



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE INSUMOS TEXTILES, CON VALORES AGREGADOS PARA LA
EMPRESA NORTEXTIL”**

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para obtener el título de Ingeniería en Negocios
Internacionales.**

PROFESOR GUÍA:

Ing. Pahola Guevara

AUTOR:

Carolina Garzón

2014

Quito, Ecuador

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaró haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientado sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas la disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

ATENTAMENTE,

PROFESOR GUIA

.....

Ing. Pahola Guevara

C.I: 1712081213

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaró que este trabajo, es original, de mi autoría que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente.

ATENTAMENTE,

ESTUDIANTE

.....

Carolina Garzón Játiva

C.I 1003554761

AGRADECIMIENTOS

Para la realización de este trabajo, quiero agradecer a Dios por permitir mi existencia, dándome fuerzas cada día, de manera muy especial a mi tutora Pahola, por tener paciencia e impartir todas sus ganas y conocimientos para realizar este trabajo, a mi madre por apoyarme, guiarme y comprenderme, a mi padre por estar siempre a mi lado, a mis hermanos por compartir sus conocimientos y experiencias, durante todos mis años de estudio, a Vivi y Juan por siempre apoyarme en la elaboración del trabajo. Y a ti mi príncipe, por ser incondicional.

DEDICATORIA

La elaboración de este trabajo, dedico a mi mami por ser la única que me apoyó desde el principio y a ti Linda, a pesar de nunca conocerte, te siento cerca de mí.

INDÍCE

CAPITULO I	10
1. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Resumen	10
1.1.1 ABSTRACT	11
1.2 Aspectos Generales.....	12
1.2.1 Antecedentes.....	12
1.2.2 Objetivo General.....	13
1.2.3 Objetivos Específicos.....	13
1.2.4 Hipótesis	13
CAPITULO II	14
2. LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS	14
2.1 La Industria	14
2.2 La compañía y el concepto de negocio.....	32
2.3 El producto y/o servicio	33
2.4 Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento	34
2.5 Análisis FODA	34
CAPITULO III	37
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS.....	37
3.1 Problemática.....	37
3.2 Necesidades y fuentes de información.....	38
3.3 Investigación cualitativa.....	39
3.3.1 Entrevistas con expertos o entrevistas a profundidad.....	39
3.3.2 Grupo Focal.....	45
3.3 Determinación del tamaño de la muestra.....	50
3.3.1 Tamaño de la muestra	50
3.4 Mercado relevante y cliente potencial	63
3.4.1 Mercado objetivo.....	63
3.5. La competencia y sus ventajas	69
3.6. Participación de mercados y ventas de la industria	70

3.7. Evaluación del mercado durante la implementación	72
CAPITULO IV	73
4. PLAN DE MARKETING.....	73
4.1 Estrategia general de marketing.....	73
4.2 Política de precios	77
4.3 Táctica de ventas.....	77
4.4 Política de servicio y garantías	79
4.5 Publicidad y Promoción.	80
4.6. Distribución	81
4.6.1 Importación.	82
4.6.2 Partidas.....	83
CAPITULO V	86
5. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN	86
5.1 Estrategia de operaciones.....	86
5.2 Flujo-grama de procesos.	87
5.3 Ciclos de Operaciones	90
5.4 Requerimientos de equipos y herramientas	91
5.5 Instalaciones y mejoras	92
5.6 Localización y requerimientos de espacio físico.....	92
5.7 Capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios.	93
5.8 Aspectos regulatorios y Legales.....	94
CAPITULO VI	95
6. EQUIPO GERENCIAL	95
6.1 Estructura organizacional.	95
6.2 Personal administrativo clave y sus responsabilidades.....	96
6.2.2 Gerente General	96
6.2.3 Gerente de Compras Internacionales	97
6.2.4 Vendedores 1 y 2.....	98
6.3 Política de empleo y beneficios	99
6.4 Equipo de asesores y servicios.	100
CAPITULO VII	101

7	CRONOGRAMA GENERAL	101
7.1	Actividades necesarias para poner el negocio en marcha	101
7.1.1	Diagrama	102
7.2	Riesgo e imprevistos.....	103
	CAPITULO VIII	105
8.	RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS.....	105
8.1.	Supuestos y Criterios utilizados.....	105
	CAPITULO IX	106
9.	PLAN FINANCIERO.....	106
9.1	Inversión Inicial.....	106
9.1.2	Activos Fijos.....	106
9.1.3	Activos Intangibles.....	107
9.1.4	Capital de Trabajo.....	108
9.2	Ingresos	109
9.3	Costos y gastos	110
9.3.1	Costos.....	110
9.3.1.1	Costos fijos	110
9.3.1.2	Costos Fijos	111
9.3.2	Gastos.....	112
9.3.2.1	Gastos financieros	113
9.4	Estados de resultados actual y proyectado	114
9.4.1	Balance General	115
9.5	Estado de flujos actual y proyectado.....	117
9.6	Punto de Equilibrio	119
9.7	Valuación	121
9.8	Índices financieros	123
9.8.1	Razones de Rentabilidad.....	123
9.8.2	Razones de liquidez.....	123
9.8.3	Razones de apalancamiento	124
9.9	Análisis de escenarios	125
	CAPITULO X	126
10.	PROPUESTA DE NEGOCIO	126

10.1 FINANCIAMIENTO DESEADO.....	126
10.2 Estructura de capital y deuda.	126
CAPITULO XI	128
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	128
11.1 Conclusiones.....	128
11.2 Recomendaciones.	129
ANEXOS	130
BIBLIOGRAFIA	153

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Resumen

En los últimos 15 años el sector textil ecuatoriano, ha mantenido un crecimiento promedio anual del 5%; además se ha caracterizado siempre por tener mayores ventas de productos en el mercado nacional, ya que de manera trimestral los hogares destinan más del 50% de sus gastos en prendas de vestir. (Balarezo, Tania, 2013)

Por lo expuesto y evidenciando la deficiencia del mercado en la adquisición de insumos textiles, Nortextil una empresa dedicada a la comercialización de telas deportivas, casuales y de moda, decide implementar un local especializado en esta línea, con el fin de abastecer al consumidor con productos nuevos, novedosos y a precios convenientes.

Además ofrecerá un servicio personalizado para que el confeccionista pueda conocer de nuevas tendencias de colores y modelos, sobre todo el verdadero uso de algunos insumos que dan a la prenda un toque único. Como valor agregado importante se ofrecerá un servicio a domicilio con la ayuda de un catálogo, donde se muestra todos los productos que tendrá la empresa.

Todos los insumos textiles serán importados desde la República Popular de China, gracias a costos bajos y productos novedosos, también de Perú, gracias a su cercanía y variedad de los mismos.

Luego de haber realizado los estudios pertinentes se concluye que el proyecto desarrollado es rentable y presenta ganancias fijas a lo largo de 5 años.

1.1.1 ABASTRACT

In the last 15 years the Ecuadorian textile industry has maintained an average annual growth of 5%, plus it has always been known for having higher sales of products in the national market on a quarterly basis as households spend more than 50% of their expenses in clothing. (Balarezo, Tania, 2013)

Based on the above and showing market failure in the acquisition of textile inputs, Nortextil, a company dedicated to the commercialization of sports fabrics, casual and trendy, has decided to implement a place specialized in this line, in order to supply the consumer with new, innovative and convenient prices.

Nortextil also will offer personalized service for the garment manufacturer to know new trends in colors and patterns, especially the real use of some inputs to give the garment a unique touch. As an important added value will be offered a home service with the help of a catalog, which displays all the products that have the company.

All will be imported textile inputs from the Republic of China, thanks to lower costs and innovative products. This input will be also imported from the country of Peru, due to its proximity and variety of them.

After completing the relevant studies, it is concluded that the project is profitable and has fixed income over five years.

1.2 Aspectos Generales

1.2.1 Antecedentes

La industria textil en el Ecuador viene antecedita desde la época de la colonia generando un importante número de plazas de empleos, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea.

Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador para el año 2010, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles; sin embargo, años atrás, este número sufrió un decrecimiento significativo por distintas causas, siendo la principal el incremento de importaciones de prendas terminadas a menores precios, desfavoreciendo así el producto nacional. En la actualidad, gracias a políticas gubernamentales ante las importaciones textiles, se observa un desarrollo en la industria textil y sobre todo en el esfuerzo del gobierno por crear una marca país.

La debilidad que enfrentan las microempresas¹, al momento de confeccionar sus productos, está en los elevados costos de los insumos textiles y la falta de variedad para ofrecer un producto más atractivo al público, según lo manifestado por los clientes de Nortextil, por lo tanto, este plan de negocios fomenta la creación de un local especializado en insumos textiles ubicado en la ciudad de Quito, en donde se podrá ofrecer nuevos tipos de productos incluyendo variedad a precios más bajos.

La empresa Nortextil, ha considerado una oportunidad para ampliar su negocio y brindar un mejor servicio a microempresarios textileros.

¹ Es un negocio familiar o personal dedicado a cualquier actividad económica, ya sea de comercio, servicios o producción, que cuenta con menos de 10 empleados.

1.2.2 Objetivo General

Realizar un plan de negocios para la empresa Nortextil que determine la factibilidad de ampliarse en nuevos insumos textiles importados, brindando nuevos servicios, permitiendo satisfacer la demanda del comercio minorista, ubicado al Sur de Quito, y así apoyarse en la mejora de su productividad.

1.2.3 Objetivos Específicos

- Identificar las oportunidades y amenazas para el desarrollo del proyecto mediante un análisis del micro y macro-entorno.
- Determinar las características principales de la competencia, los proveedores y los clientes del sector.
- Realizar una investigación de mercados para conocer la aceptación del negocio.
- Elaborar un plan de marketing donde se incluyan todas las variables del marketing-mix para llegar a satisfacer nuevas necesidades existentes del cliente.
- Desarrollar nuevas estrategias que permitan tener una ventaja competitiva en relación a la competencia.
- Realizar un análisis financiero que permita conocer el costo de efectuar el proyecto y el margen de rentabilidad del mismo.

1.2.4 Hipótesis

La ampliación de la línea comercial de insumos textiles importados, permitirá a Nortextil², ofrecer mayor variedad de productos a precios más bajos, lo que ayudará a aumentar las probabilidades de eficacia y eficiencia del confeccionista minorista del Sur de Quito.

²Nortextil es una empresa fundada en la provincia de Imbabura, parroquia Atuntaqui desde el año 2000. Posteriormente los derechos son concedidos a Textinort, dando el nombre comercial de Nortextil, el mismo que cuenta, con 2 locales en la Ciudad de Quito; ubicando a su matriz en Quitumbe, desde el año 2010.

CAPITULO II

2. LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

2.1 La Industria

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU4); ubica al negocio en la Industria: Comercio al por mayor y menor. Con una clasificación específica de: Venta al por menor de productos textiles en comercios especializados (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2008).

En el Ecuador, en el año 2012 se registraron 179.830 empresas y 239.625 establecimientos de todas las actividades económicas³, según información entregada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

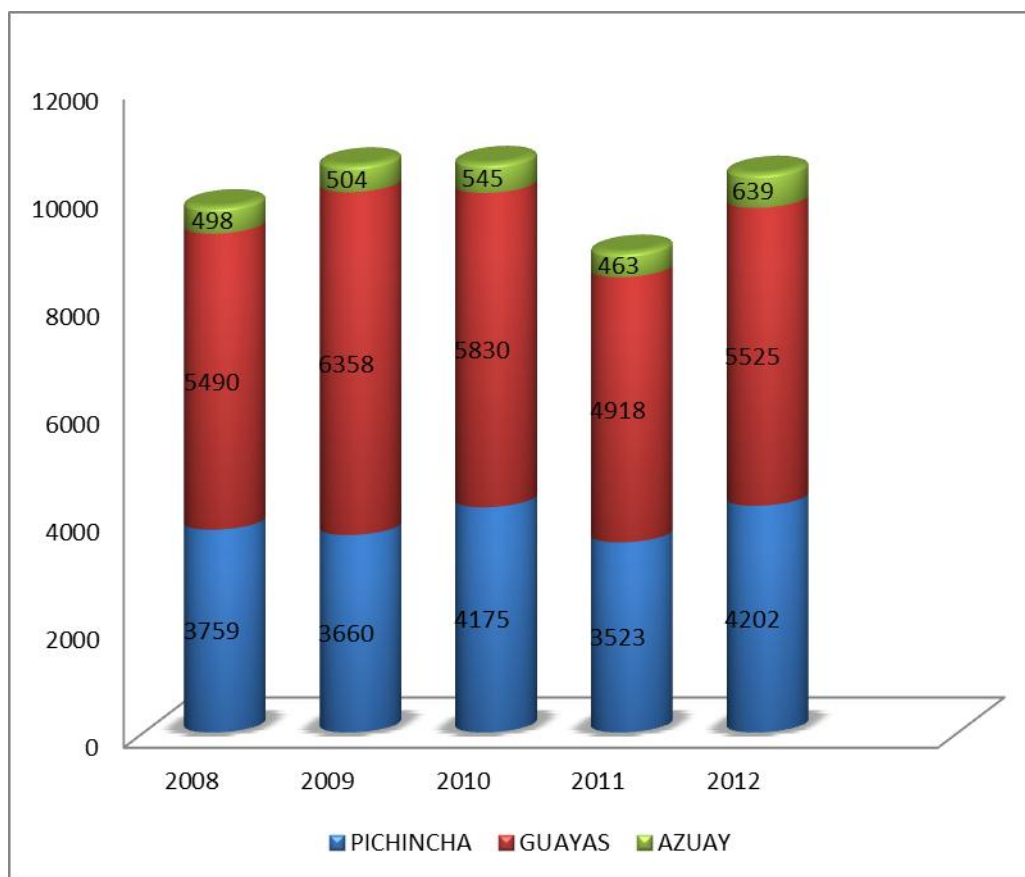
En el periodo 2008-2011, en la provincia de Pichincha se registraron 15.117 compañías dedicadas al Comercio al por Mayor y Menor; mientras que en Guayaquil se registran un total de 22.596 compañías, dedicadas al Comercio al por Mayor y Menor en general.

