

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



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

**Proyecto de Grado  
Previa la obtención del Título de:**

**INGENIERA COMERCIAL Y EMPRESARIAL  
Especialización:  
COMERCIO EXTERIOR**

**Presentado por:**

**Sidney Alexander Vincés Cerezo  
Katherine Johanna Lozano Jama  
Lady Judith Sanchez Cujilan**

**Guayaquil-Ecuador  
2010**

## DEDICATORIA

A Dios por guiar mis pasos, por darme la oportunidad de disfrutar este logro con las personas que quiero, por ayudarme a superar los obstáculos que se presentaron a lo largo del camino; y porque sin él ninguna de mis metas tienen sentido.

El momento en que el ser humano culmina una meta, es cuando se detiene a hacer un recuento de todas las ayudas recibidas, de las voces de aliento, de las expresiones de amor y comprensión; es por eso que dedico éste triunfo a mis adorados padres; Orlin e Isabel quienes con su infinito amor me han brindado todo su apoyo sin escatimar sacrificio alguno, apoyándome siempre en mis grandes sueños.

A mi hermana Jenniffer, que ha sido siempre un ejemplo de vida, y un apoyo incondicional; gracias por formar parte de grandes debates sobre la toma de decisiones; y a Kimberly para que este éxito sea un ejemplo de esfuerzo y estudios.

En general a toda mi familia que de una u otra manera contribuyeron para el logro de mi carrera.

A mis amigos, quienes son testigos de mis triunfos y fracasos, para que este logro sirva de motivación y no desmayen en la búsqueda de alcanzar sus metas profesionales.

A mis compañeras de tesis que me enseñaron que aprender a trabajar en equipo se logra solo trabajando en equipo.

Y para quienes creen que la satisfacción más grande para el ser humano no es llegar a la cima, sino más bien escalar la montaña.

***Sidney Vinces Cerezo***

## DEDICATORIA

A Dios por ser mi guía en todo momento, por darme fuerza y valor para seguir adelante cuando he estado por decaer. Le doy gracias por darme la oportunidad de ver mis sueños realizados haciendo que esto sea un primer paso para mi enriquecimiento profesional.

A mis padres Martha Jama García y Miguel Lozano Jama por su esfuerzo y dedicación para darme siempre lo mejor, ellos son el pilar principal de mi familia, a mi abuelita Norma García que siempre ha estado cuando más la he necesitado. A mis hermanos Xavier y Nicole que son mi vida, deseando que este logro los motiva a seguir adelante.

Este trabajo es el fruto de mucho tiempo de estudio y dedicación, esfuerzo y sacrificio, el cual no hubiese logrado culminar sin el apoyo estas personas tan importantes que estuvieron presentes durante todo este proceso.

A mis compañeros: Sidney y Lady con quienes he aprendido el trabajo en equipo. Le doy Gracias a Jennifer Vines por compartir sus conocimientos que nos sirvieron de mucho en la ejecución de este proyecto.

A mis profesores, quienes nos dan esta oportunidad de expandir nuestra mente y entrenarnos para el mundo laboral.

Todo lo que se trabaja bien, nunca saldrá mal.

***Katherine Lozano jama***

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente.

A mi mamá Magali Cujilán por haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo cariño, está claro que si no fuese por el esfuerzo realizado por ella, mis estudios de tercer nivel no hubiesen sido posibles, te adoro mamá.

A mis hermanos Suleika y Ricardo gracias por estar conmigo y apoyarme siempre.

A Cristian muchas gracias por estar conmigo y por todo el apoyo que me has dado para continuar y seguir con mi camino, te quiero con todo mi corazón.

***Lady Sánchez Cujilan***

## **TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**

**Econ. Giovanni Bastidas.**  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

**Ing. Marco Tulio Mejía**  
DIRECTOR DE TESIS

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”

Lozano Katherine

Sánchez Cujilán Lady

Vinces Cerezo Sidney

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darnos la fortaleza necesaria para no desmayar ante las adversidades y por permitirnos vivir la satisfacción del deber cumplido.

A nuestros padres por ser la motivación de ser mejores cada día.

A nuestros hermanos especialmente a Jenniffer Vincés por compartir sus ideas y excelentes conocimientos a nuestro director y profesor de tesis Ing. Marco Tulio Mejía por su apoyo incondicional y su valiosa opinión sin la cual no hubiese podido culminar nuestro trabajo.

Y también agradecerles a todos aquellos profesores que impartieron sus conocimientos para con nosotros y así ser unos profesionales de éxito.

# INDICE

Dedicatoria	
Tribunal de Graduación	IV
Declaración Expresa	V
Agradecimiento	VI
Índice General	VII
Índice de Cuadros	IX
Índice de Figuras	X
Índice de Apéndices	XI
<b>CAPITULO 1 INTRODUCCION</b>	
1.1 Resumen del proyecto	1
1.2 Antecedentes del proyecto	2
1.3 El comercio textil del Ecuador	4
1.4 Problemas y oportunidades	5
1.5 Actividad de la empresa	6
1.6 Característica del producto	
1.6.1 Características físicas externas	9
1.6.2 Características físicas internas	9
1.7 Alcance	10
1.8 Objetivos	
1.8.1 Objetivos generales	11
1.8.2 Objetivos específicos	11
1.9 Justificación	12
<b>CAPITULO 2 INVESTIGACION DE MERCADO</b>	
2.1 Estudio organizacional	
2.1.1 Nombre de la empresa	13
2.1.2 Logotipo de la empresa	13
2.1.3 Misión	15
2.1.4 Visión	15
2.1.5 Organigrama	16
2.1.6 Funciones, requisitos y perfil del personal	17
2.1.7 Análisis del entorno	21
2.2 Estudio del mercado y su análisis	
2.2.1 Método de investigación	23
2.2.2 Diseño de la encuesta	24
2.2.3 Demanda	24
2.2.4 Comportamiento del cliente	27
2.2.5 Preferencia del cliente	28
2.2.6 Mercado meta	29



2.2.7 Fuerzas de Porter	31
2.2.8 Marketing Mix	31
2.3 Estudio técnico	
2.3.1 Estantes móviles	34
2.3.2 Distribución de la planta	35
2.3.3 Creación de ambientes	36
2.3.4 Localización del proyecto	36
2.3.5 Ubicación de las oficinas	37
2.3.6 Adecuamiento del local	37
<b>CAPITULO III: ANALISIS FINANCIERO</b>	
3.1 Introducción	40
3.2 Inversión	40
3.3 Ingresos	41
3.4 Costos	42
3.5 Estructura del financiamiento	43
3.6 Proyección de ingresos	44
3.7 Flujo de caja	44
3.8 Resultados y evaluación financiera	47
3.9 Período de recuperación PAYBACK	48
3.10 Análisis de sensibilidad	49
Conclusiones	51
Recomendaciones	53
Apéndices	
Bibliografía	

# INDICE DE CUADROS

Cuadro 1:	Organigrama	16
Cuadro 2:	Demanda total	24
Cuadro 3:	Compra de telas	26
Cuadro 4:	Decisión de compra	27
Cuadro 5:	Preferencia de los clientes	28
Cuadro 6:	5 Fuerzas de Porter	31
Cuadro 7:	Inversiones	41
Cuadro 8:	Costos fijos	42
Cuadro 9:	Costos variables	42
Cuadro 10:	Tabla de préstamo	43
Cuadro 11:	Flujo de caja con financiamiento	46
Cuadro 12:	Payback	48
Cuadro 13:	Análisis de sensibilidad	49

# INDICE DE FIGURAS

Gráfico 1:	Participación de Industrias textiles en América latina	2
Gráfico 2:	Sector Textil	3
Gráfico 3:	Riesgo País	6
Gráfico 4:	Venta al menudeo	6
Gráfico 5:	Diseño de Telas	8
Gráfico 6:	Características de tela	9
Gráfico 7:	Logotipo	14
Gráfico 8:	Logotipo alternativa 1	14
Gráfico 9:	Logotipo alternativa 2	15
Gráfico 10:	Demanda Total	24
Gráfico 11:	Adquisición de tela	25
Gráfico 12:	Compran tela	26
Gráfico 13:	Decisión de compra	27
Gráfico 14:	Tipos de telas	28
Gráfico 15:	Niveles de Estudio	30
Gráfico 16:	Micro Segmentación	30
Gráfico 17:	Estantes móviles	35
Gráfico 18:	Mapa del cantón General Villamil playas	36
Gráfico 19:	Planta Baja	37
Gráfico 20:	Vista interior del Local	38
Gráfico 21:	Planta Alta	39
Gráfico 22:	Áreas de oficina	39

## ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1: Lista de proveedores	54
Apéndice 2: Sueldos y salarios	63
Apéndice 3: Diseño de la encuesta	64
Apéndice 4: depreciación	67
Apéndice 5: Detalle de Inversión	68
Apéndice 6: Capital de Trabajo	69
Apéndice 7: Inventario	70
Apéndice 8: Tabla de Amortización	73
Apéndice 9: Flujo sin financiamiento	74

## **CAPITULO I: INTRODUCCIÓN**

### **1.1 RESUMEN DEL PROYECTO**

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.

Grafico 1

Participación de industrias textiles en América Latina



Fuente: Asociación de Industrias textiles en el Ecuador

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.

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, al rededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

**Grafico 2**  
**Sector textil**



Fuente de elaboración: Textimax

### 1.3 EL COMERCIO TEXTIL EN EL EXTERIOR

Las empresas textiles ecuatorianas se concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999.

Otro factor fundamental para seguir creciendo la participación en el mercado externo, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los países que demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos.

Entre los países o bloques económicos más importantes comercialmente hablando se encuentran Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica; por tanto, el Ecuador debe procurar acuerdos con estas naciones que garanticen a nuestros productos un acceso preferencial a sus mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa clara que genera un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios y las inversiones.

La industria textil busca fortalecer los lazos comerciales con los países Andinos, pero ampliar las exportaciones a otras latitudes para poco a poco llegar a más países latinoamericanos y europeos. Todo esto contribuirá con el objetivo principal que es la generación de empleo digno para los ecuatorianos.



