

Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Comercializadora de Textiles en el Cantón General Villamil Playas para su venta al menudeo

Sidney Vinces Cerezo

Katherine Lozano Jama

Lady Sanchez Culillan

Marco Tulio Mejía. MSc, PhD (c)

Facultad de Economía y Negocios FEN

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 vía Perimetral.

Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

jenavinc@espol.edu.ec, klozano@espol.edu.ec, ljusanc@espol.edu.ec, mmejia@espol.edu.ec

Resumen

El cantón General Villamil Playas no cuenta con un local textil que tenga gran variedad en telas y de buena calidad. Las personas deben trasladarse a la ciudad de Guayaquil o Libertad para realizar sus compras, siendo estas las más cercanas al cantón.

Al implementar este proyecto estamos pensamos principalmente en la mujer, ella es la dueña del hogar. Es la encargada de las decoraciones de su casa, de cuidar que su familia se vea impecable y vista bien. Por ello queremos brindarle un local con la más amplia variedad de telas y de excelente calidad para la confección de prendas de vestir, sábanas y cortinas.

Es por eso que por medio de este estudio, el proyecto tiene como finalidad medir la factibilidad de la implementación de una comercializadora textil para la confección de prendas de vestir, sábanas y cortinas, de la más amplia variedad y de excelente calidad en el Cantón General Villamil Playas. Evaluar la conveniencia económica y social de la implementación de una comercializadora, a través de un estudio de mercado que permita identificar variables de decisión en cuanto a las preferencias de los clientes, para desarrollar un plan de negocios para la venta de textiles, será nuestro objetivo principal, así como un plan de marketing que muestre LAS MEJORES TELAS, PARA TODO TIPO DE CLIENTES con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros consumidores brindando un producto nacional de buena calidad.

Palabras Claves: Telas, Variedad, Mujeres, Moda, Factibilidad.

Abstract

General Villamil Playas hasn't a local textile fabrics, has great variety and good quality. People should move to others cities so Guayaquil or Libertad to shop, these are the closest in the canton.

By implementing this project we have in mind mainly the woman, she is owns the home. It is responsible for the decoration of yours home, caring for your family to be spotless and well light. Therefore we want to offer a room with the widest variety of fabrics and excellent quality for making clothing, linens and curtains.

That's the reason of this study; the project aims to measure the feasibility of implementing trading textiles for the manufacture of clothing, sheets and curtains, in the widest variety and excellent quality in Canton General Villamil Playas. Assess the economic and social desirability of implementing a trading through a market survey to identify the decision variables in terms of customer preferences, to develop a business plan for the sale of textiles, will be our goal principal and a marketing plan that shows THE BIGGEST FABRICS, FOR ALL TYPES OF CUSTOMERS in order to meet the needs of our consumers by providing a national product quality.

1. Introducción

El presente proyecto ofrecerá al mercado del cantón General Villamil Playas; productos textiles para la confección de prendas de vestir, sábanas y cortinas, de la más amplia variedad, de excelente calidad, y a precios justos.

La información obtenida en el estudio del mercado, servirá para la toma de decisiones con respecto a las condiciones favorables y desfavorables que se puedan presentar en el mercado.

La demanda potencial que se presenta en el proyecto, esta enfocada a la población femenina del cantón General Villamil Playas, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros consumidores brindando un producto nacional de buena calidad.

La oferta del proyecto está basada en función de una serie de variables, como precio del producto, insumos disponibles, apoyos o restricciones del gobierno: por lo tanto, esta información influirá de manera directa en los volúmenes que se pretende ofrecer.

El precio de los textiles se estimará en base al promedio de los precios de los almacenes que comercializan textiles en la ciudad de Guayaquil y en los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

1.2 Antecedentes

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

Los países con mayor participación en América Latina dentro de la industria textil son Colombia, Ecuador y Perú.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra.



Figura1: Participación en América Latina

Actualmente, en la industria textil ecuatoriana se fabrican productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

La diversificación en este sector ha permitido que se fabriquen muchos productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

1.3 Problemas y oportunidades

Uno de los problemas más notables es la ausencia de proveedores en el cantón General Villamil Playas lugar donde funcionará la empresa y en caso de que la mercadería no llegue a tiempo habría que movilizarse hasta la ciudad de Guayaquil ya que es el lugar más cercano.