En el mes de octubre del año 2012, en la ciudad de Quito, se registraron 89 compañías dedicadas al Comercio al por Mayor y Menor en general; la provincia de Azuay registro 19 compañías y Guayaquil 95 Compañías. (Superintendencia de Compañías, 2012).

De esta manera los datos demuestran que la ciudad de Guayaquil y Quito, registran mayor número de compañías; incluso para el 2012 se observa que Quito no tiene mucha diferencia con Guayaquil en cuanto a inscripciones de este tipo de actividad económica, dando como resultado a Quito como una ciudad igualmente comercial que Guayaquil.

³Las actividades económicas son los procesos mediante los cuales se crean los bienes y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores y es alrededor de estas que gira la economía de un país. (Actividades Económicas, 2013).

En el siguiente gráfico se observa el número de compañías por cada provincia, con el fin de comparar la evolución de la industria del comercio al por mayor y al por menor en general.



Tomado de: Superintendencia de Compañías, 2012

Figura 1. Número de compañías del Comercio al por mayor y al por menor, de reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales enseres domésticos de las principales ciudades del Ecuador

Como se puede observar en el gráfico anterior, en la provincia de Azuay el número de compañías suscritas es menor a Pichincha y Guayas.

Conociendo que Guayas registra el mayor número de compañías y a su vez el mayor número de habitantes del Ecuador, compuesto por el 25,17% de personas, se justifica el registro de compañías existentes, también vale señalar que Guayaquil es el puerto principal del Ecuador; de donde surgen varias actividades económicas, muchas de estas empresas dedicadas a la distribución de todo tipo de artículos para el resto del país.

En consecuencia, se ha escogido a Pichincha como la segunda provincia con mayor número de empresas suscritas, y que adicionalmente cuenta con el 17,79% de la población nacional.

Dentro de Pichincha se consideró que Quito es la ciudad, que recibe la mercadería importada y vende directamente al cliente con más facilidad, especialmente al comercio minorista textil.

2.1.1 Tendencias

Ventas de la industria

Las ventas netas gravadas con IVA y sin IVA de la Venta al por menor de productos textiles en comercios especializados, han demostrado tener una tendencia positiva desde el 2006 hasta el 2009. El crecimiento anual promedio de la industria en estos cuatro años ha sido del 13%; de la misma manera, en el 2009 las ventas alcanzaron los \$84.854.439,32 (Superintendencia de Compañías, 2009).

En el siguiente gráfico se puede apreciar las ventas netas generadas por el Comercio al por mayor y menor de la provincia de Pichincha, en donde se observa una evolución creciente para el periodo 2006-2009.

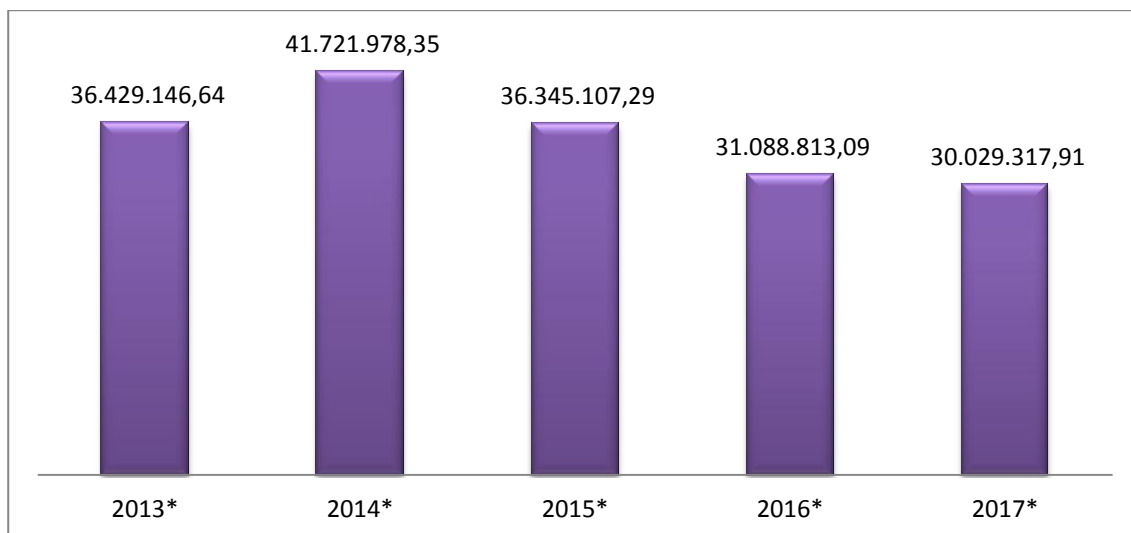


Tomado de: Superintendencia de Compañías, 2009

Figura 2. Ventas netas gravadas con IVA y sin IVA de la industria de Pichincha

Como se puede ver las ventas de la industria al por menor, de productos textiles en comercios especializados tiene cierta estabilidad de crecimiento hasta el 2011, sin embargo para el 2012 existe una disminución de ingresos, por lo que se considera una industria poco volátil a pesar de bajar mantiene los valores de ingresos altos.

Para la siguiente imagen se realizaron proyecciones mediante el método de extrapolación, el cual consiste en tomar dos variables cuantitativas conocidas en el tiempo para pronosticar el curso de las mismas en años posteriores. La finalidad de los datos es observar la tendencia de esta industria, a la que el plan de negocio está dirigido.



Tomado de: Superintendencia de Compañías, 2009

Figura 3. Ventas netas proyectadas gravadas con IVA y sin IVA de la industria

Para visualizar cómo se comportará esta variable a lo largo del tiempo se procedió a calcular proyecciones de las ventas con y sin IVA de las; Ventas al por menor de productos textiles en comercios especializados; observando estas variables, se puede concluir que el proyecto representa una inestabilidad, sin embargo los datos calculados muchas veces son inexactos o factores externos pueden favorecer a la industria.

2.1.2 Estructura de la industria

Para la implementación del negocio en la ciudad de Quito, las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías, tienen como producto estrella la venta de telas en cantidades grandes, al mismo tiempo, pocas de estas empresas se dedican a vender hilos, agujas encajes, cierres, bobinas. Pero estos productos rotan en menor cantidad, sin embargo la variedad que ofertan es limitada para el cliente. Por lo tanto no se puede encontrar un local especializado en insumos textiles.

No obstante el almacén llamado "Representaciones Dong il del Ecuador S.A" es el único que se especializa en la importación de hilos de bordar y de coser

desde Corea del Sur y está ubicado en el norte de Quito. Dong il es una marca reconocida de hilos de bordar y coser a nivel mundial tienen una experiencia de más de 10 años en el mercado ecuatoriano y se puede decir que es la única competencia directa que se especializa en hilos de toda clase.

Para tener un mayor alcance de cuáles son los competidores y donde se encuentra ubicado se ha elaborado la siguiente tabla en la que se evidencia que las empresas registradas legalmente en la Superintendencia de Compañías hasta octubre del 2012, se concentran en su mayoría en el centro y norte de Quito.

Tabla 1. Competencia de la industria

COMPAÑÍAS REGISTRADAS	BARRIO
	NORTE DE LA CIUDAD
COMERCIAL TEXANDES S.A.	BENALCAZAR
COMERCIALIZADORA CORTIPLACE CIA. LTDA.	EL INCA
CONFECCIONES JUVENILES CONFEJSA S.A	LAS ACACIAS
DISTRIBUIDORA LATINOAMERICANA DE HILADOS Y TEJIDOS DISTRILAT CIA. LTDA	LA FLORESTA
IALTEX IMPORTADORA ALGODONERA TEXTIL CIA. LTDA.	EL BATAN
IMPORDENIM IMPORTADORA TEXTIL CIA. LTDA.	PARKENOR
IMPORFIBTEX CIA. LTDA.	LA CAROLINA
IMPORTADORA EUROPORT CIA. LTDA.	LA FLORESTA
INDUSTRIAS TEXTILES COTTON FASHIONS S.A.	SANTA ANA
MULTIHILOS S.A.	LA CONCEPCION
NOVEDADES ENBOGA S.A.	SANTA CLARA
REPRESENTACIONES DONG IL DEL ECUADOR S.A	MARIANA DE JESUS
RODRIGUEZ BECDACH CIA. L	ÑAQUITO
SEDA & ALGODON S.A. SEDALGODON	LA FLORESTA
TEXLAFAYETTE S.A.	CALDERON
VARIETEXTIL CIA. LTDA.	LAS CASAS
	CENTRO DE LA CIUDAD
ALMACEN OLGA CIA LTDA	CENTRO HISTORICO
CASA MARIANA, ESMODA CIA. LTDA.	CENTRO HISTORICO
	SUR DE LA CIUDAD
POLITAPIZ S.A.	LA MAGDALENA ALTA
VESTIRSA S.A.	SAN BARTOLO
	ESTE DE LA CIUDAD
DISTRIBUIDORA TEXTIL OCEAN PACIFIC DEL ECUADOR INTEROCEAN CIA. LTDA.	AUTOPISTA SANGOLQUI
GIRALDA DEL CAMPO AGRICOLA & MERCANTIL GIRALCAMPESA S.A.	AV. INTEROCEANICA
TEXTILTELINSCO CIA. LTDA.	SAN JUAN DE CUMBAYA

En la tabla anterior, se observa que pocas empresas están ubicadas al Sur de la ciudad, concentrándolas en su mayoría en el norte de la misma.

Cerca de Nortextil existe la empresa “Almacén José Puebla”, la que no se detalla en la tabla ya que, no es Sociedad Anónima, ni Compañía Limitada, sin embargo, se considera la competencia más fuerte del sector gracias a su variedad en telas e insumos.

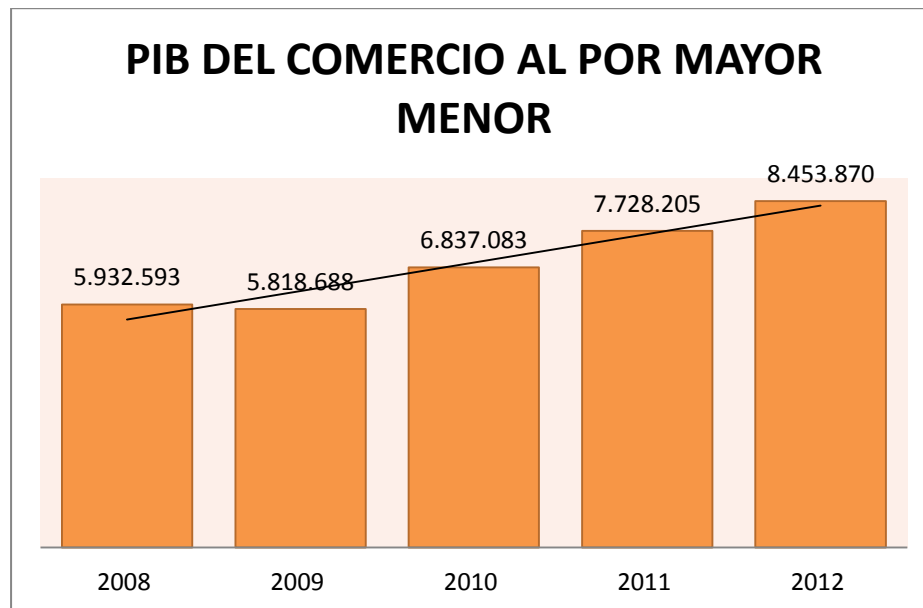
De las empresas mencionadas en la tabla se ha confirmado, por medio de una investigación exploratoria, que la mayoría se dedica a la venta de telas, concluyendo que muchas de las empresas competidoras están lejos del mercado objetivo, en cambio las empresas no registradas en la Superintendencia de Compañías se consideran pequeñas pero a su vez tienen gran volumen de ventas, por esta razón se debe realizar una investigación de mercados más profunda.

2.1.3 Factores económicos y regulatorios

Se revisarán ciertos factores económicos y regulatorios que pueden tener incidencia directa en el proyecto

PIB de la industria

El comercio al por mayor y menor tiene una importante contribución al PIB como se observará en el siguiente gráfico. El objetivo de mostrar el PIB nacional es evidenciar de manera real que empresas ecuatorianas contribuyen el crecimiento de este factor económico, ya que muchas de ellas forman parte del comercio al por mayor y menor.



Tomado de: Banco Central del Ecuador, 2010

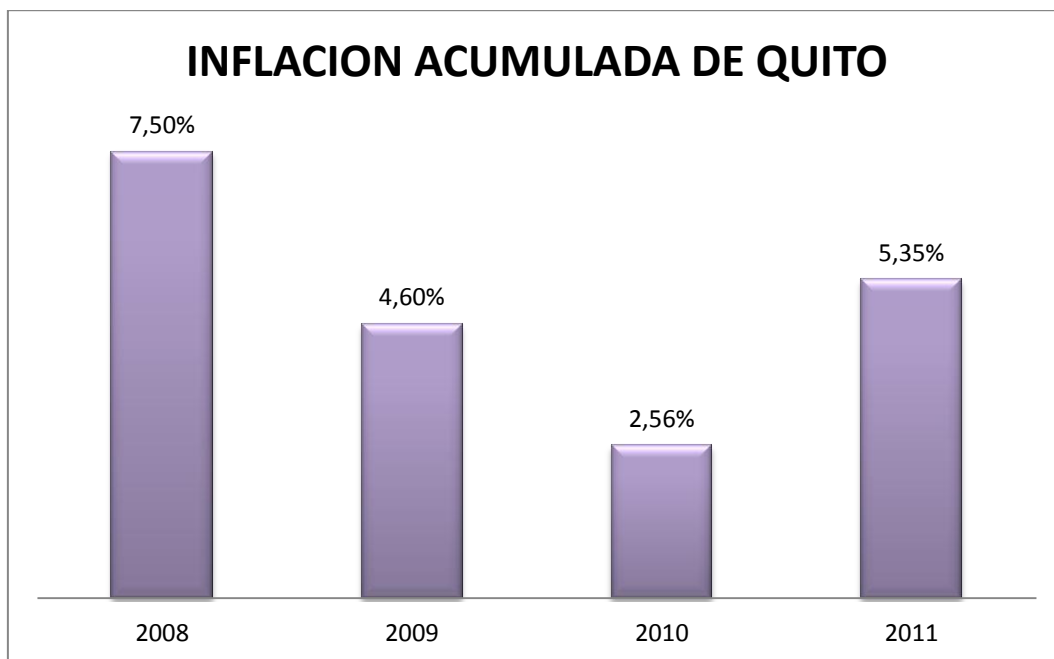
Figura 4. Actividad Económica - Comercio al por mayor y menor a nivel nacional

El PIB del Comercio al por Mayor y Menor ha tenido un crecimiento desde el 2008 al 2012 del 9%. Considerando que en el 2009 hubo una disminución del 2%, sin embargo para el 2010 crece el 18%, y para el 2012 crece un 9%.