## 1.4 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.

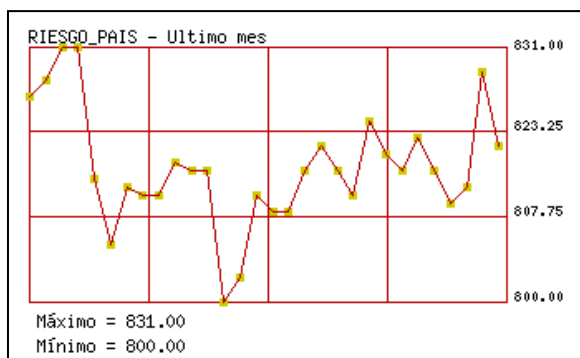
En el cantón General Villamil Playas los clientes se muestran inconformes ante la situación de no encontrar un punto de venta donde puedan adquirir determinados tipos de telas de acuerdo a sus exigencias.

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.

**Grafico 3**  
**Riesgo país**



Fuente de elaboración: Banco Central del Ecuador

## 1.5 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

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.

**Grafico 4**  
**Venta al menudeo**



Fuente de elaboración: Diaria El Universo

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.

**Grafico 5**  
**Diseño de telas**



Fuente de elaboración: Textimax

## 1.6 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

### 1.6.1 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS EXTERNAS:

- Forma: se encuentra en forma plana.
- Tamaño: esta característica depende del tipo de tela. Algunas de ellas vienen de 110, 150, 250 y 280 centímetros de ancho y la longitud es la solicitada por el cliente.
- Color: existe gran variedad, vienen telas de un solo color y estampadas de varias tonalidades.

### 1.6.2 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS INTERNAS:

- Calidad: existe diversidad en los componentes de las telas la mayoría de algodón y poliéster.
- Resistencia: depende de los porcentajes de concentración de los diferentes componentes en la elaboración de la tela.

Grafico 6  
Características de telas



Fuente de elaboración: Textilex Mambila

## 1.7 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 adquiriera telas en la comercializadora.

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

## **1.8 OBJETIVOS**

### **1.8.1 OBJETIVO GENERAL**

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.

### **1.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- 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.

## 1.9 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.



## **CAPITULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **2.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **2.1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA**

El nombre de la empresa puede ser un factor muy importante para su éxito comercial. Por eso conviene elegir un nombre que evoque la fuerte imagen y que sirva para reforzar la idea del negocio.

KolorTex; es el nombre que elegimos para la empresa. Compuesta de dos palabras KOLOR, por la inmensa gama de colores de las telas y TEX, de textiles. Los factores que determinaron el nombre de la empresa fueron:

- Es un nombre comercial breve.
- Es un nombre fácil de recordar.
- Es un nombre muy original para distinguirlo de nuestros competidores.

#### **2.1.2 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.

Elegimos como logotipo el siguiente modelo:

Grafico 7  
Logotipo



En el logotipo se puede observar dos hilos de telas queriéndose enlazar, de colores fuertes y vivos como lo son el verde y azul.

También en el logo se aprecia la palabra Textiles; hecho básicamente para que el consumidor pueda captar cual es la actividad de la empresa.

Otras alternativas planteadas:

Grafico 8  
Logotipo alternativa 1



Fuente de elaboración propia

Grafico 9  
Logotipo alternativa 2



Fuente de elaboración propia

### 2.1.3 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, costo y servicio, garantizando la diferenciación de los demás competidores y la rentabilidad de los accionistas.

### 2.1.4 VISIÓN

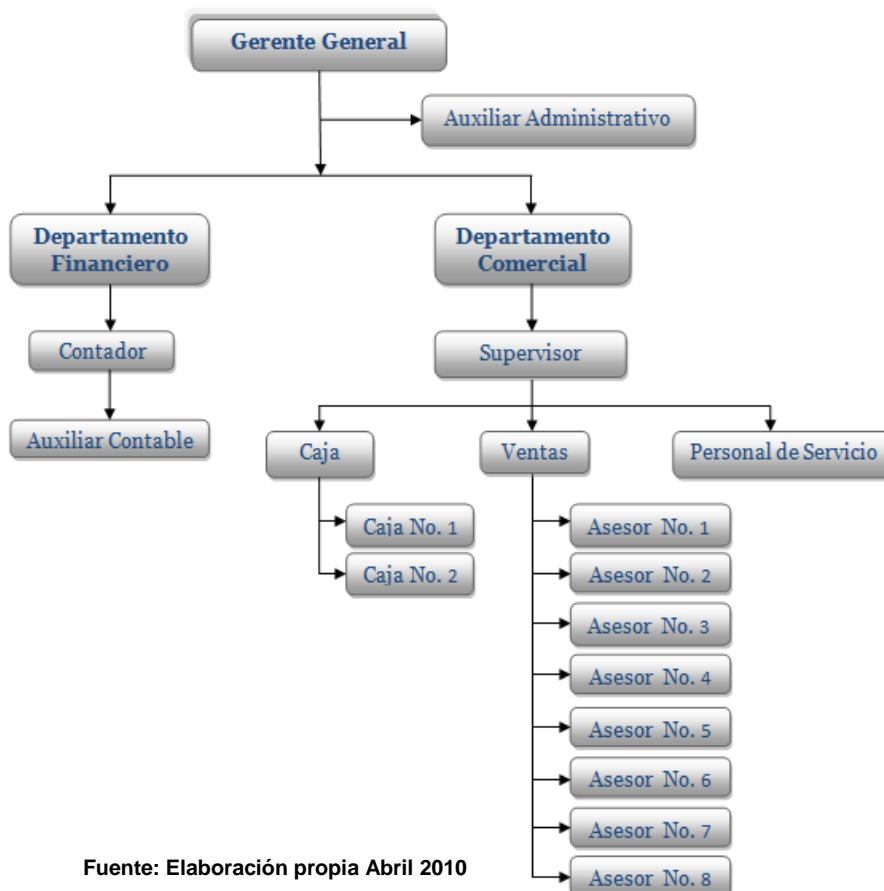
Ser una empresa líder de comercialización de textiles en el cantón General Villamil Playas, satisfaciendo de manera integral la demanda de todos los bienes y servicios que se ofrecerán a todos los consumidores.

### 2.1.5 ORGANIGRAMA

En una empresa la estructura es la disposición de sus elementos. El primer paso de su organización es la descripción de los puestos de trabajo así como la asignación de responsabilidades. Posteriormente tendrán lugar las relaciones de autoridad y coordinación, mediante la determinación de niveles de jerarquía a escalones de autoridad.

En el cuadro 1 se muestra la jerarquía con la cual deberá organizarse la comercializadora para un mejor desenvolvimiento de sus funciones.

Cuadro 1: Organigrama



Fuente: Elaboración propia Abril 2010

## 2.1.6 FUNCIONES, REQUISITOS, PERFIL DEL PERSONAL

Las funciones, requisitos y perfiles se detallan a continuación en la que cada cargo tendrá una remuneración de acuerdo al nivel de responsabilidades de cada perfil. (Apéndice 2)

### **Nombre del cargo:**

Gerente general.

### **Funciones:**

- Tomar decisiones oportunas y convenientes para la empresa.
- Realizar las funciones administrativas de planear, organizar, dirigir y controlar en el corto y largo plazo.
- Visualizar el campo de acción de la empresa en el futuro.
- Buscar la efectividad en todos los procesos de la empresa.
- Posicionar la empresa como la mejor en el Cantón General Villamil Playas.
- Buscar proveedores efectivos que ayuden con los objetivos organizacionales.

### **Herramientas y equipo:**

Computador.

**Requisitos:**

- Administrador de empresas.
- Experiencia de mínimo 2 años.
- Tener conocimientos en el sector textil.
- Negociante y emprendedor.
- Ser una persona proactiva.
- Ser creativo.
- Ser arriesgado con argumentos lógicos.
- Estratega.
- Visionario.

**Nombre del cargo:**

Auxiliar Administrativo.

**Funciones:**

- Implementar efectivamente el proceso administrativo dentro de la organización.
- Liderar todos los procesos ejecutados dentro de la organización.
- Coordinar todas las tareas de manera que se logren las metas diariamente.
- Verificar que todas las obligaciones que la empresa tenga con todas las entidades terceras y con los colaboradores cumplan en los tiempos oportunos.
- Medir los rendimientos de cada uno de los procesos e implementar los correctivos si son necesarios.
- Buscar la retroalimentación oportuna por parte de los clientes para la toma de decisiones.

**Herramientas y equipo:**

Computador y telefax.

**Requisitos:**

- Ser administrador.
- Experiencia de 1 año y medio.
- Tener experiencias laborales con el sector textil.
- Ser negociador.
- Ser creativo e innovador.
- Arriesgado dentro del escenario posible.
- Luchador.
- Estratega y visionario.

**Nombre del cargo:**

Contador

**Funciones:**

- Cumplir oportunamente con los reportes periódicos de los estados financieros a la empresa.
- Interpretar los indicadores financieros que tiene la empresa y mirar las posibles desviaciones para aplicar los correctivos necesarios.
- Mirar las posibles fuentes en que la empresa puede ejercer una retroalimentación rentable para la empresa.
- Cumplir oportunamente con la liquidación de los impuestos.

**Herramientas y equipo:**

Computador

**Requisitos:**

- Ser contador
- Tener una experiencia de 1.5 año
- Ser interprete administrativo
- Ser creativo
- Innovador
- Negociador
- Estratega

**Nombre del cargo:**

Cajero.

**Funciones:**

- Mantener los saldos de los bancos al día.
- Ayudar constantemente al contador en los libros de contabilidad.
- Mantener la facturación de todos los libros al día.
- Realizar las tramitaciones necesarias con las entidades terceras por asuntos de contratos.
- Sistematización continua de la información.

**Herramientas y equipo:**

2 Cajas Registradoras

**Requisitos:**

- Auxiliar contable
- Experiencia laboral de 1 año
- Creativo
- Innovador
- Proactivo



- Luchador
- Ordenado
- Con criterios firmes

**Nombre del cargo:**

Jefe de ventas.

**Funciones:**

- Cumplir con todas las labores propias de supervisar las ventas.
- Trabajar en forma coordinada y ordenada.

**Herramientas y equipo:**

Computador.

**Requisitos:**

- Experiencia laboral de 1.5 año.
- Presentación personal aceptable.
- Buena relación con sus subordinados.
- Buen genio.
- Colaborador.

## **2.1.7 ANALISIS DEL ENTORNO**

**Fortalezas**

- La atención personal y asesoramiento que se dará al cliente.
- Los escenarios en que exhibirán sus productos.
- Cuenta con un diseño propio e innovador de la infraestructura en el punto de venta.
- Telas 100% ecuatorianas.

### **Oportunidades**

- Ausencia de competidores.
- Los incentivos que se están dando para los pequeños empresarios por parte del Estado.
- Desarrollo comercial de General Villamil Playas.
- Calidad del algodón ecuatoriano.