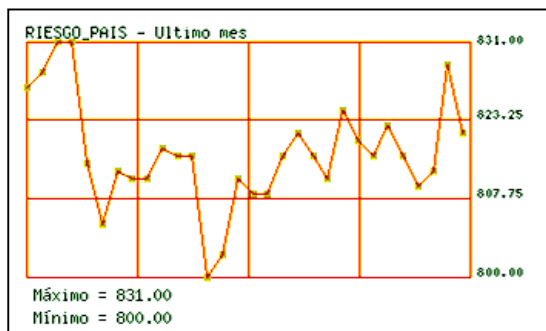
En el cantón General Villamil Playas los clientes se muestran inconformes ante la situación de no encontrar un punto de venta donde puedan adquirir determinados tipos de telas de acuerdo a sus exigencias.

Debido a esto, es que recurren a ciudades cercanas para comprar sus artículos, incurriendo en costos no presupuestados, causándoles pérdida de tiempo y dinero, haciendo una oportunidad para KOLORTEX de captar el mercado en su totalidad, hasta la aparición de nuevas competencias.

El proyecto considera un impacto positivo en la sociedad porque brinda un producto 100% ecuatoriano que cree que la generación de empleo es una fortaleza y clave para el desarrollo del negocio y del país; y que adicionalmente tiene la capacidad de evolucionar en uno de los mercados más complejos, como es la industria textil.

El Riesgo País del Ecuador en los últimos 3 meses no ha presentado grandes fluctuaciones, sin embargo el fuerte invierno que se vivió en un país netamente agrícola, hizo que el riesgo país aumente con respecto a los meses pasados.

Figura 2: Riesgo País



1.4 Características del producto

La empresa KOLORTEX se dedica a la comercialización de telas en diferentes diseños, calidad y textura que se usan para confeccionar vestidos, camisas, blusas, jeans, ropa interior, sábanas y cortinas. Además existen patrones que rigen los diseños de las telas, es decir; para que pueda ser vendido un diseño de tres randas en popelina cada ronda deberá tener un ancho de 17 Centímetros con un espacio de por lo menos 3 Centímetros entre randas y randas.

Los proveedores son industrias nacionales, debido a que no sería un obstáculo encontrar telas con calidad, textura y diseños anteriores, que en cada estación del año varían en su gran mayoría, ya sea en diseño, calidad y color.

A diferencia de los proveedores en el exterior que estoquean el diseño de sus telas haciendo difícil la adquisición del mismo diseño en un futuro dado.

La empresa realiza sus compras directamente con sus proveedores negociando, el precio por cada metro de tela y el costo de transporte desde la fabrica hasta el punto de venta ubicado en el cantón General Villamil Playas. La mercadería se basa en ocho diferentes tipos de texturas:

BRODEIRE

El Brodeire tiene viene en una gran variedad de estilos y para su comercialización: Tres randas, 6 randas, 10 randas. Athenas, letin original y mónaco, dentro de cada variedad existe una variedad de diseños para su distinción tienen que estar debidamente codificado.

GAMUZA

Para su comercialización debe venir en diferentes colores debe traer un metro y medio de ancho.

GEORGETTE

Para su posterior comercialización debe venir: Georgette Bordado, Georgette Original, que dentro de cada una de estas variedades igualmente debe venir codificada para distinguir un diseño del otro.

HILO MATE

El hilo mate viene en una sola variedad pero si en varios diseños que para distinguirlo que vienen debidamente codificados.

TULLE

Para su comercialización vienen en: 3 randas, 6 randas, tulle de 51 pulgadas. Dentro de cada variedad hay varios diseños y colores que se distinguen por el número de código. Este tipo de tejido viene en dos diferentes calidades que para su distinción son llamados de primera y segunda.

LYCRA

La lycra ya que vienen en algodón normal y una calidad brillante y en diferentes niveles para ser comercializados.

1.5 Alcance

En el estudio se busca probar que existe un número suficiente de consumidores o usuarios, que cumplen con los requisitos para constituir una demanda que justifique la implantación del proyecto en un periodo de tiempo determinado.

Además de permitir establecer las cantidades que se requieren del bien y la estimación de la demanda que estaría dispuesta a adquirir los productos a determinados precios.