Demostrando el auge y la creciente tendencia de esta actividad económica, donde los datos indican buenas predicciones para los años posteriores y excelentes resultados para el plan de negocios a ejecutar, ya que el aporte de esta actividad al PIB ha generado empleo e ingresos al país. (Banco Central de Ecuador, 2012)

La inflación

El plan de negocios considera importante tomar en cuenta a la inflación ya que, un alza de precios en la ciudad limita la capacidad adquisitiva del cliente, afectando así el volumen de ventas esperado, por lo tanto en el gráfico siguiente se observa la tendencia de esta variable en el tiempo.



Tomado de: Banco Central del Ecuador, 2011

Figura 5. Inflación de Quito

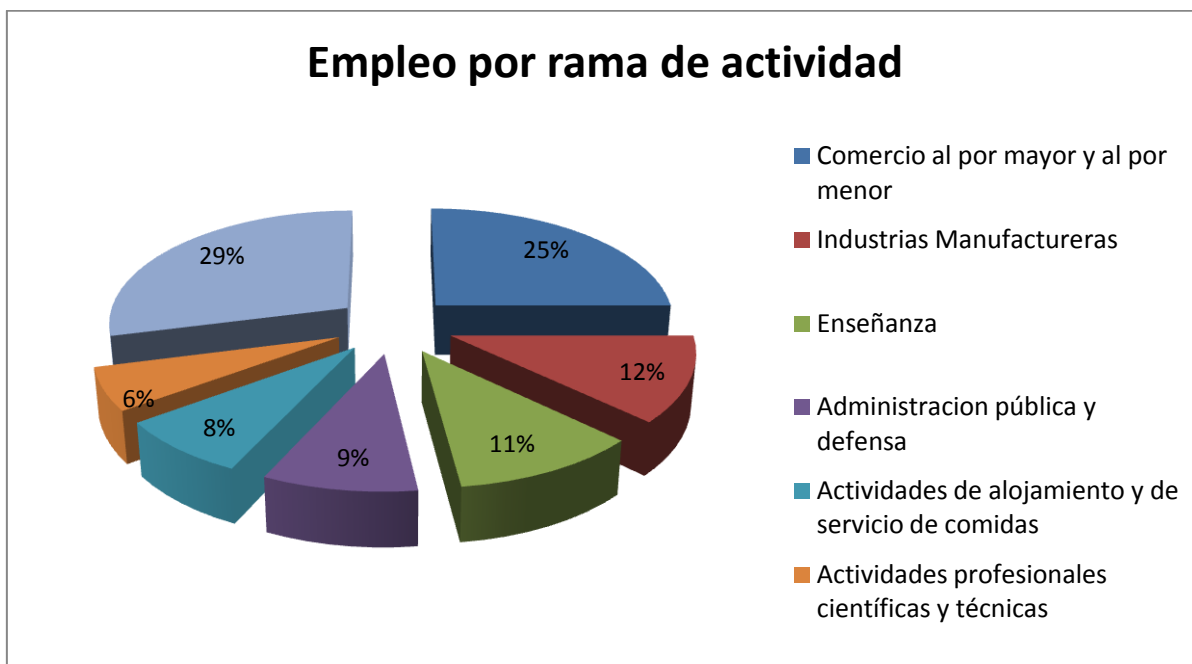
La inflación más baja se registró en el 2010 con el 2,56%, pero para el 2011 este porcentaje aumentó al 5,35%, siendo el más alto que en años anteriores.

Quito fue considerada una de las ciudades con menor inflación en la región Sierra. A nivel nacional se aprecia un aumento de precios especialmente en la industria de Bebidas Alcohólicas, tabaco y estupefacientes con el 14.07%, prendas de vestir y calzado 6.99% y la industria de alimentos y bebidas no alcohólicas en 6.83% todos estos medidos en 2011. Este incremento sobre la inflación se debe al alza del impuesto a la salida de divisas y aumento de precios de los commodities, es decir materias primas en bruto, que han sufrido alguna transformación mínima. (Banco Central del Ecuador, 2011).

Sin embargo, un aumento significativo de la inflación, especialmente en el rubro de prendas de vestir y calzado se debería considerar una amenaza para el plan de negocio.

Aporte al empleo por ramas de actividad.

En cuanto al empleo en la ciudad de Quito se observa grandes variaciones de acuerdo a la actividad económica, siendo el comercio al por mayor y menor la actividad que mayor personal necesita. Demostrando que el área comercial en la ciudad de Quito es mayor a cualquier actividad, por ende requieren constantemente de personal.



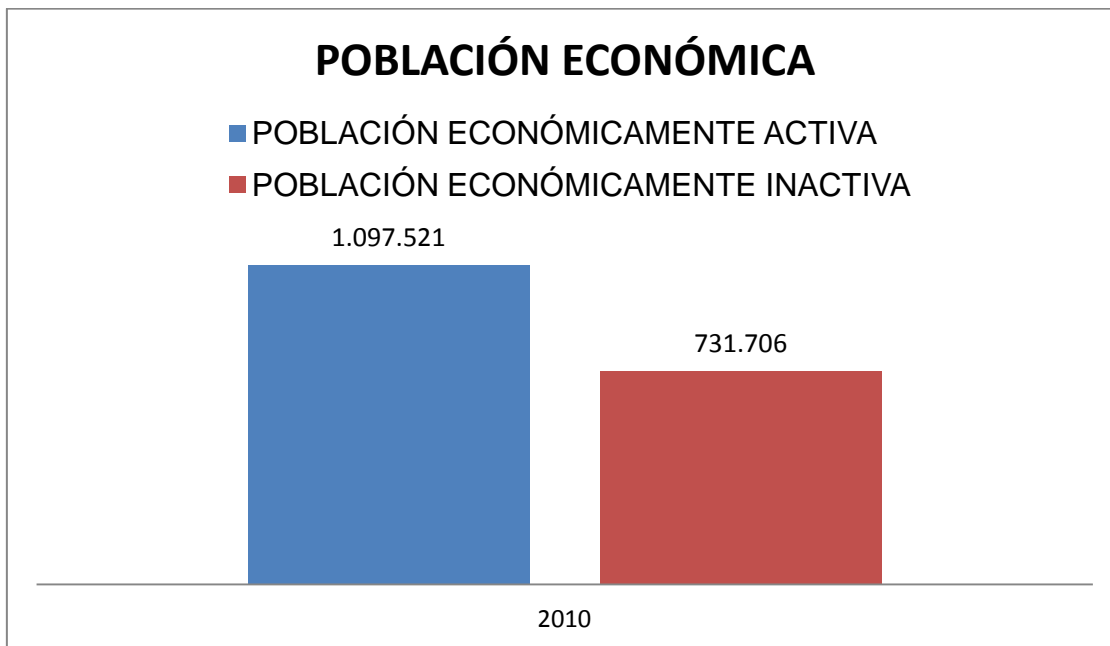
Tomado de: Instituto de la Ciudad, 2010

Figura 6. Empleo por rama de actividad de la ciudad de Quito

En el gráfico anterior claramente se observa que el Comercio al por mayor y menor representa el 25% de todas las actividades económicas, seguido por la industrias manufactureras con 12%. De esta manera se cuenta con recurso humano con conocimientos de comercio y ventas.

Así también en la siguiente imagen se muestra la Población Económicamente Activa e Inactiva de la ciudad de Quito para el año 2010, se observa un gran número de población que hoy en día tiene trabajo o negocio propio, el cual ayuda tanto a la economía propia y del país. De esta manera el desempleo cae

cada vez más teniendo a trabajadores más capacitados y con poder adquisitivo creciente.



Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010

Figura 7. Población Económicamente Activa de Quito (PEA)

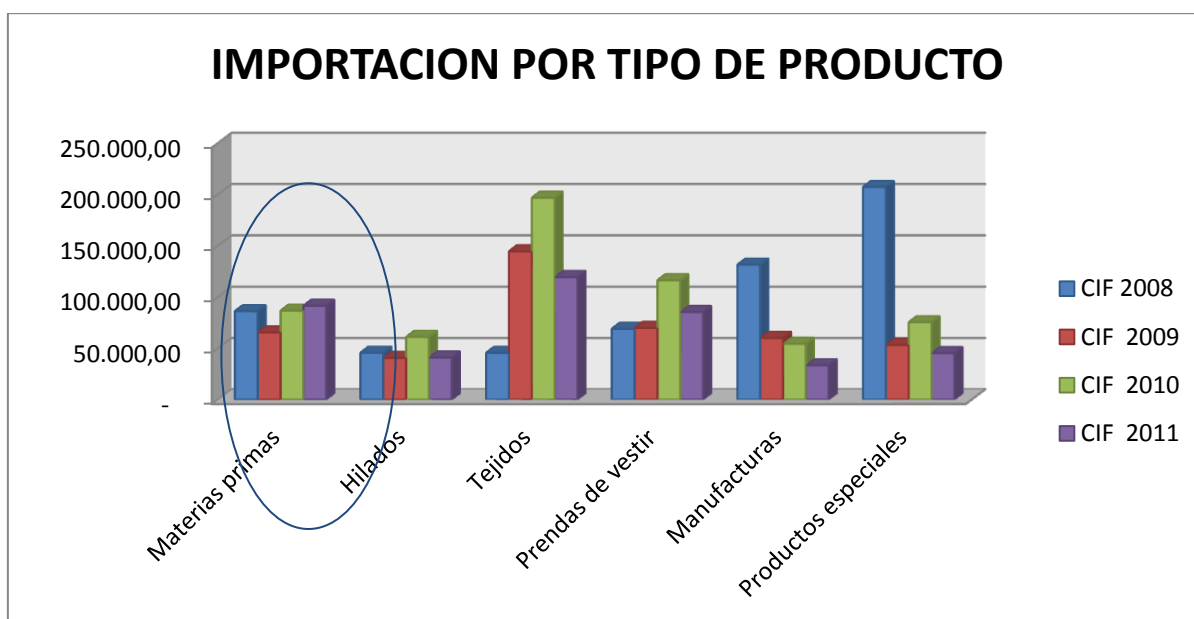
En el cantón Quito la Población Económicamente Activa es mucho más grande que la Población Económicamente Inactiva, dando como resultado que el 49% de la población del cantón tiene ingresos y genera valor para la económica Ecuatoriana mientras que el 33% de la población no tiene empleo y ninguna actividad económica por lo tanto el 49% de las personas tienen acceso a gastar e invertir su dinero.

Evolución de las importaciones

Para tener un panorama más claro sobre cómo han crecido las importaciones del país favoreciendo al negocio, se dice que los valores CIF, a enero del 2011 fueron \$41.6132, 852. Demostrando que hubo un decrecimiento del -30% con relación al 2010. Las salvaguardias impuestas por el gobierno han dado resultado en cuanto a las importaciones de bienes textiles, mientras que las importaciones de materia prima y los hilados han sido los productos que menos han cambiado en los 4 años en donde las materias primas tuvieron un

decrecimiento del 24% para el periodo 2008-2009, pero para los últimos periodos se ve un crecimiento del 32% y 6% respectivamente. (Asociación de industriales textiles del Ecuador, 2011).

Es importante señalar que las importaciones en general por grupo económico fueron de 4.116.47 millones en bienes de consumo, materias primas \$5.914.77 millones, también los bienes de capital registraron \$5.129.09, los combustibles y lubricantes \$4.402.82 millones y los productos diversos \$75.56 millones en el 2010. (Banco Central del Ecuador, 2009).



Tomado de: Asociación de industriales textiles del Ecuador, 2011

Figura 8. Importación de bienes textiles.

De esta manera y según los datos que se han señalado, los impuestos han afectado a otros rubros económicos. Ya sea en mayor porcentaje como manufacturas o en menor proporción como materias primas.

En vista de estos datos el negocio resultaría favorable, ya que las importaciones demuestran, una estabilidad en crecimiento, a pesar del incremento en impuestos, por parte del gobierno nacional.

Impuestos, aranceles aplicables a los productos de la industria

La importación al consumo es: “ El régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación”. (Guayasamín, F. 2011. Pág. 187)

Según la Aduana del Ecuador, para el cálculo de los impuestos se determina el valor CIF de las mercancías y se pagan los siguientes impuestos dependiendo de su partida arancelaria

- AD-VALOREM: Arancel Cobrado a las Mercancías. Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (CIF). Para las materias primas textiles se graba con un 20% de Ad-Valoren.
- FODINFA: Fondo de Desarrollo para la Infancia. Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación.
- IVA: Impuesto al Valor Agregado. Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE (Aduana del Ecuador, 2011)

Según las leyes aplicables todas las importaciones del negocio tienen la obligación de pagar los impuestos mencionados para su importación, de lo contrario la nacionalización de la mercadería no será permitida.

A pesar del sin número de impuestos a pagar se considera al negocio como provechoso y rentable.

Impuesto a la salida de divisas

El impuesto a la salida de divisas grava el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen al exterior, con o sin intervención de

las instituciones del sistema financiero; o sobre el valor de los pagos efectuados desde las cuentas del exterior por cualquier concepto. (Servicios de Rentas Internas, 2011). El impuesto del 5%, se mantiene como castigo a la importación de materias primas, insumos, maquinaria y repuestos para la producción. (Asociación de industriales textiles del Ecuador, 2011). Esta medida establece un alza en el precio final y limita mucho las compras en el exterior; al respecto el gobierno ha fomentado un crédito tributario hacia estas materias primas, mientras no genere un arancel ad-valoren.

En el caso de la importación de materias primas textiles, se ha grabado con un 15% de arancel ad-valoren, lo cual significa no ser favorecido con el crédito tributario.