### **Debilidades**

- Capacitación del personal.
- Impuestos y tasas en la comercialización de telas por la inseguridad del país.

### **Amenazas**

- Contrabando.
- Competencia desleal.
- Inseguridad.
- Inestabilidad de precios.
- Tasa de interés.
- Recesión económica.
- El secuestro.
- Reforma tributaria.
- Estancamiento del sector textil.
- Políticas gubernamentales.

## 2.2 ESTUDIO DE MERCADO Y SU ANÁLISIS

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.

### 2.2.1 MÉTODO DE 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)	<b>68</b>

## 2.2.2 DISEÑO DE LA ENCUESTA

El diseño de la encuesta está orientada a responder preguntas claves q permiten establecer las cantidades que se requieren de la tela y la estimación de la demanda que estaría dispuesta a adquirir el producto a determinados precios. (Ver apéndice 1)

## 2.2.3 DEMANDA

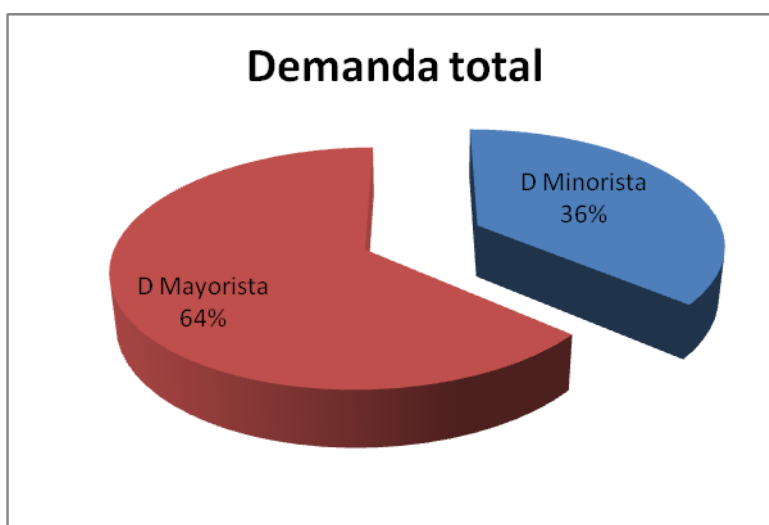
El proyecto cuenta con dos tipos de clientes (mayoristas y minoristas), juntos conforman el mercado meta. Las unidades métricas de tela demandada mensualmente suman un total de 14.923 distribuidos de la siguiente forma:

Cuadro 2

Demanda Total		
D Minorista	5400	36,19%
D Mayorista	9523	63,82%
<b>D total</b>	<b>14923</b>	<b>100%</b>

Fuente de elaboración propia

Grafico 10



Fuente de elaboración propia

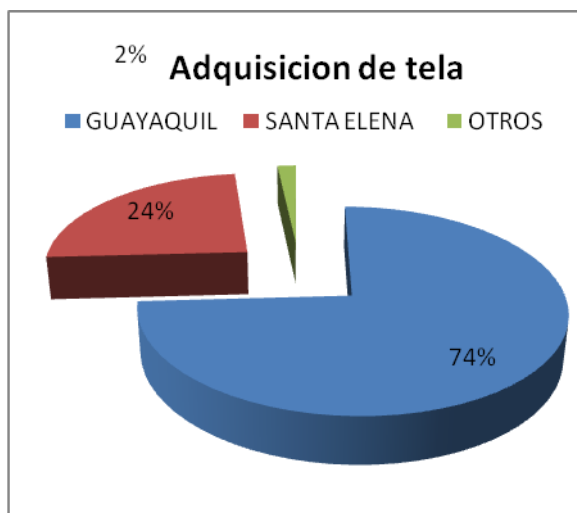
### **Demanda Mayorista**

Está conformada por confeccionistas de ropa más cercanos al cantón, entre ellos se encuentra: “YA GRINGO”, “SASTRERIA JHONN”, “CONFECCIONES VILLAMIL”, “SABATEX”, entre otros quienes suman una demanda de 9.523 mts mensualmente lo que representa el 63.82% de la demanda total.

### **Demanda Minorista**

Este tipo de clientes están conformados por la demanda que no tiene acceso a la compra de telas en el cantón General Villamil Playas, debido a la inexistencia de una comercializadora ubicada en el cantón que le ofrezca una gran variedad de telas evitando así incurrir en costos de movilización hacia provincias cercanas como Guayaquil y Santa Elena.

Grafico 11



Fuente de elaboración propia

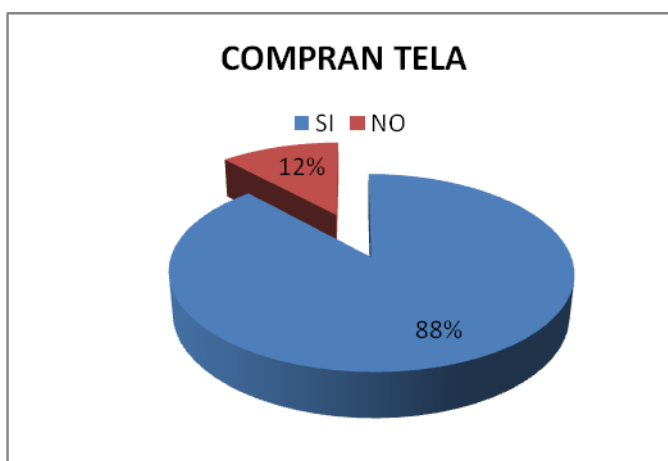
De las encuestas realizadas a una muestra de 68 personas, el 88% respondió que “si compra” tela y el 12% restante “no compra”.

Cuadro 3

COMPRA TELA		
SI	60	88%
NO	8	12%
<b>N muestra</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente de elaboración propia

Grafico 12



Fuente de elaboración propia

Este 88% que respondió “si”, compra en promedio 3 metros cada vez q acude a una tienda de telas, de esta manera se obtiene una demanda de 180 metros de tela obtenidos de la siguiente manera:

$$88\% * 68 = 60 \text{ personas} * 3 \text{ mts} = 180 \text{ mts por persona}$$

$$180\text{mts} * 30 = \mathbf{5400 \text{ mts mensuales}}$$

## 2.2.4 COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

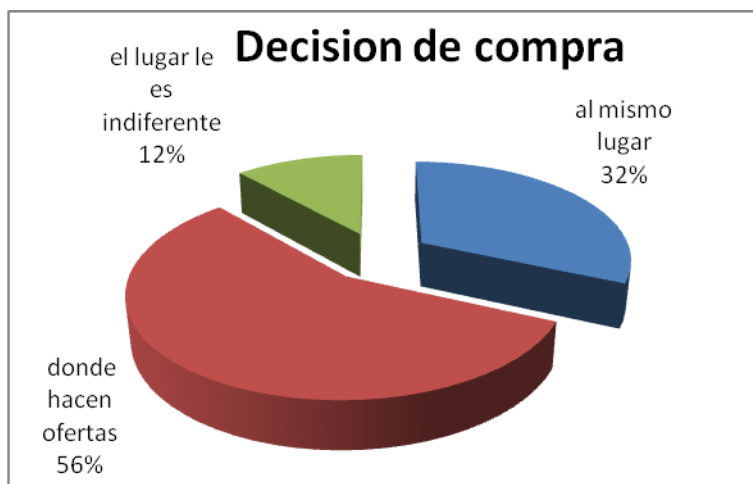
El resultado de las encuestas también permitió conocer el comportamiento del cliente en cuanto a su decisión de compra, lo cual el 57% prefiere ir a tiendas de telas donde le hacen ofertas o descuentos, también se observa que la fidelidad de los clientes es baja represen

**Cuadro 4**

Decisión de compra		
mismo lugar	19	32%
Lugar con ofertas o dctos	34	57%
el lugar le es indiferente	7	12%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Fuente de elaboración propia

**Grafico 13**



Fuente de elaboración propia

## 2.2.5 PREFERENCIA DEL CLIENTE

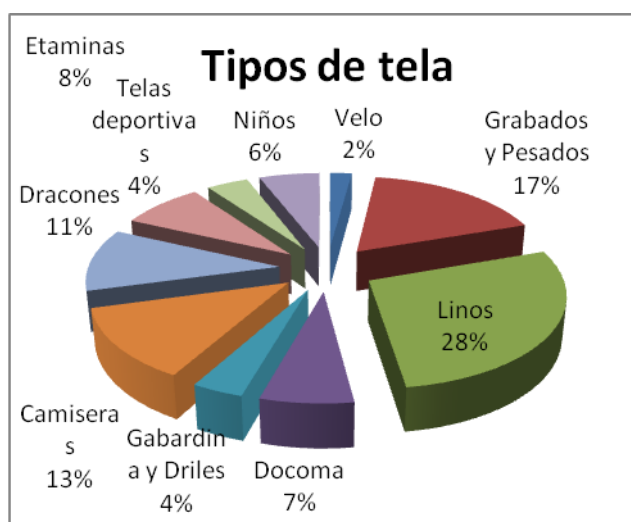
Está basada en las necesidades de obtener determinado tipo de tela para la confección de una prenda específica, esto representa materia prima insustituible para los clientes mayoristas, quienes se dedican a la confección de prendas (producto terminado)

Cuadro 5

Clase de tela	Cantidades	Porcentajes
Velo	320	2%
Grabados y Pesados	2624	18%
Linos	4190	28%
Docoma	995	7%
Gabardina y Driles	553	4%
Camiseras	1879	13%
Dracones	1655	11%
Etaminas	1216	8%
Telas deportivas	608	4%
Niños	884	6%
<b>Total Mensual</b>	<b>14923</b>	<b>100%</b>

Fuente de elaboración propia

Gráfico 14





El grafico muestra que el tipo de tela más demandada es el LINO, ya que se utilizan para la confección de uniformes escolares, ejecutivos, institucionales, etc.

