, pág. 158)

- ✓ Mano de Obra Indirecta: Los salarios pagados a los empleados dentro de la organización que no están directamente involucrados en la fabricación de mercancías representan los costos indirectos de una empresa. Estos empleados no tocan los productos durante el proceso de fabricación. (Chain & Spag, 2008, pág. 159)

Punto de equilibrio

Córdoba (2011) considera que “El punto de equilibrio de un proyecto está representado por el nivel de ingresos por ventas que se deben realizar para que la empresa no obtenga utilidades ni pérdidas en su ejecución, es decir, que los montos de ingresos se igualan a los costos de ese periodo”. (pág. 146)

- ✓ Costos fijos son aquellos independientes del volumen de producción. Aún si la empresa no está obteniendo producto hay ciertos gastos que se generan como por ejemplo el pago de rentas (edificios, teléfonos), el pago de la nómina de empleados permanentes, los seguros y el mantenimiento entre otros. (Córdoba, 2011, pág. 146)

- ✓ Costos variables son los que tienen una variación en la misma magnitud que lo hacen los volúmenes de producción. (Córdoba, 2011, pág. 146)

En función del volumen de ventas.

Punto de equilibrio = $\frac{Costos\ Fijos\ Totales}{1-\frac{Costos\ Variables\ Totales}{Ventas\ Totales}}$

En función de la capacidad instalada.

Punto de equilibrio= $\frac{Costos\ Fijos\ Totales}{Ventas\ totales - Costo\ variable\ total}$

Estados Financieros Proforma

Córdoba (2011), considera que: Son informes estadísticos proyectados que se utilizan para ilustrar el estado financiero esperado de una empresa en una fecha futura. Los estados financieros son parte importante del proyecto emprendedor.

La proyección de los estados financieros consiste en calcular cuáles son los estados financieros que presentará la empresa en un futuro. (pág. 148)

Estado de pérdidas y ganancias

Córdoba (2011), manifiesta que “Demuestra cual es la utilidad o perdida obtenida durante un periodo económicos.” (pág. 149)

Flujo de caja

El flujo neto de caja es un esquema que presenta en forma orgánica y sistemática cada una de las erogaciones e ingresos líquidos registrados período por período. (Córdoba, 2011, pág. 149)

Evaluación Financiera

Con la finalidad de determinar las bondades del proyecto, como base para la toma de decisiones de inversión, se deben presentar en primer lugar las proyecciones de los estados financieros ganancias y pérdidas, flujo de caja para planificación financiera, balance general y flujo neto de efectivo, para medir la rentabilidad de la inversión. Las proyecciones pueden realizarse a precios constantes y/o corrientes para las últimas deben establecerse y justificarse previamente la hipótesis asumidas para la escalada interna de precios en los diversos componentes de inversión, costos e ingresos (Córdoba, 2011, pág. 150).

Valor Actual Neto (VAN)

Es el valor monetario que resulta de restar la sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tempo cero. (Ettiger, 2011, pág. 128)

Fórmula

Factor de actualización: $\frac{1}{(1+i)^n}$

VAN= Sumatoria Valor Actualizado – Inversión inicial

Criterio de Decisión

Para la toma de decisión a través del VAN se aplica los siguientes criterios:

- ✓ Cuando VAN > 0 : Señala que el proyecto es conveniente
- ✓ Cuando VAN < 0 : Señala que el proyecto no es atractivo
- ✓ Cuando VAN = 0: Señala que el proyecto es indiferente (Urbina, 2010, pág. 137)

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial

Fórmula:

TIR =Tasa menor + Diferencia de tasas $\frac{VAN\ Tasa\ menor}{VAN\ Tasa\ menor - VAN\ tasa\ mayor}$

Criterios de Decisión

Para la toma de decisión a través del TIR se aplica los siguientes criterios:

- ✓ Cuando TIR > 0: Señala que el proyecto es conveniente.
- ✓ Cuando TIR < 0: Señala que el proyecto no es atractivo.
- ✓ Cuando TIR = 0: Señala que el proyecto es indiferente (Urbina, 2010, pág. 138).

Razón Costo Beneficio

La razón beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto. (Ettiger, 2011, pág. 130)

Fórmula:

RBC = $\frac{\sum VP\ \ Ingresos\ Netos\ (TIO)"}{Inversión\ Incial}$

Periodo de Recuperación de Inversión

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. El proceso es muy sencillo: se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto. La cantidad total de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al periodo de recuperación (Vaquiro, 2010, Pág. 101).

Fórmula:

PRI = $\frac{\textbf{Inversión Inicial}}{\textbf{Ingresos Promedios}}$

Análisis de Sensibilidad

Manera de incorporar el factor riesgo a los pronósticos del proyecto, se desarrolla el análisis de sensibilidad que permite medir el grado de reacción de los resultados obtenidos ante variaciones en uno o más parámetros decisorios. (Ettiger, 2011, pág. 144)

Consiste en modificar las condiciones del proyecto en relación a algunos aspectos y medir lo que sucede con los parámetros de evaluación**.** (Ettiger, 2011, pág. 144)

Fórmula:

TIR= Tasa menor + Diferencia de tasas $\frac{VAN\ Tasa\ menor}{VAN\ Tasa\ menor - VAN\ Tasa\ mayor}$

a) Diferencia de la TIR= Nueva TIR– TIR Proyecto

b) Porcentaje de Variación= (Dif. TIR/TIR Proyecto) x 100

c) Coeficiente Sensibilidad= Porcent. Variación/ Nueva TIR

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el proceso de elaboración del presente proyecto, se utilizó diferentes métodos y técnicas que permitieron obtener los resultados esperados.

Materiales

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó los siguientes materiales:

- ✓ Calculadora
- ✓ Bolígrafos
- ✓ Cuaderno de apuntes
- ✓ Papel bond
- ✓ Material bibliográfico (libros, revistas, libros digitales etc.)

Métodos

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

Este método permitió conocer los hechos de una manera particular, que permitió establecer las conclusiones generales del proyecto.

Método deductivo: El método deductivo consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los teoremas, leyes, postulados y principios de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

Este método fue la base elemental para obtener la información de la investigación teórica, y todo lo que concierne al estudio general del proyecto, el mismo que permitió especificar de manera sintética y analítica.

Método Bibliográfico: Es el proceso de búsqueda de información en documentos para determinar cuál es el conocimiento existente en un área particular.

Este método fue de gran ayuda durante la investigación, por cuanto permitió seleccionar los principales conceptos de libros, documentos virtuales y sitios de la web, permitiendo redactar la parte teórica y establecer en forma sistemática las fuentes de consulta.

Método Estadístico: El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos utilizando el ciclo deductivo-inductivo de la investigación. Las etapas del método estadístico son: Planteamiento del problema, recolección de la información, organización y clasificación de datos recogidos, análisis e interpretación de los resultados.

Este método permitió establecer la respectiva tabulación, análisis e interpretación de los resultados.

Técnicas e instrumentos.

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron para el desarrollo de la investigación son: observación directa y encuestas.

Observación

La observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información para la investigación.

Esta técnica permitió conocer de manera directa la situación actual sobre proceso de producción artesanal de la indumentaria típica, como también se pudo identificar a las productoras (mujeres) que mayormente se dedican a la producción y comercialización de indumentarias típicas en las

comunidades de la nacionalidad Siekopaai; San Pablo de Katëtsiaya, Bellavista y Siekoya Remolino del cantón Shushufindi.

Encuesta

Las encuestas son instrumentos con las cuales se obtienen información de forma sistemática de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo.

Para obtener un resultado adecuado de la investigación, se aplicaron 377 encuestas en las zonas de mayor influencia cultural del cantón Shushufindi.

Población y muestra

Población es el conjunto formado por todos los elementos a estudiar y Muestra es la parte de una población que se considera representativa de la misma.

Para el estudio de la población se procedió identificar dos tipos de población, mismo que fue analizada en función a la demanda y en función a la oferta.

Población para el estudio de la demanda

Para el estudio de la demanda se tomó en cuenta a la población del cantón Shushufindi, principalmente a las parroquias de mayor influencia de la población indígena, especialmente, la nacionalidad Siekopaai. La población indígena en el cantón representa un 13.40% que corresponden a las nacionalidades Siekopaai, Kichwa, Shuar y Siona. Según el Censo de Población y Vivienda del 2010 realizado por el INEC, la población total del cantón Shushufindi es de 44.328 habitantes (Anexo 1), a la misma se la divide para 4 integrantes por familia siendo esta 11.082 familias mismo que proyectados para el año 2016, la población por familias es de 13.544 con una tasa de crecimiento del 3.40%.

Cuadro N° 1
Población de estudio

AÑOS	POBLACIÓN	FAMILIAS
2010	44.328	11.082
2011	45.835	11.459
2012	47.394	11.848
2013	49.005	12.251
2014	50.671	12.668
2015	52.394	13.098
2016	54.175	13.544

Fuente: INEC (TC 3,40%)
Elaboración: Mayra Piaguaje

Determinación del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se procedió a desarrollar la siguiente fórmula estimando un margen de error del 5%.

Fórmula:

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

DONDE:

Nivel de confianza	Z = 1,96
Probabilidad a favor	p = 0,5
Probabilidad en contra	q = 0,5
Población Económicamente Activa Proyectado	N = 13.544
Margen de error	e^2 = 5%
Tamaño de la muestra	n = 374

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1{,}96)^2(0{,}5)(0{,}5)13.544}{(0{,}05)^2(13.544-1) + (1{,}96)^2(0{,}5)(0{,}5)}$$

$$n = \frac{(3{,}8416)(0{,}25)(13.544)}{(0{,}0025)(13.543) + (3{,}8416)(0{,}25)}$$

$$n = \frac{(3{,}8416)(3.386)}{33{,}8575 + 0{,}9604}$$

$$n = \frac{13.007{,}6576}{34{,}8179}$$

$n =$ **374** R//

El número de encuestas que se aplicó en el cantón Shushufindi es de 374.

Población para el estudio de la oferta

Para el estudio de la oferta se tomó en cuenta a las productoras de indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai, que lo realizan en forma artesanal en las comunas Siekopaai del cantón Shushufindi. Para verificar dicha producción se procedió a realizar una observación directa en tres comunidades: San Pablo de Kaatëtsiaya, Bellavista y Siekoya Remolino, obteniendo como resultado de 11 mujeres dedicadas a la producción de indumentarias típicas, distribuidas en las diferentes comunidades, de los cuáles la comunidad con menor productoras es la comunidad San Pablo (Anexo 4).

f. RESULTADOS

Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a demandantes del cantón Shushufindi

1. ¿Cuál es su fuente de ingreso económico actual?

Cuadro N° 2
Fuentes de ingresos económicos de la población

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura	239	64%
Turismo	51	14%
Comercio	24	6%
Instituciones/Empresas	19	5%
Otros	41	11%
Total	**374**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

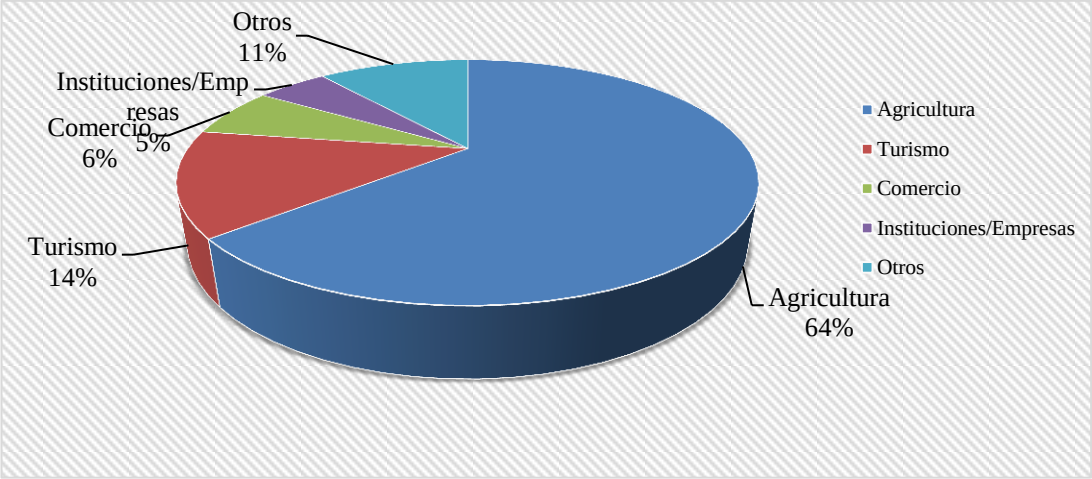


Gráfico Nro. 1. Fuente de ingresos económicos
Fuente: Cuadro Nro. 2.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- En cuanto a las fuentes de ingresos económicos los encuestados manifiestan que el 64% se dedican a la agricultura; el 14% al turismo; el 6% al comercio; el 5% trabajan en instituciones o empresas y el 11% obtiene sus ingresos realizando otras actividades. De esta manera se puede deducir que todos son personas económicamente activas.

2. ¿Conoce usted la indumentaria típica de la nacionalidad Siekopaai?

Cuadro N° 3
Conocimiento de indumentaria típica

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	297	79%
NO	77	21%
Total	**374**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

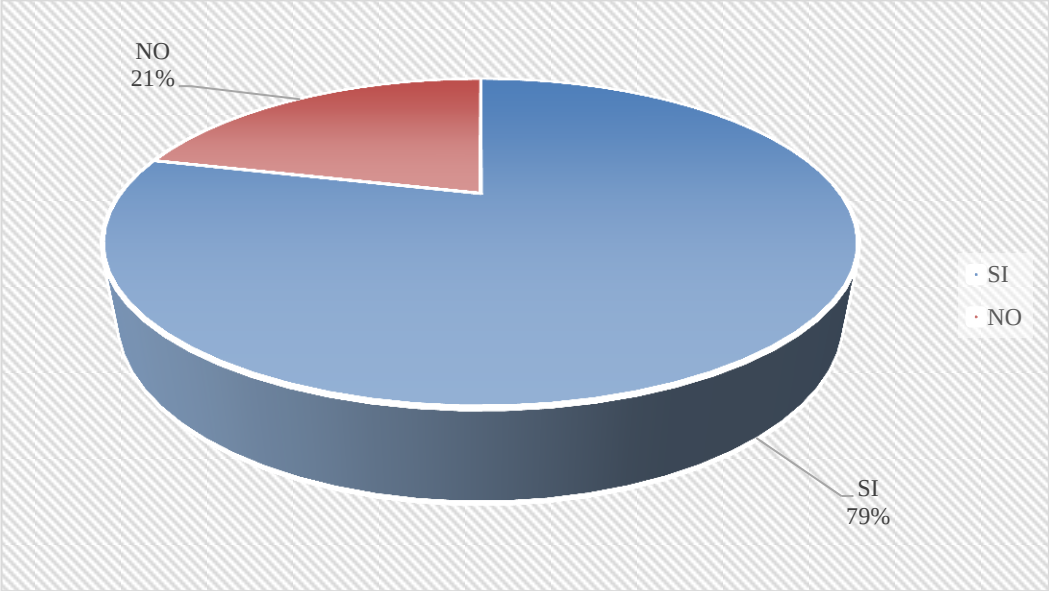


Gráfico Nro.2. Conocimiento de indumentaria típica
Fuente: Cuadro Nro. 3.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- En cuanto al conocimiento de la indumentaria típica el 79% menciona que sí conoce la ropa típica de la nacionalidad Siekopaai; de igual manera el porcentaje del 21% indican que no tienen conocimiento de la indumentaria típica de la nacionalidad Siekopaai.

3. ¿Utiliza usted la indumentaria típica de la nacionalidad Siekopaai?

Cuadro N° 4
Uso de indumentaria típica

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	286	96%
NO	11	4%
Total	**297**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

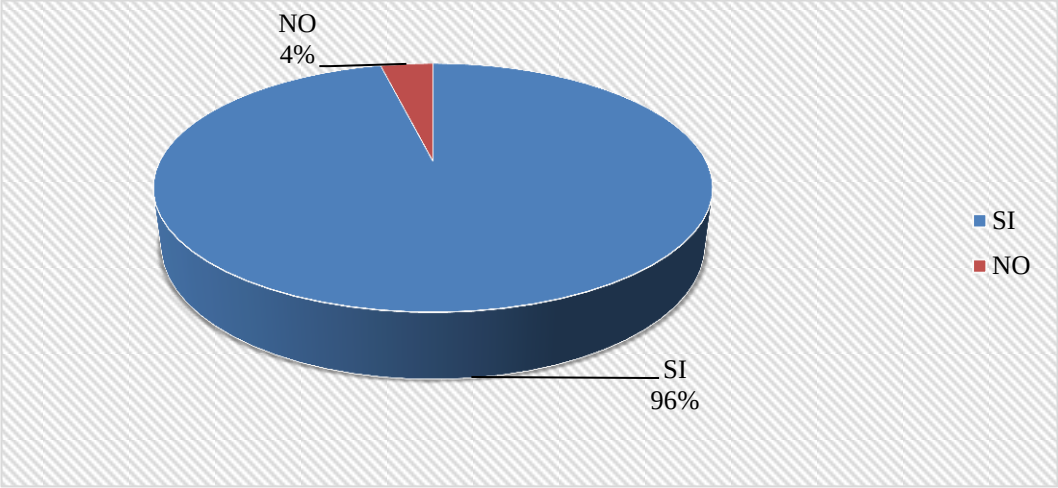


Gráfico Nro. 3. Uso de la indumentaria típica
Fuente: Cuadro Nro. 4.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- En cuanto al uso de la indumentaria típica el 96% menciona que usa la ropa típica de la nacionalidad Siekopaai; de igual manera el porcentaje del 4% indican que no les gusta la indumentaria tradicional si es de un material malo o mal elaborado.

4. ¿La calidad de las indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai que adquiere actualmente es?

Cuadro N° 5
Calidad de materiales de trajes típicos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	69	24%
Buena	119	42%
Regular	57	20%
Mala	41	14%
Total	**286**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

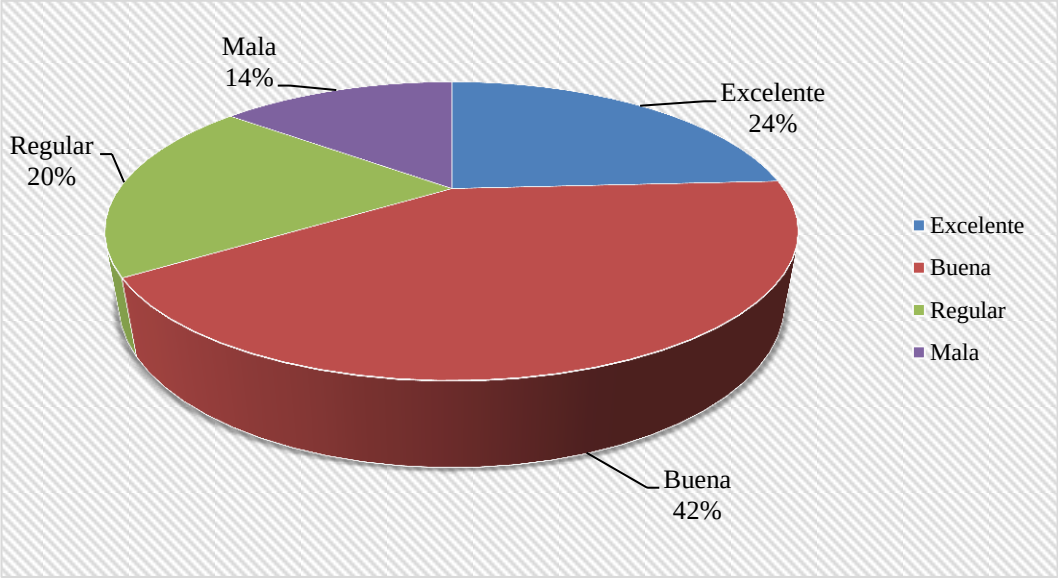


Gráfico Nro. 4. Calidad de materiales típicos
Fuente: Cuadro Nro. 5.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e Interpretación.- Los resultados evidencian que al 24% de las personas le parece excelente los materiales que se utilizan en la confección, el 42% considera que es buena, el 20% de las personas consideran regular y al 14% de las personas les parece que es de mala calidad los materiales que utilizan para la confección de las indumentarias típicas.

5. ¿Las indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai actuales satisfacen sus gustos?

Cuadro N° 6
Satisfacción de indumentaria típica actual

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	176	62%
NO	110	38%
Total	**286**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

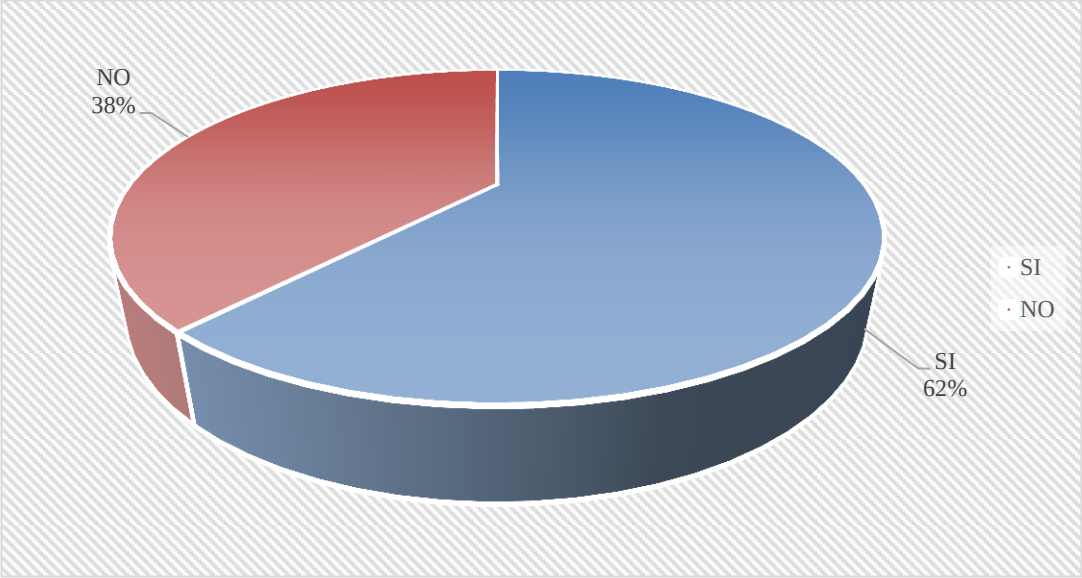


Gráfico Nro.5. Satisfacción de indumentarias típicas actuales
Fuente: Cuadro Nro. 6.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- De las personas encuestadas en el área el 62% dicen que si les gusta los productos actuales que se elaboran pero que son insuficientes; en cambio, el 38% mencionan que no son del agrado de las personas por ciertas características que presentan en sus diseños.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la indumentaria típica?

Cuadro N° 7
Costos de adquisición de indumentaria

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De $10 a $15	191	63%
De $16 a $20	72	25%
De $21 a $30	23	8%
Más de $30	0	0%
Total	**286**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

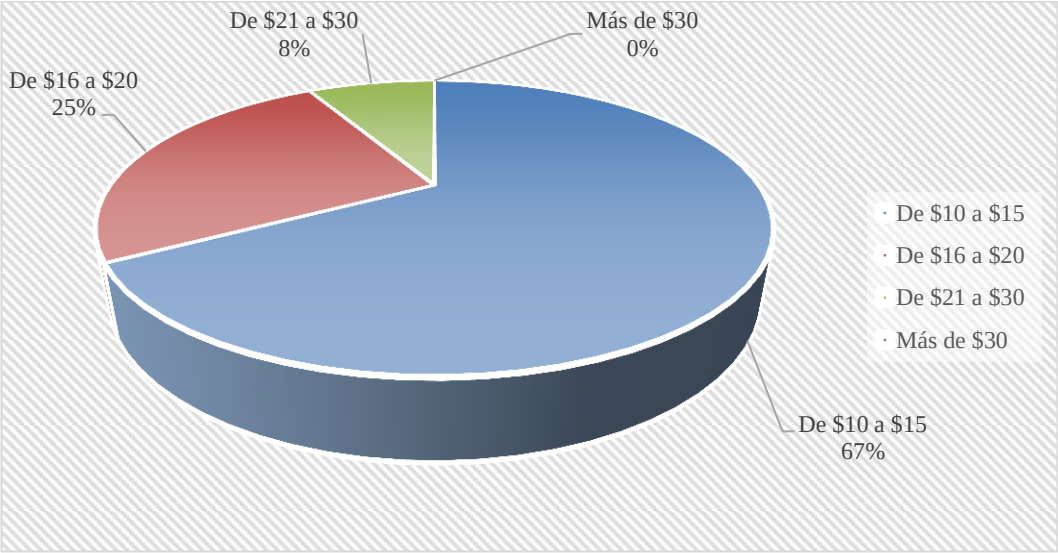


Gráfico Nro. 6. Costo de adquisición de indumentaria en dólar
Fuente: Cuadro Nro. 7.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- De un total de 286 habitantes, el 67% de los encuestados manifiestan que estarían dispuestos a pagar por la indumentaria típica de $10 a $15; mientras tanto que el 25% está dispuesto en pagar de $16 a $20, y el 8% señala que tiene la posibilidad de pagar un valor promedio de 21$ a 30$.

7. ¿El tipo de traje que Ud. adquiere es masculino o femenino?

Cuadro N° 8
Tipos de trajes que adquieren

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	191	67%
Femenino	95	33%
Total	**286**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

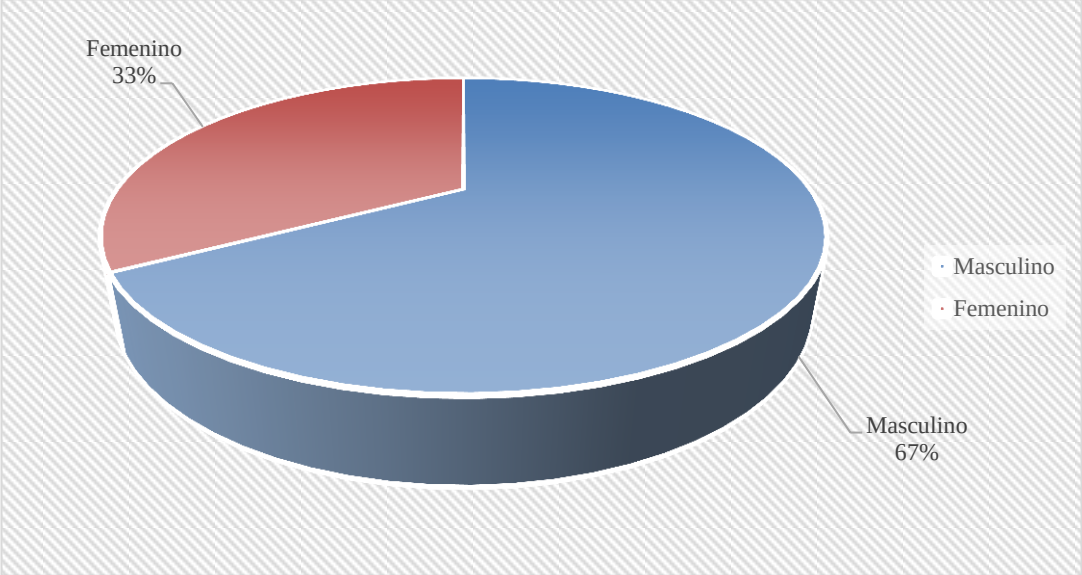


Gráfico Nro. 7. Tipos de trajes típicos
Fuente: Cuadro Nro. 8.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- El resultado arroja que el 69% compran trajes masculinos es decir, la túnica, de igual manera el 31% menciona que adquieren los trajes femeninos que comprenden en blusas y faldas.