Al ser un rubro obligado a pagar, la empresa, deberá asumir este valor. El precio final de los productos variará a penas en centavos, gracias a la gran cantidad que se realizará en el pedido, no afectando directamente a los clientes.

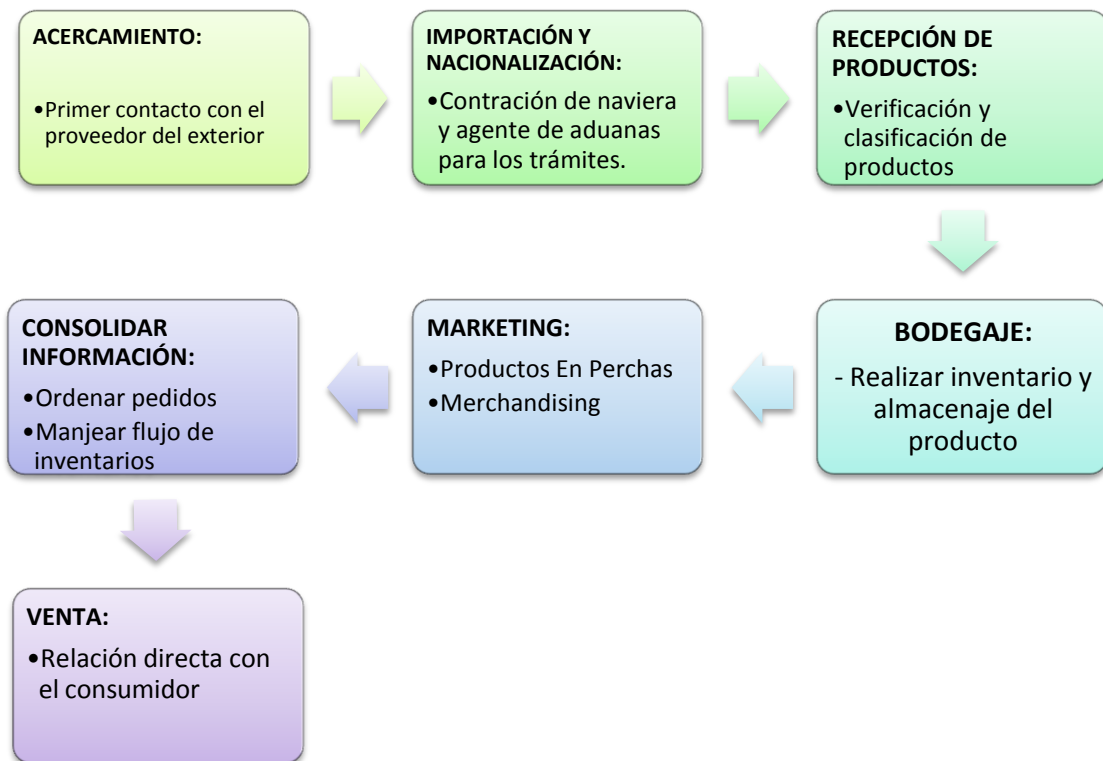
2.1.4 Cadena de distribución

Según la experiencia de Nortextil se puede identificar tres tipos de consumidores: los grandes confeccionistas, confeccionistas pequeños, medianos, y los almacenes.

La venta al por menor permite que los productos sean adquiridos por medio de intermediarios que importan en grandes cantidades y distribuyen a los demás locales. Este proceso perjudica al confeccionista mediano y pequeño, ya que los precios son mayores, encareciendo el precio final del producto por otro lado un confeccionista grande tiene las posibilidades de importar directamente, sin necesidad de intermediarios, ofreciendo a un mejor precio el producto terminado.

Por esta razón Nortextil ha decidido brindar precios bajos a confeccionistas pequeños y medianos por medio de esta cadena de distribución.

2.1.5 Cadena de valor



Tomado de: Nortextil

Figura 9. Cadena de valor de Nortextil.

Acercamiento: Este proceso se compone de los pedidos que se realizan a los proveedores del exterior, los primeros contactos y envío de muestras.

Importación y nacionalización: Para transportar el producto desde China, se lo realizará por vía marítima, y en caso de ser de Perú, será por vía terrestre; por esta razón se contratará una naviera o transporte terrestre en caso de ser necesario, y un agente de aduana para el proceso de desaduanización que realizará todos los trámites pertinentes para la correcta comercialización de los productos dentro del país.

Recepción de productos: Del transporte interno se recibe los productos y se destina a un área de bodega para continuar con la revisión, verificación y clasificación.

Bodegaje: En esta área se clasifica el producto, se ordena y se comienza un inventario ordenado y preciso

Marketing: En este proceso se desarrolla el Merchandising, que busca la optimización de los productos para la mejor venta, estimulando la compra del consumidor y generando mayor rotación de productos en las perchas.

Consolidar información: En este punto se genera las cuentas por pagar a proveedores, donde se debe reportar al área administrativa para generar los pagos correspondientes, de acuerdo a las fechas negociadas por cada proveedor.

Venta del producto: Existe una relación directa con el consumidor final en el punto de venta, y el servicio personalizado para satisfacer y reconocer las necesidades de los clientes.

2.1.6 Las 5 fuerzas de Porter



Tomado de: Nortextil

Figura 10. Las 5 fuerzas de Porter

NUEVOS PARTICIPANTES (BARRERAS DE ENTRADA. **ALTA**)

El nivel de dificultad de entrar a competir en la industria es alta porque:

- El depender de las regulaciones gubernamentales como incremento de aranceles en las importaciones ocasiona que nuevos participantes no formen parte del negocio.
- La necesidad de capital para solventar la inversión inicial como: adaptación de un local amplio, perchas, cámaras, productos variados, es alta.
- Gracias al fácil acceso al Internet, la mayoría de empresas Chinas se promocionan en páginas Web, donde cualquier persona, puede contactarse fácilmente.
-

AMENAZA DE LOS SUSTITUTOS. **MEDIA**

Productos sustitutos que se encuentran en el mercado es media debido principalmente a:

- Los productos que se comercializan actualmente son originarios de Colombia, Perú y de China. Muchos de estos productos son de países cercanos al Ecuador y se los podría adquirir en menor tiempo, sin embargo estos insumos son negociados por medio de intermediarios y origina un aumento a su precio final.
- La industria Ecuatoriana también fabrica varios insumos textiles, entrando a competir directamente con productos importados.
- La marca de hilos Dong Hill, es reconocida en el mercado ecuatoriano, este insumo sería un gran sustituto al momento de la compra.

PODER DE LOS COMPRADORES. **MEDIA**

- Los principales compradores de los productos son los comerciantes minoristas, ya sean estos: comerciantes, artesanos o informales; los que están interesados en precios económicos y variedad de productos, por lo tanto el poder de los compradores es medio, ya que, los compradores pondrán optar por otros locales donde los precios sean más económicos y ofrezcan otro tipo de productos.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES. **BAJO**

- Los proveedores de la industria se encuentran en el exterior, por lo que se realizará la importación de productos terminados. Se considera que el poder de negociación de los proveedores es bajo debido a la afluencia de proveedores, de esta manera se podrá obtener mejores precios con diferentes ofertantes⁴.

INTENSIDAD DE LA RIVALIDAD. **BAJO**

- En este punto la intensidad de la rivalidad es baja debido que el ambiente competitivo de las compañías se concentran más en una sola gama de productos como telas, mas no, en venta de insumos para la confección; la competencia no ofrece una amplia gama de insumos y se limitan a comercializar lo más vendidos, por lo tanto la industria tiene una deficiencia de productos.

⁴ Varios proveedores que ofrecen el mismo producto.

2.2 La compañía y el concepto de negocio

2.2.1 La idea y el modelo de negocio

El presente trabajo tiene como fin el incremento de líneas de insumos textiles para un local de distribución de la empresa Nortextil, ubicado al Sur de la ciudad de Quito.

Dentro de este contexto el negocio presenta ventajas competitivas como la variedad de insumos textiles, así como la oferta de asesoramiento especializado en tendencia de colores, modelos y modos de confección.

El objetivo es vender, nueva materia prima a bajo costo y variedad. De esta manera las prendas de vestir serán más competitivas en la industria textil, ya que Quito cuenta con el mayor número de establecimientos a nivel nacional en cada una de las actividades textiles, con más de 2100 establecimientos especializados en la fabricación de prendas, seguido por Guayaquil y Cuenca. (Asociación de industriales textiles del Ecuador, 2011. P. 90).

Por esta razón el negocio se concentrará en la ciudad de Quito y luego se incorporará a otras ciudades

2.2.2 Estructura legal de la empresa

Nortextil es una compañía limitada que cuenta con 2 socios quienes tienen igual porcentaje de capital accionario: Ing. Juan Cifuentes, como Gerente General y Srta. Carolina Garzón, como Presidenta. La compañía está inscrita en el Registro Mercantil bajo la inscripción No 16054. (Ver anexo 1).

Actualmente Nortextil está ubicado en la ciudad de Quito, Av. Pedro Vicente Maldonado y Borbón, sector Puente de Guajalo, cabe señalar que en este almacén se vende exclusivamente telas.

2.2.3 Misión, Visión y Objetivos

MISIÓN

Somos una empresa importadora y comercializadora de insumos textiles y telas, dedicados a nuestros clientes para brindar: variedad, calidad y oportuna capacidad de respuesta.

VISIÓN

En el año 2021, Nortextil llegará ser la primera opción en compra de insumos textiles de todo el mercado Quiteño, incorporando una gestión creativa e innovadora.

OBJETIVOS

- Corto plazo. Obtener ventas de \$40.000 el primer año de funcionamiento, en el local de insumos textiles.
- Mediano plazo. Posicionar su amplia variedad en insumos textiles, al mercado Quiteño, el mismo que será reconocido por el asesoramiento personalizado y sus excelentes servicios, lográndolo en 5 años de funcionamiento.
- Largo plazo. Abastecer a las ciudades textileras del Ecuador como: Cuenca, Ambato, Guayaquil, en los próximos 13 años.

2.3 El producto y/o servicio

Los productos que se van a vender son insumos textiles, divididos en 10 líneas, las cuales son: línea de hilos, cierres, botones, topes, elásticos, cintas, cordones, etiquetas, partes de máquinas y línea de sastre.

De esta manera la variedad de los productos, evitará que el confeccionista viaje hacia el centro de Quito y pierda tiempo buscando lo necesario para su

confección, además se contará con personal capacitado, quienes tendrán conocimiento de confección y así brindarán la atención personalizada que el cliente se merece.

En el capítulo 4 se detallará más afondo sobre los productos que ofrecerá en el local.

2.4 Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento

Para ingresar al mercado se aplicará la estrategia de bajos costos dirigidos, lo que quiere decir, concentrarse en un pequeño nicho o segmento de compradores para vencer a los rivales en costos, así se obtiene la posición de ganar al comprador ofreciendo productos baratos. (Thompson, Peteraf, Gamble, Strickland, 2012, p. 132).

Con esta estrategia se estima cubrir por lo menos al 50% del comercio minorista textil del sur de Quito, como el nicho de mercado elegido, puesto que uno de los factores más importantes para preferir el producto, está en la variación del precio.

Como estrategia de crecimiento, se espera expandir el negocio hacia el sector norte de Quito y luego hacia otras ciudades del país.

2.5 Análisis FODA

FORTALEZAS

- La empresa ya consta con una cartera de clientes.
- Se tiene amplia experiencia en la industria textil.
- Nortextil ya maneja proveedores provenientes de China.
- La cadena logística y de suministros tiene talento humano eficiente.
- Se cuenta con la capacidad crediticia y de capital para formar un nuevo negocio.
- Catálogo de insumos.
- Buena posición para negociar con proveedores.

- Buena imagen y aceptación ante los clientes.

DEBILIDADES

- El talento humano que tiene la empresa, no es especializado en confecciones; tampoco son capacitados en atención al cliente.
- Es difícil organizar sus productos (Telas), debido a la gran variedad existente.
- Carece de un sistema de facturación adecuado para los clientes que requieren notas de venta.
- Nortextil actualmente no ofrece servicios adicionales, como servicio a domicilio.
- No tiene un servicio posventa o CRM.

OPORTUNIDAD

- Existen gran cantidad de empresas dedicadas a la elaboración de insumos textiles en la República Popular de China.
- Existe un nicho de mercado solvente que puede pagar en efectivo.
- Requieren ventas a domicilio
- Establecer alianzas con empresas de otro sector para expandir la cobertura comercial.
- En el Centro Comercial de mayoristas y negocios andinos, se encuentran 1204 productores con una producción mensual de 1 346,970.

AMENAZAS

- Aumento de impuestos hacia las importaciones de consumo.
- Distribución directa de proveedores del exterior.
- Competencia desleal como la: subfacturación, dumping, ropa usada, contrabando.
- Aumento de salario básico en China, produciendo un aumento en el insumo.
- El transporte marítimo sube según el precio del petróleo y el alza del peaje del canal de panamá, dando lugar a un alza en el precio final del insumo.

2.5.1 Análisis DAFO

Tabla 2. Matriz de estrategias DAFO

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
OPORTUNIDADES	La empresa aumentará su cartera de clientes actual, debido al aumento de nuevos productos; realizándolo gracias a grandes cantidades de proveedores desde el exterior.	Se capacitará al talento humano en temas de confección y atención al cliente, además se contratará personal con conocimientos previos
	Se podrá captar a nuevos clientes que se caracterizan por pagos en efectivo	Al expender los productos serán ordenados por línea y características similares
	Se realizará entregas eficientes por parte de la logística para satisfacer la necesidad y el disminuir el tiempo del consumidor	Al realizar las ventas a domicilio se hará visitas constantes, dando lugar a un servicio pos venta
	Se realizará entregas a domicilio	Establecer un nuevo sistema de facturación
	Se realizará alianzas con locales pequeños para ampliar la marca de la empresa.	Se realizará asesoramiento a las nuevas alianzas para que ofrezcan los productos correctos
	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
AMENAZAS	Al tener clientes fijos se tratará de no subir los precios a pesar de futuras legislaciones gubernamentales	Precios bajos en temporada baja
	Con la estabilidad de capital se evitará nueva entrada de competidores.	Investigar la posibilidad de poner sucursales nuevas
	Enlazar aún más a los futuros proveedores con mayores ventas	Unirse a gremios que luchen por alza de aranceles para que se ayude con crédito tributario

De esta manera se ha logrado realizar varias estrategias para Nortextil, fundamentalmente venciendo las debilidades por las fortalezas de la empresa y compensando las amenazas por las oportunidades que se han presentado en el mercado. Así la empresa contará con mayor eficiencia y a la vez brindará mayor servicio.

CAPITULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS

En el presente capítulo se desarrollará la investigación de mercado y conclusiones, con el fin de verificar la efectividad del plan de negocios para la empresa Nortextil, mediante la recolección de información sobre las preferencias del mercado objetivo.

3.1 Problemática

Se ha llevado a cabo una investigación cualitativa a los clientes de Nortextil para conocer si existe una oportunidad en el negocio planteado.

Los clientes han manifestado los siguientes problemas:

- Los precios de los productos de almacenes ubicados en el Centro Histórico, tienen un costo mayor, comparándolo con los almacenes del Sur de Quito.
- El servicio al cliente ofrecido por la competencia no es satisfactorio debido que existen muchas quejas al respecto. Por el contrario en Nortextil no se han quejado por la atención, sin embargo aún falta capacitación para los empleados.
- La variedad es escasa, debido a que ninguno de los locales existentes ofrecen gran cantidad de insumos textiles para poder agregar un toque especial a la prenda.
- El tiempo del cliente es valioso, especialmente los comerciantes del Centro Comercial y comentan que muchos de ellos no pueden dejar su puesto al momento de ir a comprar insumos textiles, así que prefieren no comprar o comprar en otro lugar cerca de su domicilio.

Todos los confeccionistas buscan variedad y calidad para que sus prendas sean apreciadas, sin embargo las novedades en cuanto a insumos son primordiales al momento de dar valor agregado a la prenda.

3.2 Necesidades y fuentes de información.

Para poder cumplir con los objetivos planteados en la investigación de mercado es necesario desarrollar los siguientes métodos investigativos.

Tabla 3. Necesidades y fuentes de información

Necesidades de la investigación	Fuentes primarias	Fuentes secundarias	Metodología
Analizar los criterios y opiniones de expertos sobre el proceso de importación de insumos textiles hasta llegar al consumidor final	Experto	Investigación Bibliográfica	Entrevista con experto
Determinar el consumo de insumos textiles en el sur de Quito	Consumidores	Investigación Bibliográfica	Encuestas
Determinar la competencia	Consumidores		Encuesta
Identificar los consumidores potenciales	Consumidores		Encuesta Grupo focal Entrevista con expertos
Determinar la frecuencia de consumo	Consumidores		Encuesta
Determinar el punto de vista, en cuanto a la calidad de los productos Chinos y peruanos.	Consumidores		Grupo focal Entrevista con expertos

FUENTES PRIMARIAS

Para el desarrollo de esta investigación, es necesario la recolección de información utilizando la siguiente metodología: Grupo de Enfoque, Entrevistas con Expertos y Encuestas

FUENTES SECUNDARIAS

Se obtendrá información de las principales entidades públicas como son: INEC, Banco Central del Ecuador, Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, Cámara de Comercio de Pichincha, Aduana del Ecuador entre otros, así como la recopilación de información en libros que aporten y estén relacionados a la temática de el plan de negocio.

3.3 Investigación cualitativa

3.3.1 Entrevistas con expertos o entrevistas a profundidad

“Las entrevistas a profundidad son una manera de obtener información no estructurada y de manera directa, ya que se realizan personalmente (Naresh K. Malhotra, 2004, pag # 147).

Para realizar una mejor investigación de mercados se han realizado dos entrevistas con expertos, la primera fue realizada al Ing. Wilson Hidalgo, presidente del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, la segunda a la Ing. Viviana Garzón, Propietaria de Nortextil.

3.3.1.1 Entrevista con experto # 1

La entrevista fue realizada al Ingeniero textil Wilson Hidalgo. La entrevista sirvió para conocer preferencias de los comerciantes del Centro Comercial y algunos criterios acerca de insumos importados.

Nombre:	Ing. Wilson Hidalgo
Título:	Ingeniero textil
Celular:	0998802343

Metodología: Se recurrió a una entrevista abierta, la cual fue realizada en la parte administrativa del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, se autorizó hacer una grabación solo de la voz del entrevistado y duró alrededor de 15 minutos.

Las preguntas realizadas se encuentran en el Anexo 2.

Resultados de la entrevista # 1:

- Los confeccionistas del centro comercial, cuentan con tecnología de punta al momento de confeccionar las prendas ya sea con sistemas computarizados de trazado, diseños digitales, plotters para moldes, todo esto con el fin de no desperdiciar la tela al momento de cortar y para que el modelo de la prenda salga con medidas exactas.
- El gobierno ha brindado ayuda al sector textil hasta el 2009, con las barreras arancelarias a las importaciones de ropa. En muchos casos los talleres textiles habían cerrado, a razón de estas regulaciones gubernamentales ya que existía afluencia de ropa a precios económicos, perdiendo algunas fuentes de trabajo. Las importaciones fueron realizadas especialmente desde China, Perú y Colombia.
- A raíz del 2009, muchos talleres volvieron a reabrir sus puertas, siendo conveniente confeccionar en el país, creando así fuentes de trabajo directo e indirecto. Al hablar de trabajo directo se considera la mano de obra y trabajo indirecto, la compra de insumos o materia prima, sin embargo pocas personas siguieron importando ropa desde el exterior a pesar de las medidas impuestas.
- Sin embargo en las fechas actuales el gobierno no ha dado ninguna ayuda al sector, por esta razón varias asociaciones de comerciantes están hablando con gobiernos provinciales para dinamizar el sector textil.
- La administración del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, ha decidido ampliar sus instalaciones, con el afán de acoger mayores visitantes. Su objetivo es superar el millón de clientes que tuvieron en el año 2012, y fomentar una mayor campaña de publicidad para el año 2013.
- El objetivo para este año de la administración es convertirse en el primer centro comercial de abastecimiento textil a nivel nacional, es posible ya que producen un millón de prendas mensuales.

- El acabado de la prenda depende mucho de los insumos que cuente el mercado, ya que al confeccionista le falta esta oferta de insumos para poder mejorar el diseño y la presentación de la prenda.
- Los precios de los insumos son estables, debido a los pocos ofertantes que existen, sin embargo en productos difíciles de encontrar, sus precios son sumamente exagerados.
- Según el Ingeniero Hidalgo la industria de insumos ecuatorianos, no abastece el mercado actual, ya que la mayoría de insumos son importados, sin embargo recomienda crear una mayor oferta de insumos fabricados en el país.
- El entrevistado asegura, que el sector textil está creciendo, la demanda de los productos ha aumentado, especialmente en el Sur de Quito. Se puede comprobar en las ventas que ha tenido el Centro Comercial.

Conclusiones de la entrevista # 1:

- Con la entrevista se concluye que los confeccionistas a pesar de tener maquinas con tecnología de punta, la variedad de insumos que existen en el mercado no permiten dar un mejor terminado a la prenda.
- Los precios de los insumos se consideran buenos, no existen variaciones. Sin embargo algunos de los insumos tienen mayor precio por ser difíciles de encontrar.
- El Centro Comercial acoge a un sin número de clientes, especialmente en fechas de mayor venta como son: Día de la madre y padre, entrada a clases, navidad. Además su mejor publicidad es el boca a boca y la calidad de confección.
- Actualmente el gobierno ha descuidado el sector textil, ya que no existen incentivos para que crezca este medio, ya sea como obtener mayor beneficio si se califica como artesano, sin embargo el sector textil está saliendo adelante por sus propios medios.

3.3.1.2 Entrevista con experto # 2

La entrevista fue realizada a la Ingeniera Comercial Viviana Garzón, y sirvió para conocer el proceso de importación de los insumos y la acogida de los clientes hacia estos productos importados.

Nombre:	Ing. Viviana Garzón
Título:	Ingeniera Comercial
Celular:	0997100992

Metodología: Se recurrió a una entrevista abierta, la cual fue realizada en las instalaciones de Nortextil, sucursal Atuntaqui, en la oficina de la Ing. Garzón, gracias a la aprobación de la entrevistada las preguntas fueron filmadas, además duró alrededor de 10 minutos.

Las preguntas realizadas se encuentran en el Anexo 3.

Resultados de la entrevista # 2:

- El local de Nortextil se lo instalo previo a un estudio de mercado, ya que existe un mercado textil que acoge a confeccionistas de todo el Ecuador, aunque existían dos locales en el medio se verifico una carencia de oferta, especialmente en telas, de esta manera se decidió instalar el local en Sur de Quito.
- La acogida de parte de los clientes ha sido una respuesta positiva, ya que la variedad que se tiene el local es amplia, se puede encontrar desde tela para calentador, casual, uniformes y últimamente incursionando en telas de moda. Además el local está proyectando una buena atención, buenos precios y buena calidad.
- La Ing. Garzón, comenta que actualmente no es necesario contratar personal con conocimientos de confección, ya que los clientes son fábricas con experiencia y saben la composición de los productos y la cantidad necesaria, por lo que al momento de contratar personal para

Nortextil se les da una pequeña inducción para que se relacionen con los productos.

- Las medidas gubernamentales han afectado al negocio, especialmente el Servicio de Rentas Internas, ya que este ente institucional ha controlado con mayor rigidez la parte de impuestos, motivo por el cual es considerada una empresa grande con mayores facturaciones, sin embargo este tipo de trabas no permitirá que la empresa desaparezca, por la razón que ocupa un lugar importante en el mercado.
- En cuanto a las importaciones desde Perú, se considera que los trámites de importación son más rápidos y eficaces, al igual que la cercanía ayuda tener el producto más rápido. Así mismo los insumos que existen en este país tienen buena calidad y excelentes precios, y la mayor ventaja es adquirir las cantidades que uno desea. Aun sabiendo que los peruanos son intermediarios por que importan desde China.
- Pero en comparación con la China los precios de insumos textiles son bastante bajos, la utilidad que se margina es atractiva, por otra parte las cantidades de compra que exigen en este país son altas, por lo cual se incurre en mayores gastos y a su vez se obtiene stock que dura hasta 4 meses, sin embargo su ganancia es representativa.
- Según la experiencia de la Ing. Garzón el proceso de importación, especialmente de telas, depende mucho del Servicio Nacional de Aduanas, institución que tiene aún sus falencias en el proceso, ya sea el recibimiento de documentos, aforos documentales o liberalización de mercancías.
- Existen algunas fábricas ecuatorianas que producen insumos textiles, no obstante sus productos son limitados y tienen precios altos, en otras palabras la mano de obra y la adquisición de máquinas para la producción es alta, y tiende a encarecer el precio del producto, convirtiéndose así, en ofertantes pocos competitivos en relación con los productos importados.
- Estas fábricas en el futuro es posible que crezcan, pero solo con ayuda gubernamental, ya sea con salvaguardias o créditos, mientras tanto deberán seguir luchando en el medio.

- La propietaria considera atractivo tener un local especializado en insumos textiles, ya que los clientes exigen más variedad a menores precios. Por otra parte esta variedad se considera una alta inversión inicial.

Conclusiones de la entrevista # 2:

- La concentración de confeccionistas en Sur de Quito, ha dado resultado, para que Nortextil tenga éxito en su apertura, gracias a los pocos ofertantes que existía en este sector.
- Importar los insumos textiles desde China muestra ganancias significativas, a pesar de afrontar gastos de importación y pedidos con grandes cantidades de producto.
- La Ing. Garzón, con varios viajes hacia el exterior se ha dado cuenta que la producción de prendas en otros países como Colombia y Perú, demuestran tener un mejor acabado, por la razón que en estos países existen gran variedad de insumos, donde el confeccionista puede elegir productos novedosos, algo que Ecuador aún no tiene en el mercado.
- Nortextil no cree necesario contratar personal con conocimiento en la confección, sin embargo los clientes exigen este tipo servicio para comprar con frecuencia y seguridad los insumos textiles.
- Pese a que en el país existen empresas que fabrican insumos textiles, se considera que es mucho más conveniente importar insumos desde China y Perú, ya que así se abaratan costos y se aseguran la calidad de los mismos.
- El mercado de confeccionistas está acostumbrado a tener los mismos insumos para la producción, por lo tanto los ofertantes no brindan novedades a sus clientes.
- A pesar de las trabas actuales del gobierno, fábricas textiles o empresas como Nortextil tratan de salir adelante por sus propios esfuerzos.
- En China se puede encontrar productos textiles de todo precio, sin embargo al momento de comprar, se debe tomar en consideración la calidad, aunque esta cualidad represente un precio más alto, al momento de adquirirlo debe complementar su precio y su calidad.

3.3.2 Grupo Focal.

“Grupo focal es una conversación conducida por un moderador entre un grupo pequeño de personas. El propósito principal de realizar grupos focales es el de conocer más acerca de lo que piensa las personas sobre un tema en una discusión grupal” (Naresh K. Malhotra, 2004, pág. # 139).

Se realizó un grupo focal con personas expertas en la confección que compran semanalmente insumos textiles, algunos clientes de Nortextil y otros clientes en otros lados.

3.3.2.1 Evaluación del grupo focal

Fecha: Miércoles 27 de marzo del 2013

Lugar: Chillogallo. Conjunto habitacional Pontevedra.

El lugar es considerado estratégico, ya que resultó cercano para todos los participantes del grupo focal. Además se facilitó la casa comunal para realizar esta reunión.

Objetivo: Dialogar sobre la experiencia al momento de comprar insumos textiles, con el fin de evaluar la demanda.

Participantes: Lupe Abarra, Elsa Molina, Alonso Molina, Silvia Ortiz, Vilma Muñoz, María Elena Gualotuña, Tanya Pinto, Marlene Sandoval.

Todos los participantes son confeccionistas minoristas de distintos productos.

Para verificar la participación de las personas se encuentra un listado firmado en el Anexo 4

Moderador: Carolina Garzón

Metodología: El grupo focal se realizó, en una casa comunal perteneciente al conjunto habitacional, donde se reunieron 8 personas. La reunión fue registrada con una cámara de video con el permiso de los asistentes. Se contó con un moderador encargado de realizar las preguntas y un ayudante para la filmación. Tuvo una duración de 20 minutos aproximadamente.