Un 17% está representado por GRABADOS Y PESADOS que se emplean en la elaboración de lencería de hogar, 13% por CAMISERAS con lo que se confecciona una gran variedad de prendas de vestir

## **2.2.6 MERCADO META**

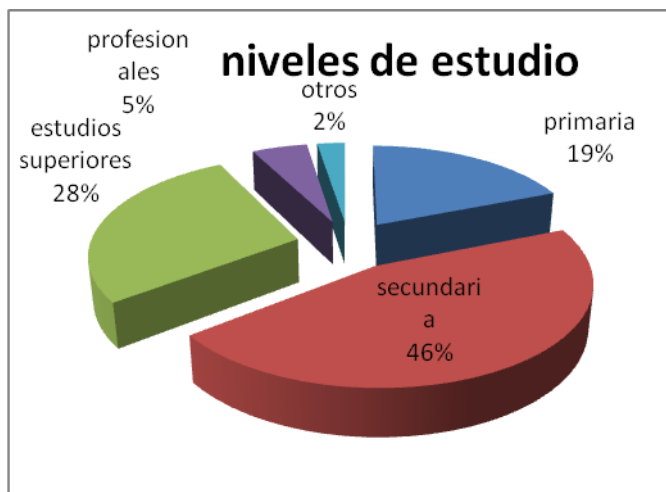
La demanda se define como el número de unidades de bienes que los consumidores o usuarios están dispuestos a adquirir para la satisfacción de una necesidad determinada, bajo un tiempo determinado y unas condiciones diagnosticadas.

### **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.

Grafico 15

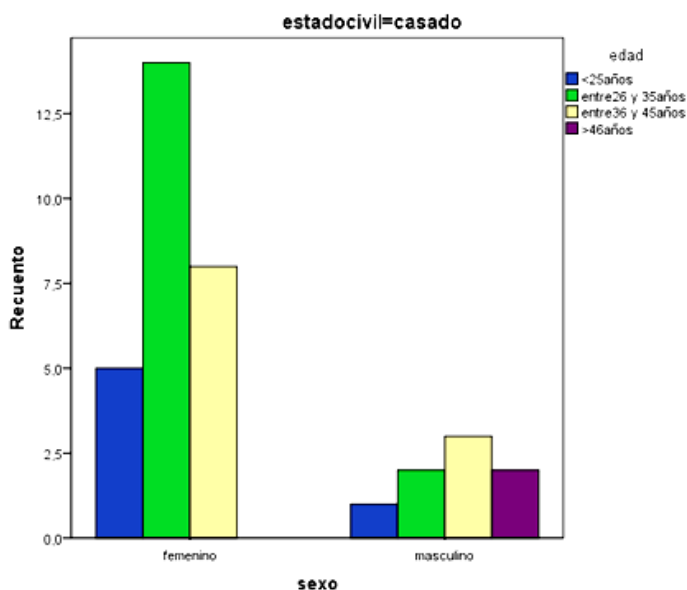


Fuente de elaboración propia

### 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 16  
Micro segmentación



## 2.2.7 FUERZAS DE PORTER

Las siguientes fuerzas determinarán las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de la comercializadora, y en base a sus objetivos y recursos determinar la competencia.



## 2.2.8 MARKETING MIX

### PRODUCTO

Los consumidores en la actualidad son muy sensibles a los precios y calidad por lo que “KOLORTEX” ofrece productos 100% ecuatorianos, para satisfacer las necesidades de los

clientes tenemos telas en gran variedad en cuanto a la textura y colores. Dentro de la textura tenemos: linos, bramantes, seda, lycra, algodón, etc.

Dentro de colores se encuentra una gama importante de tonalidades oscuras, claras, rayados, cuadrados y estampadas.

## **PRECIO**

El análisis de los precios es de gran importancia para establecer la forma en que se afectaría la oferta y la demanda ante las posibles variaciones por efecto de la inflación que se presente en ellos; esto permite calcular los ingresos futuros que se tendrán en el proyecto por la venta de los productos.

La comercializadora determinará el precio de los productos textiles a partir de un promedio de los precios del mercado.

Se sabe que los clientes son muy sensibles a los precios debido a la situación económica que se está viviendo, por ello se lanzarán precios más bajos comparados con los del mercado la competencia, para que sean asequibles al bolsillo de los Playenses.

## **PLAZA**

La comercializadora cuenta con un punto de venta, ubicada en el centro de playas, para la comodidad de los

clientes, donde se desarrolla la mayor actividad económica en este cantón.

## **PROMOCION**

Los clientes prefieren ir a lugares donde le hacen ofertas, descuentos, cualquier beneficio a favor de ellos. Por tal motivo se aplicará un descuento de introducción, con el cual se busca llegar al mercado con pequeños clientes; a estos precios se aplicará un nuevo descuento por compras superiores a determinado monto.

## **PUBLICIDAD**

Este es uno de los elementos fundamentales para dar a conocer, informar y atraer los clientes del cantón, en una actitud favorable a largo plazo, que finalmente conduce a la compra.

El objetivo principal que busca la publicidad es “informar”, ya que por este medio se logra introducir la comercialización de textiles al mercado, la cual ayuda a obtener importancia en la decisión de compra del cliente.

“KOLORTEX” se dará a conocer por medio de la televisión de playas que tiene dos canales que son: canal 24 TV Pacífico y canal 41 TV Playas, Por medio de la radio en playas frecuencia 105.3 Radio Costa.

Se utilizarán medios de comunicación como la radio, la televisión, de tal forma que se pueda llegar objetivamente a los clientes.

Presentaciones en la radio:

“PLAYASENSES LLEGO LO QUE TANTO DESEABAN UN MUNDO LLENO DE COLORES ENTRA A KOLORTEX Y CUMPLE TU MAYOR DESEO SE UNICO Y VISTETE COMO QUIERAS”.

Presentaciones en propagandas de televisión:

El contenido del mensaje televisivo se hará de la misma manera que el mensaje radial, adicionándole efectos visuales de comercialización que sean atractivos a los ojos de los televidentes.

## **2.3 ESTUDIO TÉCNICO**

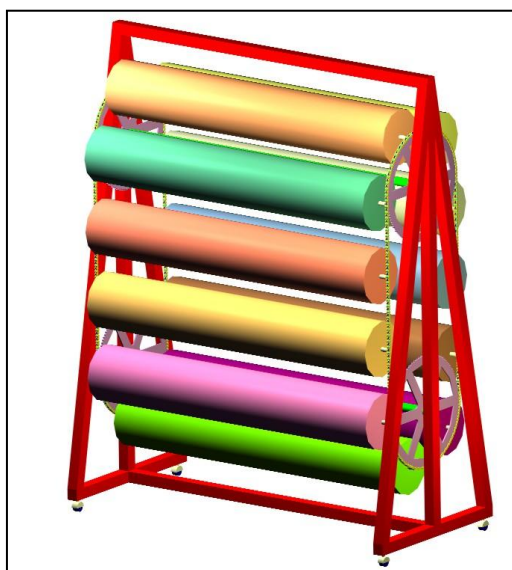
### **2.3.1 ESTANTES MÓVILES**

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 el Gráfico4.1 se observa la herramienta con que se trabajará.

**Gráfico 17.- Estantes móviles**



Fuente: Elaboración propia abril 2010

### **2.3.2 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA**

El local se distribuirá en un edificio de dos pisos, los cuales se dividirán en secciones, perfectamente diferenciadas a través de cuadros montados sobre las paredes de los productos que requiera el cliente en cada sección.

### 2.3.3 CREACIÓN DE AMBIENTES

La comercialización de textiles se verá altamente influenciada por la exhibición y ambientación de los productos, por lo cual se crearán ambientes de diferenciación que ayuden a distinguir las secciones en el punto de venta dentro de la planta que se ha escogido para el proceso de operación.

### 2.3.4 LOCALIZACIÓN 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 Km<sup>2</sup>. Las principales fuentes de ingreso son la pesca y el turismo.

Grafico 18.- Mapa del cantón General Villamil Playas



Fuente: Municipio de Playas



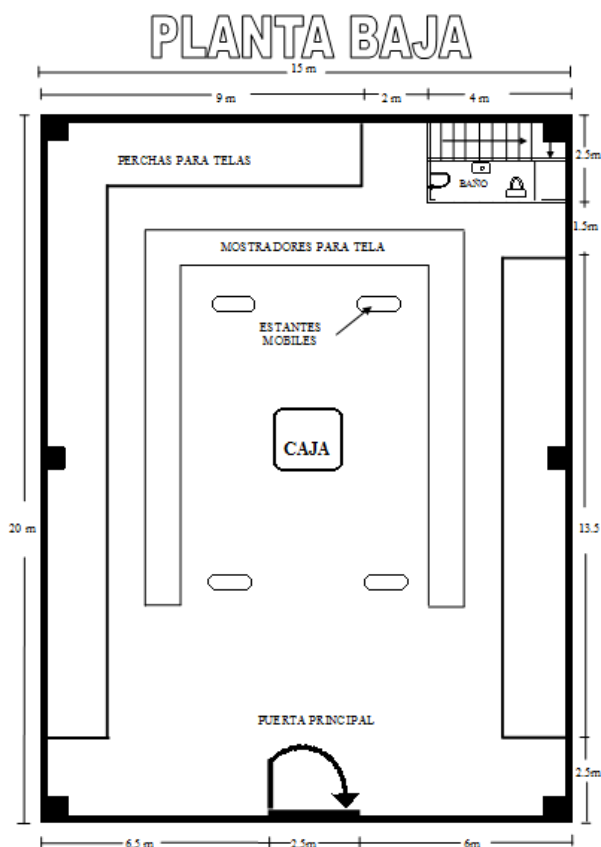
### 2.3.5 UBICACIÓN DE LAS OFICINAS

Las oficinas para el personal administrativo de la Comercializadora, estarán ubicadas en la misma sede, en el segundo piso, lo cual permite tener un mejor control en el funcionamiento del proyecto en general.