8. ¿Qué cantidad de indumentarias típicas adquiere en el semestre?

Cuadro N° 9
Cantidad de compra de indumentaria típica

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 trajes	263	92%
3 a 4 trajes	23	8%
Más de 4 trajes	0	0%
Total	**286**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

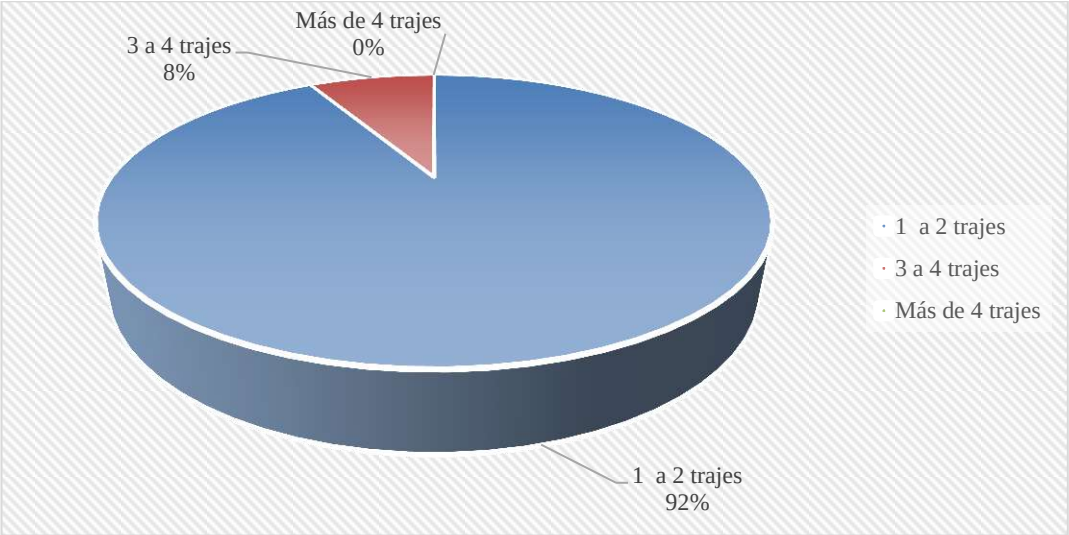


Gráfico Nro. 8. Cantidad de adquisición de la indumentaria típica
Fuente: Cuadro Nro. 9.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- Las personas encuestadas manifiestan que un total del 92% compra entre 1 a 2 indumentarias típicas en el semestre, de igual manera el 8% indica que compran de 3 a 4 prendas típicas durante el semestre.

9. ¿Ha adquirido usted algún traje típico de la nacionalidad Siekopaai en un sitio de venta determinado?

Cuadro N° 10
Adquisición de trajes típicos en un sitio determinado

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	283	100%
Total	**286**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

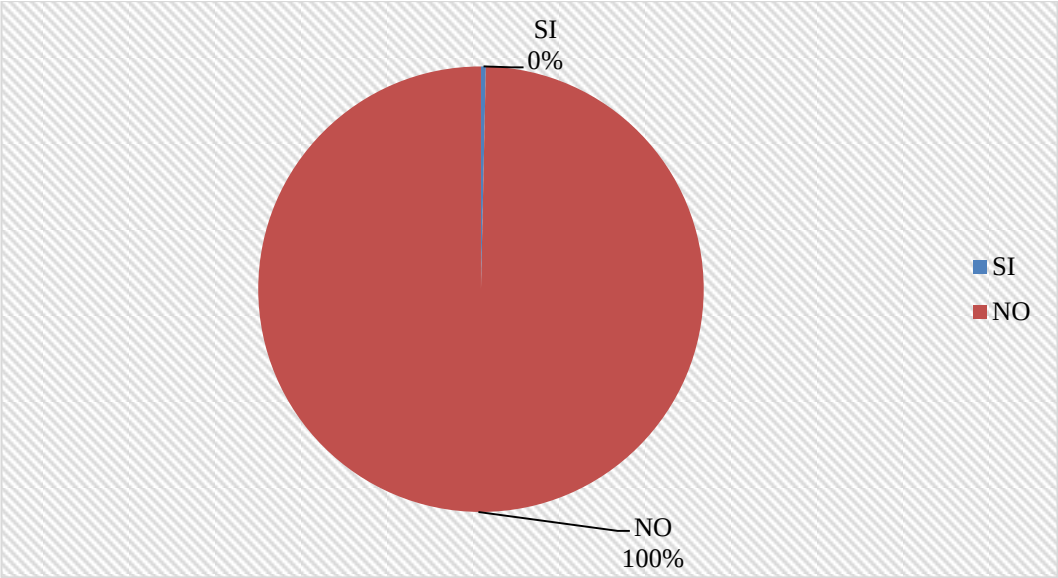


Gráfico Nro. 9. Adquisición de trajes típicos en un sitio de venta determinado
Fuente: Cuadro Nro. 10.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación

El 1% de las personas encuestadas mencionan que han adquirido las indumentarias típicas en algún sitio como un taller de confecciones de la comunidad, mientras que el 99% de las personas mencionan que desconocen de algún sitio determinado en la que fácilmente puedan adquirir las indumentarias típicas.

10. ¿En caso de implementarse una empresa dedicada a la producción y comercialización de indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai en nuestro cantón, estaría usted dispuesto a adquirir el producto?

Cuadro N° 11
Adquisición de trajes típicos en la nueva empresa

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	260	91%
NO	26	9%
Total	**286**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

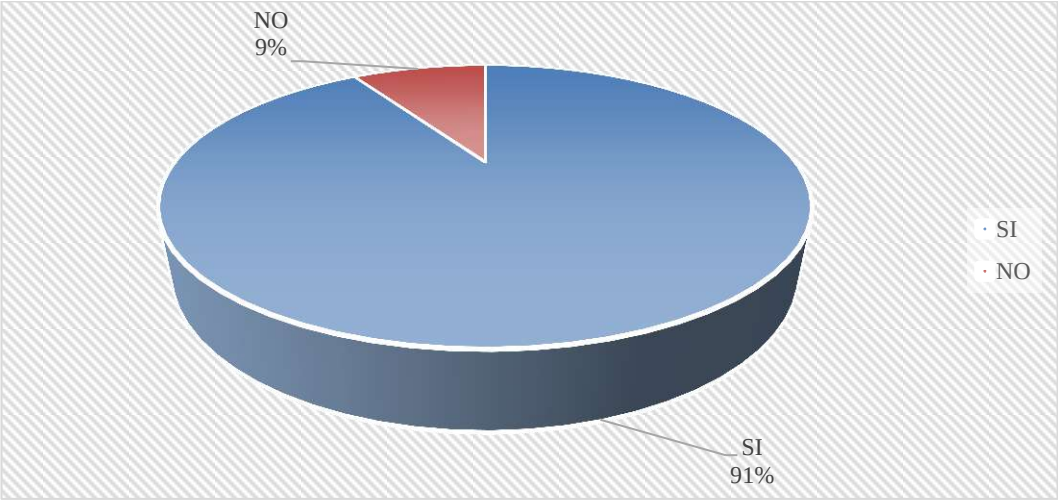


Gráfico Nro. 10. Disposición de adquirir trajes típicos en la nueva empresa
Fuente: Cuadro Nro.11.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación: Casi todas las personas del sector que se encuestaron manifiestan una complacencia a que se implemente una empresa que surta de ropa típica, el 91% lo confirman y el 9% manifiestan que se debe comprar los trajes de la región en los establecimientos tradicionales existentes.

11. ¿En qué punto de ventas le gustaría adquirir la indumentaria típica de la Nacionalidad Siekopaai?

Cuadro N° 12
Punto de venta de indumentaria típica

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Centro comercial	152	58%
Planta productora	97	37%
Tiendas de ropas	11	4%
Total	**260**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

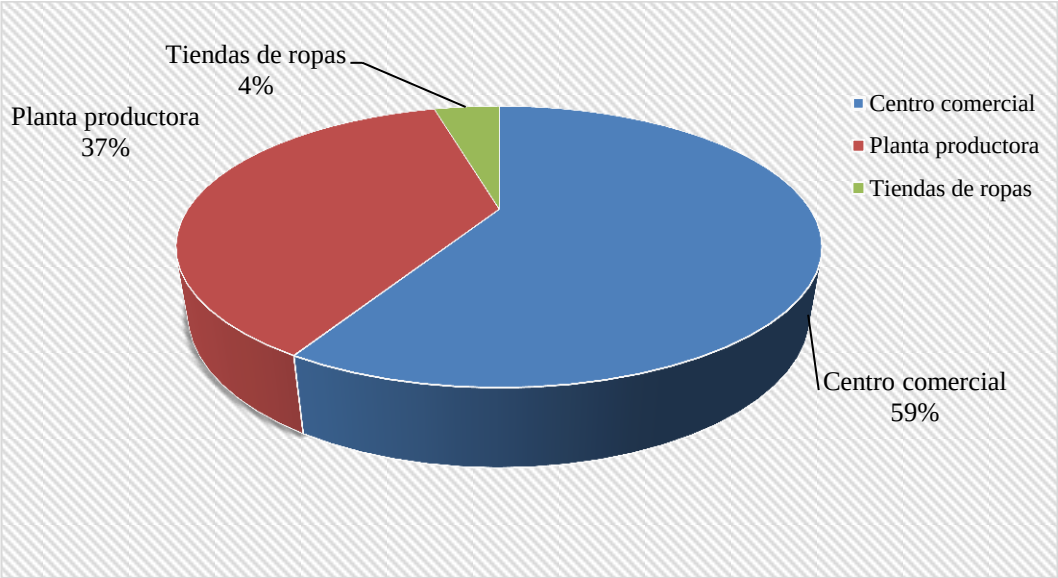


Gráfico Nro. 11. Punto de ventas de indumentarias típicas
Fuente: Cuadro Nro.12.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación: De las personas encuestadas el 58% desea que se comercialicen las indumentarias típicas en los centros comerciales, el 27% considera que sería más accesible a la compra en la planta productora de indumentarias y al 4% le gustaría adquirir en las tiendas de ropas, boutique etc.

12. ¿Desearía que los trajes típicos, tradicionales que sean accesibles a la economía de la mayoría de las personas?

Cuadro N° 13
Trajes típicos accesibles a la economía de las personas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	230	88%
NO	30	12%
Total	**260**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

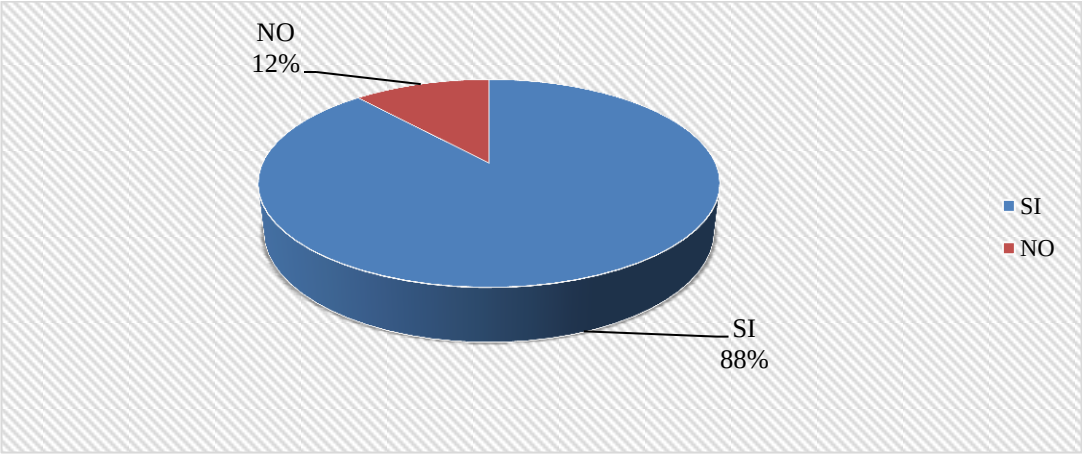


Gráfico Nro. 12. Trajes típicos accesibles a la economía de la sociedad
Fuente: Cuadro Nro.13.
Elaboración: Mayra Piaguaje

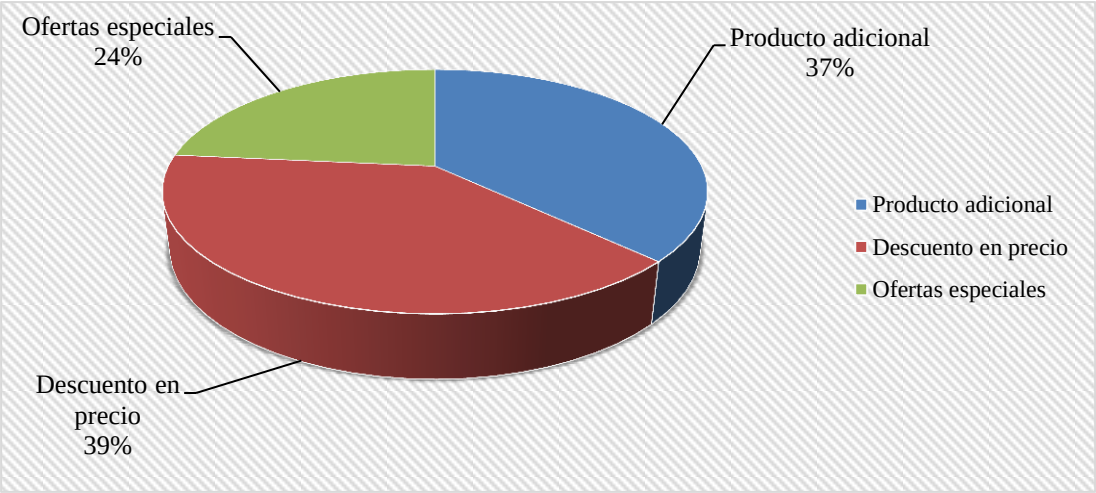
Análisis e interpretación: De las personas encuestadas el 88% desea que por el desenlace de la economía actual, la estabilidad, los trajes tengan precios cómodos para que se puedan comprar permanentemente. De igual manera el 12% indican que si el traje es de superior diseño y calidad en el material, el precio no importaría.

13. ¿Qué tipos de promociones le gustaría recibir en la adquisición de las indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai?

Cuadro N° 14
Tipos de promociones

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Producto adicional	197	37%
Descuento en precio	102	39%
Ofertas especiales	61	23%
Total	**260**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi



Elaborado por: Mayra Piaguaje
Gráfico Nro. 13. Tipos de promociones
Fuente: Cuadro Nro.14.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación: De las personas encuestadas el 37% desea recibir un producto adicional al momento de adquirir las indumentarias, el 39% menciona que el descuento en precios le resulta más cómodo al momento de comprar y el 24% considera que las ofertas especiales también serían importantes al momento de adquirir alguna prenda de vestir, en este caso la indumentaria típica.

14. ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría conocer la nueva empresa?

Cuadro N° 15
Medios de comunicación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Radio	117	45%
Televisión	41	16%
Redes Sociales	70	27%
Hojas volantes	32	12%
Total	**260**	**100%**

Fuente: Encuesta a demandantes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

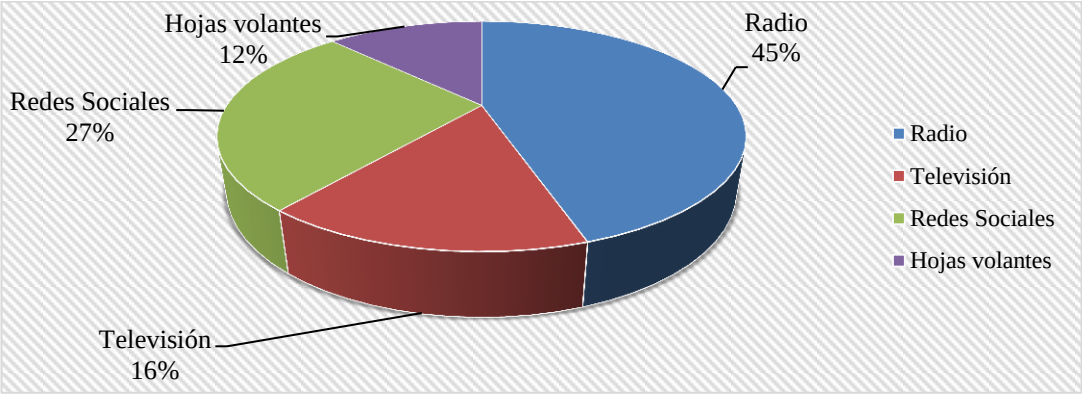


Gráfico Nro. 14. Medios de comunicación
Fuente: Cuadro Nro.15.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e Interpretación.- El 45% de las personas encuestadas manifiestan que le gustaría conocer el producto a través de la radio, por cuanto es más escuchado en las comunidades, especialmente la radio Sucumbíos, el 27% expresan que sería importante conocer a través de las redes sociales, por cuanto este medio está de moda y es más fácil ubicar; el 12% cree que se debería hacer publicidad a través de las hojas volantes y por último el 16% mencionan que también sería bueno conocer a través de la televisión, sin embargo, en las comunidades no hay señal televisiva.

Encuesta aplicada a oferentes del cantón Shushufindi

1. ¿Actualmente produce la indumentaria típica Siekopaai?

Cuadro N° 16
Producción actual de la indumentaria típica

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	100%
NO	0	0%
Total	**11**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

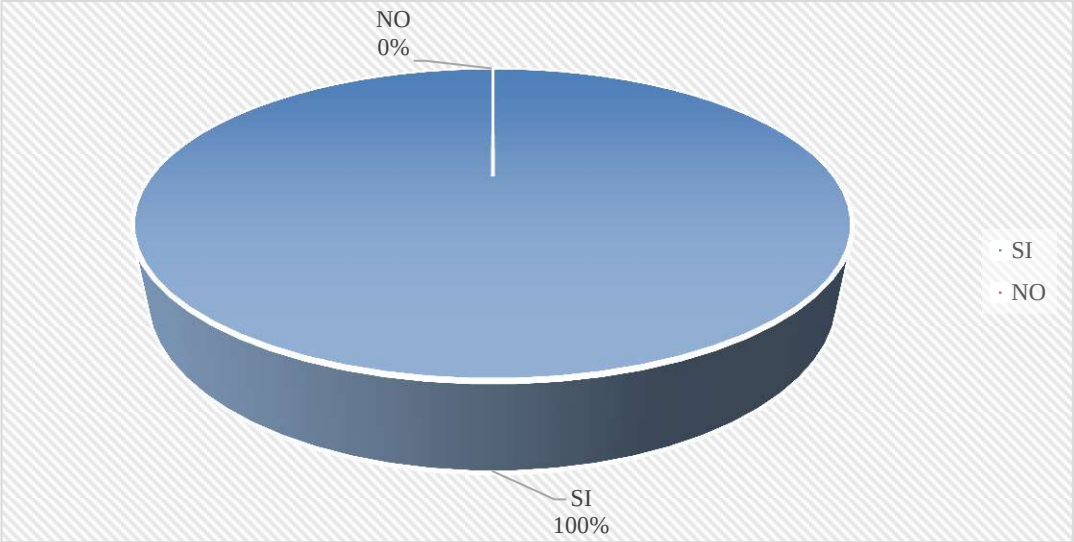


Gráfico Nro. 15. Producción actual de la indumentaria típica
Fuente: Cuadro Nro.16.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- De acuerdo a esta pregunta, el 100% de las personas encuestadas manifiestan que se dedican a la producción de la indumentaria típica de la nacionalidad Siekopaai a menor escala y de manera tradicional.

2. ¿Qué tipos de materiales usa en la producción de la indumentaria típica?

Cuadro N° 17
Tipos de materiales en trajes típicos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Lana	0	0%
Productos naturales	2	18%
Tela	9	82%
Total	**11**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

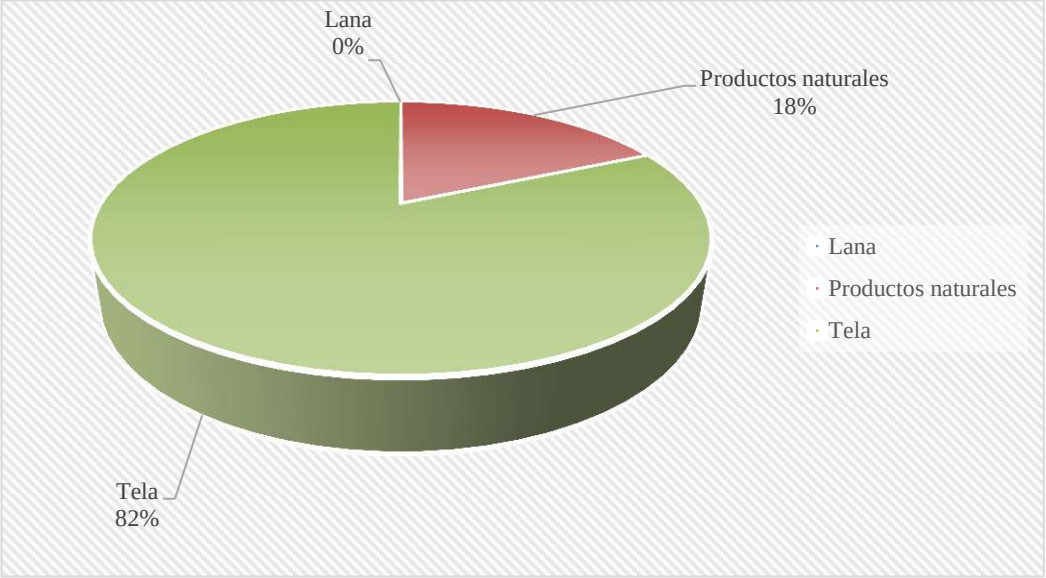


Gráfico Nro. 16. Tipos de materiales en trajes típicos
Fuente: Cuadro Nro.17.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- De un total de 11 productoras, el 82% producen la indumentaria típica con tela; mientras que el 18% lo hace con productos naturales. Los resultados muestran que la mayoría de las productoras utilizan la tela como materia prima, ya que los productos naturales han sido reemplazados por telas por su mayor comodidad, por lo tanto, serían competidores directos de la empresa textil a crearse.

3. ¿Principalmente, a quiénes ofrece su producto?

Cuadro N° 18
Tipos clientes

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Grupos de danza	1	9%
Familias Siekopaai	8	73%
Turistas	2	18%
Total	**11**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

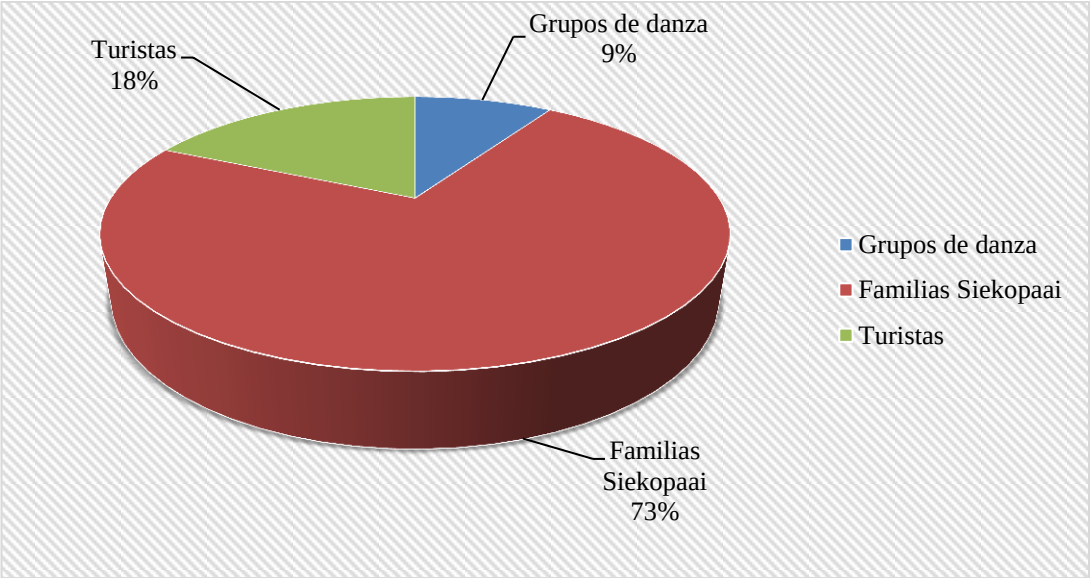


Gráfico Nro. 17. Tipos de clientes
Fuente: Cuadro Nro.18.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e Interpretación.- De las personas encuestadas, el 73% manifiesta que producen la indumentaria típica para uso exclusivo de las familias Siekopaai; mientras que el 18% produce trajes típicos para turistas nacionales y extranjeros quienes visitan a la comunidad o hacen turismo comunitario; el 9% ofrece a los grupos de danza, eventos culturales que lo hacen mediante pedidos.

4. ¿Qué cantidad de trajes típicos comercializa mensualmente?