Todos los participantes son confeccionistas, algunos pertenecían al grupo de clientes de Nortextil, pero otros confeccionistas compraban en otros lugares.

Todos viven en la parroquia de Quitumbe, y su edad va desde los 30 años en adelante. Además algunos de ellos tienen más de 30 años de experiencia en el campo textil, mientras que otros van desde los 4 años. Confeccionando carteras, chompas, calentadores en licra, gorras y camisetas.

Las preguntas realizadas en el grupo focal se encuentran en el Anexo 5.

Resultados:

LUGARES DE COMPRA

Los entrevistados desde sus inicios de la confección, compraban en Centro de Quito (El Tejar), con el tiempo algunos locales del Centro Histórico ampliaron su negocio al Sur de Quito, de esta manera lo visitan con más frecuencia por su cercanía.

Todos los confeccionistas están buscando precios cómodos y buena calidad.

EXPERIENCIA DE COMPRA.

De acuerdo a las respuestas de los confeccionistas se evidencia que prefieren comprar en Nortextil, ya que allí pueden tocar la tela, además cuenta con espacio para recorrer y buscar otras telas a su gusto, además la atención es buena y cordial.

Los participantes que no tienen relación con Nortextil afirman que compran en los lugares de siempre por que tienen un trato preferencial y atención amable, sin embargo el peor lugar para comprar es en Almacenes José Puebla, debido a la atención de los empleados. Pero deben ir a este lugar para evitar viajar al centro histórico.

VARIEDAD DE INSUMOS

En su mayoría afirman que la variedad de insumos, existentes en el Sur de Quito, es buena, ya que antes no tenían la oportunidad de comprar cerca de casa; sin embargo comentan que les gustaría tener la oportunidad de comprar

insumos por metros como son reatas, pelón, cordón y no por rollos como se vende actualmente, ya que son confeccionistas minoristas.

También un participante mencionó que debe viajar hacia Ambato para comprar insumos como: cuerina, y adornos para carteras, por lo que este tipo de insumos no existen en el mercado de Quito.

PRECIO Y CALIDAD

Los participantes están de acuerdo que la calidad y el precio deben ir de la mano, ya que el precio final dependerá del precio de los insumos, incluso la calidad de la prenda dependerá que el cliente regrese.

Incluso recomiendan que debería haber un local que tenga gran variedad pero con precios económicos y de calidad, ya que en el Sur de la ciudad no existe algún almacena así. Sería de gran ayuda para estas personas.

ASESORAMIENTO PERSONALIZADO

A todos los participantes les gustaría recibir asesoramiento personalizado en tendencias de colores, modos de confección, modelos, ya que en muchos casos no salen al centro de la ciudad, y no se enteran que está de moda en la actualidad.

Además están de acuerdo con una asesoría completa, como es ofrecer otro tipo de productos, ya que actualmente están acostumbrados a comprar lo mismo pero si alguien ofreciera otro tipo de insumos y a su vez asesoría, les gustaría tener la oportunidad de comprar allí.

Incluso ya no confeccionarían con duda, ya que el asesoramiento garantizará que la tela sea buena o qué tipo de combinados deberían realizar, de esa manera estarían compitiendo con mayor fuerza en el mercado.

A los participantes les gustaría tener un servicio personalizado donde el vendedor recomiende los metros de tela necesarios para confeccionar, a su vez recomiende que insumo pudiera poner para dar un acabado distinto. También el empleado debería estar al tanto de la composición química de los productos.

LOCAL CON ASESORAMIENTO, VARIEDAD, CALIDAD y PRECIOS

Todos los participantes están gustosos de visitar un local así, incluso recomendarían este local a conocidos para que lo visiten, dando lugar a una publicidad boca a boca.

Todos han tomado en cuenta que si existiera buenos precios, buena atención y variedad serían los primeros en visitar este lugar con el fin de que llenen sus expectativas.

A su vez, si existiera un lugar así, ahorrarían tiempo, harían una compra en conjunto y regresarían a casa a realizar otras actividades.

Incluso el servicio a domicilio sería lo más atractivo de este local.

CONCLUSIONES

- La variedad y calidad de insumos en el Sur de Quito es limitada, los confeccionistas compran siempre lo mismo y los ofertantes no han visto la necesidad de ofrecer nuevo material al cliente.
- El asesoramiento personalizado beneficiaría, en mayor porcentaje a confeccionistas que no estén informados de nuevas tendencias, de la misma manera prefieren cerca de sus casas o talleres.
- Existen confeccionistas que deben viajar hacia el centro histórico y buscar la materia prima requerida, en otros casos deben viajar fuera de la ciudad para adquirir otros insumos y poder realizar los productos.
- A pesar de tener mala atención, deben acudir a estos locales para comprar, gracias a la cercanía y no tener que viajar hacia otras partes de la ciudad.
- Nortextil se considera como primera opción de visita al momento de comprar, pero en caso de no encontrar lo requerido deben acudir a Almacenes José Puebla y última opción ir hacia el Centro de la ciudad. Por lo que se considera que Nortextil no cuenta con la variedad suficiente.
- Para la venta de insumos textiles los vendedores deben tener conocimiento en confección y también deberían saber la composición de

los productos para recomendar a los clientes que precauciones deben tener al momento de lavado.

Investigación cuantitativa

“Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico. (Hernández R, Fernández C, Baptista M. 2010. Pág. 4)

Encuestas.

Las preguntas realizadas a los encuestados se encuentran en el Anexo 6

Para reunir datos numéricos y precisos fue necesario realizar una encuesta a la segmentación de mercado elegida como son: Clientes de Nortextil, comerciantes del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos y de artesanos calificados que viven en el sur de Quito. En el siguiente cuadro se explica la segmentación:

Tabla 4: Segmentación del mercado textil del Sur de Quito

Grupo de Indicadores	Numero	Fuente
Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos	1204 Confeccionistas	Dato oficial de parte de la administración
Artesanos Textiles calificados ubicados en el Sur de Quito	122 asociados	Cámara Artesanal de Pichincha
Clientes Nortextil	581 clientes	Empresa Nortextil
TOTAL	1907	

3.3 Determinación del tamaño de la muestra.

Para determinar este número de la muestra se ha tomado en cuenta la demanda real de confeccionistas ubicados en el Sur de la ciudad, las cuales ya han sido descritas en el cuadro anterior.

3.3.1 Tamaño de la muestra

Universo= 1907

Error= 5%

Nivel de confianza= 95%

Z=1,96

Al no existir investigaciones anteriores se considera una proporción de acierto o error de:

$$p= 0,50$$

$$q= 0,50$$

Para el cálculo del tamaño de la población se ha tomado en cuenta la siguiente fórmula: (Galindo Edwin, (2009)).

Tamaño de la muestra **n = 320**

Ya con la muestra calculada se pudo evidenciar los siguientes resultados:

RESULTADOS: PREGUNTA 1

¿Cuántos trabajadores tienen en su taller?

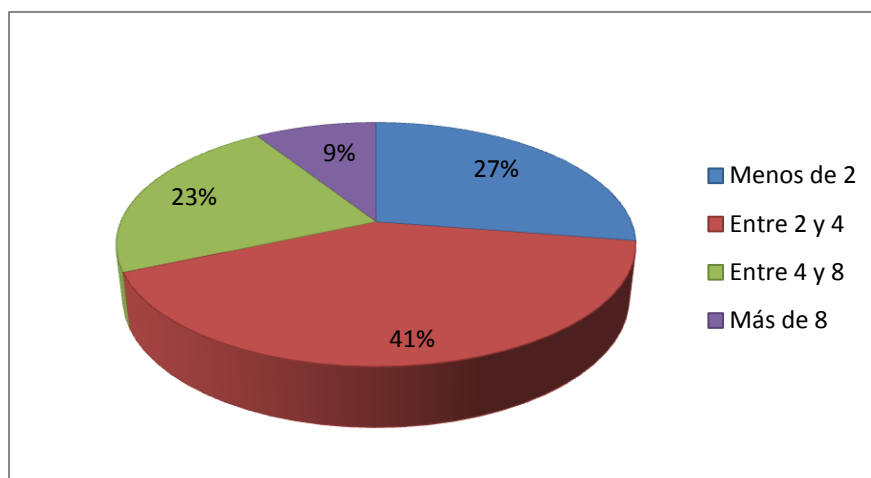


Figura 11. Número de trabajadores laborando

El 41% de las personas encuestadas respondió que tienen entre 2 y 4 trabajadores, lo que demuestra la existencia de talleres pequeños con pocos trabajadores. Incluso el 27% tienen un solo trabajador, por lo cual para poder tener una mayor producción la propietaria y familiares ayudan con la confección.

Sin embargo el 9%, se puede decir que tienen mayor nivel de adquisición, relacionándolo con el número de trabajadores, en este caso más de 8.

Además las personas, consideradas con talleres pequeños como: el 41%, 27% y 23%, respectivamente. Son talleres de poca producción por el número de empleados comprendido, por lo tanto no tienen la capacidad de cumplir producciones grandes o pedidos de mayor magnitud.

A diferencia del 9%, están en capacidad de producir altos volúmenes de confección, en caso de abastecer, tienen los recursos económicos para mandar a maquilar sus productos.

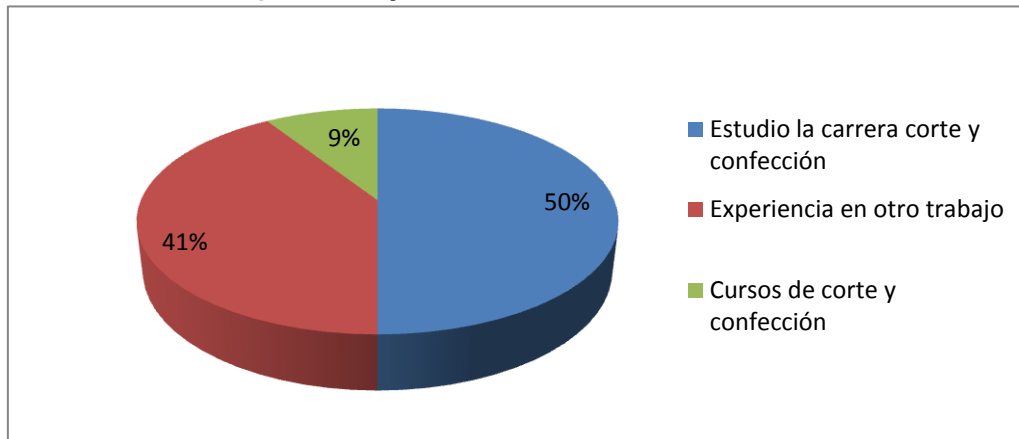
PREGUNTA 2**¿Cómo aprendió las confecciones?**

Figura 12. Conocimiento en corte y confección

Según los encuestados, el 50% de las personas tienen estudios en la carrera corte y confección, mientras que el 41% aprendió la confección por medio de un trabajo previo, lo cual demuestra que tienen conocimientos básicos y a medida que ha pasado el tiempo han ido perfeccionando esta profesión.

Debido que la mayoría de personas estudió o tuvo experiencia en otros trabajos hace años atrás, no han visto la necesidad de renovar sus conocimientos constantemente.

Muchas de estas personas trabajan monótonamente, es decir hacen lo mismo todos los días, por esta razón sus prendas son confeccionadas de una forma artesanal o básica, por lo cual el asesoramiento que brindará la empresa puede ser útil para los clientes.

PREGUNTA 3

¿Qué nivel de educación tiene?

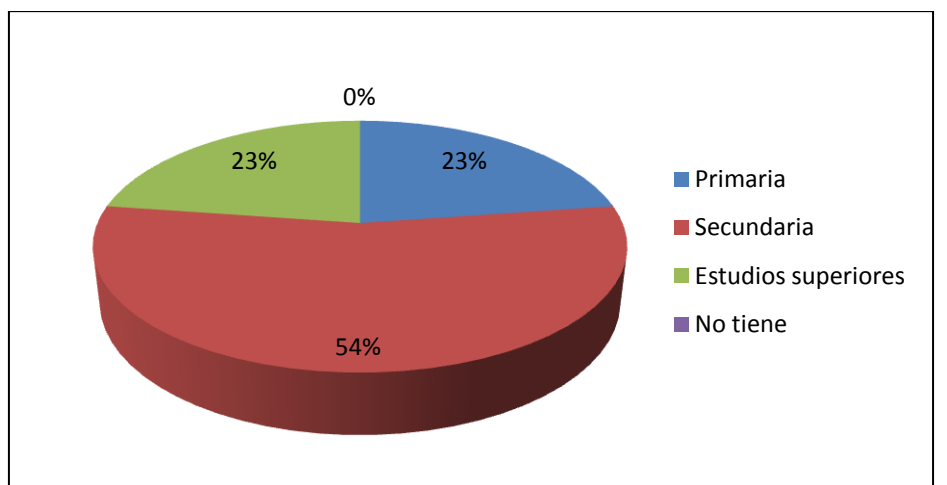


Figura 13. Nivel de educación

De acuerdo a los resultados de esta pregunta el 54% de los encuestados tiene educación secundaria, el 23% educación primaria. Estos dos grandes grupos demuestran que su nivel de educación es básico, por razones distintas muchos dejaron de estudiar y se pusieron a trabajar, lo que ha dado como resultado talleres de confección pequeños, demostrándolo en la pregunta anterior sobre el número de trabajadores.

En cambio el 23% de personas con estudios superiores, tienen otra visión de sus empresas, son personas que han tenido la capacidad productiva y económica de hacer crecer sus empresas.

Muchos de estos casos, son proveedoras de ropa hacia cadenas textiles grandes ubicadas en el país. De esta han creado empresas exitosas, resultando posibles clientes muy atractivos.

PREGUNTA 4

¿Cuál es su volumen de ventas mensuales?

Para una mejor visualización de los resultados se presentarán escalas.

Tabla 5: Volumen de ventas

VENTAS MENSUALES	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE DE PERSONAS
\$300 a \$1000	116	36%
\$1000 a \$2000	73	23%
\$2000 a \$ 5000	44	14%
\$5000 en adelante	87	27%
TOTAL	320	100%

A simple vista el 36% de los encuestados tiene unas ventas mensuales entre \$300 a \$1000, se podría decir que este segmento tiene capacidad económica bajas, a diferencia de los demás encuestados que sus ventas mensuales ascienden a \$5000, dando como resultado una buena capacidad económica.