### 2.3.6 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.

Grafico19 - Planta Baja



El grafico 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

**Grafico 20.- Vista Interior de Local**



El área operativa se encuentra exhibida en cuatro escenarios :

### **Planta baja**

-Damas      - Caballeros      - Infantil

Baños

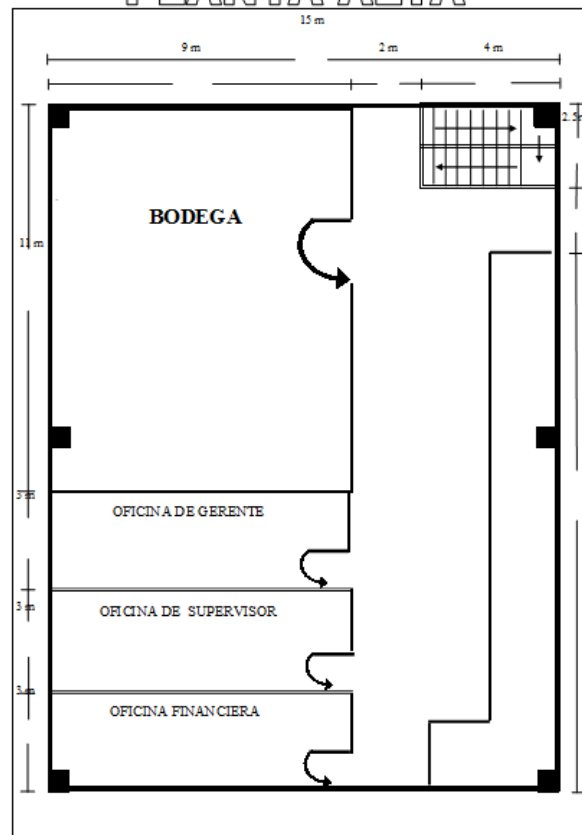
### **Planta alta**

-Hogar

Adicionalmente en la planta alta se encuentra ubicada el area de oficinas y bodega; y en la planta baja los baños

Grafico 21 - Planta Alta

# PLANTA ALTA



Fuente: Elaboración propia Abril 2010

El área de oficinas a su vez se encuentra compartido en tres departamentos: Gerencia, Dpto. Financiero, Supervisor

Grafico 22.- Áreas de oficinas



## **CAPITULO III: ANÁLISIS FINANCIERO**

### **3.1 INTRODUCCION**

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. (Apéndice 4)

### **3.2 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. (Detalle en apéndice 5).

Cuadro 7  
Comercializadora de Telas "KolorTex"

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
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$ 50.788,71</b>
Préstamo	60% \$ 30.473,23
Aporte de Socios	40% \$ 20.315,48

Fuente: Elaboración Propia Abril 2010

Para el cálculo del capital de trabajo se aplicó el método déficit acumulado máximo el mismo que consiste en proyectar los ingresos y egresos mensuales, y de la diferencia de estos se obtiene el saldo mensual, que sumado con el saldo del mes anterior nos da como resultado el déficit acumulado. (Apéndice 6).

### 3.3 INGRESOS

Los ingresos para "KolorTex", dependen básicamente de las ventas de los productos ofrecidos (Apéndice 7), por ello las ventas fueron estimadas considerando los siguientes factores:

#### **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.

## 3.4 COSTOS

Cuadro 8  
Comercializadora de Telas "KolorTex"

COSTOS FIJOS		
Detalle	Mensual	Anual
Gto de alquiler	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Gto de seguridad	\$ 714,00	\$ 8.568,00
Gto de Publicidad	\$ 4.000,00	\$ 48.000,00
Materiales y suministros	\$ 391,90	\$ 4.702,83
Materiales de Limpieza	\$ 13,05	\$ 156,60
Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono)	\$ 90,00	\$ 1.080,00
<b>Sueldos</b>	\$ 6.628,72	\$ 79.544,64
<b>Total de Costos Fijos</b>	<b>\$ 12.137,67</b>	<b>\$ 145.652,07</b>

Fuente: Elaboración Propia Abril 2010

Cuadro 9  
Comercializadora de Telas "KolorTex"

	Mensual	Anual
Costos Fijos	\$ 12.137,67	\$ 145.652,07
Costos Variables	\$ 557,00	\$ 6.684,00
<b>Total de Costos</b>	<b>\$ 12.694,67</b>	<b>\$ 152.336,07</b>

Fuente: Elaboración Propia Abril 2010

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.

### 3.5 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 (Ver apéndice 8)

Cuadro 10  
Comercializadora de Telas "KolorTex"

informacion brindada del bnco. Bolivariano		
<b>Com. Gestion</b>	3%	
<b>Tasa anual</b>	9,53%	
<b>Seguro Desgravamen</b>	0,50%	
<b>Monto Original</b>	<b>\$ 28.141,04</b>	
<b>Solca</b>	0,50%	\$ 140,71
<b>Junta Beneficencia</b>	0,50%	\$ 140,71
<b>Comision de Administracion</b>	3%	\$ 844,23
<b>MONTO EFECTIVO RECIBIDO</b>	<b>\$ 27.015,40</b>	

Fuente: Elaboración Propia Abril 2010

### 3.6 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 \* su respectivo precio según su textura), como se detalla en el Apéndice #, 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.

### 3.7 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.

Flujo de Caja											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Crecimiento inflac	4,31%										
<b>INGRESOS</b>											
Ingreso por Ventas	\$504.270,00	\$526.004,04	\$548.674,81	\$572.322,70	\$596.989,80	\$622.720,06	\$649.559,30	\$677.555,30	\$706.757,94	\$737.219,21	
Cto de Venta	\$343.906,43	\$356.728,80	\$374.190,01	\$390.317,60	\$407.140,29	\$424.688,03	\$442.992,09	\$462.085,05	\$482.000,91	\$502.775,15	
Utilidad Bruta	\$160.363,57	\$167.275,24	\$174.484,80	\$182.005,10	\$189.849,52	\$198.032,03	\$206.567,21	\$215.470,26	\$224.757,03	\$234.444,05	
Ingreso por vía de Activo										\$1.422,73	
Margen de Utilidad	\$160.363,57	\$167.275,24	\$174.484,80	\$182.005,10	\$189.849,52	\$198.032,03	\$206.567,21	\$215.470,26	\$224.757,03	\$235.866,78	
<b>EGRESOS</b>											
Costos Fijos	\$ 145.652,07	\$ 151.929,68	\$ 158.477,85	\$ 165.308,24	\$ 172.433,03	\$ 179.864,89	\$ 187.617,07	\$ 195.703,36	\$ 204.138,18	\$ 212.936,53	
Costos Variables	\$ 6.684,00	\$ 6.972,08	\$ 7.272,58	\$ 7.586,03	\$ 7.912,98	\$ 8.254,03	\$ 8.609,78	\$ 8.980,86	\$ 9.367,94	\$ 9.771,70	
Pago de intereses de préstamos	\$ 15.631,92	\$ 13.899,48	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación											
Impresoras Multifuncion	\$ 62,86	\$ 62,86	\$ 62,86	\$ 62,86	\$ 62,86	\$ 62,86	\$ 62,86	\$ 62,86	\$ 62,86	\$ 62,86	\$ 63,18
Impresoras Matricial	\$ 71,68	\$ 71,68	\$ 71,68	\$ 71,68	\$ 71,68	\$ 71,68	\$ 71,68	\$ 71,68	\$ 71,68	\$ 71,68	\$ 72,04
Teléfono	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 17,61
Fax	\$ 23,13	\$ 23,13	\$ 23,13	\$ 23,13	\$ 23,13	\$ 23,13	\$ 23,13	\$ 23,13	\$ 23,13	\$ 23,13	\$ 25,44
Maquina Registradora	\$ 205,21	\$ 205,21	\$ 205,21	\$ 205,21	\$ 205,21	\$ 205,21	\$ 205,21	\$ 205,21	\$ 205,21	\$ 205,21	\$ 225,73
Equipos de computación	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 598,43	\$ 659,77
Escritorios	\$ 88,43	\$ 88,43	\$ 88,43	\$ 88,43	\$ 88,43	\$ 88,43	\$ 88,43	\$ 88,43	\$ 88,43	\$ 88,43	\$ 88,43
Sillas	\$ 87,86	\$ 87,86	\$ 87,86	\$ 87,86	\$ 87,86	\$ 87,86	\$ 87,86	\$ 87,86	\$ 87,86	\$ 87,86	\$ 87,86
Acondicionador de Aire splint	\$ 609,67	\$ 609,67	\$ 609,67	\$ 609,67	\$ 609,67	\$ 609,67	\$ 609,67	\$ 609,67	\$ 609,67	\$ 609,67	\$ 670,64
Archivadores aereos	\$ 49,97	\$ 49,97	\$ 49,97	\$ 49,97	\$ 49,97	\$ 49,97	\$ 49,97	\$ 49,97	\$ 49,97	\$ 49,97	\$ 49,97
Archivadores - cajonera	\$ 17,73	\$ 17,73	\$ 17,73	\$ 17,73	\$ 17,73	\$ 17,73	\$ 17,73	\$ 17,73	\$ 17,73	\$ 17,73	\$ 17,73
Maniquie	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 143,00
Escalera	\$ 15,66	\$ 15,66	\$ 15,66	\$ 15,66	\$ 15,66	\$ 15,66	\$ 15,66	\$ 15,66	\$ 15,66	\$ 15,66	\$ 15,66
Estantes moviles	\$ 49,83	\$ 49,83	\$ 49,83	\$ 49,83	\$ 49,83	\$ 49,83	\$ 49,83	\$ 49,83	\$ 49,83	\$ 49,83	\$ 49,83
Extintor	\$ 3,72	\$ 3,72	\$ 3,72	\$ 3,72	\$ 3,72	\$ 3,72	\$ 3,72	\$ 3,72	\$ 3,72	\$ 3,72	\$ 3,72
Separadores de Ambiente INDUMASTER	\$ 63,02	\$ 63,02	\$ 63,02	\$ 63,02	\$ 63,02	\$ 63,02	\$ 63,02	\$ 63,02	\$ 63,02	\$ 63,02	\$ 63,02
Separadores de Oficina INDUMASTER	\$ 25,71	\$ 25,71	\$ 25,71	\$ 25,71	\$ 25,71	\$ 25,71	\$ 25,71	\$ 25,71	\$ 25,71	\$ 25,71	\$ 25,71
Perchas para tela	\$ 201,60	\$ 201,60	\$ 201,60	\$ 201,60	\$ 201,60	\$ 201,60	\$ 201,60	\$ 201,60	\$ 201,60	\$ 201,60	\$ 201,60
Alumbrado eléctrico	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 44,00
Amortizacion de intangibles	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00
Valor en libros											\$ 1.422,73
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 170.692,51</b>	<b>\$ 175.525,76</b>	<b>\$ 168.474,94</b>	<b>\$ 175.648,71</b>	<b>\$ 183.100,45</b>	<b>\$ 190.612,44</b>	<b>\$ 198.751,78</b>	<b>\$ 207.209,16</b>	<b>\$ 216.031,05</b>	<b>\$ 226.688,88</b>	
Utilidad Antes de Impuestos	-\$ 10.328,94	-\$ 8.250,52	\$ 6.009,86	\$ 6.356,39	\$ 6.749,07	\$ 7.419,59	\$ 7.815,43	\$ 8.261,10	\$ 8.725,98	\$ 9.177,90	
25% del Impuesto a la Renta	-\$ 2.582,24	-\$ 2.062,63	\$ 1.502,46	\$ 1.589,10	\$ 1.687,27	\$ 1.854,90	\$ 1.953,86	\$ 2.065,27	\$ 2.181,49	\$ 2.294,48	
Utilidad/Pérdida/Neta (Después de Impuesto)	-\$ 7.746,71	-\$ 6.187,89	\$ 4.507,39	\$ 4.767,29	\$ 5.061,80	\$ 5.564,69	\$ 5.861,57	\$ 6.195,82	\$ 6.544,48	\$ 6.885,43	
Ajuste por gto no desembolsables											
Depreciación	\$ 2.360,52	\$ 2.360,52	\$ 2.360,52	\$ 2.360,52	\$ 2.360,52	\$ 2.360,52	\$ 2.360,52	\$ 2.360,52	\$ 2.360,52	\$ 2.360,52	\$ 2.557,92
Amortización Intangible	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 364,00	\$ 0,00
Valor en Libros											\$ 1.422,73
Inversión Inicial											
Inversión de Reemplazo											
Valor de desecho											
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$ (20.315,48)</b>	<b>\$ (5.022,19)</b>	<b>\$ 5.346,84</b>	<b>\$ 7.521,73</b>	<b>\$ 1.508,10</b>	<b>\$ 6.078,89</b>	<b>\$ 8.386,50</b>	<b>\$ 8.720,76</b>	<b>\$ 6.991,43</b>	<b>\$ 6.991,43</b>	<b>\$ 59.915,77</b>