Cuadro N° 19
Cantidad de comercialización de trajes típicos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
10 a 20 trajes	7	64%
21 a 30 trajes	2	18%
31 a 40 trajes	2	18%
Más de 40 trajes	0	0%
Total	**11**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

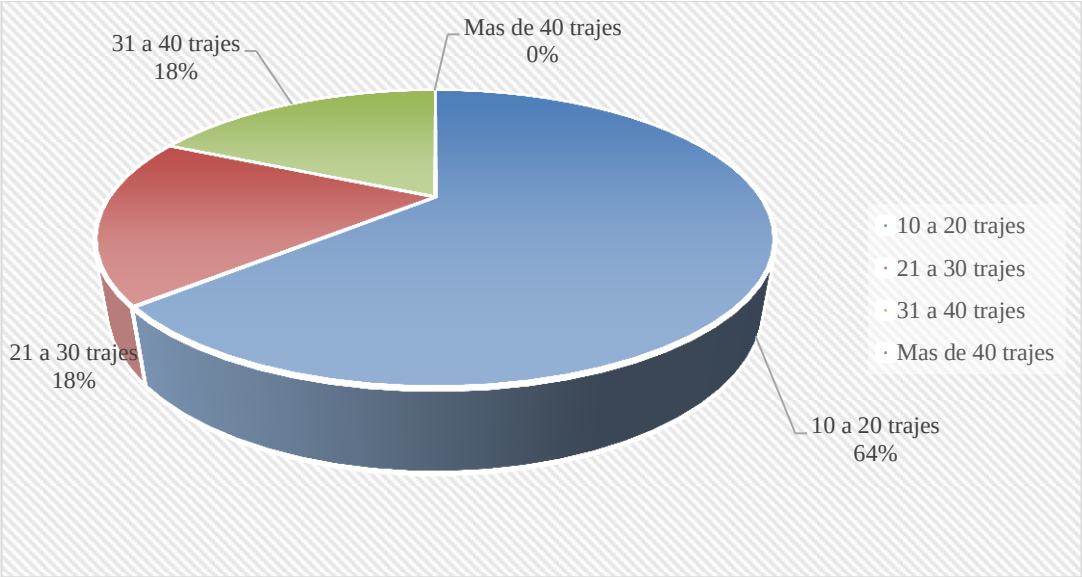


Gráfico Nro. 17. Cantidad de venta de trajes típicos
Fuente: Cuadro Nro.18.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e Interpretación.- El 64% de las productoras señalan que comercializan de 10 a 20 trajes mensualmente, mientras que el 18% indican que vende la cantidad de 21 a 40 trajes en el mes respectivamente.

6. ¿En qué lugar comercializa la indumentaria típica?

Cuadro N° 19
Lugar de comercialización de indumentaria

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Centros comerciales	0	0%
Ferias libres	0	0%
Boutiques	0	0%
En su domicilio	11	100%
Total	**11**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

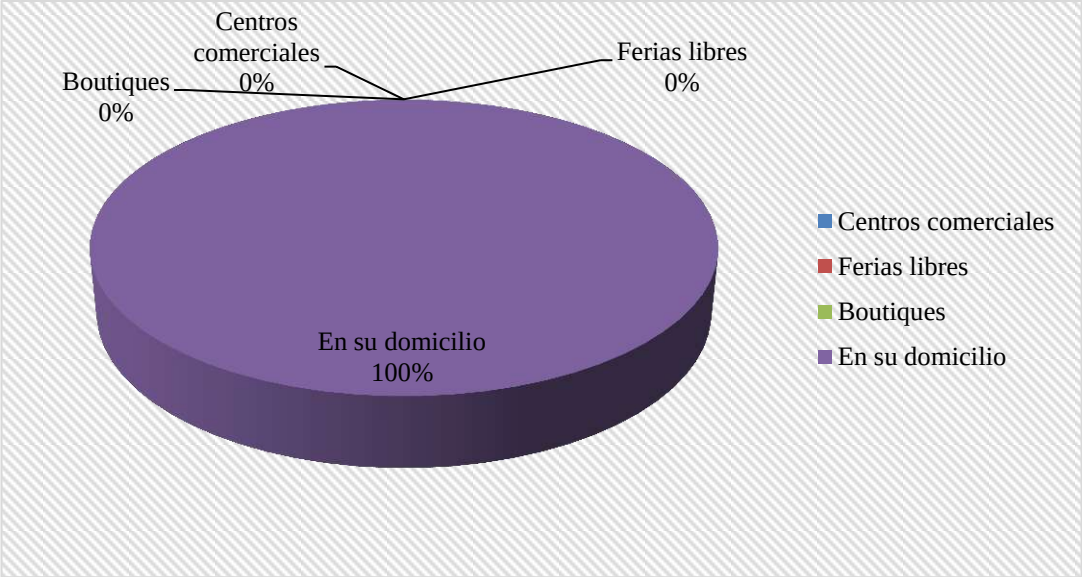


Gráfico Nro. 18. Lugar de comercialización de indumentaria
Fuente: Cuadro Nro.19.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- El 100% de los productores de la indumentaria típica, indican que comercializan sus productos desde su domicilio de la comunidad. Las productoras no comercializan las indumentarias típicas en un punto de venta determinado, ya que solo ofrecen desde sus domicilios a los clientes que deseen adquirir sus productos.

7. ¿Cuál es el precio promedio en dólares, por unidad de su producto?

Cuadro N° 20
Precio promedio en dólares del producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De $10 a $15	3	27%
De $16 a $20	6	55%
De $21 a $30	2	18%
Más de $30	0	0%
Total	**11**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

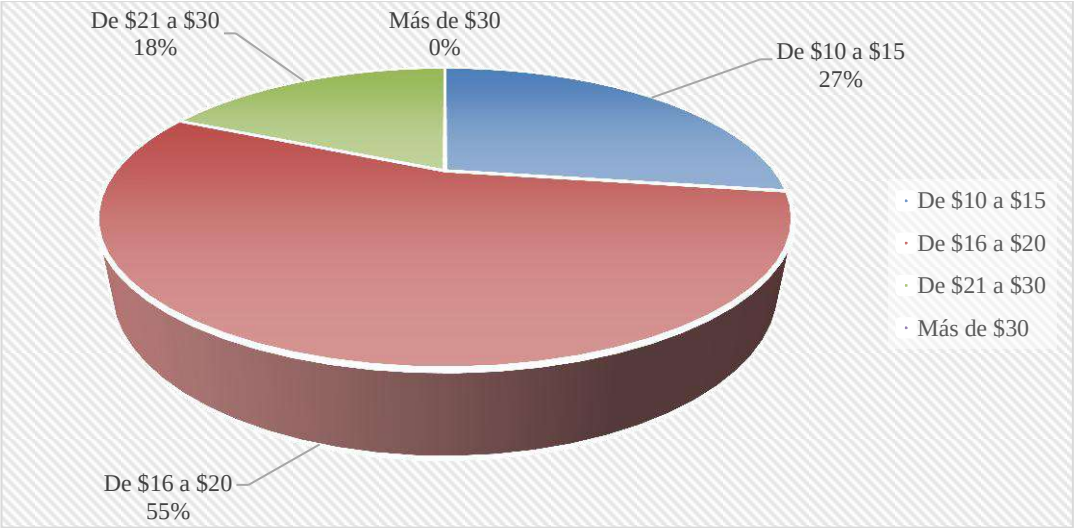


Gráfico Nro. 19. Precio promedio en dólares del producto
Fuente: Cuadro Nro.20.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e Interpretación.- El 55% de los productores señalan que el precio promedio que ofrecen es de $16 a $20; seguido del 27% que mencionan que los precios es de $21 a $30 y por último el 18% indican que lo comercializan en un costo menor de $10 a $15 las prendas por unidad.

8. ¿Los precios indicados son aceptados por el cliente?

Cuadro N° 21
Precios aceptados por el cliente

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	91%
NO	1	9%
Total	**11**	**100%**

Fuente: Encuesta a oferentes del cantón Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

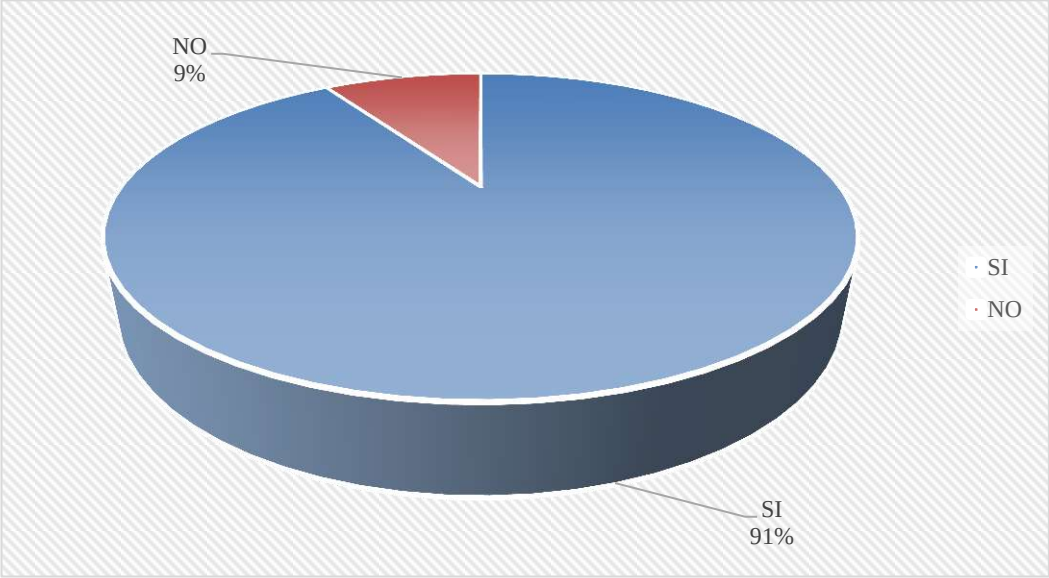


Gráfico Nro. 20. Precios aceptado por el cliente
Fuente: Tabla Nro.21.
Elaboración: Mayra Piaguaje

Análisis e interpretación.- El 91% de los productores manifiestan que sí es aceptado por los clientes el producto que ofrecen, mientras tanto, que el 9% indica que no son aceptados. Los precios de las indumentarias típicas son aceptados por la mayoría de los clientes, sin embargo, se debe definir un precio descontado de acuerdo a la calidad del producto.

g. DISCUSIÓN

Estudio de mercado

El estudio de mercado permite obtener un conocimiento evidente a cerca de la cantidad de los consumidores que adquirirán los trajes típicos de la nacionalidad Siekopaai en el cantón Shushufindi, durante la vida útil del proyecto de inversión de unos 10 años. Toda inversión tiene un camino señalado como es el llegar a cierto grupo de personas para satisfacer una necesidad y a la vez lograr un propósito individual o colectivo.

La sociedad está inmersa en una serie de acontecimientos sociales y económicos que la dinamizan constantemente. Un área álgida es la producción de ropa en mayor o menor escala en cualquier región. En el cantón Shushufindi, de la Provincia de Sucumbíos se desea establecer un futuro proyecto dedicado a la elaboración de prendas de vestir típicas de la nacionalidad Siekopaai. Considerando una gran oportunidad de llevar al mercado local la indumentaria típica satisfaciendo las necesidades de la población Siekopaai y las personas interesadas en adquirir estas prendas de vestir. Una actividad que se ha venido realizando de manera artesanal durante muchos años por parte de las mujeres Siekopaai, prácticas ancestrales que en la actualidad se está perdiendo.

La gran aceptación de la indumentaria típica que se da en la comunidad es por su variedad de diseño, comodidad, combinación de colores, el cual incita a que el grupo de mujeres dedicadas a la producción de la indumentaria tradicional, canalicen las ventas de manera formal, ofreciendo un producto de calidad y a un precio competitivo dentro del cantón Shushufindi. De esta manera generar los recursos económicos y contribuyendo a mantener la identidad cultural Siekopaai. Cabe indicar que la demanda de éste producto no sólo se da en la población por familias de la nacionalidad Siekopaai, sino que también se da por personas extranjeras que llegan a las comunidades para conocer la cultura Siekopaai, el cual también permite reactivar el turismo comunitario.

Análisis de la demanda

Es uno de los aspectos centrales del análisis de los proyectos de inversiones que se dan en una economía, exclusivamente en una futura empresa con el fin de satisfacer las necesidades de los que solicitan un producto o un servicio.

La futura empresa textil buscará establecer las líneas de venta para sus prendas de vestir en cualquiera de sus texturas, diseños y costos en el sector de la comunidad Siekopaai. Con el fin de determinar la cantidad de demanda de las indumentarias típicas que se requiere en el mercado, es decir, conocer la demanda efectiva.

Demanda Potencial

Para determinar la demanda potencial se tomó en cuenta el total de número de familias del cantón Shushufindi, que para el año 2016 tenemos un total de 13.544 familias, este dato se proyecta aplicando la tasa de crecimiento que es del 3,40% según la fuente del INEC, el cual permite conocer la demanda que tendrá durante 10 años de la vida útil del proyecto. El porcentaje de demanda se obtiene de los resultados de las encuestas aplicadas a cerca del conocimiento de la indumentaria típica Cuadro N° 2.

Cuadro N° 22
Demanda Potencial

AÑOS	POBLACIÓN POR FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL 79%
0	13.544	10.700
1	14.004	11.064
2	14.481	11.440
3	14.973	11.829
4	15.482	12.231
5	16.008	12.647
6	16.553	13.077
7	17.116	13.521
8	17.697	13.981
9	18.299	14.456
10	18.921	14.948

Fuente: Cuadro N° 2
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Demanda Real

Para obtener la demanda real se toma en cuenta a la cantidad de productos que se consumen en el mercado. En este caso se considera el total de los demandantes por cada año, resultado que es multiplicado por el 96% de las personas que realmente usan la indumentaria típica, en este caso la pregunta Nro. 3. Ayuda a determinar el uso del producto por parte de los consumidores reales de la indumentaria.

Cuadro N° 23
Demanda Real

AÑOS	POBLACIÓN POR FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL 79%	DEMANDA REAL 96%
0	13.544	10.700	10.272
1	14.004	11.064	10.621
2	14.481	11.440	10.982
3	14.973	11.829	11.356
4	15.482	12.231	11.742
5	16.008	12.647	12.141
6	16.553	13.077	12.554
7	17.116	13.521	12.980
8	17.697	13.981	13.422
9	18.299	14.456	13.878
10	18.921	14.948	14.350

Fuente: Cuadro N° 3 y 22
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Como resultado podemos ver el comportamiento del consumidor real en cada uno de los años proyectados.

Demanda efectiva

Para determinar la demanda efectiva se toma en cuenta la aceptación del producto en el mercado, en caso de crearse la empresa textil dedicada a

la producción y comercialización de indumentarias típicas, el mismo que mediante la aplicación de la encuesta se obtuvo una aceptación de 91%. El cual indica que será beneficioso para la nueva empresa, antes de determinar la demanda se realiza el análisis del uso per cápita.

Uso per- cápita

Cuadro N° 24
Uso Per cápita

Descripción	**Frecuencia**	**Xm**	**F(Xm)**
1 a 2 trajes	263	1,50	394,5
3 a 4 trajes	23	3,50	80,5
Más de 4 trajes	0	4,00	0
Total	**286**	**9**	**475**

Fuente: Cuadro N° 8
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Para determinar el consumo per cápita se aplicó la siguiente fórmula:

$$X = \frac{\sum f.x}{N}$$

En donde:

X =Consumo promedio mensual

F =Frecuencia

Xm = Punto medio

N =Población total

$\sum$ =Sumatoria total

$$X = \frac{\sum f.x}{N}$$

$$X = \frac{475}{286}$$

X= 1.67

Promedio semestral = 1 indumentaria típica semestralmente por persona que viene a ser el uso per cápita. Luego calculamos el promedio de consumo anual de la siguiente manera:

Consumo promedio anual **=** 2*2 = 4

Consumo promedio anual **=** 4 indumentarias al año por familia.

El uso de la indumentaria típica por familia sería de 4 indumentarias típicas al año.

Cuadro N° 25
Demanda Efectiva

AÑOS	DEMANDA REAL 96%	DEMANDA EFECTIVA 91%	USO PER CÁPITA	DEMANDA EFECTIVA EN UNIDADES
0	10.272	9.347		37.389
1	10.621	9.665		38.660
2	10.982	9.994		39.975
3	11.356	10.334		41.334
4	11.742	10.685		42.739
5	12.141	11.048	4	44.193
6	12.554	11.424		45.695
7	12.980	11.812		47.249
8	13.422	12.214		48.855
9	13.878	12.629		50.516
10	14.350	13.058		52.234

Fuente: Cuadro N°10, 23 y 24
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Análisis de la Oferta

La determinación de la oferta se realiza en base al número de indumentarias de que se está ofreciendo a nivel local de las comunidades.

Para el cual se ha tomado en cuenta a personas dedicadas a la producción de manera artesanal, que lo han hecho con el fin de valorar la cultura y tradición de los Siekopaai. En este sentido se hizo una encuesta a los oferentes de las indumentarias típicas en comunidades del cantón Shushufindi.

Estimación de la Oferta

La estimación de la oferta se determina mediante la cantidad de indumentarias que actualmente se comercializa en el mercado local, es decir en la población Siekopaai. Estos datos se obtuvieron de la Tabla Nro. 20, en el cual se analiza la oferta que existe actualmente, obteniendo la estimación de la oferta de la siguiente manera:

Cuadro N° 26
Venta promedio

Descripción	**Frecuencia**	**Xm**	**F(Xm)**
10 a 20 trajes	7	15,0	105
21 a 30 trajes	2	25,5	51
31 a 40 trajes	2	35,5	71
Más de 40 trajes	0	0,0	0
Total	**11**	**76**	**227**

Fuente: Cuadro N° 20
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Oferta = 227 trajes típicos

227/11= 21

21 x 11= 231

231 x 12 = **2772** indumentarias anuales.

Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta se realiza tomando en cuenta la vida útil del proyecto, que en este caso se proyectará por 10 años, para el cual se toma la tasa de crecimiento que es del 2,64% en áreas textiles y confecciones según la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador. (AITE, 2016)

Cuadro N° 27
Proyección Oferta

AÑOS	OFERTA
0	2.724
1	2.845
2	2.920
3	2.997
4	3.076
5	3.157
6	3.240
7	3.326
8	3.414
9	3.504
10	3.597

Fuente: Cuadro N° 20 y 26
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha, primeramente se hace el análisis entre la oferta y la demanda. Es decir, el resultado de la demanda efectiva cuadro Nro. 25, menos la proyección de la demanda de la oferta determinada en el cuadro Nro. 27. Los resultados obtenidos permitieron determinar la demanda insatisfecha de la indumentaria típica de la

nacionalidad Siekopaai en el cantón Shushufindi, a continuación el resultado se presenta el siguiente cuadro:

Cuadro N° 28
Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	37.389	2.772	34.617
1	38.660	2.845	35.815
2	39.975	2.920	37.055
3	41.334	2.997	38.337
4	42.739	3.076	39.663
5	44.193	3.157	41.036
6	45.695	3.240	42.455
7	47.249	3.326	43.923
8	48.855	3.414	45.441
9	50.516	3.504	47.012
10	52.234	3.597	48.637

Fuente: Cuadro N° 25 y 27
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Plan de Comercialización

El diseño de un plan de comercialización permitirá exponer los productos que ofrecerá la empresa textil Siekopaai, de esta manera lograr el posicionamiento de las indumentarias típicas en el mercado. El objetivo principal es promover el producto, precio, plaza y la promoción a través de la publicidad.

Producto

El producto que se propone ofrecer en el mercado a través de la nueva empresa textil son indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai cuyas prendas son: faldas, blusas y la túnica para hombre, elaboradas en tela y productos naturales en el caso de la pintura para matizar la tela. Las prendas de vestir serán de calidad, con diseños únicos que represente a la cultura y simbologías de la nacionalidad Siekopaai.

Presentación de las indumentarias

Las características del producto que comercializará la nueva empresa textil se detalla de la siguiente manera:

Falda

DESCRIPCIÓN	INDUMENTARIA
Tamaño: 50 a 60 centímetros de largo, 1.10cm de ancho. Depende de la contextura de la persona. **Diseño:** Tradicional y formal. **Color:** Negro con cintas decorativas de color rojo y blanco. **Forma:** Falda semicircular o campana	

Blusa

DESCRIPCIÓN	INDUMENTARIA
Tamaño: 50 centímetros de largo de acuerdo a la contextura de la mujer. **Diseño:** Tradicional y normal en combinación del color de la falda. **Color:** Blanco con negro y cintas de colores **Formas:** Recta, semiancha, cuello redondo.	

Túnica

DESCRIPCIÓN	INDUMENTARIA
Tamaño: 1.40 centímetros de largo, 50cm de ancho, dependiendo de la contextura del hombre. **Diseño:** diseño 1. Túnica de color blanco con símbolos tallado con pintura natural. Diseño 2. Túnica tradicional normal con detalles de cintas de colores. **Color**: verde y blanco **Formas**: Larga y recta	 Ejemplo 1. Diseño especial con detalles de pintura natural Ejemplo 2. Diseño sencillo con detalles de cintas de colores

Marca

La marca es la imagen que le identifica al producto a ofertar, en este caso la indumentaria típica, con el fin de crear fidelidad por parte de los clientes

y posicionar el producto a través de la marca en el mercado. Por lo que, se procedió a colocar una imagen, nombre del producto y un slogan.

Nombre del producto

El nombre identifica al producto a ser comercializado, en este caso las indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai, para ello se ha establecido nombrar en el idioma Paai Koka definiéndolo de esta manera: "***Sieko"*** que traducido al castellano significa "***Multicolor***" con esto se pretende diferenciar de otras marcas existentes en el mercado, los colores de la letra rojo y negro representa al achiote y al huito que son pinturas naturales que se utilizan para el maquillaje y teñir las indumentarias.

"Sieko"

Slogan

El slogan prácticamente es un acompañamiento que realiza a la marca, el cual es muy utilizado para dar mayor realce en la publicidad. Para este producto se escogió la siguiente frase.

"Tu elegancia multicolor"

Logotipo

El logotipo de la empresa está diseñada con una imagen del arcoíris que representa a los colores de las telas, el nombre de la marca en color

negro y rojo, el rojo representa el achiote que se utilizan los Siekopaai para el maquillaje facial o teñir las prendas blancas con símbolos y figuras, el negro representa al huito que se utiliza como maquillaje corporal o teñir el cabello, adicionalmente se ubica un símbolo de pintura facial para una mejor presentación, a continuación se presenta el logotipo de la siguiente manera:

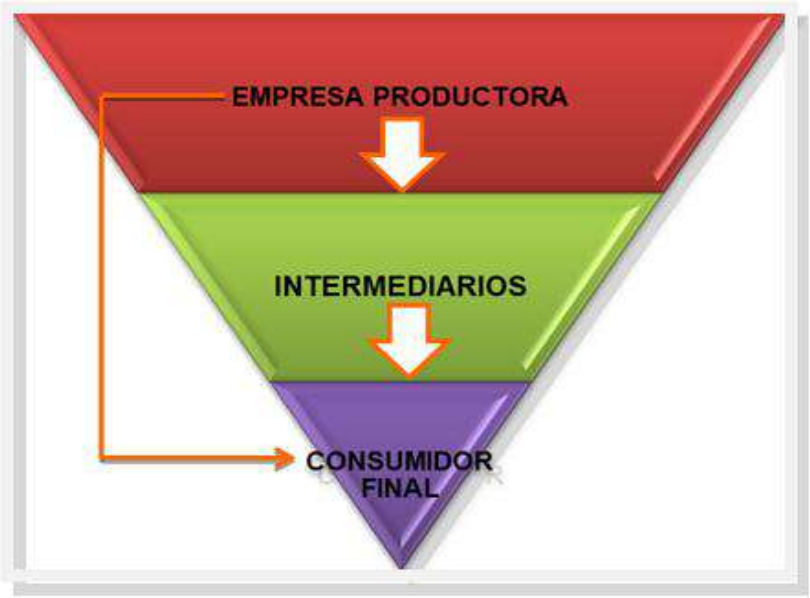
Precio

El precio de la indumentaria se fijó luego de analizar los costos de producción, precios en la competencia, el precio que los consumidores están dispuestos a pagar y también considerando el margen de utilidad. El proceso de determinación del precio se desarrolló en el estudio financiero.

Plaza y/o Comercialización

Las indumentarias típicas Siekopaai se comercializará al por mayor y menor, es decir, los productos van del productor directamente al consumidor, como también se podrá distribuir en algunos puntos de ventas interesados en el producto.

Gráfico N° 21
Canal de Distribución



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Promoción

La promoción de las prendas típicas es muy importante ya que permite dar a conocer las características, el diseño del producto hacia los clientes, de esta manera persuadir para que se vean interesados en adquirir las indumentarias, para ello se establecerá algunas estrategias de promoción: un desfile de modas para aperturar la comercialización de las indumentarias, muestra de productos a través de catálogos, sim embargo se considerará la promoción de descuento en precios mismo que mayor acogida obtuvo durante el estudio de mercado para lo cual el departamento de comercialización establecerá una porcentaje de descuento al momento de la compra de las indumentarias sean estas al por mayor o menor.

Publicidad

La promoción de las indumentarias se realizará a través de la radio Comunitaria Tsanda Jenfa de la nacionalidad cofán, emisora que actualmente tiene la mayor audiencia en toda la provincia y las comunidades indígenas. Se realizará la transmisión de tres cuñas: madrugada, medio día y en la noche en espacios culturales y el noticiero, el valor de publicidad es de 0.75 ctvs. c/u. Como también, se creará una página en la red social Facebook ya que esta página permitirá llegar a los clientes de manera efectiva y económica.

Estudio Técnico

En este estudio, se describe todo el proceso que se va a usar para la producción y el costo de producción de las indumentarias típicas. De esta manera se desea conocer en forma clara su funcionamiento técnico y práctico, es decir, determinar con qué va a producir los diseños textiles, cómo los va a elaborar (con que máquinas (manuales o eléctricas), en qué momento tiene que producirlos (no cuando uno quiere sino cuando el mercado lo pide), cuánto es lo que se utilizará para los diseños (costo y cantidad) y a dónde estarán destinados (porque no se puede vender un producto a cualquier lugar sin tener la certeza que lo van a comprar). Prácticamente se refiere al presupuesto de inversión y gastos que se vaya a generar durante el proceso de producción de la empresa.

Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto mide la reciprocidad de capacidad productiva durante un periodo estimado. Los factores considerables del tamaño son: la demanda, la disponibilidad de los insumos, la capacidad financiera de la empresa, tecnologías en proceso productivo, localización, el crecimiento de la competencia y otros aspectos relacionados al proyecto. Sin embargo, los materiales directos y la mano de obra son los más destacados en el proceso de producción de las indumentarias típicas. En este sentido, la determinación del tamaño del proyecto corresponde a la capacidad instalada que permita obtener un nivel óptimo de producción mediante el uso de equipos disponibles y los costos que genere la producción.

Capacidad instalada

Para la elaboración de cada indumentaria la empresa utilizará 2 máquinas industriales que serán manipuladas por 2 obreros, se puede determinar que la indumentaria de la nacionalidad Siekopaai consta de falda, blusa y túnica, para lo cual, la falda se confecciona utilizando la máquina en un tiempo de 15 minutos, la blusa 10 minutos y la túnica 5 minutos. Esto quiere decir que cada proceso para elaborar una indumentaria completa tiene una duración de 30 minutos, como la empresa trabajará 8 horas diarias, cada obrero tendrá 16 procesos, como tenemos 2 obreros, en el

día se elaborarán 32 procesos, la empresa laborará 260 días al año esto 32 x 260 = 8.320 indumentarias anuales.