El proyecto también facilita el conocimiento de las necesidades y características de los consumidores potenciales, las estrategias de promoción y publicidad, la evolución de la demanda y la oferta, las condiciones de los proveedores, el análisis de los precios, las estrategias de comercialización y el estudio del mercado de insumos.

Crear vínculos comerciales con empresas extranjeras de países que pertenecen a la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para poder importar telas y comercializarlas en el Ecuador, aprovechando los bajos aranceles que existen entre los países.

Implementar una sección de accesorios para costuras como hilos, agujas, botones, encajes entre otros; creando un servicio completo en el momento que el cliente adquiera telas en la comercializadora.

La adquisición de un terreno propio para construir la comercializadora en el cantón General Villamil Playas.

1.6 Objetivo

Realizar un Estudio de Factibilidad para la implementación de una empresa que se dedique al comercio de textiles mediante la implementación de una comercializadora surtida ubicada en General Villamil Playas.

Medir la factibilidad de la implementación de una comercializadora de textiles surtida ubicada en Playas Villamil.

Determinar la demanda potencial de textiles requeridos en el Cantón General Villamil.

Identificar el tipo de tela más demandados (preferencias, gustos, tendencias), así como los nichos de mercado desatendidos en el cantón General Villamil Playas.

Plantear las estrategias de comercialización y distribución de textiles enfocadas a la demanda del mercado actual.

1.7 Justificación

Este proyecto considera un impacto positivo en la sociedad porque brinda un producto 100% ecuatoriano, que cree que la creación de empleo es una fortaleza y clave para el desarrollo del negocio y del país; y que adicionalmente tiene la capacidad de evolucionar en uno de los sectores más complejos, como es la industria de la moda.

Satisfacer la necesidad de los pequeños clientes y saber lo que desea el gusto infantil que buscan las mismas opciones que el público adulto es crear una comunicación directa entre cliente y marca, creando un concepto de estilo de vida comodo, fresco, activo y natural.

2. Investigacion de mercado

2.2 Logotipo de la empresa

El logotipo es la firma de la compañía que sirve para dar a conocer e identificar a la empresa que se representa por largo tiempo, de tal modo que los clientes lo asocien con los productos ofrecidos.



Figura 3: Logotipo de la empresa

2.3 Misión

Satisfacer totalmente la demanda de textiles en el cantón General Villamil Playas, adecuando los recursos necesarios, de acuerdo a los requerimientos de un sistema de comercialización y calidad, dentro de un buen clima organizacional.

Se perseguirá actuar proactivamente para conseguir el nivel más alto de aceptabilidad y preferencia en cuanto a variedad, y servicio, garantizando la diferenciación de los demás competidores y la rentabilidad de los accionistas.

2.4 Visión

Ser una empresa líder de comercialización de textiles en el cantón General Villamil Playas, satisfaciendo de manera integral la demanda de todos los bienes y servicios que se ofrecerán a todos los consumidores.

2.5 Organigrama

En la figura 4 se muestra la jerarquía con la cual deberá organizarse la comercializadora para un mejor desenvolvimiento de sus funciones.

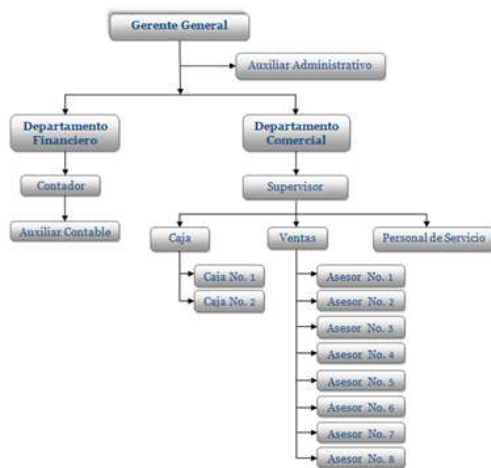


Figura 4: Organigrama

2.6 Investigación de Mercado

La información obtenida en este capítulo permite conocer las necesidades y características de los consumidores potenciales; canales de distribución, estrategias de promoción y publicidad, evolución de oferta y demanda, análisis de los precios, servirá para la toma de decisiones con respecto a las condiciones favorables y desfavorables que se presentan en el mercado y a la conveniencia de continuar, replantear o modificar el proyecto.