### 3.8 RESULTADOS Y EVALUACIÓN FINANCIERA

#### 3.8.1 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

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.

$$\text{VAN} = \$12.239,93$$

- 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

$$R_e = R_f + \beta ( \text{Prima de riesgo} - R_f ) + \text{Riesgo País}$$

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”.

$$\text{TIR} = 19.42\% \quad > \quad \text{TMAR} = 13.86$$

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

### 3.9 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.

Cuadro 12  
Comercializadora de Telas “KolorTex”

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

Fuente: Elaboración Propia Abril 2010

### 3.10 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).

En el proyecto se realizó variaciones de precio de venta, costo de compra y cantidad demandada teniendo como resultado el siguiente cuadro:

Cuadro 13  
Cuadro de Sensibilidad

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

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

## CONCLUSIONES

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.

Para obtener la máxima ganancia en las variables de los ingresos se debe manejar una venta diaria de 497 metros aproximadamente.

En la evaluación financiera se presentan los índices de rentabilidad importante para el análisis de los inversionistas, por lo cual mencionaremos:

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 realizó, 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



## RECOMENDACIONES

No es fácil tener una estadística exacta sobre las condiciones del mercado, por lo tanto el inversionista debe crear nuevas e innovadoras estrategias de comercialización, exhibición de productos y valor agregado representado en la calidad del servicio.

La comercializadora debe establecer alianzas estratégicas con grandes fábricas de textiles, para evitar altos costos, creados por los intermediarios, que incrementan el valor de las mercancías que se ofrezcan en el punto de venta.

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.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros

- [1] SAPAG NASSIR, SAPAG REINALDO (2002), "Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión". Prentice Hall. Cuarta Edición.
- [2] FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Apuntes de Clase.
- [3] ROSS, WESTERFIELD, JAFFE (2005), "Finanzas Corporativas". Mc Graw Hill. Séptima Edición, Apuntes de Clase.
- [4] SPURRIER WALTER, "Análisis Semanal".

### Páginas Web

- [1] *[www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)*
- [2] *[www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)*
- [3] *[www.bolivariano.com](http://www.bolivariano.com)*
- [4] *[www.munvillamil.ec](http://www.munvillamil.ec)*

# APENDICES

## Apéndice # 1

### LISTA DE PROVEEDORES

#### DELLTEX INDUSTRIAL S.A.

##### Datos de Contacto:



Dirección: Juan Montalvo s/n y Francisco de Orellana (Cumbayá)

Teléfonos: 2 891313 / 2 891505

Correo Electrónico: [delltex@grupodelltex.com](mailto:delltex@grupodelltex.com)

Página Web: [www.grupodelltex.com](http://www.grupodelltex.com)

##### Productos:

- Cobijas de pelo alto en distintas medidas
- Hilados acrílicos y mezclas para la industria de tejido rectilíneo.
- Casimires y telas para uniformes.

#### ENKADOR S.A.

##### Datos de Contacto:



Dirección: Barrio Selva Alegre km.1 vía a San Fernando-Sangolquí

Teléfonos: 2 870-197 / 2870-196 / 2 870-198

Página Web: [www.enkador.com](http://www.enkador.com)

## PRODUCTOS

- Fibras Sintéticas de Poliéster
- Fibras Sintéticas de Nylon
- Fibras Sintéticas para la Industria Florícola (Cuerdas)
- Fibras Sintéticas para uso Industrial

## HILACRIL S.A.

### Datos de Contacto:



Dirección: Avs. Orellana 656 y Coruña

Teléfonos: 2 044-004 / 2 044-028

Correo Electrónico: [hilacril@pontonet.ec](mailto:hilacril@pontonet.ec)

Página Web: [www.dbond.com.ec](http://www.dbond.com.ec)

## FRANCELANA S.A

### Datos de Contacto:



Dirección: Pasaje Manuel Herrera OE5-O5 y Av. de la Prensa (Frente a FAE)

Teléfonos: 2 445-151 / 2 256-287 / 288 / 273

Correo Electrónico: [info@francelana.com](mailto:info@francelana.com)

Página Web: [www.francelana.com](http://www.francelana.com)

## Productos

- 55% Poliéster 45% Lana
- Gabardina de Lana y Lana Fantasía
- Gabardina Roma y Roma Fantasía
- Tropical de lana. Tropical Lana Fantasía
- Tropical HT Ilana y Fantasía
- Casimir Especial de Lana y Lana Fantasía
- Casimir 3001
- Casimir Génova
- Casimir París
- Casimir Oxford Fantasía
  
- 50% Poliéster 50% Acrílico
- Tropical California Bañado
- Tropical escocés
- Gabardina Acrílica
- 4001 Burlington
  
- 100% Lana
- Paño
- Casimir Pura Lana
- Casimir Pura Lana Selecto
- Verona

## S.J. JERSEY ECUATORIANO C. A.

### Datos de Contacto:



Dirección: Cerezos OE1-321 y Real Audiencia

Teléfonos: 2 472-407 / 2 472775 / 2 470955

Correo Electrónico: [jersey@sjersey.com](mailto:jersey@sjersey.com)

Página Web: [www.sjersey.com](http://www.sjersey.com)

### Productos

1. Jersey
2. Jersey Lycra ®
3. Fleece
4. Fleece Lycra ®
5. Térmicas – Polar Fleece
6. Rib
7. Interlock
8. Lacoste – Piqué, Cuellos, Puños, Fajas
9. Lacoste Lycra ®
10. Preteñidos – Rayas
11. Telas de punto con acabados especiales

## **ECUACOTTON S.A.**

### **Datos de Contacto:**



Dirección: Km. 16 1/2 vía Daule

Teléfonos: 04-2 258-066 / 04-2 258069

Página Web: [www.ecuacotton.com](http://www.ecuacotton.com)

### **Productos**

- Jersey
- Jacquard
- Body
- Interlock
- Ribb
- Pique
- Fleece
- Cuellos y Puños
- French Terry
- Pique Frisado

## **TEXTIL SAN PEDRO S.A.**

### Datos de Contacto:



Dirección: Vía Sangolquí-Amaguaña Km.3 S/N

Teléfonos: 2 335-548 / 2 332-114

Correo Electrónico: [tspventas@textilsanpedro.com](mailto:tspventas@textilsanpedro.com)

Página Web: [www.textilsanpedro.com](http://www.textilsanpedro.com)

### Productos

- Toallas de hogar y hotelería, llanas y con logotipo en Jacquard
- Telas de toalla, nido de abeja, waffle
- Mantelería llana y Jacquard
- Telas tipo hindú para confección artesanal
- Gabardinas quirúrgicas
- Lonas industriales para capelladas de calzado deportivo.

### TEXTILES TEXSA S.A

#### Datos de Contacto:



Dirección: Teodoro Gómez de la Torre 1075

Teléfonos: 2 658-016 / 2 657-712 / 2 614-630

Correo Electrónico: [info@textilestexsa.com](mailto:info@textilestexsa.com)

Página Web: [www.textilestexsa.com](http://www.textilestexsa.com)



## Productos

### Hilados

Hilados en títulos delgados y gruesos. Retorcidos y simples. Crudos o tinturados. Presentación en conos para industria o en madejas y ovillos para uso artesanal o tejido a mano.

En TEXTILES TEXSA podemos producir más de 70 diferentes tipos de hilos o cualquier hilo que nuestro cliente requiera, además de tener más de 4000 colores a disposición de nuestros clientes.

- 100% Acrílico
- Acrílico con Mezclas
- Lana
- Nylon
- Cashmere
- Angora
- Poliéster
- Fibras Naturales
- Poliamidas
- Fantasías y Mezclas
- Hilados para Alfombras
- 100% Acrílico
- Acrílico/Lana
- Acrílico/Nylon

### Otros

- Tela para tapicería y papelería (Al por mayor y menor)
- "CONTRAC" 100% Acrílico
- "R" 100% Acrílico
- "Krepe" 100% Poliéster
- Cobijas 100% Acrílico (Al por mayor y menor)
- Tela para tapicería automotriz

## INDUTEXMA

### Datos de Contacto:



Dirección: Otavalo – Calle Roca 436 y Mejía

Teléfonos: 062 920 409 – 062 920 469 / 062 923 254

Correo Electrónico: [indutexma@andinanet.net](mailto:indutexma@andinanet.net)

Página Web: [www.indutexma.com](http://www.indutexma.com)

### **Productos**

- Jersey
- Pique
- Fleece
- Lycra algodón
- Polar
- fleece
- Toalla
- Interlock
- Listados
- Algodón 100%
- Cuellos

### **TEJIDOS PIN-TEX S.A.**

#### **Datos de Contacto:**



Dirección: Av. de la Prensa 3741

Teléfonos: 2 448-333/334/336/339 / USD

Correo Electrónico: [pintex@pintex.com.ec](mailto:pintex@pintex.com.ec)

Página Web: [www.pintex.com.ec](http://www.pintex.com.ec)

### Productos

- Bramante Filamento Estampado (1.50 / 1.80 / 2.00 mts.)
- Bramante Peinado Estampado (1.20 / 1.50 / 1.80 / 2.00 mts.)
- Bramante Peinado Llano Claro (1.20 / 1.50 / 1.80 / 2.00 mts.)
- Bramante Peinado Llano Oscuro (1.20 / 1.50 / 1.80 / 2.00 mts.)
- Sarga / Colchonera Estampado (1.50 mts)

### TEXTILES LA ESCALA S.A.

#### Datos de Contacto:



Dirección: Av. Manuel Córdova Galarza Km. 7 -Vía Mitad del Mundo.