CUADRO N° 29.
DETERMINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Descripción	Recurso Humano	Cant. General de producción	Nro. De Prendas elaborados al día	Días laborables al año	Unidades a produ4cir al año
Máquina 1	Obrero 1	30 min.	16	260	4.160
Máquina 2	Obrero 2	30 min.	16	260	4.160
			32		**8.320**

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro N° 30
Demanda Insatisfecha

Año	Demanda insatisfecha	Porcentaje a cubrir	Capacidad instalada en prendas
0	34.665	24,00	8.320
1	35.864	23,20	8.320

Fuente: Cuadro N° 28 y 29
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Capacidad utilizada

Para estimar la capacidad utilizada se toma como información base la demanda y la información de la capacidad instalada. Por no disponer de los recursos financieros necesarios se utilizará al inicio de las operaciones el 75% de la capacidad máxima instalada, es decir se va a producir 6.240 indumentarias con un incremento del 5% anualmente hasta los cuatro primeros años. Desde el cuarto hasta el décimo año la empresa funcionará y producirá con el 95% de su capacidad instalada. Como se

puede observar en ninguno de los años la empresa cubrirá la demanda existente

Cuadro N° 31
Capacidad utilizada

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad utilizada
1	8.320	75,00	6.240
2	8.320	80,00	6.656
3	8.320	85,00	7.072
4	8.320	90,00	7.488
5	8.320	95,00	7.904
6	8.320	95,00	7.904
7	8.320	95,00	7.904
8	8.320	95,00	7.904
9	8.320	95,00	7.904
10	8.320	95,00	7.904

Fuente: Cuadro N° 30
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Localización de la empresa

Macro Localización

La empresa textil productora y comercializadora de indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai estará ubicada en la provincia de Sucumbíos, cantón Shushufindi.

Gráfico N° 22.
Macrolocalización

Fuente: GADP Sucumbíos
Elaborado por: Mayra Piaguaje

La provincia de Sucumbíos se ubica en el Nor-oriente ecuatoriano. Hasta el año 1989 formaba parte de la provincia de Napo. La provincia de Sucumbíos está conformada por 7 cantones, que a su vez se subdividen en 26 parroquias rurales y 7 urbanas. Tiene una extensión territorial de 18.008,3 Km².

El cantón Shushufindi, se ubica en la parte centro sur de la provincia, con una extensión de 2.484 km2, altitud de 280 msnm. Tiene como cabecera cantonal a Shushufindi e integra a las parroquias de: Limoncocha, San Roque, 7 de Julio, San Pedro de los Cofanes y Pañacocha.

Micro Localización

Para determinar la microlocalización de la empresa textil productora de indumentarias típicas Siekopaai, se ha tomado en cuenta los siguientes factores:

Suelo

El lugar donde se va a construir la planta de producción es un terreno amplio y plano de 2500m^2 el cual es un espacio adecuado para la construcción de la planta.

Disponibilidad de materia prima

La materia prima básica para la producción de las indumentarias son las telas naturales, telas industriales y demás productos naturales. El cual es de fácil adquisición por cuanto se puede conseguir en la misma zona. En cuanto, a la tela industrial su adquisición se realizará mediante pedidos o en casas comerciales de las ciudades cercanas.

Disponibilidad de mano de obra

Por ser un sector con influencia directa a la nacionalidad Siekopaai, existe un gran número de personas demandantes de trabajo, que por sus experiencias tradicionales conocen la elaboración de las indumentarias Siekopaai.

Servicios básicos

El sector cuenta con servicios básicos como: energía eléctrica, agua y teléfono, mismos que son indispensables para el funcionamiento de la empresa.

Vías de acceso

Las vías de acceso al lugar donde se ubica la empresa son adecuadas para el ingreso de cualquier tipo de transporte terrestre. Además se puede ingresar vía fluvial ya que la empresa se encuentra cerca de las riberas del río Aguarico.

Con el fin de seleccionar la localización del proyecto se procede a establecer las siguientes opciones:

Opción A. Dirección: Vía las Palmeras sector San Roque.

Opción B. Dirección: Vía Tierras Orientales sector Nueva Vida.

Opción C. Dirección: Vía Providencia y vía San Pablo, comunidad San Pablo de Katëtsiaya.

Cuadro Nº 32
Matriz para seleccionar localización del proyecto

FACTORES LOCACIONALES	PESO	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN					
		A		B		C	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Disponibilidad de materia prima	35	60	21	70	24,5	80	28
Disponibilidad de mano de obra	30	70	21	80	24	50	15
Vías de acceso	20	60	12	80	16	40	8
Disponibilidad de servicios básicos	15	100	15	100	15	100	15
TOTAL	100		69		79,9		66

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Luego de analizar los factores para la consideración del lugar idóneo de la ubicación de la planta, se estableció que la empresa textil funcionará en:

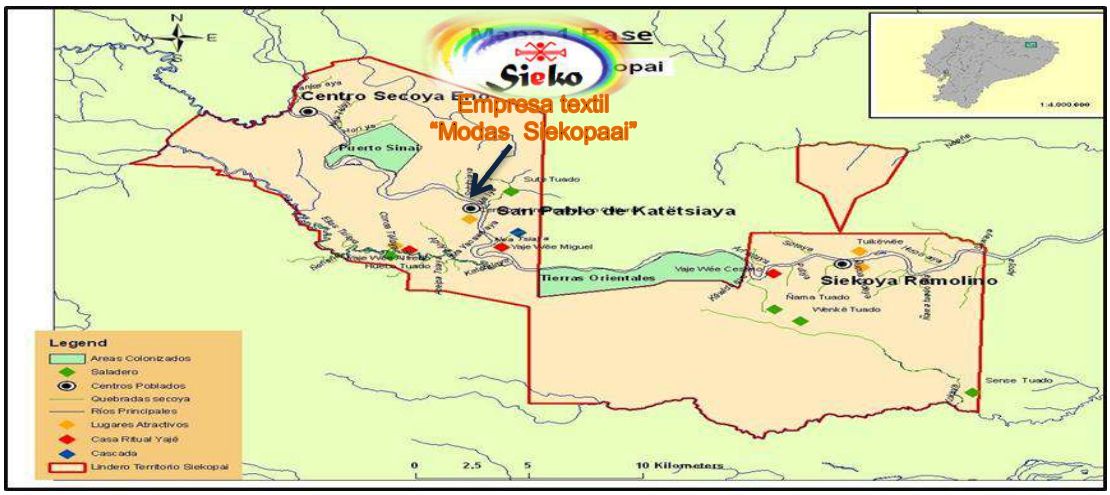
Cantón: Shushufindi.

Parroquia: San Roque,

Comuna: San Pablo de Katëtsiaya

Calles: Vía Puerto Providencia y Vía San Pablo.

Gráfico N° 22
Mapa territorio Siekopaai



Fuente: Plan Desarrollo cantonal-GAD Shushufindi
Elaborador por: Mayra Piaguaje

Ingeniería del Proyecto

Descripción del proceso de producción de indumentarias típicas

1. **Recepción y almacenamiento de materia prima y materiales**.- Primeramente seleccionamos la materia prima que es la tela de acuerdos a las prendas que se vaya a confeccionar y los materiales como hilos, cinta métrica, moldes y demás accesorios que vamos a utilizar en el proceso de confección.
2. **Diseño y cortes de moldes**.- Se realiza los moldes según los modelos, tallas y la cantidad de prendes a confeccionar.
3. **Trazo y corte de tela**.- Una vez diseñados los moldes se procede al trazo sobre las telas y el respectivo corte de telas.
4. **Bordado o teñido natural**.- Antes de que pase a la costura se hace el bordado o el tenido sobre la tenla con productos naturales según el diseño que se vaya a confeccionar.
5. **Confección**.- Se hilvanan y se unen las piezas de tela en la máquina de coser.
6. **Remachado y Acabado**.- Se remachan y cortan los bordes de las costuras para evitar el deshilado, posteriormente se pegan en la máquina overlock.
7. **Lavado, secado y planchado**.- Una vez obtenido la prenda ya terminada se procede a lavar y secar las prendas para posteriormente plancharlas y dar un acabado excelente.

8. **Control de calidad de prendas confeccionadas**.- Luego que se obtienen los productos terminados, se procede a realizar un control de las prendas confeccionadas r, a fin de que no vayan con desperfectos.
9. **Empaque y etiquetado**.- Por último se realiza el empaque y etiquetado de las prendas de vestir, mismos que estarán listos para la distribución.
10. **Almacenamiento**.- En este proceso se realiza el almacenamiento de los productos terminados para realizar el inventario de las prendas a ser comercializado sea por lotes o por unidades según el requerimiento de los intermediarios o clientes directos.

Flujo N° 1
Flujograma del proceso de producción

ACTIVIDADES						TIEMPO
a. Almacenamiento de materia prima						2 min
b. Transporte de materia prima al área de proceso						2 min
c. Diseño y corte de moldes						4 min
d. Trazo y corte de tela						3 min
e. Bordado o teñido natural						2 min
f. Confección						4 min
g. Remachado y acabado						3 min
h. Control de calidad de prenda						3 min
i. Empaque						3 min
j. Etiquetado						2 min
k. Almacenamiento						3 min
TIEMPO						**30 min**

Fuente: Proceso productivo
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Maquinaria y equipos

Gráfico N° 23
Máquina de Coser JUKI Overlock

Fuente: Casas comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Descripción

Modelo: MO-6700S
Marca: Juki Overlock

Características:

- ✓ 7000 puntadas por minuto
- ✓ 2 agujas - 4 hilos
- ✓ Separación de agujas 2 mm
- ✓ Costura seguridad
- ✓ Lubricación Automática
- ✓ Ancho cadeneta 4 mm.
- ✓ Largo puntada 0.9 mm a 4 mm
- ✓ Altura prensatela de 6.5 mm.
- ✓ Arrastre diferencia
- ✓ Incluye mesón, motor industrial y portacono.
- ✓ Aplicación : Lanas y telas medianas

Gráfico N°24
Recubridora Industrial JUKI

Fuente: Casas comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Descripción

Modelo: MF-7923/H23

Marca: Juki

Características:

- ✓ Lubricación automática
- ✓ Para materiales livianos, medianos y pesados
- ✓ Hasta 6500ppm
- ✓ Longitud de puntada de hasta 3.6mm
- ✓ Separación entre agujas de hasta 6.4mm
- ✓ Sistema de aguja UY128GAS

Gráfico N° 25
Máquina industrial de costura recta JUKI

Fuente: Casas comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Descripción

Modelo: BBL9000B
Marca: JUKI

Características:

- ✓ Automática electrónica.
- ✓ Motor al eje: menor consumo eléctrico, menor vibración, silencioso.
- ✓ Contador de puntada.
- ✓ Posicionador de aguja.
- ✓ Atraque electrónico.
- ✓ Corte de hilo automático.
- ✓ Para materiales livianos, medianos o pesados.
- ✓ Cose a una velocidad de hasta 5000ppm.
- ✓ Longitud de puntada de hasta 5mm.
- ✓ Altura del prensa tela: Con mano: 5.5mm, Con rodilla: 15mm, Automático: 8.5mm.
- ✓ Sistema de aguja DB×1.

Gráfico N° 26
Máquina bordadora eléctrica

Fuente: Casas comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Descripción:

Modelo: HCS2 1201-30

Marca: Happy

Características:

- ✓ Pantalla de control LCD táctil de 7”.
- ✓ Corrección automática de errores.
- ✓ Velocidad máxima de 1000 rpm (en bastidor plano); 750 rpm (con bastidor para gorras).
- ✓ Puerto USB pen drive; además acepta varias marcas y tamaños de tarjetas de memoria o flash USB/conexión LAN.
- ✓ Área máxima de bordado: 32x32 cm.
- ✓ Cambio y corte de hilo automático
- ✓ Memoria para almacenar hasta 2’000.000 de puntadas.
- ✓ Opción para bastidor de gorras
- ✓ Tiempo de trabajo estimado hasta 12 horas diarias (en un área con aire acondicionado).

Gráfico N° 27
Máquina cortadora industrial

Fuente: Casas comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Descripción:

Modelo: ZJ-3-550w-8"

Marca: Zoje

Características:

- ✓ Adecuada para cortar materiales livianos y pesados
- ✓ Voltaje de 110V / 220 V
- ✓ Cortadora vertical de tela 8 pulgadas
- ✓ Velocidad en RPM 2800
- ✓ Chuchilla vertical

Gráfico N° 28
Plancha industrial

Fuente: Casas comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Descripción:

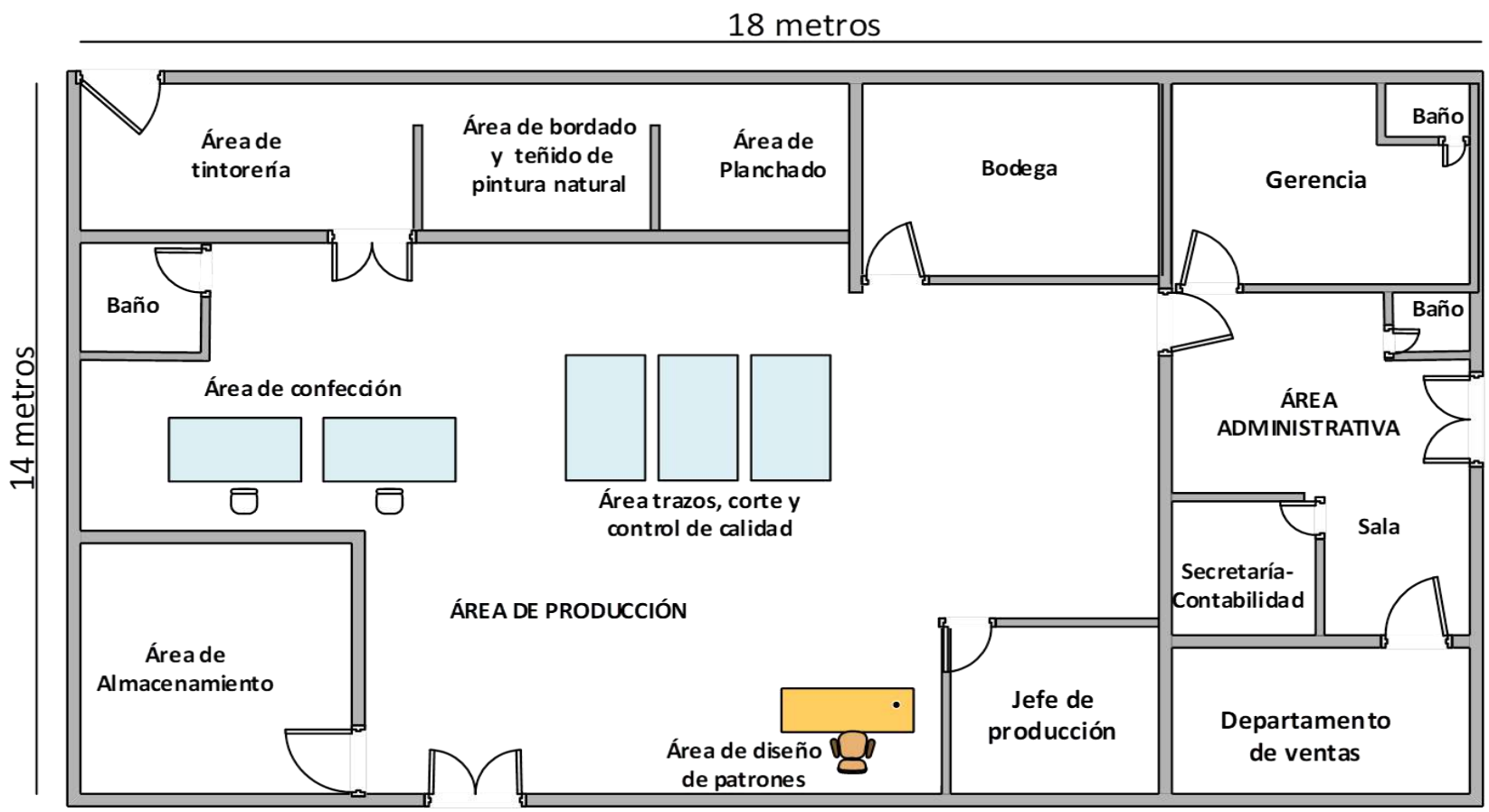
Modelo: ES-94A

Marca: Silver Star

Características:

- ✓ Peso 2.6 Kg
- ✓ Potencia 1300 watt
- ✓ medidas 227x138 mm
- ✓ Estanque aéreo 3 Litros

Gráfico N° 29
Diseño y distribución de la planta



Fuente: Capacidad Instalada Cuadro N° 30
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Descripción de la Planta

La planta cuenta con un espacio de 252m^2, 14 metros de ancho y 18 metros de largo, distribuidas de la siguiente manera: 2 Portones de ingreso principal (área administrativa, área de producción y una puerta en la parte posterior del área de lavandería), 3 Oficinas para el área administrativa, 1 Sala para visitantes, 1 Bodega, 3 Baños, Área producción con divisiones para: diseño de trajes típicos, trazado y corte de telas, Confección de piezas, bordados y matizados con productos naturales, tintorería, planchado, Área de control de calidad, una oficina para el jefe de producción y el Área de almacenamiento y distribución de productos terminados.

Estudio Legal y Administrativo

Estudio Legal

Toda empresa para empezar a desarrollar sus actividades comerciales debe estar legalmente constituida, por lo que se procederá a analizar la forma de constitución de la empresa textil de indumentarias, según la Ley de Compañías.

Forma de constitución

La forma de constitución de la empresa se constituirá según establece la Ley de Compañías en el Art. 92. (pág. 28). Por lo que, la empresa textil a constituir será de especie Responsabilidad Limitada “Cía. Ltda.”

Nombre o razón social de la empresa

El nombre es la identificación con la que la empresa representará y operará de acuerdo como establece la Ley de compañías. En este contexto, la razón social de la Empresa Textil es “Modas Siekopaai” y la marca que comercializará la empresa se denomina “Sieko”, cuya palabra en la lengua Paai Koka significa “multicolor”

Domicilio

Toda empresa debe establecer en forma clara la dirección domiciliaria para que permita una fácil ubicación por los clientes y los organismos de control, por lo tanto, la Empresa Textil Productora y Comercializadora de Indumentarias Típicas “Modas Siekopaai” estará ubicada en la provincia de Sucumbíos, cantón Shushufindi, parroquia San Roque, comunidad San Pablo de Katëtsiaya.

Objeto de la sociedad

Toda empresa debe determinar el objetivo principal para el cual se está constituyendo, el cual puede ser producir, comercializar un bien u ofrecer un determinado servicio. En este caso, el objetivo de la empresa textil es producir y comercializar indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai en el cantón Shushufindi.

Plazo de Duración

Las empresas al momento de constituir deben tomar en cuenta el tiempo de duración con el fin de medir los resultados propuestos. La empresa tendrá una duración de diez años a partir de la fecha de inscripción en el Registro mercantil, posteriormente se podrá evaluar y hacer algunas reformas según los requerimientos de los socios de la empresa.

Acta constitutiva

ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA TEXTIL COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIAS TÍPICAS "MODAS SIEKOPAAI" CIA. LTDA.

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de Responsabilidad Limitada "Empresa textil productora y comercializadora de indumentarias típicas "*MODAS SIEKOPAAI*", contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura de constitución de la compañía de Responsabilidad Limitada a la señora: Mayra Fanny Piaguaje Shiguango, portadora de cédula de ciudadanía Nro. 2100355169; de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, con domicilio en la comunidad San Pablo de Kaatëtsiaya, parroquia

San Roque, cantón Shushufindi, sin prohibición para establecer esta compañía y quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

TITULO I

Del Nombre, domicilio, objeto y plazo de duración.

Artículo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es "MODAS SIEKOPAAI" CIA. LTDA.

Artículo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es en la comunidad San Pablo de Kaatëtsiaya, parroquia San Roque, cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3º.- Objeto.- La compañía tiene por objeto en producir y comercializar la indumentaria típica de la nacionalidad Siekopaai con el fin de obtener una utilidad económica y a la vez contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural en la comunidad Siekopaai. En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Art. 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de diez años contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO II.- Del Capital Social

Artículo 5º.- Capital y participaciones.- El capital social es de veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América. El capital está íntegramente suscrito pagado en forma y proporción que es específica en las declaraciones.

Artículo 6°.- La compañía puede aumentar su capital social por resolución de la junta general de socios. Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento de capital en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

TITULO III

Del Gobierno y de la Administración

Artículo 7º.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 8º.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la dirección registrada

por cada socio en ella. El tiempo de intervalo entre la convocatoria y la junta, así como las demás precisiones son iguales a las ya indicadas.

Artículo 9º.- Quórum de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de más del 50% del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los socios presentes.

Artículo 10º.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social concurrente a la reunión.

Artículo 11º.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía de responsabilidad limitada.

Artículo 12º.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 13º.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período de dos años, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado. Corresponde al presidente:

a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;

b) Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,

c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 14º.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período dos años, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

a) Convocar a las reuniones de junta general;

b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas;

c) Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio;

d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,

e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

Disolución y Liquidación

Artículo 15º.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

CUARTA.- APORTES.- Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 137, numeral 7º, 103 o 104, o uno y otro de estos dos últimos, según el caso. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, este no podrá exceder de 12 meses contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los períodos señalados en el artículo 12º y 13º del estatuto se nombra por unanimidad como gerente a la señora Mayra Fanny Piaguaje Shiguango.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Los contratantes acuerdan autorizar al doctor Edgar Quezada para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

Usted, señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

EL ABOGADO

Marco jurídico

La actividad textil está regulada por las siguientes Leyes y nomas:

- ✓ Constitución de la República del Ecuador
- ✓ Ley de compañías
- ✓ Ley de Fomento Industrial
- ✓ Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado
- ✓ Normas Técnicas Ecuatorianas, INEN
- ✓ Código de Comercio

Requisitos Legales para el funcionamiento

Una vez constituida la empresa es necesario cumplir con los requisitos legales de funcionamiento para lo cual se debe seguir estas nomas principales:

- ✓ Registro Único de Contribuyentes – RUC (SRI)
- ✓ Patente y permiso municipal (Municipio y Cuerpo de Bombero)

- ✓ Obligaciones patronales (IESS)
- ✓ Registro de Normas Técnicas de Etiquetado de Prendas de Vestir, Ropa de Hogar y Complementos de Vestir (INEN)

Estudio Organizacional

Una estructura organizacional permitirá que la empresa textil productora y comercializadora de indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai, establezca funciones y responsabilidades para cada uno de los integrantes de las diferentes áreas de la empresa, para el cual se procedió a identificar los niveles jerárquicos.

Niveles Jerárquicos

Los niveles jerárquicos son las diferentes posiciones que ocupan en la estructura organizacional, es decir, los cargos o las personas que los ejercen y que tienen suficiente autoridad y responsabilidad para dirigir o controlar una o más unidades administrativas. La empresa textil “Modas Siekopaai” tiene establecido su estructura orgánica de cuerdo a los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel Legislativo

Es el máximo nivel de la empresa, tiene la potestad de crear políticas y reglamentos para la empresa. Dentro de este nivel se integra la Junta General de Accionistas.

Nivel Ejecutivo

Este nivel corresponde a la toma de decisiones de políticas generales que le corresponde a las funciones del gerente de la empresa, quién planea, dirige y controla el área administrativa y financiera de la empresa.

Nivel Asesor

Corresponde a las funciones de un asesor jurídico, quién no tiene autoridad de mando en la empresa, es encargo de todo lo que tenga que ver en la materia jurídica.

Nivel de Apoyo

Este nivel sirve de apoyo para los otros niveles administrativos, principalmente en la prestación de servicios.

Nivel Operativo

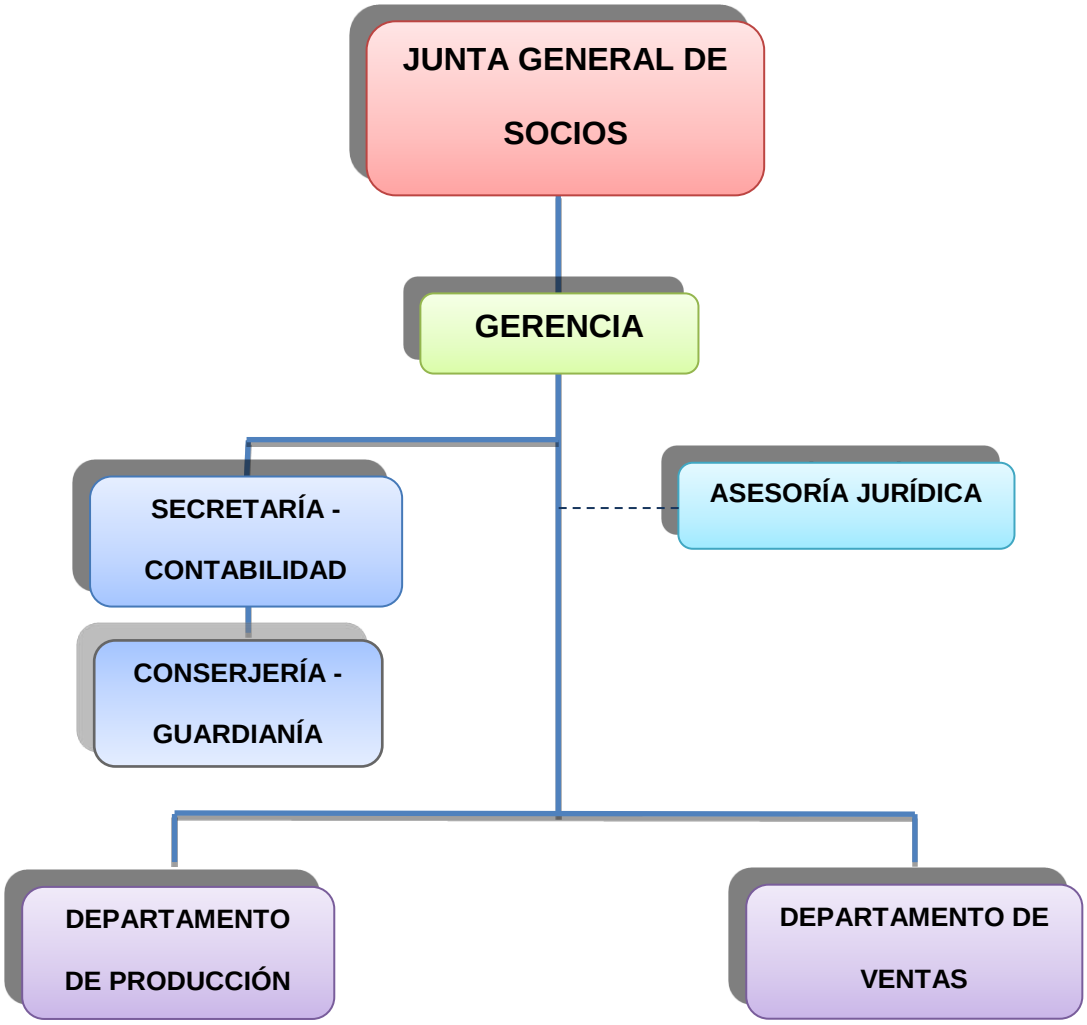
Este nivel está encargado de ejecutar las actividades básicas de la empresa, el cual está conformado por los departamentos de Producción, Ventas y Finanzas.