2.7 Método de la investigación

Para el estudio de mercado se busca probar que existe un número suficiente de consumidores, que cumplen con los requisitos para constituir una demanda que justifique la implantación del proyecto, para lo cual se aplicaron encuestas a una muestra (n) de 68 personas, valor obtenido con la formula:

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

Donde:

Población potencial (N)	32000
Población objetivo	16000
Proporción de los consumidores (P)	0,5
Fiabilidad (x) 90%	1,65
Error (e) 10%	0,1
Número de encuestas a realizar (n)	68

2.8 Macro segmentación

Para el análisis de la demanda se cuenta con una población aproximada de 32.000 habitantes, en el cantón General Villamil Playas. (Información dada mediante un censo hecho por el municipio local).

Esta población se encuentra en su mayor parte en un nivel medio de formación, el cual está representado en un 46% del total de la muestra.

2.9 Micro segmentación

Entre los clientes potenciales se puede mencionar: "SASTRERIA JHONN", "YA GRINGO"; quienes compran el 61.41% de la mercadería y el 38.58% restante lo compran los clientes minoristas que en su mayoría están conformados por las mujeres casadas entre 26 y 35 por las mujeres casadas entre 26 y 35 años.

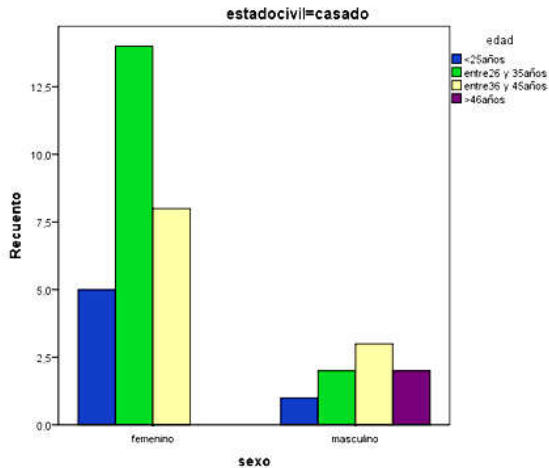


Grafico 1: Micro segmentación

2.10 Estudio Técnico:

Estantes móviles:

Los estantes móviles para la comercializadora tienen dos movimientos:

De movimiento horizontal que facilite su desplazamiento desde la bodega hasta el lugar de presentación y viceversa.

De movimiento rotacional que permita el desplazamiento, manipulación y observación por parte del cliente de los productos textiles (rollos) que la comercializadora ofrecerá en el punto de venta. En la figura 5 donde se observa la herramienta con que se trabajará.



Figura 5: Estantes móviles

2.11 LOCALIZACION DEL PROYECTO

La empresa, está ubicada en el cantón General Villamil Playas situado al suroeste de la provincia del Guayas, a 96 kilómetros de la ciudad Guayaquil.

Playas; tiene una población de 32.000 habitantes de los cuales 25.000 viven en la Cabecera Cantonal. Su Extensión de 269.3 Km². Las principales fuentes de ingreso son la pesca y el turismo.

2.12 ADECUAMIENTO DEL LOCAL

Se requiere del alquiler de un local con dimensiones de 15 mtrs de ancho y 20 mtrs de largo. Un espacio físico amplio para el área de bodega, áreas de oficina, perchas para telas; adicionalmente se requerirá adecuar el local con los requerimientos específicos para su funcionamiento.

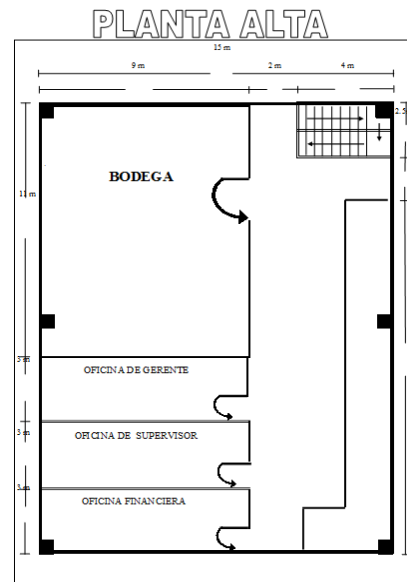


Figura 6: Instalaciones - Planta Alta

Los gráficos muestra la ubicación de perchas, caja, mostradores, estantes móviles y baños distribuidos en forma estratégica para la óptima circulación tanto del personal como de los clientes