Teléfonos: 2 351-065 / 2 351-987 / 2 351-989

Correo Electrónico: [laescala@gmillenium.net](mailto:laescala@gmillenium.net)

Página Web: [www.textileslaescala.com](http://www.textileslaescala.com)

### Productos

#### Tejido Plano

- Telas para sábanas
- Popelinas
- Telas militares
- Gabardinas
- Telas en algodón
- Tela bolsillo

## Tejido de punto

- Jersey
- Jersey licra
- Fleece
- Piquet

## HILTEXPOY S.A.

### Datos de Contacto:



Dirección: Panamericana Norte Km. 12 camino a Marianitas el Arenal s/n

Teléfonos: 2-824682/ 2-824707 / 2-823997 directo (Interfibra)

Correo Electrónico: [hiltexpoy@punto.net.ec](mailto:hiltexpoy@punto.net.ec)

### PRODUCTOS

- Hilos texturizados de nylon y poliéster
- Hilos tinturados de nylon y poliéster
- Hilados ´peinados de algodón y mezclas
- Hilados de acrilico y mez

## Apéndice # 2

### SUELDOS Y SALARIOS

Sueldos de personal									
ÁREA	NÓMINA	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO MENSUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTACIÓN PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerencia	Gerente General	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 20,00	\$ 78,05	\$ 856,38	\$ 10.276,60
	Asistente Administrativa	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 20,00	\$ 33,45	\$ 378,45	\$ 4.541,40
Dpto. Financiero	Contador	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 55,75	\$ 617,42	\$ 7.409,00
	Asistente Contable	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 20,00	\$ 33,45	\$ 378,45	\$ 4.541,40
Depto. De Ventas	Supervisor	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 20,00	\$ 44,60	\$ 497,93	\$ 5.975,20
	Vendedor	8	\$ 280,00	\$ 2.240,00	\$ 186,67	\$ 160,00	\$ 249,76	\$ 2.836,43	\$ 34.037,12
	Cajera	2	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 40,00	\$ 66,90	\$ 756,90	\$ 9.082,80
	Personal de Limpieza	1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 26,76	\$ 306,76	\$ 3.681,12
								\$ 6.628,72	\$ 79.544,64

## Apéndice # 3

### DISEÑO DE LA ENCUESTA

SOMOS UN GRUPO DE ESTUDIANTES POLITECNICOS, QUE ESTAMOS REALIZANDO UN PROYECTO PARA APLICARLO EN EL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS. POR FAVOR MARQUE CON UNA X SUS RESPUESTAS.

1.-GENERO:

Femenino \_\_\_\_\_

Masculino \_\_\_\_\_

2.-EDAD:

Menores de 25 \_\_\_\_\_

Entre 36 Y 45 \_\_\_\_\_

Entre 26 y 35 \_\_\_\_\_

Mayores de 46 \_\_\_\_\_

3.-ESTADO CIVIL:

Soltero \_\_\_\_\_

Casado \_\_\_\_\_

Divorciado \_\_\_\_\_

Viudo \_\_\_\_\_

4.- CUANTAS PERSONAS VIVEN CON USTED

1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_

4 \_\_\_\_\_

5 \_\_\_\_\_

6 \_\_\_\_\_

7 \_\_\_\_\_

8 \_\_\_\_\_

9 \_\_\_\_\_

10 \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

5.-ES USTED RESIDENTE DEL CANTÓN PLAYAS

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

6.- NIVELES DE ESTUDIO:

Primaria \_\_\_\_\_

Secundaria \_\_\_\_\_

Estudios Superiores \_\_\_\_\_

Profesional \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

7.-NIVELES DE INGRESOS AL MES:

Menores a \$240 \_\_\_\_\_

Entre \$241 y \$350 \_\_\_\_\_

Entre \$351 y \$450 \_\_\_\_\_

Más de \$451 \_\_\_\_\_

8.- USTED COMPRA TELAS

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

SI SU RESPUESTA ES NO, POR FAVOR CULMINA LA ENCUESTA GRACIAS POR SU ATENCION.

9.- DONDE ADQUIERE LAS TELAS:

Playas\_\_\_      Guayaquil\_\_\_      Santa Elena\_\_\_      Otros\_\_\_

10.-PARA QUE COMPRA LAS TELAS:

Ventas al por menor      \_\_\_

Ventas al por mayor      \_\_\_

Para uso personal      \_\_\_

Para clientes      \_\_\_

Para que le confeccionen ropa      \_\_\_

11.-QUE CANTIDADES COMPRA POR METROS CADA VEZ QUE ACUDE A UNA TIENDA DE TELAS

\_\_\_\_\_

12.-QUE TIPO DE TELAS COMPRAS CON FRECUENCIA:

Lino      \_\_\_

Velo      \_\_\_

Deportiva      \_\_\_

Grabados      \_\_\_

Etamina      \_\_\_

Docoma      \_\_\_

Gabardina      \_\_\_

Camiseras      \_\_\_

Dracones      \_\_\_

Infantiles      \_\_\_

13.-CUANTO ES LO QUE UD ACOSTUMBRA A GASTAR EN TELAS AL AÑO

De \$5 a \$10      \_\_\_      De \$31 a \$40      \_\_\_

De \$11 a \$20      \_\_\_      De \$41 en adelante      \_\_\_

De \$21 a \$30 \_\_\_\_\_

14.-AL MOMENTO DE COMPRAR USTED:

Acude al mismo sitio \_\_\_\_\_

En lugares donde realizan ofertas o descuentos \_\_\_\_\_

El lugar le es indiferente \_\_\_\_\_

15.-LE GUSTARIA UN ALMACEN DE PRODUCTOS TEXTILES EN PLAYAS.

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU AMABLE ATENCION.



## Apéndice # 4

### DEPRECIACION

VALOR DE DESECHO						
Activos	Costo total	Años vida útil	Años a Deprecia	Depr. Anual	Depr. Acum.	Valor en Libros
<b>Equipo de Oficina</b>						
Impresoras Multifuncion Año 0	\$ 314,32	5	5	\$ 62,86	\$ 314,32	\$ -
Impresoras Multifuncion Año 5	\$ 315,89	5	5	\$ 63,18	\$ 315,89	\$ -
Impresoras Matricial año 0	\$ 358,40	5	5	\$ 71,68	\$ 358,40	\$ -
Impresoras Matricial Año 5	\$ 360,19	5	5	\$ 72,04	\$ 360,19	\$ -
Teléfono año 0	\$ 80,02	5	5	\$ 16,00	\$ 80,02	\$ -
Teléfono año 5	\$ 88,03	5	5	\$ 17,61	\$ 88,03	\$ -
Fax año 0	\$ 115,64	5	5	\$ 23,13	\$ 115,64	\$ -
Fax año5	\$ 127,20	5	5	\$ 25,44	\$ 127,20	\$ -
Maquina Registradora año 0	\$ 1.026,03	5	5	\$ 205,21	\$ 1.026,03	\$ -
Maquina Registradora año 5	\$ 1.128,64	5	5	\$ 225,73	\$ 1.128,64	\$ -
Equipos de computación Año 0	\$ 1.795,30	3	3	\$ 598,43	\$ 1.795,30	\$ -
Equipos de computación Año 3	\$ 1.885,07	3	3	\$ 628,36	\$ 1.885,07	\$ -
Equipos de computación Año 6	\$ 1.979,32	3	3	\$ 659,77	\$ 1.979,32	\$ -
Equipos de computación Año 9	\$ 2.078,29	3	1	\$ 692,76	\$ 692,76	\$ 1.385,53
<b>Muebles y Enseres</b>						
Escritorios	\$ 884,30	10	10	\$ 88,43	\$ 884,30	\$ -
Sillas	\$ 878,60	10	10	\$ 87,86	\$ 878,60	\$ -
Acondicionador de Aire splint año 0	\$ 3.048,36	5	5	\$ 609,67	\$ 3.048,36	\$ -
Acondicionador de aire splint año 5	\$ 3.353,20	5	5	\$ 670,64	\$ 3.353,20	\$ -
Archivadores aereos	\$ 499,65	10	10	\$ 49,97	\$ 499,65	\$ -
Archivadores - cajonera	\$ 177,28	10	10	\$ 17,73	\$ 177,28	\$ -
<b>Equipo Area Operativa</b>						
Maniquie año 0	\$ 650,00	5	5	\$ 130,00	\$ 650,00	\$ -
Maniquie año 5	\$ 715,00	5	5	\$ 143,00	\$ 715,00	\$ -
Escalera	\$ 156,64	10	10	\$ 15,66	\$ 156,64	\$ -
Estantes moviles	\$ 498,28	10	10	\$ 49,83	\$ 498,28	\$ -
<b>Equipo de Primeros Auxilios</b>						
Extintor	\$ 74,40	20	10	\$ 3,72	\$ 37,20	\$ 37,20
<b>Instalaciones</b>						
Separadores de Ambiente INDUMAS	\$ 630,24	10	10	\$ 63,02	\$ 630,24	\$ -
Separadores de Oficina INDUMASTEI	\$ 257,10	10	10	\$ 25,71	\$ 257,10	\$ -
Perchas para tela	\$ 2.016,00	10	10	\$ 201,60	\$ 2.016,00	\$ -
Alumbrado eléctrico año 0	\$ 200,00	5	5	\$ 40,00	\$ 200,00	\$ -
Alumbrado eléctrico año 5	\$ 220,00	5	5	\$ 44,00	\$ 220,00	\$ -
<b>Depreciación</b>				<b>\$ 5.603,04</b>	<b>Valor en libros</b>	<b>\$ 1.422,73</b>

## Apéndice # 5

### DETALLE DE INVERSION

<b>Activo Fijo</b>		
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>TOTAL</b>
	\$	
Computadoras	1.795,30	
Impresoras Multifuncion	\$ 314,32	
Impresoras Matricial	\$ 358,40	
Teléfono	\$ 80,02	
Fax	\$ 115,64	
Maquina Registradora	\$ 1.026,03	3689,72
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
Escritorios	\$ 884,30	
Sillas	\$ 878,60	
	\$	
Acondicionador de aire splint	3.048,36	
Archivadores aereos	\$ 499,65	
Archivadores - cajonera	\$ 177,28	5488,19
<b>MATERIALES AEREA OPERATIVA</b>		
Maniquie	\$ 650,00	
Escalera	\$ 156,64	
Estantes moviles	\$ 498,28	1304,92
<b>EQUIPO DE PRIMEROS AUXILIOS</b>		
Extintor	\$ 74,40	74,4
<b>ADECUAMIENTO DEL LOCAL Y OFICINAS</b>		
Separadores de Ambiente INDUMASTER	\$ 630,24	
Separadores de Oficina INDUMASTER	\$ 257,10	
	\$	
Perchas para tela	2.016,00	
Alumbrado electrico	\$ 200,00	3103,34
<b>Total</b>		<b>13660,57</b>