Estructura Organizacional

La empresa representará su estructura organizacional bajo un organigrama, el cual estará representado gráficamente con sus servicios,

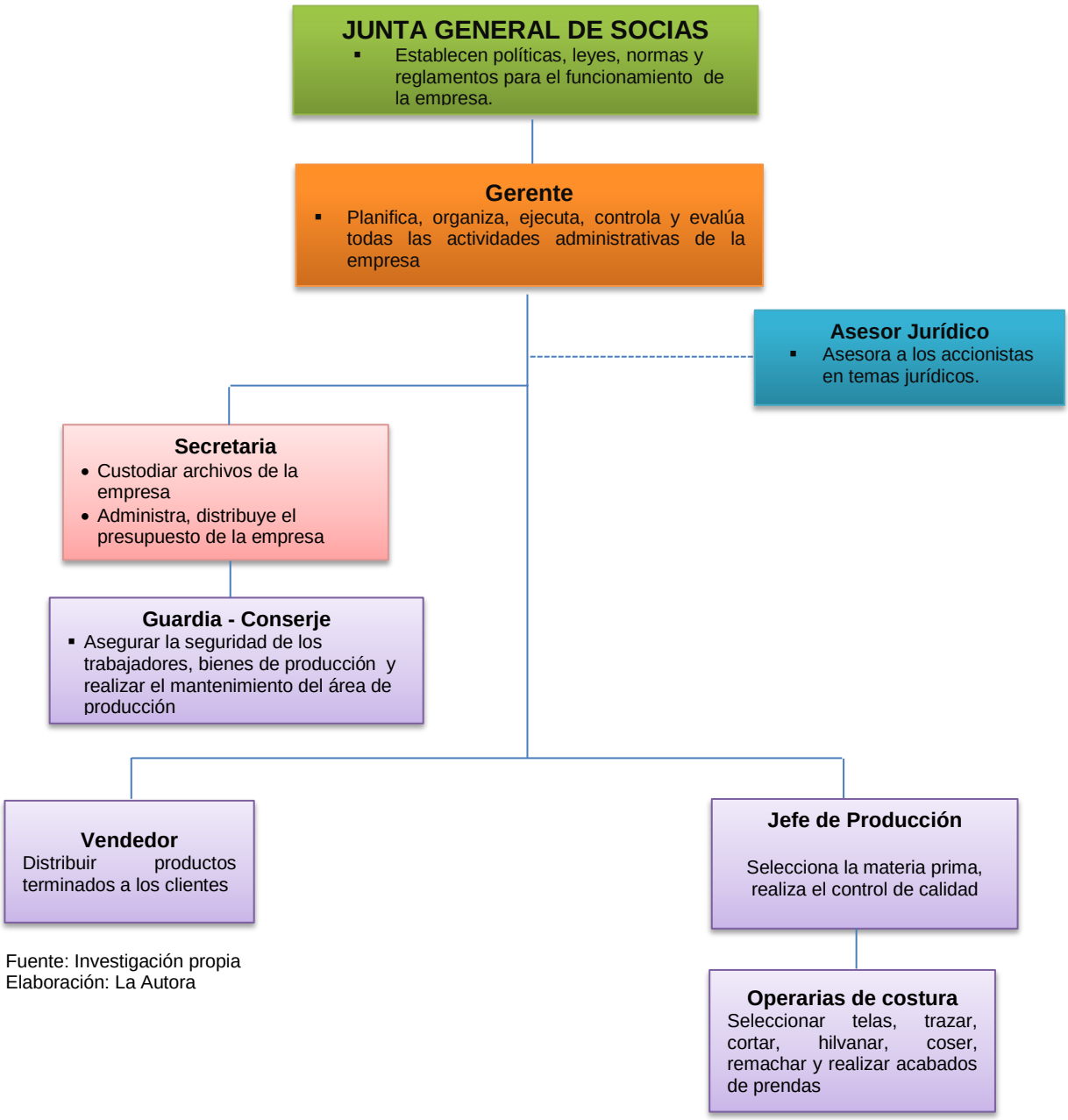
órganos y puestos de trabajo, como también las relaciones de autoridad y responsabilidad. Para el cual la empresa establecerá los departamentos necesarios de acuerdo a su necesidad básica para el funcionamiento.

Gráfico N°30
Organigrama Estructural de la Empresa Textil
"Modas Siekopaai" Cía. Ltda.



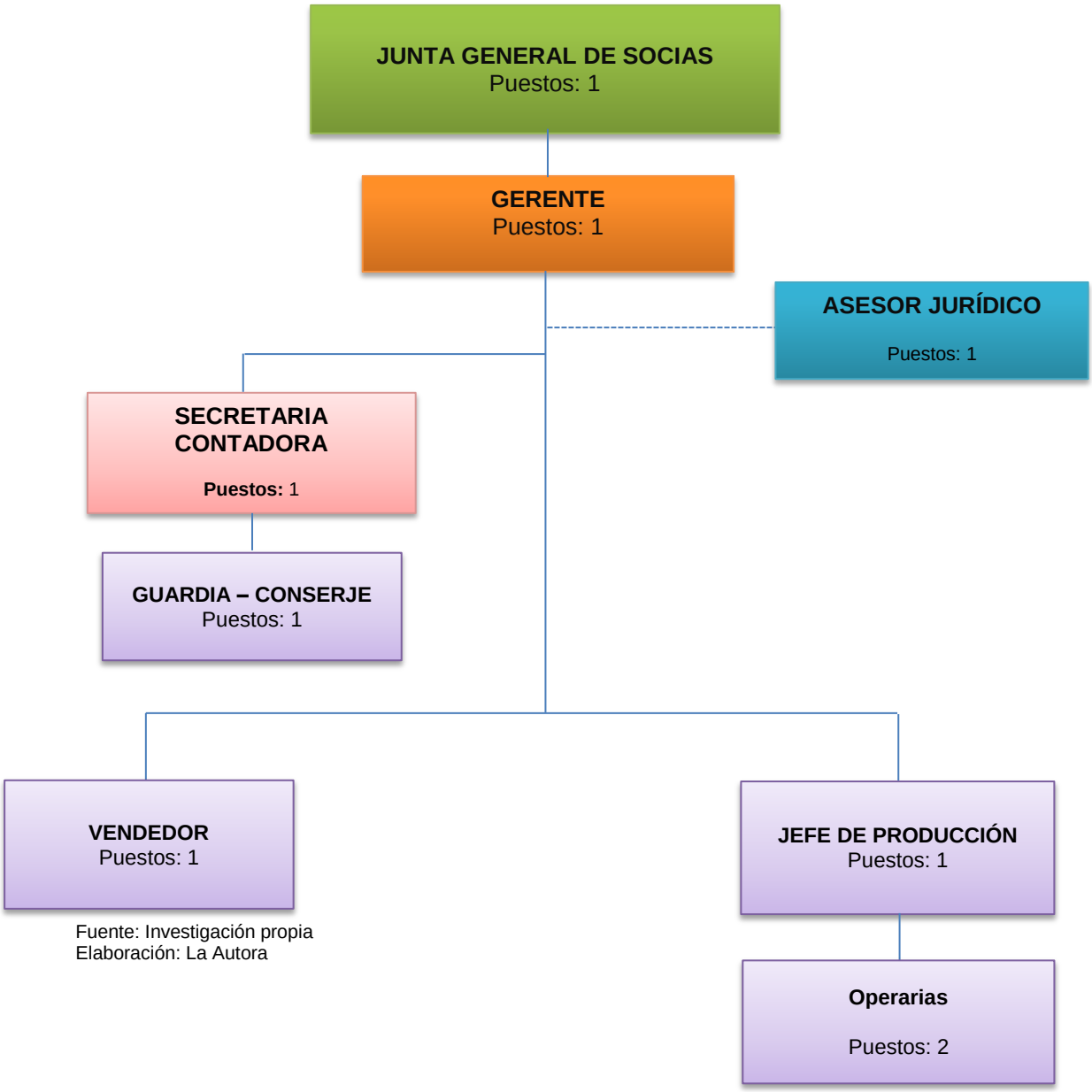
Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 31
Organigrama Funcional de la Empresa Textil
"Modas Siekopaai" Cía. Ltda.



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 32
Organigrama Posicional de la Empresa Textil
"Modas Siekopaai" Cía. Ltda.



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Descripción de los puestos

Dentro de la estructura organizacional la empresa textil de indumentarias típicas Siekopaai ha considerado crear los siguientes puestos para la buena coordinación y ejecución de actividades de la empresa.

Puestos:

1 Gerente

1 Secretaria - Contadora

1 Guardia-Conserje

1 Jefe de Producción

2 Operarias de costura

1 Vendedor

Manuales de funciones

Establece tareas que deben cumplir cada uno del personal en los puestos de trabajo y unidades administrativas, con el fin de ejecutar las actividades de acuerdo a sus funciones y profesiones.

EMPRESA TEXTIL "MODAS SIEKOPAAI" CIA. LMTDA.

CÓDIGO	**001**
TÍTULO DEL PUESTO	GERENTE GENERAL
NIVEL	EJECUTIVO
DEPENDE DE	JUNTA GENERAL DE SOCIOS
SUPERVISA A	TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DE TRABAJO:

Planificar, organizar, ejecutar, dirigir, controlar y evaluar las actividades que se realizan en la empresa.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- ✓ Cumplir con las disposiciones dadas por la junta general de Socias, dar a conocer sobre el cumplimiento de las mismas.
- ✓ Nombrar y contratar personal cumpliendo con los requisitos establecidos.
- ✓ Organizar cursos de capacitación para el personal de la empresa.
- ✓ Coordinar con las Unidades para asegurar el cumplimiento de objetivos, planes, normas y políticas establecidas para cada una de las áreas.
- ✓ Ejercer el control disciplinario de todo el personal
- ✓ Recibir inquietudes de los compañeros de trabajo para mejorar el servicio a los clientes.
- ✓ Solicitar los estados financieros mensuales al Jefe Financiero y Contadora para el análisis y toma de decisiones.
- ✓ Reunir frecuentemente al personal para evaluar el rendimiento de sus actividades y la empresa.
- ✓ Presentar ante el directorio programas de producción, pronósticos de ventas y todo lo referente a la actividad comercial de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

El puesto requiere de formación en administración de empresas, con criterio formado, capacidad profesional e iniciativa propia.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN:	Superior
TÍTULO:	Ingeniero Comercial
EXPERIENCIA:	No indispensable

EMPRESA TEXTIL "MODAS SIEKOPAAI" CIA. LMTDA.	
CÓDIGO:	002
TÍTULO DE PUESTO:	ASESOR JURÍDICO
NIVEL:	ASESOR
DEPENDE DE:	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A:	NO SUPERVISA

NATURALEZA DE TRABAJO

Asesoramiento, manejo y resolución de conflictos empresariales.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- ✓ Atender los asuntos judiciales de la empresa.
- ✓ Brindar asesoría en temas legales a directivos y ejecutivos.
- ✓ Representar legalmente a la empresa en asuntos judiciales.
- ✓ Estudia y resuelve los problemas legales relacionados con la empresa (contratos, convenios y normas legales).
- ✓ Emite informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa
- ✓ Interviene en todo tipo de negociaciones laborales
- ✓ Asesora en materia de derecho empresarial
- ✓ Negocia y redacta contratos

CARACTERÍSTICA DE CLASE

El puesto se requiere de formación en jurisprudencia con alta iniciativa y capacidad de solucionar problemas de asuntos legales de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Superior

TÍTULO: Abogado o Doctor en Jurisprudencia

EXPERIENCIA: 3 años en puestos similares.

EMPRESA TEXTIL "MODAS SIEKOPAAI" CIA. LMTDA.

CÓDIGO	003
TÍTULO DE PUESTO:	SECRETARIA - CONTADORA
NIVEL:	AUXILIAR
DEPENDE DE:	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A:	NO SUPERVISA

NATURALEZA DE TRABAJO:

Realizar las actividades de secretaría y contabilidad.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- ✓ Atención al cliente
- ✓ Custodia y manejo de archivos de la empresa
- ✓ Lleva la agenda de trabajo del Gerente y apoya en la redacción de los informes mensuales.
- ✓ Mantener el correcto funcionamiento de los sistemas y procedimientos contables de la empresa.
- ✓ Preparar y ordenar la información financiera y estadística para la toma de decisiones de las autoridades superiores.
- ✓ Mantener al día las actividades tributarias y otras actividades mercantiles
- ✓ Pagar los servicios en las fechas establecidas.
- ✓ Mantener al día los documentos contables con los proveedores.

CARACTERÍSTICA DE CLASE

El puesto requiere de formación de Ingeniero/a en Contabilidad y Auditoría con criterio formado con capacidad de llevar y controlar las actividades contables.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Superior

TÍTULO: Ingeniero/a en Contabilidad y Auditoría

EXPERIENCIA: 1 año en puestos similares.

EMPRESA TEXTIL "MODAS SIEKOPAAI" CIA. LMTDA."	
CÓDIGO	004
TÍTULO DE PUESTO:	GUARDIA-CONSERJE
NIVEL:	AUXILIAR
DEPENDE DE:	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A:	NO SUPERVISA

NATURALEZA DE TRABAJO

Brindar seguridad de los bienes muebles, inmuebles, materiales, equipos y al personal de la empresa como también mantener en orden de las instalaciones.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- ✓ Brindar seguridad al personal de la empresa.
- ✓ Resguardar los bienes muebles, inmuebles, materiales, equipos y toda herramienta de trabajo de la empresa.
- ✓ Mantener limpio las instalaciones, equipos y herramientas de producción.
- ✓ Brindar apoyo en actividades que requiera el personal de la empresa.
- ✓ Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior de inmuebles determinados, sin que en ningún caso puedan retener la documentación personal.
- ✓ Efectuar la protección de almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de valores y objetos valiosos.
- ✓ Llevar un control de los materiales de limpieza y el uso adecuado de los mismos.

CARACTERÍSTICA DE CLASE

El puesto requiere de formación en seguridad privada con criterio formado y reserva profesional, capacidad de brindar seguridad.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Secundaria
TÍTULO: Bachiller.
EXPERIENCIA: Un año en puestos similares

EMPRESA TEXTIL "MODAS SIEKOPAAI" CIA. LMTDA.	
CÓDIGO	005
TÍTULO DE PUESTO:	JEFE DE PRODUCCIÓN
NIVEL:	OPERATIVO
DEPENDE DE:	GERENTE
SUPERVISA A:	PERSONAL OPERATIVO

NATURALEZA DE TRABAJO:

Planificar, organizar, coordinar, ejecutar y supervisar las actividades dentro del área de producción.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- ✓ Realizar el respectivo control de calidad de las telas y prendas.
- ✓ Supervisar el proceso de producción y el manejo de máquinas por las operarias.
- ✓ Hacer llegar los avances del proceso de producción al gerente.
- ✓ Verificar que el personal cuente con los equipos y las herramientas necesarias para la producción.
- ✓ Vigilar que el personal de área de producción realice eficazmente sus labores y despache adecuadamente el producto.
- ✓ Inspeccionar el trabajo de diseño, confección, lavado, planchado, etiquetado y distribución de la misma.
- ✓ Ejecuta planes de mejora y de procesos.
- ✓ Emite informes, analiza resultados, genera reportes de producción que respalden la toma de decisiones

CARACTERÍSTICA DE CLASE

Personal responsable, proactivo, competitivo con iniciativa propia y ejecución de trabajo en equipo.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Superior
TÍTULO: Ingeniero en Industria Textil
EXPERIENCIA: 1 año en puestos similares

EMPRESA TEXTIL "MODAS SIEKOPAAI" CIA. LMTDA.	
CÓDIGO	006
TÍTULO DE PUESTO:	OPERARIAS
NIVEL:	OPERATIVO
DEPENDE DE:	JEFE DE PRODUCCIÓN
SUPERVISA A	NO SUPERVISA

NATURALEZA DE TRABAJO:

Trazar, unir y confeccionar las telas para la producción de las indumentarias típicas.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- ✓ Diseñar nuevos modelos de indumentarias típicas
- ✓ Diseñar patrones de costura para optimizar tiempo y recursos.
- ✓ Coser y remallar los diferentes productos creados.
- ✓ Elaborar los diferentes productos que se solicite.
- ✓ Cumplir con la producción en el tiempo solicitado.
- ✓ Minimizar el número de errores.
- ✓ Recibir e inventariar los materiales y elementos que ingresen dentro del área de trabajo.
- ✓ Mantener en buen estado las máquinas y herramientas de costura para la buena producción.

CARACTERÍSTICA DE CLASE

El puesto requiere de formación artesanal en Costuraría con capacidad de trabajar bajo presión y horas extras para maximizar la producción.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Secundaria

TÍTULO: Maestra artesana en Corte y Confección

EXPERIENCIA: 6 meses en puestos similares.

EMPRESA TEXTIL "MODAS SIEKOPAAI" CIA. LMTDA.	
CÓDIGO	007
TÍTULO DE PUESTO:	VENDEDOR
NIVEL:	OPERATIVO
DEPENDE DE:	GERENTE
SUPERVISA A	NO SUPERVISA

NATURALEZA DE TRABAJO

Persuadir, convencer, influir, dirigir la acción de un cliente, hacia la adquisición de los productos y servicios que ofrece la empresa.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- ✓ Vender todos los productos que la empresa determine, en el orden de prioridades por ella establecidos.
- ✓ Comunicar y asesorar al cliente sobre los nuevos productos y/o servicio que la empresa ofrece.
- ✓ Retroalimentar a la empresa con las inquietudes de los clientes.
- ✓ Preparar pronósticos de ventas en función al área asignada.
- ✓ Realizar tareas para activar la cobranza en función de cumplir con las metas fijadas en los presupuestos mensuales.
- ✓ Implementar los formularios y procedimientos para registrar las operaciones de venta.

CARACTERÍSTICA DE CLASE

Se necesita personal con grandes habilidades en ventas, facilidad de comunicación, empático, optimista, dinámico que sepa trabajar en equipo y bajo presión.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Secundaria o Superior

TÍTULO: Técnico en ventas, Licenciado/a en Marketing,

EXPERIENCIA: Seis meses en puestos similares.

Estudio Financiero

Inversiones

Comprenden los activos fijos, los activos intangibles, el capital de trabajo (activos corrientes y otros rubros de operación temporal), los gastos y costos de operación en que se verá inmersa la empresa textil productora de indumentarias típicas.

Inversiones en Activos Fijos

Son todas las inversiones en bienes de carácter intangible que son prácticamente estables y que sirven de manera operacional en el proceso de transformación de las materias primas.

Terreno

El terreno es uno de los activos principales que se necesita para ubicar la ubicación de las instalaciones de costura para la producción de las indumentarias típicas. La empresa cuenta con una dimensión de 2.500 m^2, el mismo que se localiza en la comunidad San Pablo de Katëtsiaya, a una hora de la ciudad de Shushufindi.

Cuadro Nº 33
Terrenos

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	120 m^2	200,00	24.000,00
TOTAL			**24.000,00**

Fuente: Municipio de Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Construcciones.- El área administrativa con una extensión de 64 m^2 se edificaría de hormigón armado, a un costo de $ 250,00 dólares el m^2 de construcción, inversión que asciende a un total de $ 16.000 dólares.

El área de planta o producción consta de una nave industrial de 50 m^2, a un costo de 210.00 dólares el m^2 de construcción, lo cual representa una inversión de 26.500.00 dólares.

Cuadro Nº 34
Construcciones

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Área Administrativa	64 m^2	250,00	16.000,00
Área de Planta	56 m^2	210,00	11.760,00
TOTAL			**27.760,00**

Fuente: Municipio de Shushufindi
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 35
Depreciación de Construcciones

Valor	27.760,00	
Años de Vida útil	20	
Depreciación	1.318,60	
Valor Residual	1.388,00	5%

Fuente: SRI
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Maquinaria y equipos de producción

Son todos los bienes necesarios que se utilizará en el proceso de producción de la indumentaria típica de la nacionalidad Siekopaai.

Cuadro Nº 36
Maquinaria y Equipo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Máquina industrial recta	2	$ 580,00	$ 1.160,00
Máquina bordadora industrial	1	$ 10.500,00	$ 10.500,00
Máquina industrial overlock	2	$ 1.300,00	$ 2.600,00
Máquina recubridora industrial	1	$ 1.820,00	$ 1.820,00
Plancha industrial	1	$ 250,00	$ 250,00
Máquina cortadora industrial	1	$ 850,00	$ 850,00
TOTAL			**17.180,00**

Fuente: Casas Comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 37
Depreciación de Maquinaria y Equipo

Valor	17.180,00	
Años de Vida útil	10	
Depreciación	1.546,20	
Valor Residual	1.718,00	10%

Fuente: SRI
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Muebles y enseres

Cuadro Nº 38
Muebles y Enseres

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mesas de trabajo	1	$ 180,00	$ 180,00
Sillas	6	$ 60,00	$ 360,00
Lámparas	4	$ 20,00	$ 80,00
Estaciones de Trabajo	2	$ 180,00	$ 360,00
Silla giratoria	1	$ 125,00	$ 125,00
Archivador	1	$ 220,00	$ 220,00
Escritorio	6	$ 160,00	$ 960,00
Anaqueles	2	$ 250,00	$ 500,00
TOTAL			**$ 2.785,00**

Fuente: Casas Comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 39
Depreciación de Muebles y enseres

Valor	2.785,00	
Años de Vida útil	10	
Depreciación	250,65	
Valor Residual	278,50	10%

Fuente: SRI
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Equipo de computación

Cuadro Nº 40
Equipos de computación

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras	3	$ 580,00	$ 1.740,00
Impresora copiadora, scanner	2	$ 150,00	$ 300,00
TOTAL			**$ 2.040,00**

Fuente: Casas Comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 41
Depreciación de Equipos de computación año 1

Valor	2.040,00	
Años de Vida útil	3	
Depreciación	453,36	
Valor Residual	679,93	33,33%

Fuente: SRI
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 42
Equipos de computación

AÑOS	VALOR
1	2.040,00
2	2.108,95
3	2.180,23
4	2.253,93
5	2.330,11
6	2.408,87
7	2.490,29
8	2.574,46
9	2.661,47
10	2.751,43

Fuente: Tasa de inflación BCE (3,38 a diciembre de 2015)
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 43
Depreciación de Equipos de computación año 4

Valor	2.253,93	
Años de Vida útil	3	
Depreciación	500,90	
Valor Residual	751,23	33,33%

Fuente: SRI
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 44
Depreciación de Equipos de computación año 7

Valor	2.490,29	
Años de Vida útil	3	
Depreciación	553,43	
Valor Residual	830,01	33,33%

Fuente: SRI
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 45
Depreciación de Equipos de computación año 10

Valor	2.751,43	
Años de Vida útil	3	
Depreciación	611,46	
Valor Residual	917,05	33,33%

Fuente: SRI
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Equipo de oficina

Cuadro Nº 46
Equipos de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sumadora	1	$ 130,00	$ 120,00
Grapadora	2	$ 22,00	$ 36,00
Perforadora	2	$ 16,00	$ 32,00
Teléfono	1	$ 110,00	$ 75,00
TOTAL			**$ 263,00**

Fuente: Casas Comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 47
Depreciación de equipos de oficina

Valor	240,00	
Años de Vida útil	10	
Depreciación	21,60	
Valor Residual	24,00	10,00%

Fuente: SRI
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Resumen de activos fijos

Cuadro N° 48
Inversiones En Activos Fijos

ACTIVOS	VALOR
Terreno	$ 24.000,00
Construcciones	$ 27.760,00
Maquinaria y Equipo	$ 17.180,00
Muebles y Enseres	$ 2.785,00
Equipo de Oficina	$ 263,00
Equipo de Computación	$ 2.040,00
Imprevistos 5%	$ 3.701,40
TOTAL	**$ 77.729,40**

Fuente: Cuadros del 32 al 46
Elaboración: La Autora

Inversión en Activos Diferidos

Se consideran activos diferidos a todos los bienes intangibles necesarios para la puesta en marcha del proyecto, rubro que asciende a la suma de $ 2.089,50 dólares.

Gastos de Constitución.- Son gastos operativos; en el campo legal tenemos la aprobación de la organización como tal para que adquiera

personería jurídica, aprobación de reglamentos, permisos sanitarios y de funcionamiento, todas estas actividades requieren de la contratación de un profesional en el área, gastos estimados en aproximadamente $ 850,00 dólares.

Cuadro N° 49
Gastos de constitución

DETALLE	VALOR
Gastos de constitución	$ 850,00
TOTAL	**$ 850,00**

Fuente: Municipio de Shushufindi
Elaboración: La Autora

Investigación y Diseño.- Son gastos que se incurren para la elaboración de diagramas, planos, asesoramiento en la parte técnica, industrial y financiera para la puesta en marcha del proyecto, esta inversión asciende aproximadamente a $ 610,00 dólares.

Cuadro N° 50
Investigación y Diseño

DETALLE	VALOR
Investigación y Diseño	$ 610,00
TOTAL	**$ 610,00**

Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Puesta en marcha.- Son gastos de pre operaciones necesarios para desarrollar el proyecto, calculados en $ 530,00 dólares.

Cuadro N° 51
Puesta en marcha

DETALLE	VALOR
Puesta en marcha	$ 530,00
TOTAL	**$ 530,00**

Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 52
Inversiones en Activos Diferidos

ACTIVOS	VALOR
Gastos de constitución	$ 850,00
Investigación y diseño	$ 610,00
Puesta en marcha	$ 530,00
Imprevistos 5%	$ 99,50
TOTAL	**$ 2.089,50**

Fuente: Cuadros del 48 al 50
Elaboración: La Autora

Inversión en Activo Corrientes o Capital de Trabajo

Son los recursos indispensables que se requieren para la organización y puesta en marcha del proceso productivo, estos recursos están calculados en un mes de operaciones, tiempo en el cual serán recuperados, el monto calculado para operar en el primer mes de funcionamiento será de 29.197,42 dólares.