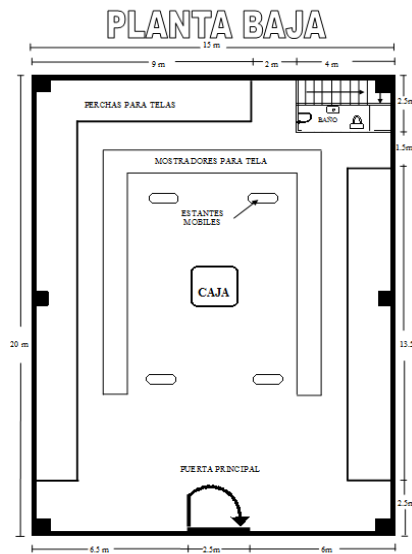


Figura 7: Instalaciones - Planta Baja

3. Analisis Financiero

Una vez realizado el estudio técnico, en donde se determina la localización del proyecto, y el detalle del personal requerido, es momento de demostrar si el proyecto es viable después de analizar los ingresos y gastos proyectados.

Asimismo, la depreciación se la hará en base al método de línea recta, para todos los activos fijos de la comercializadora, ya que es la técnica que se utiliza en la contabilidad que rige en el Ecuador.

Inversión: El monto de la inversión del proyecto es de \$ 50.788,71 del cual el 60% corresponde a préstamo privado a una tasa del 9.33% anual y el 40% aportación de los socios.

Demanda: La demanda potencial fue estimada a través de la investigación de mercado realizada en el cantón General Villamil Playas.

Precio: Debido a que la comercializadora posee una gran variedad de precios en sus productos, se decidió utilizar como el parámetro más cercano el precio promedio histórico de la venta de tipos similares en el mercado, y la aceptación de precios del cliente.

Costos: Se consideran los costos variables con un total de \$6.684,00 de costos medios, y los costos fijos en los que se incluyen: Gastos de alquiler, costo

de seguridad, costos de Publicidad, costos de materiales y suministros, materiales de limpieza, los servicios Básicos y por último los Gastos de Sueldos y Salarios detallados en el cuadro No. 3.3, dando un total de costos fijos de \$ 145.652,07 presentado para el año uno y con un aumento del 4.31% anual.

INVERSIÓN		
ADECUAMIENTO DEL LOCAL Y OFICINAS	\$ 3.853,34	
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 5.189,72	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.488,19	
MATERIALES AEREA OPERATIVA	\$ 1.337,24	
EQUIPO DE LIMPIEZA	\$ 68,07	
EQUIPO DE PRIMEROS AUXILIOS	\$ 84,40	
CAPACITACION	\$ 320,00	
SOFTWARE	\$ 1.000,00	
GASTOS LEGALES	\$ 500,00	
Capital de trabajo	\$ 3.886,98	
Inventario Inicial	\$ 28.658,87	
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 401,90	
Total de Inversión	\$ 50.788,71	
Préstamo	60%	\$ 30.473,23
Aporte de Socios	40%	\$ 20.315,48

Cuadro 1: Inversión

3.2 Estructura de Financiamiento

Para la realización del proyecto los accionistas aportarán con el 40% de la inversión total y el siguiente 60% se financiará por medio de un préstamo al Banco Bolivariano, a una tasa de Interés anual de 9,33% en un plazo de 2 años, se escogió el Banco Bolivariano, porque es la institución Financiera que ofrece los créditos a la menor tasa.

El préstamo se calculó por un monto de \$ 27.015,40 correspondiente al 60% de la inversión con el cual el banco recibirá al final de los dos años un monto de \$ 30.793,29 correspondiente al pago de capital más los intereses, el cual incluye pagos adicionales administrativos que mes a mes son cobrados por el banco: Comisión por Gestión y Seguro por desgravamen, entregando un pago para el primer mes de \$1.319,57.

3.3 Proyección de Ingresos

Para la proyección de ingresos se tomo en cuenta la demanda obtenida según la investigación de mercado y a su vez un crecimiento de acuerdo a la inflación del 4.31% sobre las ventas.

Para el primer año se obtiene un total de ingresos de \$160.260,40 (179.073 metros de tela por su respectivo precio según su textura), en el cual se desglosa el costeo para cada uno de los tipos estimados y tomando en cuenta un precio promedio, mencionados anteriormente de acuerdo a la aceptación del cliente.