## Apéndice # 6

### CAPITAL DE TRABAJO

Metodo de Deficit Acumulado Maximo						
0,004	Ingreso mensual	Costos Fijos y Variable	Pago Prestamo	Saldo Mensual	Saldo Acumulado	
Enero	\$ 13.363,63	\$ 12.694,67	\$ 1.319,57	\$ (650,61)	\$ (650,61)	
Febrero	\$ 13.419,31	\$ 12.694,67	\$ 1.316,57	\$ (591,93)	\$ (1.242,54)	
Marzo	\$ 13.475,23	\$ 12.694,67	\$ 1.313,56	\$ (533,00)	\$ (1.775,54)	
Abril	\$ 13.531,37	\$ 12.694,67	\$ 1.310,52	\$ (473,81)	\$ (2.249,36)	
Mayo	\$ 13.587,75	\$ 12.694,67	\$ 1.307,45	\$ (414,37)	\$ (2.663,73)	
Junio	\$ 13.644,37	\$ 12.694,67	\$ 1.304,36	\$ (354,66)	\$ (3.018,39)	
Julio	\$ 13.701,22	\$ 12.694,67	\$ 1.301,25	\$ (294,70)	\$ (3.313,09)	
Agosto	\$ 13.758,31	\$ 12.694,67	\$ 1.298,11	\$ (234,47)	\$ (3.547,56)	
Septiembre	\$ 13.815,64	\$ 12.694,67	\$ 1.294,94	\$ (173,98)	\$ (3.721,54)	
Octubre	\$ 13.873,20	\$ 12.694,67	\$ 1.291,76	\$ (113,23)	\$ (3.834,77)	
Noviembre	\$ 13.931,01	\$ 12.694,67	\$ 1.288,54	\$ (52,21)	\$ (3.886,98)	
Diciembre	\$ 13.989,05	\$ 12.694,67	\$ 1.285,30	\$ 9,08	\$ (3.877,90)	
Capital de Trabajo					\$	\$ (3.886,98)

## Apéndice # 7

### INVENTARIO

<b>Sección Hogar</b>		<b>Cantidad Demandada</b>		
VELO	Muselina lisa	166		
	Suizo	17		
	Muselina # 4	138		
			<b>320</b>	2,15%
GRABADOS PESADOS	Cortina cicilia	138		
	Brillantina	166		
	Ralchel	138		
	Marbella	138		
	Rachel	138		
	Tricot liso	138		
	Tricot estampado	166		
	Tricot estampado infantil	138		
	Malla pesada	111		
	Malla lomgiana	111		
	Buidos	193		
	chins estampado	83		
	chins liso	166		
	chins liso tripoli	166		
	Brocados	111		
	Acolchado en seda económica	83		
	Acolchado en Breaker	83		
	Acolchado doble fax	55		
	Acolchado en hoja rota	55		
	Guata delgada	83		
	Guata gruesa	111		
	Cobija	55		
			<b>2624</b>	17,59%
<b>Sección damas</b>				
LINOS	Espiga	83		
	Americano	55		
	Imperial	28		
	Capri	111		
	Florida	334		
	Politre	166		

Seuz	276		
Velos	111		
Estampados	276		
Franelas oscuras	166		
Franelas claras	166		
Sedas microfibras	111		
Crepes Sofía	166		
Crepes español	55		
Blondas	28		
Vipiur	17		
Jeans	166		
Dril laboral	276		
Hindú	111		
Gabana	83		
Burdos	55		
Tela cuadros	28		
Tela escocesa	166		
Tela crochet	28		
Tela chamu	55		
Tela terciopelo	55		
Dorado	111		
Vicuña	138		
Peso pluma	111		
Politre	276		
Polinen	276		
Frescolene	111		
		<b>4190</b>	<b>28,08%</b>
<b>Seccion caballeros</b>			
Docoma	De color	276	
	Blanca azulada	166	
	Blanca	221	
	Abano	55	
	Gruesa	276	
			<b>995</b>
			<b>6,66%</b>
GABARDINAS Y DRILES	Tempo	276	
	Supernaval	138	
	Docker	138	
			<b>553</b>
			<b>3,70%</b>
CAMISEROS	Elisa	553	
	Linos	111	
	Oxford	111	
	Sedas	553	

	Cochivo	553		
			<b>1879</b>	12,59%
<b>Seccion Infantil</b>				
DACRONES	Estampados	276		
	Lisos	553		
	Poliester	276		
	Sedas	550		
			<b>1655</b>	11,09%
ETAMINAS	Estampada	111		
	Lisa	276		
	Galleta	111		
	Piquet	55		
	Jeans	111		
	Hoja rota	111		
	Velos	55		
	Chantu	55		
	Franelas	111		
	Muselinas	111		
	Dales	111		
			<b>1216</b>	8,15%
TELAS DEPORTIVAS	Olímpica	166		
	Seúl	166		
	Vendaval	111		
	Náutica	166		
			<b>608</b>	4,07%
NIÑOS	Linos niños	111		
	Paños	166		
	Driles	111		
	Franelas	166		
	Jeans	111		
	Camisero cuadros	55		
	Tela bandera	166		
			<b>884</b>	5,92%
<b>Totales Mensuales</b>			<b>14923</b>	100%
<b>Totales Anuales</b>			<b>179073</b>	

## Apéndice # 8

### TABLA DE AMORTIZACION

Periodo	Saldo a inicio de año	Interés	Capital	Pago de Deuda	Saldo fin de año	Comisión por Gestión	Seguro de Desgrav	Total Pago
0	\$ 27,015,40				\$ 27,015,40			
1	\$ 27,015,40	\$ 214,55	\$ 1,026,22	\$ 1,240,77	\$ 25,989,17	\$ 67,54	\$ 11,26	\$ 1,319,57
2	\$ 25,989,17	\$ 206,40	\$ 1,034,37	\$ 1,240,77	\$ 24,954,80	\$ 64,97	\$ 10,83	\$ 1,316,57
3	\$ 24,954,80	\$ 198,18	\$ 1,042,59	\$ 1,240,77	\$ 23,912,21	\$ 62,39	\$ 10,40	\$ 1,313,56
4	\$ 23,912,21	\$ 189,90	\$ 1,050,87	\$ 1,240,77	\$ 22,861,34	\$ 59,78	\$ 9,96	\$ 1,310,52
5	\$ 22,861,34	\$ 181,56	\$ 1,059,21	\$ 1,240,77	\$ 21,802,13	\$ 57,15	\$ 9,53	\$ 1,307,45
6	\$ 21,802,13	\$ 173,15	\$ 1,067,63	\$ 1,240,77	\$ 20,734,50	\$ 54,51	\$ 9,08	\$ 1,304,36
7	\$ 20,734,50	\$ 164,67	\$ 1,076,10	\$ 1,240,77	\$ 19,658,40	\$ 51,84	\$ 8,64	\$ 1,301,25
8	\$ 19,658,40	\$ 156,12	\$ 1,084,65	\$ 1,240,77	\$ 18,573,75	\$ 49,15	\$ 8,19	\$ 1,298,11
9	\$ 18,573,75	\$ 147,51	\$ 1,093,26	\$ 1,240,77	\$ 17,480,48	\$ 46,43	\$ 7,74	\$ 1,294,94
10	\$ 17,480,48	\$ 138,82	\$ 1,101,95	\$ 1,240,77	\$ 16,378,53	\$ 43,70	\$ 7,28	\$ 1,291,76
11	\$ 16,378,53	\$ 130,07	\$ 1,110,70	\$ 1,240,77	\$ 15,267,84	\$ 40,95	\$ 6,82	\$ 1,288,54
12	\$ 15,267,84	\$ 121,25	\$ 1,119,52	\$ 1,240,77	\$ 14,148,32	\$ 38,17	\$ 6,36	\$ 1,285,30
13	\$ 14,148,32	\$ 112,36	\$ 1,128,41	\$ 1,240,77	\$ 13,019,91	\$ 35,37	\$ 5,90	\$ 1,282,04
14	\$ 13,019,91	\$ 103,40	\$ 1,137,37	\$ 1,240,77	\$ 11,882,54	\$ 32,55	\$ 5,42	\$ 1,278,75
15	\$ 11,882,54	\$ 94,37	\$ 1,146,40	\$ 1,240,77	\$ 10,736,13	\$ 29,71	\$ 4,95	\$ 1,275,43
16	\$ 10,736,13	\$ 85,26	\$ 1,155,51	\$ 1,240,77	\$ 9,580,62	\$ 26,84	\$ 4,47	\$ 1,272,08
17	\$ 9,580,62	\$ 76,09	\$ 1,164,69	\$ 1,240,77	\$ 8,415,94	\$ 23,95	\$ 3,99	\$ 1,268,71
18	\$ 8,415,94	\$ 66,84	\$ 1,173,93	\$ 1,240,77	\$ 7,242,00	\$ 21,04	\$ 3,51	\$ 1,265,32
19	\$ 7,242,00	\$ 57,51	\$ 1,183,26	\$ 1,240,77	\$ 6,058,75	\$ 18,11	\$ 3,02	\$ 1,261,89
20	\$ 6,058,75	\$ 48,12	\$ 1,192,65	\$ 1,240,77	\$ 4,866,09	\$ 15,15	\$ 2,52	\$ 1,258,44
21	\$ 4,866,09	\$ 38,64	\$ 1,202,13	\$ 1,240,77	\$ 3,663,96	\$ 12,17	\$ 2,03	\$ 1,254,96
22	\$ 3,663,96	\$ 29,10	\$ 1,211,67	\$ 1,240,77	\$ 2,452,29	\$ 9,16	\$ 1,53	\$ 1,251,46
23	\$ 2,452,29	\$ 19,48	\$ 1,221,30	\$ 1,240,77	\$ 1,231,00	\$ 6,13	\$ 1,02	\$ 1,247,92
24	\$ 1,231,00	\$ 9,78	\$ 1,231,00	\$ 1,240,77	\$ 0,00	\$ 3,08	\$ 0,51	\$ 1,244,36
								\$ 30,793,29