Costo de materia prima directa

Cuadro Nº 53
Materia prima directa

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD UNITARIA	CANTIDAD TOTAL EN ROLLOS	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Tela para falda	m	1,5	41	$ 120,00	$ 410,00	$ 4.920,00
Tela para blusa	m	1	25	$ 95,00	$ 197,92	$ 2.375,00
Tela para túnica	m	1,5	41	$ 81,00	$ 276,75	$ 3.321,00
Tela forro	m	1,5	41	$ 77,00	$ 263,08	$ 3.157,00
TOTAL					**$ 1.147,75**	**$ 13.773,00**

Fuente: Casas Comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Costo de materia indirecta

Cuadro Nº 54
Materia prima indirecta

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD UNITARIA	CANTIDAD TOTAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Hilo normal para coser	cono	20	20	5	8,33	$ 100,00
Hilos para Bordados	cono	25	25	6	12,50	$ 150,00
Botones	F/m	15	15	16,3	20,38	$ 244,50
Cremallera(cierres)	F/d	20	20	2,2	3,67	$ 44,00
Adornos	Varios	250	250	0,3	6,25	$ 75,00
TOTAL					**$ 51,13**	**$ 613,50**

Fuente: Casas Comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Mano de obra directa

Cuadro N° 55
Presupuesto de mano de obra directa

DESCRIPCIÓN	Operarias año 1	Operarias año 2
REMUNERACIONES		
Salario Básico	366	366
13º Sueldo	30,5	30,5
14º Sueldo	29,5	29,5
Aporte Patronal (11.15%)	47,5	47,5
IECE (0.50%)	1,83	1,83
SECAP (0.50%)	1,83	1,83
Fondos de Reserva		30,5
Total	**477,16**	**507,66**
Número de operarias	2	2
Total Mensual	954,32	1015,32
Total Anual	**11451,84**	**12183,84**

Fuente: Ministerio del Trabajo
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Mano de obra indirecta

Cuadro N° 56
Presupuesto de mano de obra indirecta

DESCRIPCIÓN	Jefe de producción año 1	Jefe de producción año 2
REMUNERACIONES		
Salario Básico	410,00	410,00
13º Sueldo	34,17	34,17
14º Sueldo	29,50	29,50
Aporte Patronal (11.15%)	52,81	52,81
IECE (0.50%)	2,05	2,05
SECAP (0.50%)	2,05	2,05
Fondos de Reserva		34.17
Total Mensual	**530,58**	**564,75**
Total Anual	**6.366,97**	**6.777,00**

Fuente: Ministerio del Trabajo
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Presupuesto de útiles de oficina

Cuadro Nº 57
Útiles de oficina

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Resma de papel Bond	15	$ 3,50	$ 4,38	$ 52,50
Tóner para impresora	4	$ 28,00	$ 9,33	$ 112,00
Block de facturas	5	$ 5,50	$ 2,29	$ 27,50
Tizas para tela	25	$ 0,55	$ 1,15	$ 13,75
Esferos	30	$ 0,35	$ 0,88	$ 10,50
TOTAL			**$ 18,02**	**$ 216,25**

Fuente: Casas Comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Presupuesto de materiales de limpieza

Cuadro Nº 58
Materiales de limpieza

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Escobas	4	$ 2,50	$ 0,83	$ 10,00
Recogedores	2	$ 3,00	$ 0,50	$ 6,00
Cestos para basura	4	$ 8,00	$ 2,67	$ 32,00
Trapeadores	4	$ 5,00	$ 1,67	$ 20,00
Desinfectantes	10	$ 9,00	$ 7,50	$ 90,00
TOTAL			**$ 13,17**	**$ 158,00**

Fuente: Casas Comerciales
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Presupuesto de servicios básicos

Cuadro Nº 59
Energía eléctrica

DETALLE	CANTIDAD (kw/h)	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Consumo de energía eléctrica	614	$ 0,07	$ 42,98	$ 515,76
TOTAL			**$ 42,98**	**$ 515,76**

Fuente: Empresa eléctrica
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 60
Agua potable

DETALLE	CANTIDAD m	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Consumo de agua potable	437	$ 0,03	$ 13,11	$ 157,32
TOTAL			**$ 13,11**	**$ 157,32**

Fuente: Empresa eléctrica
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro Nº 61
Teléfono

DETALLE	CANTIDAD MINUTOS	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Consumo telefónico	321	$ 0,08	$ 25,68	$ 308,16
TOTAL			**$ 25,68**	**$ 308,16**

Fuente: Empresa eléctrica
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Presupuesto de sueldos administrativos

Cuadro N° 62
Rol de pagos sueldos administrativos

DESCRIPCIÓN	Gerente año 1	Gerente año 2	Secretaria Contadora año 1	Secretaria Contadora año 2	Conserje Guardián año 1	Conserje Guardián año 2
REMUNERACIONES						
Salario Básico	610,00	610,00	410,00	410,00	366,00	366,00
13º Sueldo	50,83	50,83	34,17	34,17	30,50	30,50
14º Sueldo	30,50	30,50	29,50	29,50	29,50	29,50
Aporte Patronal (11.15%)	77,08	77,08	52,81	52,81	47,50	47,50
IECE (0.50%)	3,05	3,05	2,05	2,05	1,83	1,83
SECAP (0.50%)	3,05	3,05	2,05	2,05	1,83	1,83
Fondos de Reserva		50,83		34,17		30,50
Total Mensual	**774,52**	**825,34**	**530,58**	**564,75**	**477,16**	**507,66**
Total Anual	**9.294,20**	**9.904,08**	**6.366,97**	**6.777,00**	**5.725,91**	**6.091,92**

Fuente: Ministerio del trabajo
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Presupuesto de Ventas

Cuadro N° 63
Publicidad

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuñas radiales- Radio Tsanda Jenfa	45,00	540,00

Fuente: Proforma
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Cuadro N° 64
Rol de pagos Ventas

DESCRIPCIÓN	Vendedor año 1	Vendedor año 2
REMUNERACIONES		
Salario Básico	366,00	366,00
13º Sueldo	30,50	30,50
14º Sueldo	30,50	30,50
Aporte Patronal (11.15%)	47,61	47,61
IECE (0.50%)	1,83	1,83
SECAP (0.50%)	1,83	1,83
Fondos de Reserva		30,50
Total Mensual	**478,27**	**508,77**
Total Anual	**5.739,25**	**6.105,24**

Fuente: Ministerio del trabajo
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Resumen de activo circulante

Cuadro N° 65
Inversiones en Activos Circulantes

ACTIVOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia prima directa	$ 522,92	$ 6.275,00
Materia prima indirecta	$ 51,13	$ 613,50
Mano de obra directa	$ 954,32	$ 11.451,82
Mano de obra indirecta	$ 530,58	$ 6.366,97
Útiles de oficina	$ 18,02	$ 216,25
Materiales de limpieza	$ 13,17	$ 158,00
Energía eléctrica	$ 42,98	$ 515,76
Agua potable	$ 13,11	$ 157,32
Consumo telefónico	$ 25,68	$ 308,16
Sueldos administrativos	$ 1.486,01	$ 17.832,12
Publicidad	$ 45,00	$ 540,00
Sueldo ventas	$ 478,27	$ 5.739,25
Imprevistos 5%	$ 182,90	$ 2.194,75
TOTAL	**$ 4.364,07**	**$ 52.368,90**

Fuente: Cuadros del 52 al 63
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Inversión Total

Cuadro N° 66
Inversión Total

DETALLE	COSTO	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
Terreno	$ 24.000,00	
Construcciones	$ 27.760,00	
Maquinaria y equipo	$ 17.180,00	
Muebles y enseres	$ 2.785,00	
Equipos de oficina	$ 263,00	
Equipo de computación	$ 2.040,00	
Imprevistos	$ 3.701,40	
TOTAL		**$ 77.729,40**
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos de constitución	$ 850,00	
Investigación y diseño	$ 610,00	
Puesta en marcha	$ 530,00	
Imprevistos	$ 99,50	
TOTAL		**$ 2.089,50**
ACTIVO CIRCULANTE (Un mes)		
Materia prima directa	$ 1.147,75	
Materia prima indirecta	$ 51,13	
Mano de obra directa	$ 954,32	
Mano de obra indirecta	$ 530,58	
Útiles de oficina	$ 18,02	
Materiales de limpieza	$ 13,17	
Energía eléctrica	$ 42,98	
Agua potable	$ 13,11	
Consumo telefónico	$ 25,68	
Sueldos administrativos	$ 1.486,01	
Publicidad	$ 45,00	
Sueldo ventas	$ 478,27	
Imprevistos 5%	$ 182,90	
TOTAL		**$ 4.988,92**
TOTAL		**$ 84.807,82**

Fuente: Cuadros del 47, 51 Y 64
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Financiamiento

El financiamiento para el presente proyecto se buscará el apoyo de una institución privada con un interés razonable para un tiempo confiable, como también se aportará con un capital.

Financiamiento Interno

El 53% del total de la inversión y que corresponde a 44.807,82 Dólares será financiado con aportaciones de los socios

Financiamiento Externo ´

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco del Pichincha, ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con Banco de Pichincha constituirá el 47% que corresponde a 40.000,00 dólares a 10 años plazo al 15% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones. Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

Cuadro N° 67
Financiamiento Inversión

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	$ 40.000,00	47%
Capital social	$ 44.807,82	53%
TOTAL:	$ 84.807,82	100%

Fuente: Cuadro 66
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Amortización

Cuadro N° 68
Amortización del crédito

CAPITAL:	40.000,00		**PAGO:**	SEMESTRAL
INTERÉS:	15,00%			
TIEMPO:	10	AÑOS		
SEMESTRES	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDO**	**CAPITAL RED.**
0				40.000,00
1	2.000,00	3.000,00	5.000,00	38.000,00
2	2.000,00	2.850,00	4.850,00	36.000,00
3	2.000,00	2.700,00	4.700,00	34.000,00
4	2.000,00	2.550,00	4.550,00	32.000,00
5	2.000,00	2.400,00	4.400,00	30.000,00
6	2.000,00	2.250,00	4.250,00	28.000,00
7	2.000,00	2.100,00	4.100,00	26.000,00
8	2.000,00	1.950,00	3.950,00	24.000,00
9	2.000,00	1.800,00	3.800,00	22.000,00
10	2.000,00	1.650,00	3.650,00	20.000,00
11	2.000,00	1.500,00	3.500,00	18.000,00
12	2.000,00	1.350,00	3.350,00	16.000,00
13	2.000,00	1.200,00	3.200,00	14.000,00
14	2.000,00	1.050,00	3.050,00	12.000,00
15	2.000,00	900,00	2.900,00	10.000,00
16	2.000,00	750,00	2.750,00	8.000,00
17	2.000,00	600,00	2.600,00	6.000,00
18	2.000,00	450,00	2.450,00	4.000,00
19	2.000,00	300,00	2.300,00	2.000,00
20	2.000,00	150,00	2.150,00	0,00

Fuente: Banco del Pichincha
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Presupuesto de Costos de Operación

El presupuesto de operación está integrado por el costo primo que comprende la materia prima y mano de obra directa; los costos generales de producción, costos de operación y financieros.

Lo presupuestario de estos costos requieren ser proyectados para la vida útil estimada del proyecto, por lo que se debe considerar dicha proyección tomando en cuenta la tasa de inflación anual que el INEC haya oficialmente calculado, de acuerdo a la situación económica y perspectivas del periodo en el cual se va a realizar este presupuesto.

Para el efecto se ha considerado una tasa de inflación del 3,38% acumulada a diciembre de 2015. En el siguiente cuadro se presenta este presupuesto.

Cuadro N° 69
Costos Totales

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	13.773,00	14.238,53	14.719,79	15.217,32	15.731,66	16.263,39	16.813,10	17.381,38	17.968,87	18.576,22
Materia Prima Indirecta	613,50	634,24	655,67	677,84	700,75	724,43	748,92	774,23	800,40	827,45
Mano de Obra Directa	11.451,82	12.595,71	13.021,44	13.461,57	13.916,57	14.386,95	14.873,23	15.375,95	15.895,65	16.432,93
TOTAL COSTO PRIMO	25.838,32	27.468,47	28.396,91	29.356,72	30.348,98	31.374,78	32.435,24	33.531,56	34.664,92	35.836,60
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Mano de Obra Indirecta	6.366,97	7.006,07	7.242,88	7.487,68	7.740,77	8.002,41	8.272,89	8.552,51	8.841,59	9.140,43
Depreciación de construcciones	1.318,60	1.318,60	1.318,60	1.318,60	1.318,60	1.318,60	1.318,60	1.318,60	1.318,60	1.318,60
Depreciación de Maquinaria y Equi	1.546,20	1.546,20	1.546,20	1.546,20	1.546,20	1.546,20	1.546,20	1.546,20	1.546,20	1.546,20
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	9.231,77	9.870,87	10.107,68	10.352,48	10.605,57	10.867,21	11.137,69	11.417,31	11.706,39	12.005,23
COSTO DE OPERACIÓN										
Gastos de Administración										
Remuneraciones	17.832,12	18.394,50	19.016,23	19.658,98	20.323,46	21.010,39	21.720,54	22.454,69	23.213,66	23.998,29
Útiles de oficina	216,25	223,56	231,12	238,93	247,00	255,35	263,98	272,91	282,13	291,67
Servicio telefónico	308,16	318,58	329,34	340,48	351,98	363,88	376,18	388,89	402,04	415,63
Servicio eléctrico	515,76	533,19	551,21	569,85	589,11	609,02	629,60	650,88	672,88	695,63
Agua Potable	157,32	162,64	168,13	173,82	179,69	185,77	192,05	198,54	205,25	212,18
Depreciación de Equipo de Oficina	21,60	21,60	21,60	21,60	21,60	21,60	21,60	21,60	21,60	21,60
Depreciación de muebles y ensere	250,65	250,65	250,65	250,65	250,65	250,65	250,65	250,65	250,65	250,65
Depreciación equipos de computac	453,36	453,36	453,36	500,90	500,90	500,90	553,43	553,43	553,43	611,46
Materiales de limpieza	158,00	163,34	168,86	174,57	180,47	186,57	192,88	199,39	206,13	213,10
Amortización de Activos diferidos	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	20.122,17	20.730,37	21.399,46	22.138,72	22.853,81	23.593,08	24.409,86	25.199,94	26.016,73	26.919,15
Gastos de Ventas										
Remuneraciones	5.739,25	5.919,48	6.119,56	6.326,40	6.540,23	6.761,29	6.989,82	7.226,08	7.470,32	7.722,82
Publicidad	540,00	562,46	585,86	610,23	635,62	662,06	689,60	718,29	748,17	779,30
TOTAL GASTOS DE VENTAS	6.279,25	6.481,94	6.705,42	6.936,63	7.175,85	7.423,35	7.679,43	7.944,37	8.218,49	8.502,11
Gastos de Financieros										
Interés sobre crédito	5.850,00	5.250,00	4.650,00	4.050,00	3.450,00	2.850,00	2.250,00	1.650,00	1.050,00	450,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	5.850,00	5.250,00	4.650,00	4.050,00	3.450,00	2.850,00	2.250,00	1.650,00	1.050,00	450,00
COSTO TOTAL	**67.321,51**	**69.801,65**	**71.259,47**	**72.834,56**	**74.434,21**	**76.108,41**	**77.912,21**	**79.743,18**	**81.656,53**	**83.713,09**

Determinación del Costo Unitario de Producción

El costo unitario se determinó aplicando la siguiente fórmula:

CUP $=\frac{Costo\ Total}{Número\ de\ unidades\ producidas}$

CUP $=\frac{67.321,51}{6.240} = 10,79$

Ingresos y Ventas anuales

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai, estableciendo un margen de utilidad del 50% por cada unidad en función a la competencia.

Cuadro Nº 70
Ingresos totales

Año	Costos	Unidades Producidas	Costo Unitario	Utilidad 50%	Precios de Venta	Ingresos Totales
1	67.321,51	6.240	10,79	5,39	16,18	100.982,27
2	69.801,65	6.656	10,49	5,24	15,73	104.702,48
3	71.259,47	7.072	10,08	5,04	15,11	106.889,20
4	72.834,56	7.488	9,73	4,86	14,59	109.251,84
5	74.434,21	7.904	9,42	4,71	14,13	111.651,32
6	76.108,41	7.904	9,63	4,81	14,44	114.162,62
7	77.912,21	7.904	9,86	4,93	14,79	116.868,32
8	79.743,18	7.904	10,09	5,04	15,13	119.614,76
9	81.656,53	7.904	10,33	5,17	15,50	122.484,79
10	83.713,09	7.904	10,59	5,30	15,89	125.569,64

Fuente: Cuadro 31 y 69
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Costos fijos y variables.- Los costos totales generalmente se los clasifican o subdivide en costos fijos y costos variables.

Los costos fijos se definen como aquellos que permanecen sin variación, aunque aumente o disminuya el volumen de producción.

Los costos variables varían de acuerdo con el aumento o disminución de la producción.

En los siguientes cuadros se puede observar los costos fijos y variables del proyecto:

Cuadro Nº 71
Clasificación de los Costos

DETALLE	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		13.773,00		15.731,66		18.576,22
Materia Prima Indirecta		613,50		700,75		827,45
Mano de Obra Directa		11.451,82		13.916,57		16.432,93
Energía Eléctrica		515,76		589,11		695,63
TOTAL COSTO PRIMO	0,00	26.354,08	0,00	30.938,09	0,00	36.532,23
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Mano de obra Indirecta	6.366,97		7.740,77		9.140,43	
Depreciación de construcciones	1.318,60		1.318,60		1.318,60	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	1.546,20		1.546,20		1.546,20	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	9.231,77	0,00	10.605,57	0,00	12.005,23	0,00
COSTO DE OPERACIÓN						
Gastos de Administración						
Remuneraciones	17.832,12		20.323,46		23.998,29	
Útiles de oficina	216,25		247,00		291,67	
Servicio telefónico	308,16		351,98		415,63	
Agua Potable	157,32		179,69		212,18	
Depreciación de Equipo de Oficina	21,60		21,60		21,60	
Depreciación de muebles y enseres	250,65		250,65		250,65	
Depreciación equipos de computación	453,36		500,90		611,46	
Materiales de limpieza	158,00		180,47		213,10	
Amortización de Activos diferidos	208,95		208,95		208,95	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVO	19.606,41	0,00	22.264,70	0,00	26.223,52	0,00
Gastos de Ventas						
Remuneraciones	5.739,25		6.540,23			7.722,82
Publicidad	540,00		635,62		779,30	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	6.279,25	0,00	7.175,85	0,00	779,30	7.722,82
Gastos de Financieros						
Interés sobre crédito	5.850,00		3.450,00		450,00	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	5.850,00	0,00	3.450,00	0,00	450,00	0,00
TOTAL	**40.967,43**	**26.354,08**	**43.496,12**	**30.938,09**	**39.458,05**	**44.255,04**
COSTO TOTAL	**67.321,51**		**74.434,22**		**83.713,10**	

Fuente: Cuadro 68
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias o también denominado rentas y gastos es un documento en el cual se presenta la proyección de los ingresos y deducciones como costos, reparto de utilidades, impuestos, reserva legal, entre otros.

Tiene como objetivo el de estimar las utilidades o pérdidas que pueden generarse en los años de vida útil del proyecto. En el proyecto el procedimiento que se ha seguido para determinar las ganancias o utilidades en cada uno de los años.

Cuadro Nº 72
Estado de pérdidas y ganancias

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	100.982,27	104.702,48	106.889,20	109.251,84	111.651,32	114.162,62	116.868,32	119.614,76	122.484,79	125.569,64
(-) Costo Total	67.321,51	69.801,65	71.259,47	72.834,56	74.434,21	76.108,41	77.912,21	79.743,18	81.656,53	83.713,09
(=) Utilidad Bruta Ventas	33.660,76	34.900,83	35.629,73	36.417,28	37.217,11	38.054,21	38.956,11	39.871,59	40.828,26	41.856,55
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	5.049,11	5.235,12	5.344,46	5.462,59	5.582,57	5.708,13	5.843,42	5.980,74	6.124,24	6.278,48
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	28.611,64	29.665,70	30.285,27	30.954,69	31.634,54	32.346,07	33.112,69	33.890,85	34.704,02	35.578,06
(-) 22% Impuesto a la renta	6.294,56	6.526,45	6.662,76	6.810,03	6.959,60	7.116,14	7.284,79	7.455,99	7.634,89	7.827,17
(=) Utilidad Liquida ejercicio	22.317,08	23.139,25	23.622,51	24.144,66	24.674,94	25.229,94	25.827,90	26.434,86	27.069,14	27.750,89
(-) 10% reserva Legal	2.231,71	2.313,92	2.362,25	2.414,47	2.467,49	2.522,99	2.582,79	2.643,49	2.706,91	2.775,09
(=) Utilidad Neta	**20.085,37**	**20.825,32**	**21.260,26**	**21.730,19**	**22.207,45**	**22.706,94**	**23.245,11**	**23.791,38**	**24.362,22**	**24.975,80**

Fuente: Cuadro 68 y 69
Elaborado por: Mayra Piaguaje

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se interpreta como el nivel de ingresos o de operación (Porcentaje de Capacidad Utilizada), en el cual la empresa no obtendrá ni utilidades ni perdidas. Es además un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como punto muerto por que en el no hay ni perdidas ni ganancias.

El punto de equilibrio se puede calcular mediante dos métodos:

- Matemáticamente (En función de las ventas y en función de la capacidad de la planta).
- A través del método gráfico

Para efecto del presente análisis se ha realizado el cálculo para el primero y quinto año de vida útil del proyecto.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el Primer año

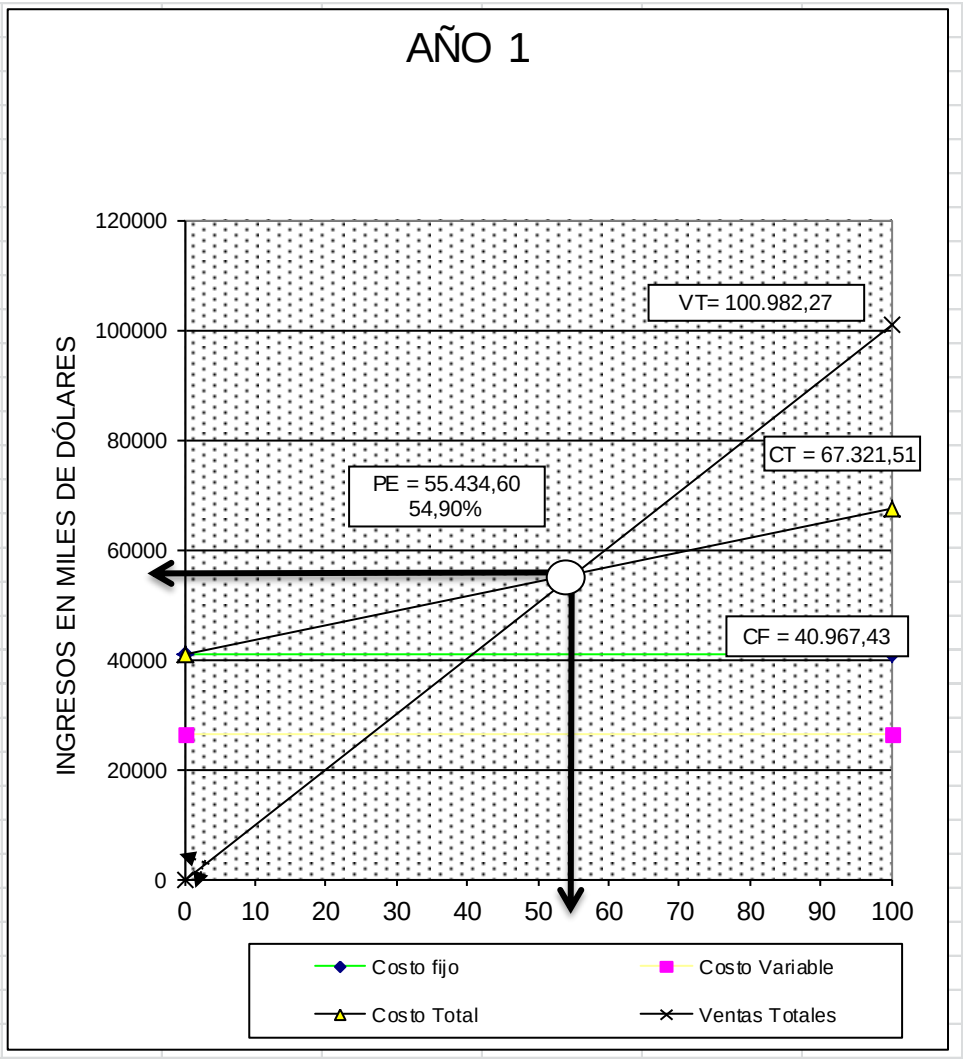
MATEMÁTICAMENTE:

*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{40.967,43}{100.982,27 \quad 26.354,08} * 100 = \mathbf{54,90\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{40.967,43}{1 - \frac{26.354,08}{100.982,27}} = \mathbf{55.434,60}$$



Cálculo del Punto de Equilibrio para el Quinto año

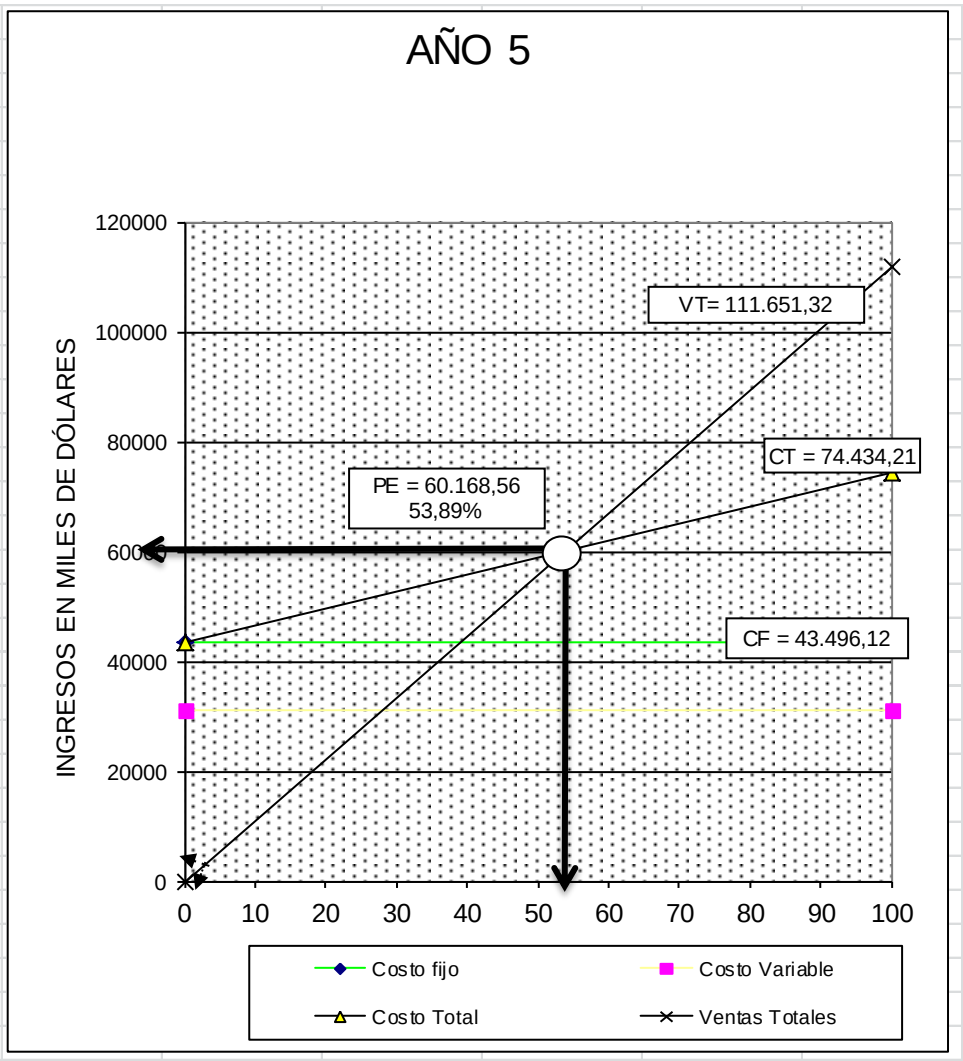
MATEMÁTICAMENTE:

*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{43.496,12}{111.651,32 \quad 30.938,09} * 100 = \mathbf{53,89\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{43.496,12}{1 - \frac{30.938,09}{111.651,32}} = \mathbf{60.168,56}$$



Cálculo del Punto de Equilibrio para el Décimo año

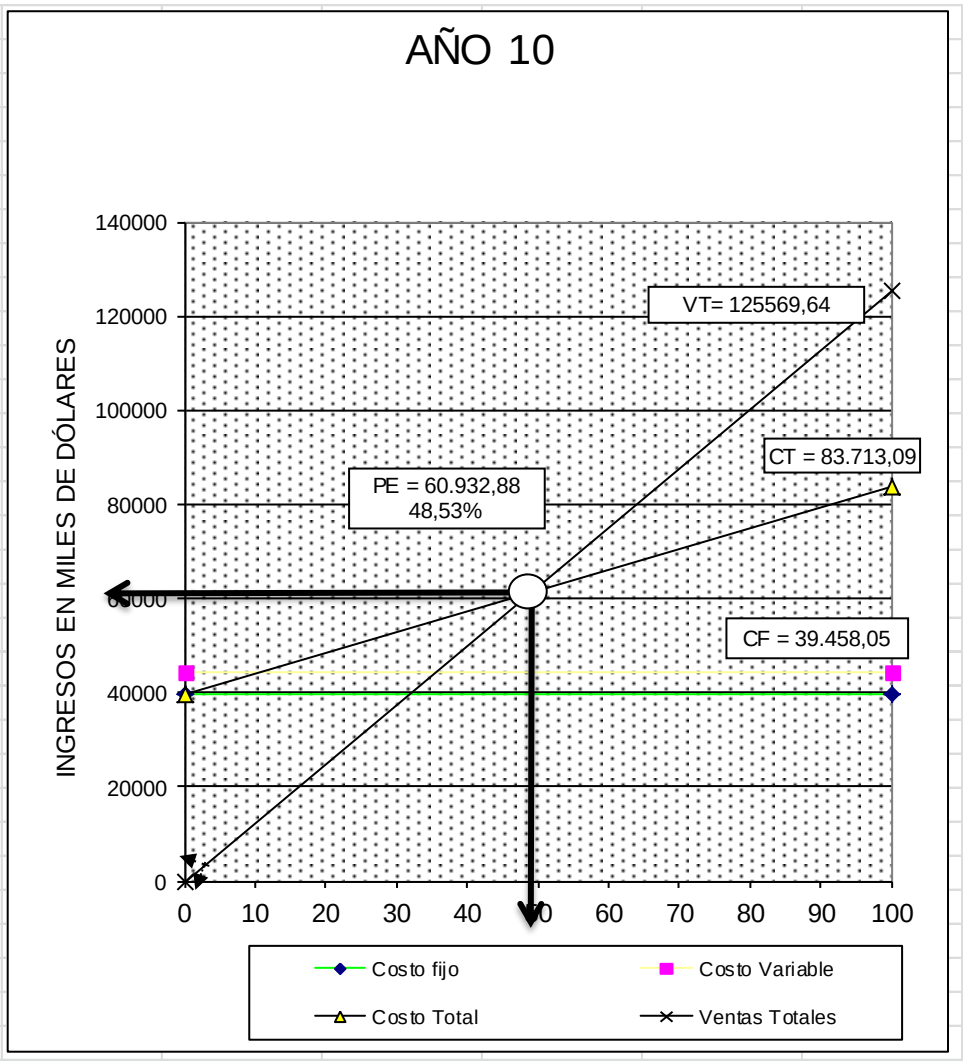
MATEMÁTICAMENTE:

*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{39.458,05}{125.569,64 \quad 44.255,04} * 100 = \mathbf{48,53\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{39.458,05}{1 - \frac{44.255,04}{125.569,64}} = \mathbf{60.932,88}$$



Evaluación Financiera

La Evaluación Financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas que resulten del estudio del proyecto, así como la rentabilidad que puede generar cada uno de los inversionistas tiene la función de medir tres aspectos que son:

- Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.
- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.

Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.

Flujo Neto de Caja

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El Flujo de Caja permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de establecer figuras contables en razón de que no son estos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos. El detalle de cada uno de los años se puede observar en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 73
Flujo de caja

AÑOS / DETALLES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS											
Capital propio	44.807,82										
Préstamo Bancario	40.000,00										
Ventas		100.982,27	104.702,48	106.889,20	109.251,84	111.651,32	114.162,62	116.868,32	119.614,76	122.484,79	125.569,64
Valor Residual				679,93			751,23			830,01	6.124,00
TOTAL INGRESOS	**84.807,82**	**100.982,27**	**104.702,48**	**107.569,13**	**109.251,84**	**111.651,32**	**114.913,85**	**116.868,32**	**119.614,76**	**123.314,80**	**131.693,64**
EGRESOS											
Activo Fijo	77.729,40										
Activo Diferido	2.089,50										
Activos circulantes	4.988,92										
Costo de Producción		67.321,51	69.801,65	71.259,47	72.834,56	74.434,21	76.108,41	77.912,21	79.743,18	81.656,53	83.713,09
Reinversiones					2.253,93			2.490,29			2.751,43
Amortización de capital		4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
TOTAL EGRESOS	**84.807,82**	**71.321,51**	**73.801,65**	**75.259,47**	**79.088,49**	**78.434,21**	**80.108,41**	**84.402,50**	**83.743,18**	**85.656,53**	**90.464,52**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		**29.660,76**	**30.900,83**	**32.309,66**	**30.163,35**	**33.217,11**	**34.805,44**	**32.465,82**	**35.871,59**	**37.658,27**	**41.229,12**
(-) 15% Utilidad Trabajadores		4.486,76	4.653,77	4.743,45	4.841,27	4.940,24	5.044,10	5.156,94	5.271,06	5.390,57	5.520,02
UTILIDAD ANT. IMPUESTO		**25.174,00**	**26.247,06**	**27.566,21**	**25.322,08**	**28.276,87**	**29.761,34**	**27.308,88**	**30.600,53**	**32.267,70**	**35.709,10**
(-) 22% Impuesto a la renta		5.593,50	5.801,70	5.913,50	6.035,45	6.158,84	6.288,31	6.428,98	6.571,25	6.720,25	6.881,62
UTILIDAD LIQUIDA		**19.580,50**	**20.445,36**	**21.652,71**	**19.286,63**	**22.118,03**	**23.473,03**	**20.879,90**	**24.029,28**	**25.547,45**	**28.827,48**
Amortización Diferidos		208,95	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95	208,95
Depreciaciones		2.134,22	2.134,22	2.134,22	2.134,22	2.134,22	2.134,22	2.134,22	2.134,22	2.134,22	2.134,22
FUJO NETO DE CAJA		**21.923,67**	**22.788,53**	**23.995,88**	**21.629,80**	**24.461,20**	**25.816,20**	**23.223,07**	**26.372,45**	**27.890,62**	**31.170,65**
FUJO NETO DE CAJA	**0,00**	**21.923,67**	**22.788,53**	**23.995,88**	**21.629,80**	**24.461,20**	**25.816,20**	**23.223,07**	**26.372,45**	**27.890,62**	**31.170,65**

Valor Actual Neto (VAN)

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse al préstamo a obtener.

El VAN representa los valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Los criterios de decisión son:

- Si el VAN es positivo se debe realizar el proyecto
- Si el Van es negativo se rechaza el proyecto
- Si el VAN es cero es indiferente su ejecución

Cuadro N° 74
Valor Actual Neto

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	84.807,82		
1	21.923,67	0,869565217	19.064,06
2	22.788,53	0,756143667	17.231,40
3	23.995,88	0,657516232	15.777,68
4	21.629,80	0,571753246	12.366,91
5	24.461,20	0,497176735	12.161,54
6	25.816,20	0,432327596	11.161,05
7	23.223,07	0,37593704	8.730,41
8	26.372,45	0,326901774	8.621,20
9	27.890,62	0,284262412	7.928,26
10	31.170,65	0,247184706	7.704,91
			120.747,41
			84.807,82
			35.939,59

FA = 1 / (1 + i)n

VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL

VAN = 120.747,41 84.807,82

VAN = 35.939,59

Tasa Interno de Retorno (TIR)

Toma en consideración el valor en el tiempo de dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Se define la TIR como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

También se puede definir la TIR como la tasa de descuento (i) que hace que el valor actual de los flujos netos de caja sea igual a la inversión.

Los criterios de decisión:

- Si la TIR es ≥ que el costo de capital se acepta el proyecto
- Si la TIR es ≤ que el costo de capital se rechaza el proyecto

Su cálculo lo presentamos a continuación:

Cuadro N° 75
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 24,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 25,00%	VAN MAYOR
0			84.807,82		84.807,82
1	21.923,67	0,8064516129	17.680,38	0,8000000000	17.538,93
2	22.788,53	0,6503642040	14.820,84	0,6400000000	14.584,66
3	23.995,88	0,5244872613	12.585,54	0,5120000000	12.285,89
4	21.629,80	0,4229735978	9.148,83	0,4096000000	8.859,57
5	24.461,20	0,3411077401	8.343,90	0,3276800000	8.015,44
6	25.816,20	0,2750868872	7.101,70	0,2621440000	6.767,56
7	23.223,07	0,2218442639	5.151,90	0,2097152000	4.870,23
8	26.372,45	0,1789066644	4.718,21	0,1677721600	4.424,56
9	27.890,62	0,1442795681	4.024,05	0,1342177280	3.743,42
10	31.170,65	0,1163544904	3.626,84	0,1073741824	3.346,92
			2.394,37		**-370,64**

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right)$$

$$TIR = 24 + 1{,}00 \left(\frac{2394{,}37}{2765{,}00} \right)$$

$$TIR = 24 + 1{,}00 \left(0{,}87 \right)$$

$$TIR = 24 + 0{,}87$$

$$\mathbf{TIR = 24{,}87} \ \%$$

Periodo de Recuperación del Capital

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

Cuadro N° 76
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FACTOR ACUMULADO
0	(84807,82)		
1		21.923,67	
2		22.788,53	44.712,19
3		23.995,88	68.708,08
4		21.629,80	90.337,88
5		24.461,20	114.799,07
6		25.816,20	140.615,27
7		23.223,07	163.838,33
8		26.372,45	190.210,78
9		27.890,62	218.101,40
10		31.170,65	249.272,05
		249.272,05	

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{INVERSIÓN - SUMA DE LOS PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$PRC = 3 \quad \frac{84807,82 - 68.708,08}{23995,88}$$

PRC = 3,67

			3 Años
0,67 * 12 =	8,04		**8 Meses**
0,04 * 30 =	1,2		**1 Día**

Análisis : El capital se recupera en 3 años, 8 meses y 1 día

Relación Beneficio/Costo

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.50) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.50 centavos de utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

Cuadro N° 77
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	67321,51	0,8695652174	58540,44	100982,27	0,8695652174	87810,67
2	69801,65	0,7561436673	52780,08	104702,48	0,7561436673	79170,12
3	71259,47	0,6575162324	46854,26	106889,20	0,6575162324	70281,39
4	72834,56	0,5717532456	41643,40	109251,84	0,5717532456	62465,09
5	74434,21	0,4971767353	37006,96	111651,32	0,4971767353	55510,44
6	76108,41	0,4323275959	32903,77	114162,62	0,4323275959	49355,65
7	77912,21	0,3759370399	29290,09	116868,32	0,3759370399	43935,13
8	79743,18	0,3269017738	26068,19	119614,76	0,3269017738	39102,28
9	81656,53	0,2842624120	23211,88	122484,79	0,2842624120	34817,82
10	83713,09	0,2471847061	20692,60	125569,64	0,2471847061	31038,89
			368.991,65			553.487,47

$$R\ (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R\ (B/C) = \frac{553487,47}{368991,65}$$

R (B/C) = 1,50 Dólares

Análisis de Sensibilidad

En un proyecto es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se esperan en el futuro.

Para las decisiones se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.

Cuadro N° 78

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 22,33 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 22,33%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 19,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 20,00%	VAN MAYOR
0						84.807,82		84.807,82
1	67.321,51	82.354,40	100.982,27	18.627,86	0,8403361345	15.653,67	0,8333333333	15.523,22
2	69.801,65	85.388,36	104.702,48	19.314,12	0,7061648189	13.638,95	0,6944444444	13.412,58
3	71.259,47	87.171,71	106.889,20	19.717,49	0,5934158142	11.700,67	0,5787037037	11.410,59
4	72.834,56	89.098,52	109.251,84	20.153,32	0,4986687514	10.049,83	0,4822530864	9.719,00
5	74.434,21	91.055,37	111.651,32	20.595,95	0,4190493709	8.630,72	0,4018775720	8.277,05
6	76.108,41	93.103,42	114.162,62	21.059,20	0,3521423285	7.415,83	0,3348979767	7.052,68
7	77.912,21	95.310,01	116.868,32	21.558,31	0,2959179231	6.379,49	0,2790816472	6.016,53
8	79.743,18	97.549,83	119.614,76	22.064,94	0,2486705236	5.486,90	0,2325680394	5.131,60
9	81.656,53	99.890,43	122.484,79	22.594,36	0,2089668266	4.721,47	0,1938066995	4.378,94
10	83.713,09	102.406,23	125.569,64	23.163,41	0,1756023753	4.067,55	0,1615055829	3.741,02
						2.937,27		**-144,61**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 19{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{2937{,}27}{3081{,}88} \right) = \mathbf{19{,}95\ \%}$$

Diferencias TIR =	*Tir Proyecto - Nueva Tir*	24,87	- 19,95	=	4,91 %
Porcentaje de variación =	*Diferencia. Tir / Tir del proyecto*	4,91	/ 24,87	=	19,76%
Sensibilidad =	*Porcentaje de variación / Nueva Tir*	19,76	/ 19,95	=	**0,9902**

Cuadro N° 79

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 14,9 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 14,90%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 19,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 20,00%	VAN MAYOR
0						84.807,82		84.807,82
1	67.321,51	85.935,91	100.982,27	18.614,40	0,8403361345	15.642,35	0,8333333333	15.512,00
2	69.801,65	89.101,81	104.702,48	19.300,16	0,7061648189	13.629,09	0,6944444444	13.402,89
3	71.259,47	90.962,71	106.889,20	19.703,24	0,5934158142	11.692,22	0,5787037037	11.402,34
4	72.834,56	92.973,32	109.251,84	20.138,76	0,4986687514	10.042,57	0,4822530864	9.711,98
5	74.434,21	95.015,27	111.651,32	20.581,06	0,4190493709	8.624,48	0,4018775720	8.271,07
6	76.108,41	97.152,39	114.162,62	21.043,98	0,3521423285	7.410,47	0,3348979767	7.047,58
7	77.912,21	99.454,94	116.868,32	21.542,73	0,2959179231	6.374,88	0,2790816472	6.012,18
8	79.743,18	101.792,16	119.614,76	22.048,99	0,2486705236	5.482,93	0,2325680394	5.127,89
9	81.656,53	104.234,56	122.484,79	22.578,03	0,2089668266	4.718,06	0,1938066995	4.375,77
10	83.713,09	106.859,76	125.569,64	23.146,67	0,1756023753	4.064,61	0,1615055829	3.738,32
						2.873,84		**-205,81**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 19{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{2873{,}84}{3079{,}65} \right) = \mathbf{19{,}93\ \%}$$

Diferencias TIR =	*Tir Proyecto - Nueva Tir*	24,87	- 19,93 =	4,93 %
Porcentaje de variación =	*Diferencia. Tir / Tir del proyecto*	4,93	/ 24,87 =	19,84%
Sensibilidad =	*Porcentaje de variación / Nueva Tir*	19,84	/ 19,93 =	**0,9952**

h. CONCLUSIONES

- ✓ Del Estudio de Mercado y del análisis de la Oferta y la Demanda, se determina una Demanda Insatisfecha de **34.665** de indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai, sobre la cual la empresa se encuentra con una capacidad de cobertura del **75%** para el primer año, con un incremento del **5%** a partir del segundo año y hasta el quinto año del ciclo de vida del proyecto.

- ✓ El producto que ofrece la empresa, está diseñado para satisfacer las necesidades del usuario en cuanto gustos y preferencias, observando además las normas de calidad de las indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai.

- ✓ La empresa tendrá una capacidad instalada de producir **8.320** indumentarias típicas y cuya capacidad utilizada será de **6.240** indumentarias que representa el **75%** para el primer año.

- ✓ La empresa se ubicará dentro del territorio ancestral de la nacionalidad Siekopaai, comunidad San Pablo de Katëtsiaya, calles Vía Providencia y San Pablo, parroquia San Roque, catón Shushufindi, con la finalidad de que los clientes tengan mayor facilidad para su adquisición.

- ✓ El financiamiento del presente proyecto alcanza una inversión de **84.807,82,** que será financiada mediante capital social con un valor de $ **44.807,82** y un crédito de $ **40.000,00.**

- ✓ En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de **35.939,59** dólares, Tasa Interna de Retorno de **24.87%;** Relación Beneficio Costo es de **1,50** por cada dólar invertido la empresa obtendrá 0,50 centavos de utilidad; Periodo de Recuperación de Capital es de **3 años, 8 meses y 1 día**; Análisis de Sensibilidad indica que los resultados del siguiente proyecto son menores que uno, por lo tanto, no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados de **22,33%** y disminuidos en un **14,90%,** respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

i. RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de investigación se cree prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- ✓ Precautelar los resultados logrados a través de los cálculos, investigación y creación de presupuesto de un 2% para planificar en forma estratégica**;** es decir, retroalimentando desde el primer dato de las diferentes fases hasta su posterior comercialización a todos y cada uno de los clientes de la comunidad y nacionalidad Siekopaai, del cantón Shushufindi de la provincia de Sucumbíos.

- ✓ Planificar en forma progresiva los recursos para interrelacionar las diversas industrias mediante incentivos de parte de la empresa textil y lograr un concurso acorde con el objetivo de la industria siempre y cuando se tome en cuenta los ingresos como base para cubrir el mercado local y posteriormente el mercado regional, dando una comercialización muy ventajosa.

- ✓ Se deberá controlar y evaluar las actividades administrativas, operativas y financieras para la buena la marcha de la empresa, permitiendo lograr un 50% de utilidad preferencial del cliente y de la misma manera una utilidad económica para la empresa.

- ✓ Para que la producción de indumentarias típicas de la nacionalidad

Siekopaai tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena promoción, a fin de lograr difundir las características del mismo.

- ✓ La contratación de mano de obra local es importante para reducir en algo el gran problema de desocupación que se suscita en la provincia de Sucumbíos, específicamente en el cantón Shushufindi.

- ✓ La implantación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, tal como se lo demuestra matemáticamente.

- ✓ Al presente producto por ser conocido en el mercado, y a la vez tener una fuerte competencia con personas que trabajan informalmente, es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios existentes como se lo señala en nuestra propuesta de comercialización.

j. BIBLIOGRAFÍA

Acosta, A. (2010). *Curso Básico de Administración de Empresas, Mrcadeo.* México: Norma S.A.

AITE, A. d. (30 de marzo de 2016). Industrial textiles y confecciones. *Boletín mensual*, 02.

Albarracín, S. (24 de Junio de 2016). las garantías del mercado actual. (Mayra, Entrevistador)

Arboleda, G. (2001). *Proyectors, Formulación, Evaluación y Control* (Cuarta ed.). Cali, Colombia: AC Editores.

Baca, G. U. (2006). *Administración de proyectos* (Cuarta.- 2da. reimpresión ed.). México D.F, México: Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Baca, G. U. (2010). *Administración de proyectos* (Cuarta.- 2da. reimpresión ed.). México D.F, México: Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Baena, V. (2011). *Fundamentos de Marketing.* Madrid, España: Anglofort.

Bastidas, D. A. (01 de abril de 2013). *Arturo Leon B.* Obtenido de Arturo Leon B.: https://arturoleonb.wordpress.com/2013/04/01/identidad-cultural/

Blanco, A. (2003). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Caracas: Fondo Editorial Tropykos.

Blanco, A. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Medellin: Torán.

Blanco, A. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Medellin: Torán.

Blanco, A. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Caracas: Fondo Editorial Tropykos.

Boas, F. (1930). Antropology. En F. Boas, *Encyclopedia of the Social Sciences.* Nueva York : Macmillan.

Borello, A. (2010). *El Plan de Negocios.* Caracas: Mc.GrawHill.

Chain, N. S., & Spag, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos.* Bogotá, Bogotá: McGrawHill Interamericana.

Chang, J. (05 de marzo de 2013). *Slideshare.* Obtenido de Slideshare: http://es.slideshare.net

Cohen, E. (2010). *Evaluación de proyectos .* México: Siglo Veintiuno.

Conesa. (2010). *Guía Metodológica para la Evaluación de Impacto Ambiental.* Barcelona: Mundi-Prensa, Madrid ed.

Constitución. (2008). *Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.* Montecristi.

Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Bogotá: Ecoe Ediciones.

Echániz, I. E. (Febrero de 2002). *PROBIDES.* Recuperado el 25 de 07 de 2016, de PROBIDES: www.probides.org.uy

Ettiger, K. (2011). *Administración y Productividad.* Nuevo México: Karl.

Fernández. (2007).

Fernández, J. (28 de julio de 2012). *Historias Contemporáneas.* Obtenido de Historias Contemporáneas:

http://jomros.blogspot.com/2012/07/las-manufacturas-en-el-antiguo-regimen.html

GADPS. (2011). *Enciclopedia de Saberes Ancestrales de Sucumbíos.* Nueva Loja: Continente.

García, M. (1999). Tratatado de Sociedades Mercantiles. En M. Gacía Rendón, *Tratatado de Sociedades Mercantiles* (pág. 111). México: Castillo Hnos., S.A. de C.V.

García, O. L. (1999). *Administración Financiera.* Colombia: Prensa Moderna Impresores S.A.

González, F. (09 de septiembre de 2012). *Director Jurídico*. Obtenido de Director Jurídico: http://www.directorjuridico.com/corporativo/objeto-social-de-una-empresa-%E2%80%93-su-importancia/

Gualotuña, J. (Mayo de 2015). CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCTOS DE BISUTERÍA CON MATERIAL RECICLADO UBICADO EN LA CUIDAD DE SANGOLQUÍ, CANTÓN RUMIÑAHUI. Quito, Pichincha, Ecuador.

Guzmán, M. E. (30 de marzo de 2010). *slideshare*. (M. M. Ortiz, Productor) Recuperado el 27 de julio de 2016, de slideshare: http://es.slideshare.net

Hill, C., & Jones, G. (2002). *Adminsitración estratégica: Un enfoque integrado* (Tercera ed.). Santa Fé de Bogotá, Colombia: McGraw Hill Interamericana S.A.

Kotler Philip, A. G. (s.f.). Oferta. En A. G. Kotler Philip, *Márketing* (pág. 7). Prentice Hall.

Kotler, P. (2002). *Marketing Mix* (Séptima ed.). New York, USA: Prentice Hall.

Kotler, P. (2012). *Marketing Mix* (Séptima ed.). New York, USA: Prentice Hall.

Ley de Compañías. (s.f.).

Lindón, J. (2010). *Conceptos básicos de economía.* México: Jesús.

Meza, J. d. (03 de abril de 2009). *gestiopolis*. Recuperado el 02 de 07 de 2016, de gestiopolis: http://www.gestiopolis.com/evaluacion-financiera-proyectos-proyeccion-precios-corrientes-constantes/

Mussuto, G. (11 de diciembre de 2007). *Universidad de Palermo*. Obtenido de Universidad de Palermo: http://www.palermo.edu

Mussuto, G. (11 de diciembre de 2009). *Universidad de Palermo*. Obtenido de Universidad de Palermo: http://www.palermo.edu

NASIEPAAI. (abril de 2013). Plan de Vida de la Nacionalidad Siekopaai. *Plan de Vida de la Nacionalidad Siekopaai*, 84-45. San Pablo, Sucumbíos, Ecuador.

Neresh, M. K. (1997). Investigaión de Mercados . En M. K. Neresh, *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico* (pág. 90 al 92). Prentice - Hall Hispanoamericana.

Neresh, M. K. (2007). *Investigaión de Mercados.* México: Prentice - Hall Hispanoamericana.

Ortíz, F., & Gómez, R. (2014). *Desarrollo de un Plan Estratégico en una empresa productora de artículos de madera.* México: Ayala.

Paredes, P. L. (2012). *La convulsión de la economía* (Primera ed.). Quito, Pichincha, Ecuador: Tres horizontes.

Paredes, V. (02 de octubre de 2015). IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES EMPRESARIALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, UNL, MÓDULO 9. *Análisis Preliminar de Mercado*. Loja, Loja.

Reyes, P. A. (2011). *Administración de Empresas.* México: Editorial Limusa.

Riera, E. P. (Marzo de 2016). Plan de financiación. *TESIS "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TILAPIA ROJA, CANTÓN SHUSHUFINDI, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS, PARA EL AÑO 2015"* . Shushufindi, Sucumbíos .