3.4 Flujo de Caja

Se detalla dos Flujos Netos de Efectivo en cual uno es con financiamiento, que se toma en cuenta como referencia para el proyecto y el segundo sin financiamiento (Apéndice 9) que es solo como comparativo; el cual no posee gastos de préstamo bancario por lo que el 100% de la inversión se carga a la participación de los accionistas.

En el flujo con financiamiento, se obtiene en el primer año un flujo neto de efectivo negativo de **-\$5.099,57** el cual es relativamente bajo por los desembolsos que debe incurrir para los pagos del préstamo, ésta pérdida se recupera en los años posteriores en los que se obtiene flujos superiores.

En el segundo año se obtiene un flujo negativo de **-\$3.544,08** siendo éste el año en el cual se termina de pagar el préstamo bancario y a partir del año tres el flujo es positivo siendo este de \$5.262,65 empezando en este año los flujos con aumentos en menor proporción para los siguientes años pero igualmente aceptables.

3.5 Resultados y Evaluación Financiera

En esta sección se aplicarán dos técnicas de Evaluación del Proyecto de Factibilidad de la comercializadora de telas "KolorTex":

Valor Actual Neto (VAN):

El Valor Actual Neto, es una técnica de estimación del valor en el año cero del proyecto mientras este sea mayor a cero se considera una ganancia y al mismo tiempo se concluye que el proyecto es económicamente viable.

$$VAN = \$12.239,93$$

Tasa Interna de Rendimiento (TIR):

La Tasa Interna de Rendimiento es la tasa de retorno ofrecida por el proyecto la cual debe ser comparada con la Tasa Máxima de Rentabilidad.

La TMAR es obtenida con la formula $Re = R_f + \beta (\text{Prima de riesgo} - R_f) + \text{Riesgo País}$

Donde:

$$R_f = 2.63\%$$

$$\beta = 1.165$$

$$\text{Prima de riesgo} = 3.80\%$$

$$\text{Riesgo País} = 9.87\%$$

$Re = 13.86\%$ que al ser comparada con la TIR, tenemos como resultado bajo el criterio "Rendimiento: $TIR > TMAR$ ".

$$TIR = 19.42\% > TMAR = 13.86$$

Tanto la Tasa Interna de Retorno como el Valor Actual Neto, son aceptables por lo tanto, se puede concluir que la opción del Financiamiento es la más rentable para llevar a cabo el funcionamiento de este proyecto.

3.6 Periodo de recuperación PAYBACK

El período de recuperación de la inversión es el tercer criterio más utilizado para evaluar un proyecto y tiene como objetivo medir el tiempo en el cual se recupera la inversión. De acuerdo a los resultados, el proyecto en el período de recuperación está en el año 3.

CCPP 13,86%

PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO				
Años	Saldo de Inversión	Flujo	Valor presente	Recuperación
1	\$ 50.788,71	-\$ 5.022,19	-\$ 4.410,73	-\$ 9.432,92
2	\$ 41.355,79	-\$ 3.463,37	-\$ 2.671,36	-\$ 6.134,73
3	\$ 35.221,06	\$ 5.346,84	\$ 3.622,00	\$ 1.724,84
4	\$ 33.496,22	\$ 7.521,73	\$ 4.474,93	\$ 3.046,80
5	\$ 30.449,42	\$ 1.508,10	\$ 787,98	\$ 720,12
6	\$ 29.729,30	\$ 6.078,89	\$ 2.789,50	\$ 3.289,38
7	\$ 26.439,92	\$ 8.386,50	\$ 3.379,88	\$ 5.006,62
8	\$ 21.433,30	\$ 8.720,76	\$ 3.086,68	\$ 5.634,08
9	\$ 15.799,22	\$ 6.991,13	\$ 2.173,21	\$ 4.817,92
10	\$ 10.981,31	\$ 70.779,84	\$ 19.323,31	\$ 51.456,54

Cuadro 2: Periodo de Recuperación

3.7 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite cambiar variables básicas del proyecto y observar los cambios que se originan en los resultados del valor actual neto (VAN) y de la tasa interna de retorno (TIR).