PREGUNTA 5

¿Cuánto produce mensualmente?

Tabla 6: Producción mensual

PRODUCCIÓN MENSUAL	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE DE PERSONAS
100 - 500	53	17%
500 - 1000	64	20%
1000 - 2000	96	30%
2000 en adelante	107	33%
TOTAL	320	100%

Según se observa la producción textil es alta, a medida que aumenta la cantidad de las prendas, también aumenta el número de personas que lo realizan llegando al 33% de confeccionistas que producen más de 2000

prendas mensuales, lo que significa que estas personas tienen capacidad de producción mayor y pueden abastecer pedidos grandes.

Estos confeccionistas producen: calentadores, faldas, pantalones, chompas, buzos, ternos de niña o niño, ternos para bebés, chompas en paño, pijamas, camisetas, entre otros.

PREGUNTA 6

¿Con qué frecuencia compra insumos textiles?

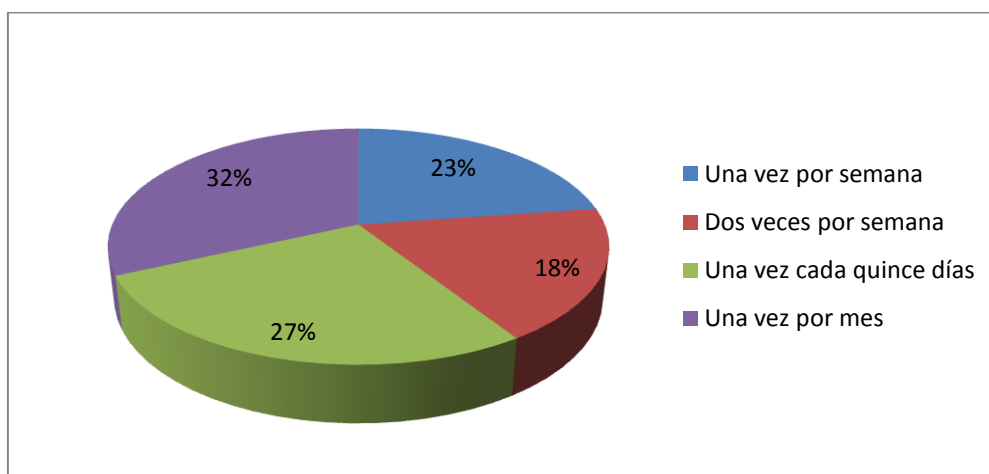


Figura 14. Frecuencia de compras

Respecto a los resultados, se tiene que el 27% hace compras de insumos textiles cada quince días, mientras que el 32% prefieren hacer compras una vez por mes. Solo el 23% compra dos veces por semana, quiere decir que 74 personas estarían dispuestas a comprar más seguido, sin embargo las personas que compran una vez por mes, prefieren comprar una sola lista y una sola vez para abastecerse de insumos.

PREGUNTA 7

¿Cuánto gasta mensualmente en insumos textiles?

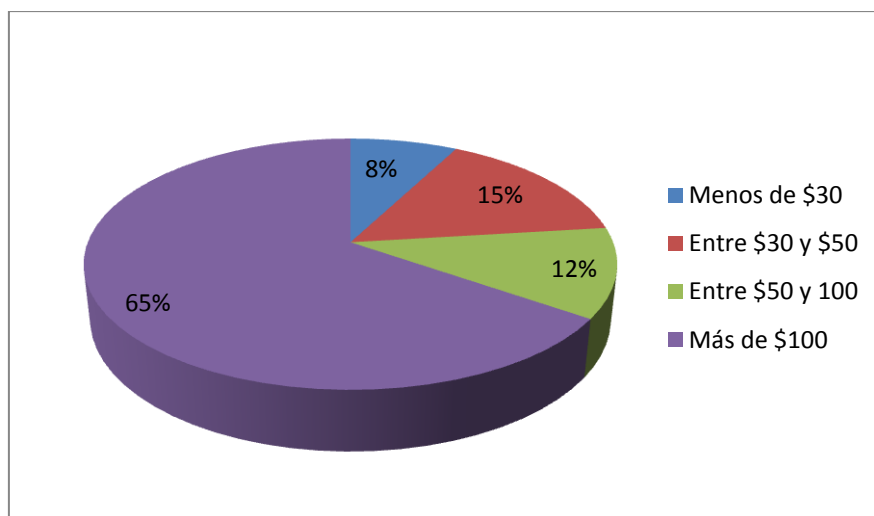


Figura 15. Gasto mensual

EL 65% de las personas, es decir 208 confeccionistas gastan mensualmente más de \$100 lo cual confirma que muchos de ellos prefieren gastar una sola vez y en cantidades grandes, mientras que el 15% gastan entre \$30 y \$50 mensualmente, confirmando que sus gastos mensuales tienen que ver con su capacidad de producción, siendo así baja, y a su vez son confeccionistas minoristas.

PREGUNTA 8

¿Cuál es la forma de pago?

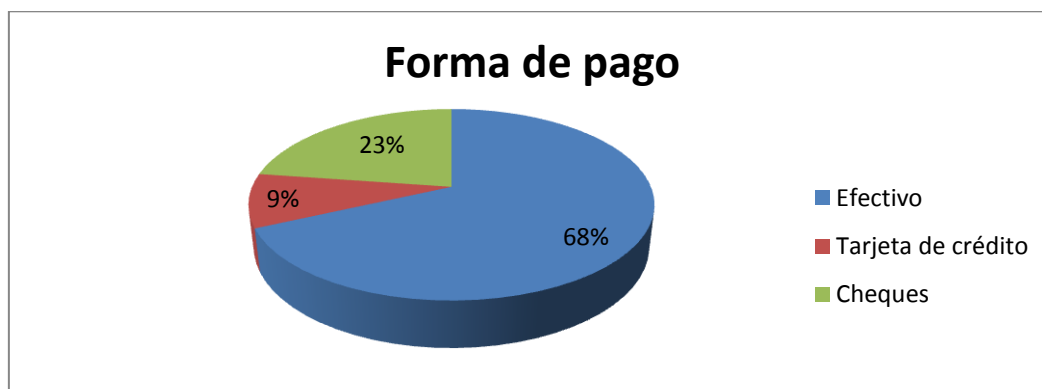


Figura 16. Forma de pago

Los resultados muestran que el 68% de las personas acostumbran pagar en efectivo, mientras que el 23% pagan en cheques, este 23% son las personas que tienen mayor capacidad económica, por esta razón a la mayoría de sus proveedores pagan con cheques a 30 o 45 días plazo.

Sin embargo existe un gran porcentaje que paga en efectivo, en este grupo se encuentran confeccionistas minoristas y a su vez mayoristas, ya que no todos los mayoristas pagan a crédito.

PREGUNTA 9

Señale el local donde más ha hecho compras.

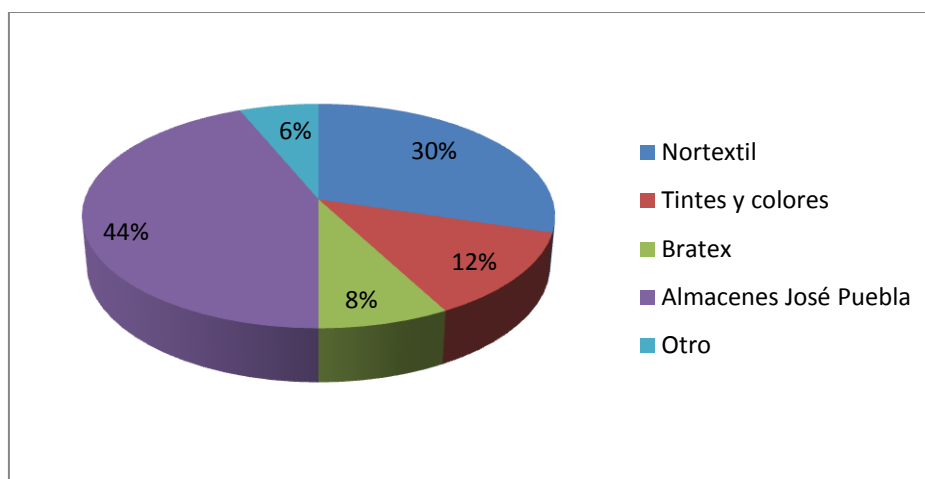


Figura 17. Locales de insumos textiles

La encuesta realizada demostró que el lugar donde más compran los insumos textiles es en Almacenes José Puebla con el 44%, a pesar de no tener un buen servicio al cliente, este almacén ha ganado posicionamiento gracias a la variedad de productos. Además los clientes prefieren comprar en este almacén por la cercanía que tiene hacia sus hogares en el Sur de Quito, de esta manera evitan realizar viajes hacia el centro histórico.

Nortextil se ha posicionado con el 30% de preferencia en compras quedando en segundo lugar en la compra de insumos especialmente de telas. También hay que considerar que el 6% corresponde a otros locales como son: Supermarcas, Texfiel, Almacén fiesta, Sj Jersey, todos estos locales se

encuentran en el Centro Histórico de la ciudad y prefieren visitarlos por su variedad.

PREGUNTA 10

Cuando entra al local comercial que es lo primero que se fija. Escoja en una escala de 1 a 6 siendo 1 más alto y 6 más bajo

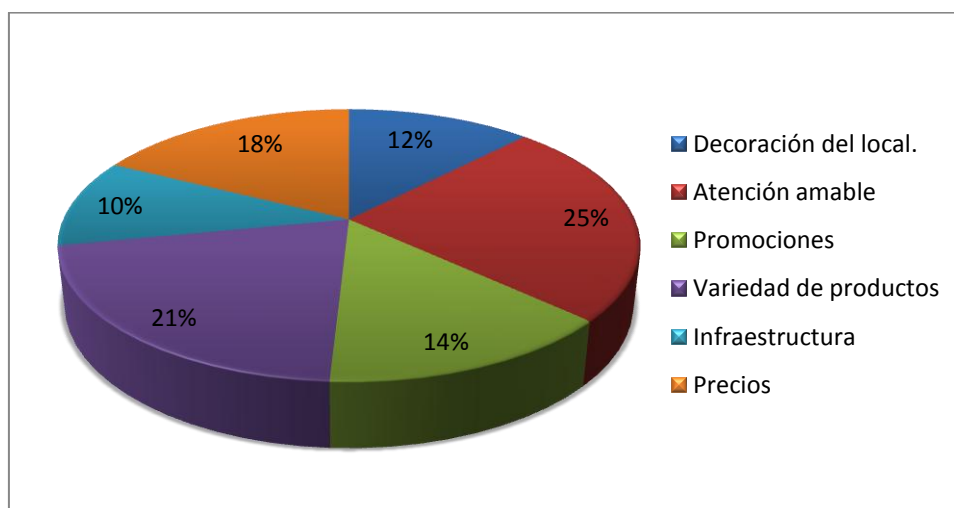


Figura 18. Características del local

De acuerdo con las preferencias del confeccionista en primer lugar prefieren la atención amable con el cliente, en segundo lugar está la variedad de productos, en tercero les interesa los precios, en cuarto están las promociones, en quinto la decoración del local y por último se fijan en la infraestructura.

Según los resultados la atención es primordial al momento de entrar a un local comercial ya que esto les hace sentir confiados y pueden comprar los productos con tranquilidad.

Sin embargo en la pregunta anterior almacenes José Puebla, no se caracteriza por la mejor atención, pero la gente debe acudir a este lugar, por no tener más opciones que escoger por el sector.

PREGUNTA 11

¿Cuáles son los productos que más compra?

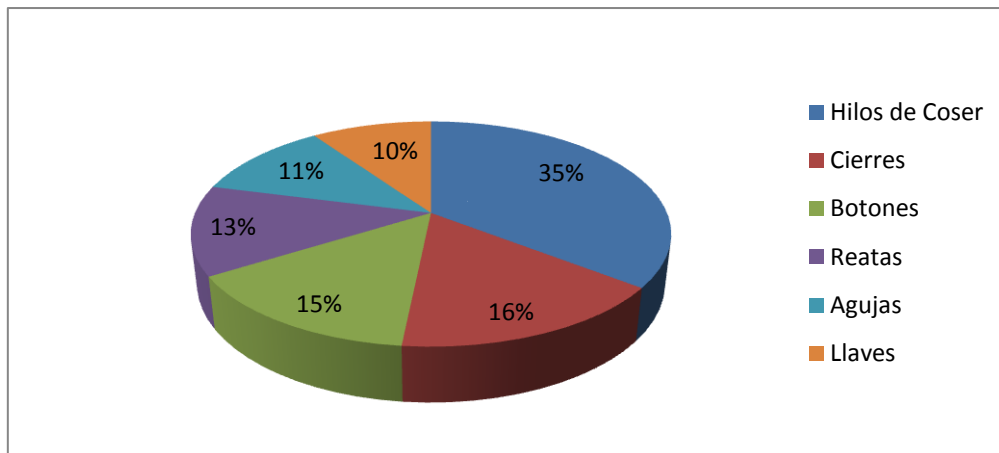


Figura 19. Productos con más consumo

Según los encuestados los insumos que más compran se distribuyen en: 35% hilos de coser, 16% cierres, 15% botones, 13% reatas, 11% agujas y 10% llaves respectivamente. Lo cual demuestra una gran oportunidad para el negocio ya que estos insumos serían lo de mayor venta y frecuencia de compra a la vez.

Sin embargo los demás almacenes ubicados cerca de Nortextil, también ofrecen los mismos productos, pero la diferencia es que ninguno de estos mejorará en su atención y no brindará servicios adicionales.

PREGUNTA 12

¿Qué medios considera para poder renovar sus modelos?