Robinson, V. y. (1987). *Definición de manufactura.*

Sapag, N., & Sapag, R. (2004). *Preparación y Evaluación de Proyectos.* Santafé de Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

Sapag, N., & Sapag, R. (2010). *Preparación y Evaluación de Proyectos.* Santafé de Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

SEGEPLAN. (febrero de 2012). Relación Beneficio/Costo . En SEGEPLAN, *Manual de Evaluación y Formulación de Proyectos* (pág. 39). Guatemala.

SEGEPLAN. (2013). *Segeplan.* Obtenido de segeplan: http://snip.segeplan.gob.gt/sche$sinip/documentos/Manual_de_Formulacion.pdf

Stanton, W. J., Walker, M. E., & Bruce. (2011). *Fundamentos de Marketing* (Decimocuarta ed.). México: McGraw Hill.

Stanton, W. J., Walker, M. E., & J., B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Decimocuarta ed.). México: McGraw Hill.

Thompson, I. (Diciembre de 2005). *Promo negocios*. Obtenido de Promo negocios: Recuperado de:http://www.promonegocios.netl

Thompson, I. (mayo de 2006). *Promo negocios*. Obtenido de Promo negocios: http://www.promonegocios.net

UNL. (02 de octubre de 2015). MÓDULO IX IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES EMPRESARIALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO, UNL, MÓDULO 9. *Análisis Preliminar de Mercado*. Loja, Loja.

Urbina, G. B. (2006). Estudio de mercado . En G. B. Urbina, *Evaluación de proyectos* (pág. 14). México: McGraw-Hill Interamericana.

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos .* México: McGRAW-HILL/Interamericana Editores, S.A.

Urbina, G. B. (2010). Tasa Interna de Rendimiento. En G. B. Urbina, *Evaluación de Proyectos* (pág. 184). México: McGRAW-HILL/Interamericana Editores, S.A.

Vásquez, A. &. (2013). Estudio Organizacional . En A. &. Vásquez.

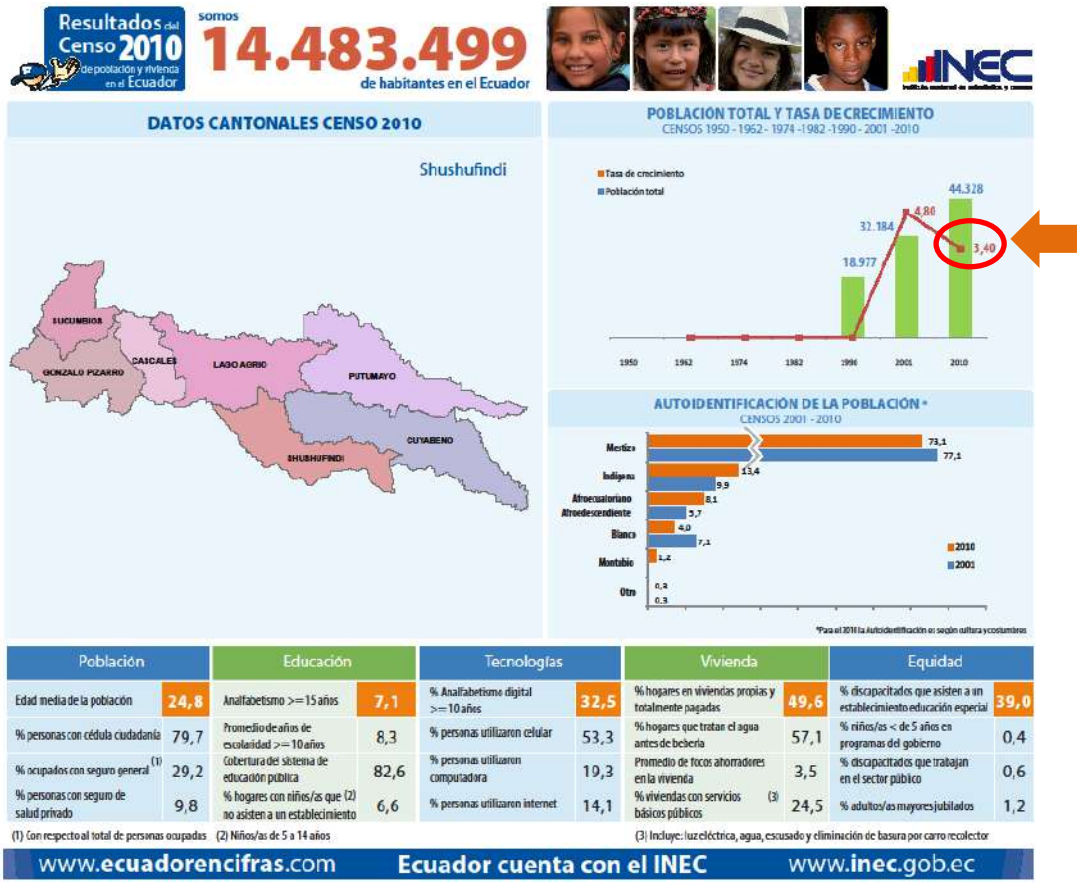
k. ANEXOS

Anexo. 1. Población total del cantón Shushufindi

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN A NIVEL DE LOS CANTONES?

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Viviendas*	Viviendas**	Viviendas***	Razón niños mujeres ****	Analfabetismo	Edad promedio
Cascales	5.807	6,3%	5.297	6,3%	11.104	3.169	3.159	2.442	617,6	8,1	24
Cuyabeno	4.032	4,3%	3.101	3,7%	7.133	2.010	1.998	1.540	654,6	8,5	25
Gonzalo Pizarro	4.523	4,9%	4.076	4,9%	8.599	2.644	2.630	1.998	552,8	6,3	25
Lago Agrio	46.966	50,6%	44.778	53,5%	91.744	29.496	29.427	23.564	451,1	6,0	25
Putumayo	5.595	6,0%	4.579	5,5%	10.174	2.761	2.730	2.201	665,4	9,7	24
Shushufindi	24.155	26,0%	20.173	24,1%	44.328	12.514	12.464	10.177	497,8	7,1	25
Sucumbíos	1.770	1,9%	1.620	1,9%	3.390	1.200	1.200	860	459,9	7,6	27
Total	92.848	100%	83.624	100%	176.472	53.794	53.608	42.782			

Anexo 2. Tasa de crecimiento del cantón Shushufindi



Fuente: Resultados Censo 2010, INEC.

Anexo 3. Tamaño de hogar por provincias

www.ecuadorencifras.com
www.inec.gov.ec

ECUADOR CUENTA CON EL INEC

Promedio de Personas por Hogar, según Provincia

Código	Nombre de la Provincia	Total de personas	Total de hogares	Promedio de personas por hogar
01	AZUAY	703.191	188.331	3,73
02	BOLIVAR	182.667	47.723	3,83
03	CAÑAR	223.964	58.627	3,82
04	CARCHI	163.343	44.136	3,70
05	COTOPAXI	406.451	103.137	3,94
06	CHIMBORAZO	455.028	125.407	3,63
07	EL ORO	595.548	163.290	3,65
08	ESMERALDAS	533.670	129.539	4,12
09	GUAYAS	3.628.147	958.965	3,78
10	IMBABURA	397.161	103.009	3,86
11	LOJA	444.299	116.892	3,80
12	LOS RIOS	775.045	201.933	3,84
13	MANABI	1.363.285	343.088	3,97
14	MORONA SANTIAGO	144.924	33.352	4,35
15	NAPO	102.045	22.462	4,54
16	PASTAZA	82.181	19.818	4,15
17	PICHINCHA	2.573.455	727.838	3,54
18	TUNGURAHUA	502.322	140.536	3,57
19	ZAMORA CHINCHIPE	89.745	21.371	4,20
20	GALAPAGOS	23.114	7.236	3,19
21	SUCUMBIOS	172.307	43.056	4,00
22	ORELLANA	133.016	31.495	4,22
23	SANTO DOMINGO	367.854	95.221	3,86
24	SANTA ELENA	305.646	76.194	4,01
90	ZONAS NO DELIMITADAS	32.366	7.892	4,10

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV) 2010
Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
Elaborado por: Unidad de Procesamiento (UP) de la Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos (DESAE) - Vladimir Almeida Morillo

Fuente: Resultados Censo 2010, INEC.

Anexo 4. Productoras de indumentarias Siekopaai

Nro.	Nombre y Apellido	Comuna
1	Raquel Lusitande	San Pablo
2	Carmen Piaguaje	San Pablo
3	Juliana Piaguaje	Siekoya Remolino
4	Nidian Payaguaje	Siekoya Remolino
5	Zulia Piaguaje	Siekoya Remolino
6	Tania Grefa	Siekoya Remolino
7	Fanny Piaguaje	Siekoya Remolino
8	Francisca Payaguaje	Siekoya Remolino
9	Eloiza Lucitante	Bellavista
10	Graciela Payaguaje	Bellavistta
11	Hilda Coquinche	Bellavista

Fuente: Observación de campo.

Anexo 5. Encuesta a Demandantes

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Señor (a)
Nos encontramos realizando una encuesta para conocer en la demanda de la indumentaria típica en el cantón Shushufindi, para ello solicitamos nos proporcione la siguiente información, misma que será manejada con estricta confidencialidad por lo que le pedimos contestar con la mayor precisión.

Instrucción: Señale con una **X** la(s) alternativa(s) que responda a la pregunta, y en caso que la pregunta amerite agregue la información solicitada.

1. ¿Cuál es su fuente de ingreso económico actual?

a. Agricultura ( )
b. Turismo ( )
c. Comercio ( )
d. Instituciones/Empresas ( )

***2.* ¿Conoce usted la indumentaria típica de la nacionalidad Siekopaai?**

a. Si ( )
b. No ( )

3. ¿Utiliza usted la indumentaria típica de la nacionalidad Siekopaai?

a. Si ( )
b. No ( )

4. ¿La calidad de las indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai que adquiere actualmente es?

a. Excelente ( )
b. Buena ( )
c. Regular ( )
d. Mala ( )

5. ¿Las indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai actuales satisfacen sus gustos?

a. Si ( )
b. No ( )

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la indumentaria típica?

a. De $10 a $15 ( )
b. De $16 a $20 ( )
c. De $21 a $30 ( )
d. Más de $30 ( )

7. ¿El tipo de traje que Ud. adquiere es masculino o femenino?

a. Masculino ( )
b. Femenino ( )

8. ¿Qué cantidad de indumentarias típicas adquiere en el trimestre?

a. 1 traje ( )
b. 2 trajes ( )
c. 3 trajes ( )
d. 4 trajes ( )

9. ¿Le gustaría adquirir trajes típicos en un sitio determinado?

a. SI ( )
b. NO ( )

10. ¿En caso de implementarse la empresa dedicada a la producción y comercialización de indumentarias típicas estaría Ud. dispuesto a adquirir el producto?

a. SI ( )
b. NO ( )

11. ¿En qué punto de ventas le gustaría adquirir la indumentaria típica de la Nacionalidad Siekopaai?

a. Centro comercial ( )
b. Planta productora ( )
c. Tiendas de ropas ( )

12. ¿Desearía que los trajes típicos, tradicionales que sean accesibles a la economía de la mayoría de las personas?

a. SI ( )
b. NO ( )

13. ¿Qué tipos de promociones le gustaría recibir en la adquisición de las indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai?

a. Producto adicional ( )
b. Descuento en el precio ( )
c. Ofertas especiales ( )

14. Por cual medio de comunicación le gustaría conocer la nueva empresa?

a. Radio ( )
b. Televisión ( )
c. Redes sociales ( )
d. Hojas volantes

Gracias por su colaboración

Anexo. 6. Encuesta a Oferentes

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Señor (a)
Nos encontramos realizando una encuesta para conocer en la oferta de la indumentaria típica en el cantón Shushufindi, para ello solicitamos nos proporcione la siguiente información, misma que será manejada con estricta confidencialidad por lo que le pedimos contestar con la mayor precisión.
Instrucción: Señale con una **X** la(s) alternativa(s) que responda a la pregunta, y en caso que la pregunta amerite agregue la información solicitada.

1. ¿Actualmente produce la indumentaria típica Siekopaai?
c. Si ( )
d. No ( )

2. ¿Qué tipos materiales usa en la producción de la indumentaria típica?
a. Lana ( )
b. Productos Naturales ( )
c. Tela ( )

3. ¿Principalmente, a quiénes ofrece su producto?
a. Grupos de danza ( )
b. Familias Siekopaai ( )
c. Turistas nacionales y extranjeros ( )

4. ¿Qué cantidad de trajes típicos comercializa mensualmente?
a. 1 trajes ( )
b. 2 trajes ( )
c. 3 trajes ( )
d. 4 trajes ( )
e. Más de 4 trajes

5. ¿En qué lugar comercializa la indumentaria típica?
a. Centros comerciales ( )
b. Ferias libres ( )
c. Boutiques ( )
d. En su domicilio ( )

6. ¿Cuál es el precio promedio en dólares, por unidad de su producto?
a. De $10 a $15 ( )
b. De $16 a $20 ( )
c. De $21 a $30 ( )
d. Más de $30 ( )

7. ¿Los precios indicados son aceptados por el cliente?
a. Si ( )
b. No ( )

Gracias por su colaboración

Anexo 7. Proforma de máquinas de coser

M A C O S E

Quito - Ecuador

Distribuye Máquinas de Coser Industriales
Repuestos y Mantenimiento: Brother - Singer - Juki - Siruba - Pfaff

Dirección: Versalles N25-32 y Av. Colón - Teléfonos: 2542-344 / 0999 691-671 - Telefax: 2566-081

macosequito@hotmail.com luisferry73@hotmail.com

QUITO 08 DE AGOSTO DEL 2016

Atención:
SRA MAYRA PIAQUAJE

PROFORMA MACOSE

Cant	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
2	MAQUINAS RECTAS MARCA: JUKI	580,00	1.160,00
2	MAQUINAS OVERLOCK DE 4 HILOS *MARCA: JUKI*	$ 1.300,00	2.600,00 -
1	MAQUINA RECUBRIDORA INDUSTRIAL MARCA: JUKI	1.820,00	1.820,00
1	MAQUINA BORDADORA INDUSTRIAL 12 AGUJAS *MARCA: HAPPY*	$ 10.500,00	10.500,00
1	*PLANCHA INDUSTRIAL* *MARCA; SILVER STAR*	$ 250,00	250,00
1	*CORTADORA 8" VERTICAL* *MARCA: SINGER*	$ 850,00	850,00
IVA INCLUIDO FORMA DE PAGO: CONTADO ***ENTREGA INMEDIANTA A DOMICILIO*** 2 AÑO DE GARANTIA			17.180,00

MACOSE

Atentamente,
FERNANDO CORREA
GERENTE

MÁQUINAS:
COSTURA RECTA, OVERLOCK INDUSTRIALES Y DOMESTICAS, CORTADORA TELA

Anexo 8. Fotografía de encuesta a clientes de indumentarias típicas del cantón Shushufinidi.

Anexo 9. Fotografía de encuesta a Oferentes de indumentarias típicas del cantón Shushufindi, comunidad San Pablo.

Anexo 10. Perfil de Tesis

Tema

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE INDUMENTARIAS TÍPICAS DE LA NACIONALIDAD SIEKOPAAI, EN EL CANTÓN SHUSHUFINDI, DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS, PARA EL AÑO 2016”

Problemática

Contextualización

El Ecuador es un país intercultural y multiétnico que cuenta con 14 nacionalidades y 20 pueblos a nivel nacional, cada uno con sus diferentes lenguas, culturas, tradiciones y territorio. De esta manera, en la provincia de Sucumbíos existen 6 nacionalidades indígenas: Kichwa, Shuar, Cofán, Awá, Siona y Siekopaai y el pueblo afroecuatoriano.

La nacionalidad Siekopaai se encuentra asentada en Ecuador y Perú, en nuestro país se ubica en la provincia de Sucumbíos, en los cantones Shushufindi y Cuyabeno. San Pablo de Katëtsiaya es una comuna que forma parte del cantón Shushufindi y en donde mayormente se ubica la población Siekopaai, cuenta con una gran variedad de tradiciones culturales que los identifica como únicos en el cantón Shushufindi. La

situación actual en la que se encuentra la nacionalidad Siekopaai, se puede notar que existe una reducción en el uso diario de la indumentaria típica, debido a la falta de confección de las vestimentas por parte de la mujer siekopaai. La mujer cumple un rol fundamental dentro de la familia, por cuanto, es la encargada de confeccionar la indumentaria típica para toda la familia como también es la responsable de enseñar las tradiciones culturales a sus hijas, especialmente, en la confección de la indumentaria. Sin embargo, esto ya no se practica, por cuanto la mujer busca adaptarse a las nuevas formas de confección, es decir, ahora la mujer desea confeccionar sus vestimentas en máquina de coser, en vista de que la confección a mano demanda de mucho tiempo y dedicación, por ello han abandonado la manufactura.

Hoy en día la juventud busca la misma facilidad, desean adquirir las vestimentas típicas ya confeccionadas, pero lamentablemente, no existen empresas dedicadas a la confección de indumentarias típicas dentro de la localidad, y si se lo manda a confeccionar en cualquier sastrería, pues no lo hacen a satisfacción del cliente, ocasionado decepción en los siekopaai. La facilidad de adquirir prendas de vestir en el mercado, ha llevado a los siekopaai que opten por el uso de la vestimenta ajena a su cultura.

Las mujeres siekopaai están en la búsqueda de reemplazar sus habilidades y técnicas de tradición a una forma tecnificada e industrializada, de esta manera ofrecerían productos de calidad, en menor

tiempo y mayor cantidad, contribuyendo al fortalecimiento y conservación de la identidad cultural e incentivando a los jóvenes y niños en el uso diario de sus propias indumentarias y qué mejor si es producida por mujeres de la misma nacionalidad.

Situación problemática del objeto de investigación

El principal problema de las mujeres siekopaai de la comunidad San Pablo, cantón Shushufindi está relacionado con el desconocimiento de los procesos y técnicas adecuadas de confección en una máquina de coser, ya que se han dedicado a la confección manual por mucho tiempo. En este sentido, la adquisición de una máquina en forma personal no le garantiza la confección diaria de las vestimentas, en vista de que se requiere de capacitación en el uso y manejo de la misma. La falta de conocimiento en emprendimiento y formas de organizarse hace que las mujeres se dediquen más al hogar y a la agricultura.

Problema de investigación

Débil producción de la indumentaria típica de la nacionalidad siekopaai en el cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos.

Preguntas significativas

Las preguntas que se detallan a continuación son de gran aporte para el proceso de la investigación:

- ¿Existe alguna empresa dedicada a la confección de indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai en el cantón Shushufindi?
- ¿Cuál sería el tamaño y ubicación idónea de las instalaciones donde funcionaría la empresa textil productora de indumentaria típica?
- ¿Con la creación de una empresa textil productora de indumentarias típicas de la nacionalidad Siekopaai se fortalecerá su identidad cultural?
- ¿Cómo se manejará el área comercial de los productos y servicios que ofrece este proyecto?
- ¿Qué tipos de técnicas y máquinas se necesitan para la confección de las indumentarias siekopaai?
- ¿Los diseños a implementar en las prendas de vestir serán de acuerdo a los símbolos que representa a la cultura siekopaai?

Delimitación de la investigación

El presente proyecto de investigación se ejecutará durante el período académico Marzo – Agosto 2016. Según información otorgada por el último Censo 2010, la población del cantón Shushufindi es de 44.328 habitantes. De los cuales 24.155 (26.0%) son hombres y 20.173 (24.1) son mujeres. Tiene como cabecera cantonal a la ciudad de Shushufindi Central que integra a las parroquias de: Limoncocha, San Roque, 7 de

Julio, San Pedro de los Cofanes y Pañacocha. Dentro de la parroquia San Roque se encuentra la comuna San Pablo de Kaatëtsiaya perteneciente a la nacionalidad Siekopaai con aproximadamente 250 habitantes entre hombres y mujeres.

Justificación

Justificación Social

El Ecuador es un país plurinacional y multiétnico que reconoce a las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas como parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible. Por lo que se garantiza varios derechos colectivos, y una de ella es “Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen” (Constitución, 2008). Con el presente proyecto se aspira tener un impacto social y exteriorizar la identidad cultural hacia los diferentes espacios y programas públicos, y de esta manera generar la aceptación y valoración como una cultura única Y diferente en el país.

Justificación Académica.

De conformidad a lo que dispone el Reglamento de Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior, en el nivel de formación profesional como un requisito previo a la obtención del título de tercer nivel, se debe presentar en el marco de la planificación de titulación

académica, un trabajo de investigación (Tesis de Grado) que promueva al desarrollo viable, rentable y sostenible.

En este marco, en calidad de estudiante de la Carrera de Administración de Empresas de la UNL, he visto la necesidad de crear una empresa textil productora y comercializadora de indumentarias de la nacionalidad Siekopaai, en la comunidad San Pablo de Kaatëtsiaya, Cantón Shushufindi, Provincia de Sucumbíos, con la aplicación los estándares de calidad y procedimientos técnicos vigentes.

Justificación Económica

La presente propuesta tiene como finalidad solicitar un financiamiento para la adquisición de maquinarias, herramientas y materias primas necesarios para la creación de la empresa textil en la comunidad, que permita satisfacer las necesidades de los clientes fijos ubicados en el sector y fuera de ella. Con esto se pretende abarcar el mercado local a través de la comercialización de los productos, generando ingresos económicos y empleos en la zona, de esta manera contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los Siekopaai y su cultura.

Objetivos

Objetivo

- ✓ Determinar la viabilidad de la propuesta para la creación de una empresa textil productora y comercializadora de indumentarias típicas

de la nacionalidad siekopaai en el cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos, para el año 2016.

Objetivos específicos

- ✓ Evaluar la oferta y la demanda local de la producción de indumentarias típicas en el cantón Shushufindi a través del estudio de mercado.
- ✓ Establecer la viabilidad técnica de la propuesta a través del estudio técnico correspondiente.
- ✓ Diseñar la estructura organizacional y proponer un manual orgánico y funcional a través del estudio administrativo legal.
- ✓ Elaborar el estudio de ingresos y gastos del proyecto a través del estudio financiero.
- ✓ Efectuar la evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto.

Metodología

Para el proceso de elaboración del presente proyecto, se utilizará algunos materiales y se aplicará los diferentes métodos y técnicas que permitan asociarlas en una metodología idónea para obtener un buen resultado de la investigación.

Materiales

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizará los siguientes materiales:

- ✓ Cámara digital
- ✓ Computadora
- ✓ Calculadora
- ✓ Bolígrafos
- ✓ Cuaderno de apuntes
- ✓ Papel bond
- ✓ Grabadora

Métodos

Inductivo. Este método permitirá conocer los hechos de una manera particular, llevando un registro que permitirá establecer conclusiones generales. Para lo cual se seguirá el procedimiento de este método que son los siguientes pasos: observación, experimentación, comparación, abstracción y generalización. El cual ayudará a establecer las conclusiones del proyecto.

Deductivo.

Este método será la base elemental para obtener la conclusión de la investigación teórica, y todo lo que concierne al estudio general del

proyecto, el mismo que permitirá especificar de manera sintética y analítica.

Bibliográfico. Es un método de trascendental importancia ya que, mediante la investigación, el análisis y la síntesis que se realizará en libros, revistas, documentos existentes en bibliotecas y en la web, permitirá extraer conceptos que refuerzan y sostienen la temática referida en este anteproyecto de tesis.

Estadístico. Este método permitirá establecer la respectiva tabulación e interpretación de los resultados que son de criterio cuantitativo.

Técnicas e instrumentos.

Para apoyar el desarrollo del método empírico se utilizará los instrumentos como las encuestas y entrevistas, así como también para la parte teórica se utilizará las técnicas bibliográficas como libros, revistas e internet.

Técnicas de recolección bibliográfica. Se recolectará información de libros, revistas, libros virtuales, páginas web etc. y su aplicación será en base a las normas APA.

Técnicas para la recolección de datos empíricos. Se utilizará la técnica de información base como fuentes de información primaria dentro de las cuales se encuentran; la observación directa y las encuestas.

Observación. Esta técnica permitirá tener una previa información objetiva acerca del problema, mediante el cual se podrá determinar los comportamientos y características de los individuos objetos de investigación.

Encuesta. La técnica de la encuesta se aplicará en las zonas de mayor influencia cultural del cantón Shushufindi, a fin de conocer el interés, sugerencias y opiniones acerca del proyecto.

Muestra. Me permitirá obtener una representación significativa de la población de investigación, bajo el margen de error (generalmente al 5%).

Población y muestra.

Población para el estudio de la demanda

Para el estudio de la demanda se tomará en cuenta a la población del cantón Shushufindi, principalmente a las parroquias de mayor influencia de la población indígena, especialmente, la nacionalidad Siekopaai. Según el Censo de Población y Vivienda del 2010 realizado por el INEC, la población total del cantón Shushufindi es de 44.328 habitantes, a la misma se la divide para 4 integrantes por familia siendo un total de 11.082 familias, mismo que proyectados para el año 2016, la población por familias es de 13.544 con una tasa de crecimiento del 3.40%.

Cuadro N° 1
Población de estudio

AÑOS	POBLACIÓN	FAMILIAS
2010	44.328	11.082
2011	45.835	11.459
2012	47.394	11.848
2013	49.005	12.251
2014	50.671	12.668
2015	52.394	13.098
2016	54.175	13.544

Fuente: INEC (TC 3,40%)
Elaboración: Mayra Piaguaje

Determinación del tamaño de la muestra

Fórmula:

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

DONDE:

Nivel de confianza Z = 1,96

Probabilidad a favor p = 0,5

Probabilidad en contra q = 0,5

Población Económicamente Activa Proyectado N = 13.544

Margen de error e^2 = 5%

Tamaño de la muestra n = 374

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1{,}96)^2(0{,}5)(0{,}5)13.544}{(0{,}05)^2(13.544 - 1) + (1{,}96)^2(0{,}5)(0{,}5)}$$

$$n = \frac{(3{,}8416)(0{,}25)(13.544)}{(0{,}0025)(13.543) + (3{,}8416)(0{,}25)}$$

$$n = \frac{(3{,}8416)(3.386)}{33{,}8575 + 0{,}9604}$$

$$n = \frac{13.007{,}6576}{34{,}8179}$$

$n =$ **374** R//

El número de encuestas que se aplicará en el cantón Shushufindi es de 374.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN ii

AUTORÍA iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN iv

DEDICATORIA v

AGRADECIMIENTO vi

a. TÍTULO 1

b. RESUMEN 2

ABSTRAC……..5

c. INTRODUCCIÓN 8

d. REVISIÓN DE LITERATURA 10

e. MATERIALES Y MÉTODOS 49

f. RESULTADOS 56

g. DISCUSIÓN 77

h. CONCLUSIONES 174

i. RECOMENDACIONES 176

j. BIBLIOGRAFÍA 178

k. ANEXOS 184

INDICE……...203