Precio	-10	-20	-30	Actual	30	20	10
VAN	\$ (132.831)	\$ (513.553)	\$ 832.452	\$ 12.240	\$ 1.102.505	\$ 779.297	\$ 456.089
TIR	-	-	-	19,8%	62,97%	53,2%	41,0%

Cantidad	-10	-20	-30	Actual	30	20	10
VAN	\$ (135.382)	\$ (73.330)	\$ (176.435)	\$ 12.240	\$ 442.199	\$ 339.093	\$ 235.987
TIR	6,8%	4,9%	-	19,8%	36,0%	33,1%	29,4%

Costo	-10	-20	-30	Actual	30	20	10
VAN	\$ 259.583	\$ 506.926	\$ 754.270	\$ 12.240	\$ (729.790)	\$ (482.447)	\$ (235.103)
TIR	378,0%	-	-	19,8%	-	-	-

Fuente: Elaboración Propia Abril 2010

Cuadro 3: Cuadro de Sensibilidad

Variable No. 1: Precio,

Se observa que tanto el VAN como la TIR cambian notablemente su valor si se aumenta o reduce porcentajes de 30%, 20% y 10% del precio de venta, es decir el proyecto es sensible a cambios en esta variables

Variable No. 2: Cantidad

Incrementando porcentajes en las variable "cantidad"; tanto el VAN como la TIR aumentan considerablemente con respecto al escenario moderado, pero si se disminuyen estos porcentajes provocan que el proyecto no sea viable.

Variable No.3: Costo de Compra

A diferencia de las variables mencionadas anteriormente, la variable "costo de compra" tiene una relación inversa con respecto a los ingresos y por ende al VAN y TIR ; es decir si esta variable aumenta los ingresos disminuyen, el flujo baja y cae la TIR.

En conclusión el proyecto es altamente sensible ante cambios en las variables mencionadas.

4. Conclusiones y recomendaciones

La Comercializadora de Textiles "KOLORTEX", en la etapa de Inversión, incurre en unos costos de adecuación del local, muebles y enseres, poco altos.

Durante los primeros dos años los costos se reflejan de manera significativa. En el tercer año ya se recupera la inversión. En el segundo año, se estima un mejoramiento del nivel de ventas (4.31%), con el cual, se mejora los ingresos por este concepto y por ende, ganancias para los inversionistas.

El proyecto presenta un alto grado de incertidumbre para el inversionista, ya que el capital inicial requerido es de \$50.788,71 teniendo en el primer y segundo año, una ganancia para amortizar de manera inmediata.

Los costos se ven afectados por la inflación, factor que enmarcan el proyecto bajo una perspectiva realista de las condiciones del mercado. El valor actual neto cuyo valor es de \$12.279,03 representa que el proyecto es viable.

La tasa interna de retorno cuyo valor es de 19,42 lo que significa que el proyecto es atractivo al sistema financiero ya que es superior a la tasa de interés de oportunidad.

De esta manera de acuerdo con las estrategias planteadas y el análisis financiero que se realizo, se pronostican resultados prometedores, ya que el proyecto logra cubrir pérdidas y generar ganancias mediante sus ventas mostrando de esta manera la viabilidad económica del proyecto.

Es importante manejar adecuadamente los porcentajes de comercialización e incremento de la mercancía vendida. Hoy en día, puede verse afectado el nivel de ventas en forma significativa, por la inestabilidad económica del país, cuyas reformas afectan de manera directa el negocio y por ende la rentabilidad del proyecto.

5. Agradecimiento

Después de culminar una etapa importante en nuestras vidas, la gratitud es inmensa con la Escuela Superior Politécnica del Litoral, nuestra querida Facultad de Economía y Negocios, y también con todos aquellos profesores que forman parte de nuestra formación profesional. Al Sr. Ec. Giovanni Bastidas y al Sr. Msc. Marco Tulio Mejía, Director de proyecto de graduación, por la gran gestión que realiza al contribuir en la formación de los estudiantes de nuestra prestigiosa facultad. Y lo más importante un agradecimiento especial a Dios y a nuestras familias, por ser el soporte en todo momento, por impulsarnos a rendir y exigir cada día más en nuestras vidas.

6. Referencias

Biblioteca Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL):

[1] Título: Preparación y evaluación de proyectos; Autor: Nassir Sapag Chain; Editorial: Pearson Educación; Edición: 6A ED; Año: 2005.

[2] Titulo: Presupuesto Base Cero; Autor: Pyhrr; Peter A. ; Año:1977