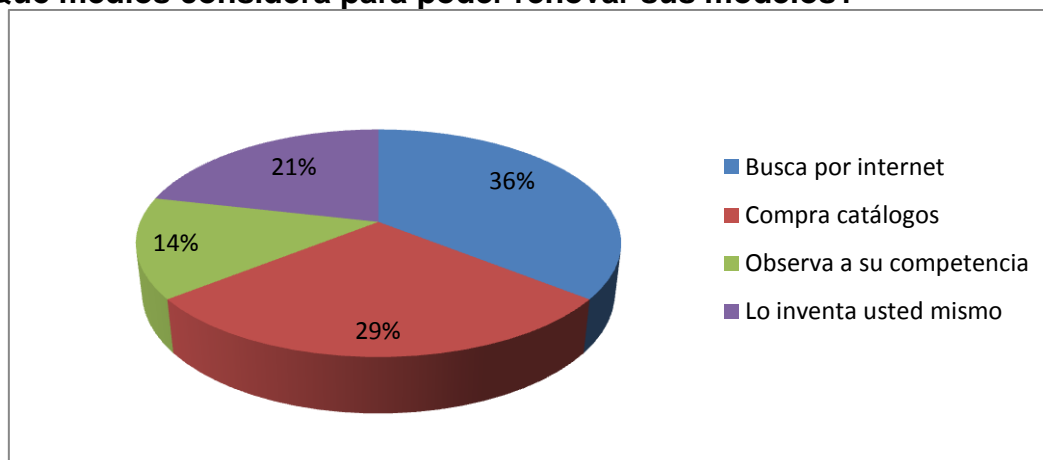


Figura 20. Búsqueda para nuevos modelos

De acuerdo a los encuestados el 36% de las personas buscan nuevos modelos en internet, mientras que el 29% compra catálogos para informarse de nuevas tendencias que puedan copiar y acoplar a sus prendas, ya sean catálogos nacionales e internacionales y el 21% lo inventan los mismos confeccionistas, lo cual demuestra que muchos de ellos no estarían interesados en el servicio de asesoría que brindará el negocio.

El local tendrá una acogida favorable, ya que se facilitará nuevos diseños al confeccionista, de esta manera el cliente tendrá una fuente de información rápida, confiable y cercana a su domicilio.

El objetivo de este asesoramiento es demostrar la utilización de los insumos en diferentes modelos de prendas, para de esta manera incentivar al consumidor la compra y la renovación de modelos.

PREGUNTA 13

Para la distribución de los insumos le gustaría

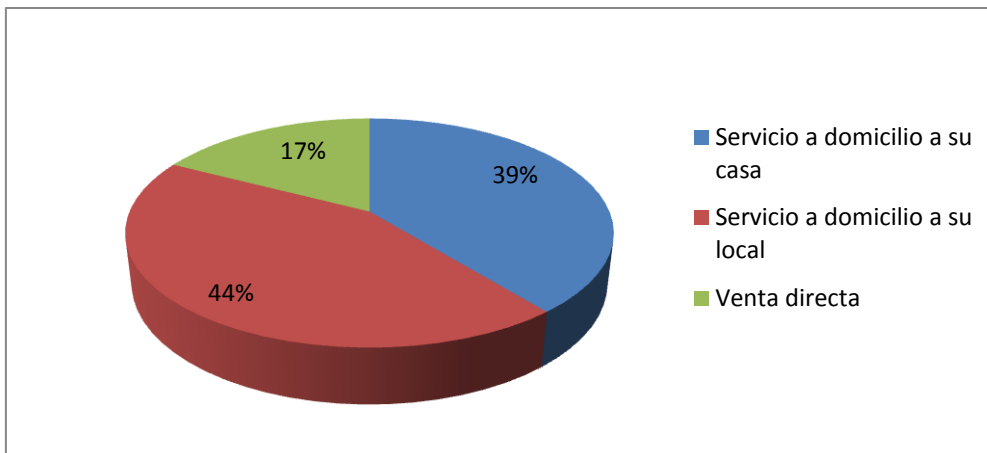


Figura 21. Formas de distribución

En cuanto a la distribución preferirían en un 44%, un servicio a domicilio a su local, debido que se ahorrarían tiempo en la compra y así sus locales no permanecerían cerrados, mientras que el 39% le gustaría un servicio a domicilio a su casa, ya que allí tienen instalado los talleres.

En conjunto, el 83% están interesados en un servicio a domicilio, lo cual demuestra que el servicio adicional que ofrecerá la empresa tendrá excelente acogida por los confeccionistas.

Sin embargo el 17% le gusta la venta directa, esto quiere decir, contacto entre vendedor y comprador. Lo prefieren porque ya se han acostumbrado a este modo de compra.

PREGUNTA 14

¿Al momento de comprar los insumos que le parece más importante?

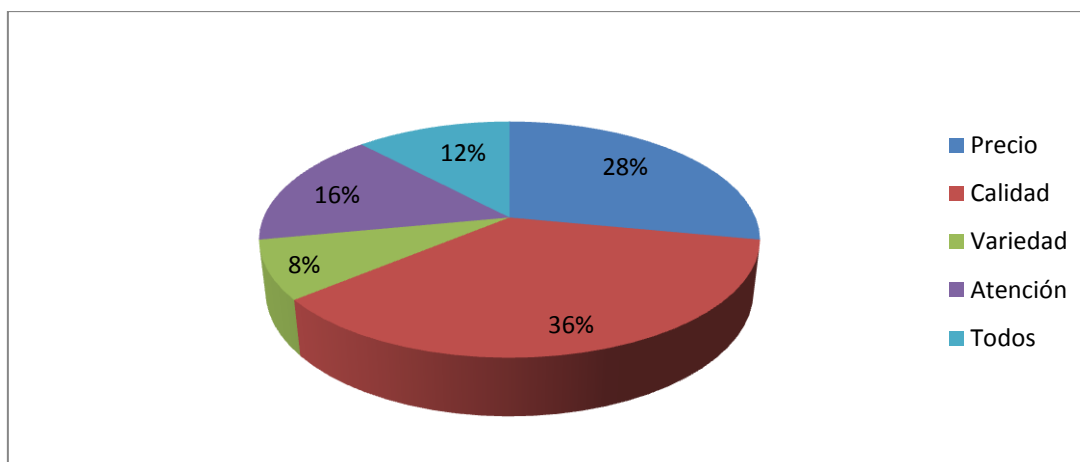


Figura 22. Preferencia de compra

Al momento de comprar los insumos la gente prefiere la calidad en un 36%, mientras que el 28% le interesa el precio para ofrecer un producto final barato, pero cabe rescatar que el 16% están interesados en la atención ya que les parece primordial al momento de la compra.

Vinculando con las respuestas anteriores las personas están muy interesadas en precio y atención.

CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS:

- Los confeccionistas prefieren hacer compras una vez al mes y en montos mayores a \$100, lo que quiere decir que el 65% personas están dispuestas a comprar mensualmente los insumos
- De acuerdo al tamaño de la muestra, 202 personas prefieren pagar en efectivo, esto demuestra la solvencia de los clientes.
- Según las preferencias del cliente, cuando entran a un local comercial lo primero en fijarse es la atención amable que reciben, esto demuestra que el confeccionista necesita sentirse bien atendido para que tengan compras redituables.
- Para la renovación de modelos, los confeccionistas prefieren buscar en internet como primera fuente de información, en segundo lugar compran

catálogos nacionales e internacionales para poder renovar sus prendas, pero ninguno de ellos ha recibido capacitación de terceros para renovar sus modelos. Aunque demuestra un desinterés al momento de ofrecer el asesoramiento, es posible que algunos confeccionistas se interesen de esto, y puedan sacar nuevas ideas o nuevos modelos.

- Nortextil está dispuesto a ofrecer el servicio a domicilio, gracias a las respuestas positivas que obtuvo en la investigación.
- Los confeccionistas al momento de comprar los insumos les interesa en mayor proporción la calidad del producto, para ello ofrecer una prenda buena y de calidad es importante; también el precio es un factor primordial al momento de comprar, ya que no pueden comprar insumos muy caros para no encarecer el precio de la prenda.

3.3.2 Reconocimiento de la Oportunidad de Negocio

Según la investigación realizada, existe una gran cantidad de confeccionistas minoristas al Sur de Quito, quienes se encuentran desabastecidos en calidad y variedad de insumos textiles; el servicio actual que reciben no es el adecuado para un cliente, y tampoco asumen que el precio que pagan es el justo por lo que los servicios y productos que ofrecerá Nortextil podrán satisfacer a la mayoría de problemas del confeccionista del sur de Quito, y en muchos casos sobrepasará sus expectativas, deduciendo de esta forma que el negocio tendrá futuro y será rentable, no solo gracias a lo mencionado anteriormente, sino también a la buena salud financiera.

3.4 Mercado relevante y cliente potencial

3.4.1 Mercado objetivo

El mercado objetivo está compuesto por confeccionistas minoristas del centro comercial de mayoristas y negocios andinos, artesanos calificados del Sur de Quito y clientes actuales de Nortextil que compran insumos para la confección.

Los supuestos que se ha considerado para este segmento de mercado son:

- El tiempo que ocupan los confeccionistas en esperar ser atendido o en ir al almacén, ya sea al Sur o Centro de la ciudad.
- La variedad de los insumos textiles que se ofrece actualmente en el Sur de la ciudad.
- El servicio al cliente ineficiente en el Centro y Sur de la ciudad.
- Los altos precios de los insumos textiles.

Como se mencionó anteriormente, un segmento del mercado meta son los confeccionistas que forman parte del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, el cual según información proporcionada por el Ing. Wilson Hidalgo, Presidente del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, nace luego de que varias asociaciones productivas sean desplazadas del centro histórico. Logaron unir fuerzas para ser reubicadas en un terreno que pensaban adquirir para adecuar las instalaciones de un nuevo Centro Comercial textil, el cual se encuentra actualmente funcionando y consta de 2083 locales, con la afiliación de 9 asociaciones productivas las cuales son:

Tabla 7. Número de asociados y asociaciones del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos

ASOCIACIÓN	Numero de Microempresas o socios
2 de Octubre	228
El Cebollar	477
La Campana	275
24 de Mayo	116
29 de Enero	69
Chimborazo	364
Alianza	100
Tungurahua	354
12 de Febrero	100
TOTAL	2083

Tomado de: Definición de un financiamiento colectivo para las microempresas del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, 2009

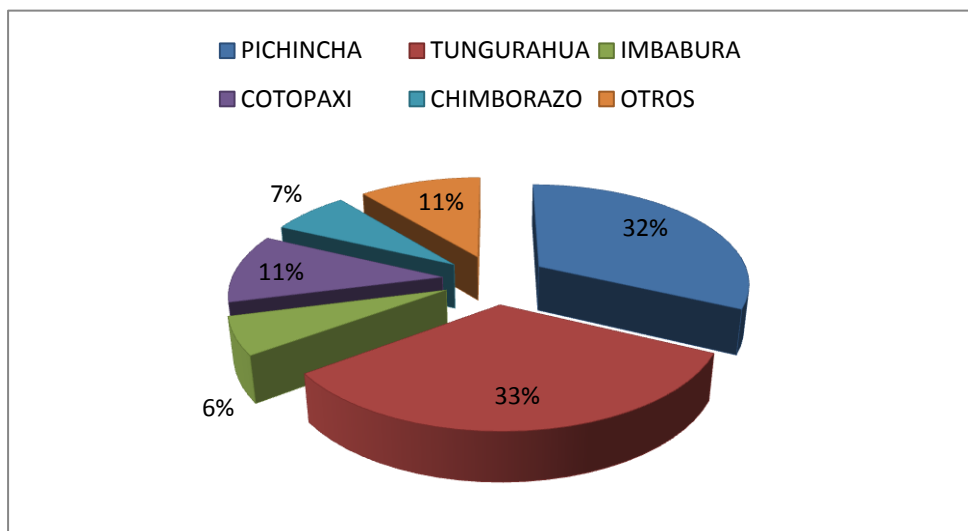
Según el presidente del Centro Comercial la fuerza de trabajo que se encuentra en el lugar es denominada como microempresas dedicadas a la producción y comercialización de prendas de vestir y calzado, distribuido de la siguiente manera:

Tabla 8. Microempresas existentes en el Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos

Número	Tipo de microempresa	Porcentaje de representación en el CC.
1204	Microempresas de producción	Representa el 58% de confección de prendas
879	Microempresas de comercialización	Representa el 42% de empresas netamente comercializadoras; dentro de estas últimas el 74 % comercializan productos nacionales y el 26 % restante comercializa productos importados.

Tomado de: Definición de un financiamiento colectivo para las microempresas del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, 2009

Estas asociaciones están conformadas por personas que pertenecen a distintas provincias del país como son:



Tomado de: Definición de un financiamiento colectivo para las microempresas del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, 2009

Figura 23: Asociaciones productivas por cada provincia

De acuerdo a los datos presentados, Pichincha y Tungurahua son provincias netamente textiles, además constituyen la mayor participación en asociaciones productivas, esto quiere decir que el 33% de vendedores del CC. Son de Tungurahua, y el 32% de vendedores del CC. Son de Pichincha, mientras que en menor porcentaje con 11%proviene de Cotopaxi.

De esta manera, las asociaciones forman en conjunto el CC., que particularmente solo abren los días martes, sábado y domingo.

En la tabla 7, gracias a la información proporcionada por Ing. Wilson Hidalgo, se puede apreciar el número de microempresas que confeccionan cada tipo de producto y además el número de prendas producidas mensualmente por cada emprendedor.

Tabla 9: Producción de las microempresas

PRODUCTO	Numero de microempresas	Numero de prendas producidas mensualmente
Blusas	94	26320
Calentadores	88	176000
Calzado	147	11760
Camisas	33	26400
Camisetas	84	336000
Chompas	63	1520
Jean	327	392400
Lencería	49	196000
Pantalón de tela	33	66000
Ropa de bebe	51	20400
Roa de dormir	28	22400
Ropa de cuero	29	7250
Ropa de niños	37	37000
Suéter	72	23040
Trajes de hombre	4	960
Trajes de mujer	11	3520
Varios	54	
TOTAL	1204	1346970

Tomado de: Definición de un financiamiento colectivo para las microempresas del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, 2009

Estas microempresas en su mayoría son compuestas por familiares que ayudan en la producción del producto, aun así su producción se considera de buena calidad.

El número de producción que puede realizarse mensualmente es muy atractiva para el negocio, ya que todos estos confeccionistas deben comprar insumos textiles en cantidades medianas y grandes, por lo tanto Nortextil deberá atraer a estos clientes al nuevo local y ofrecerles variedad de productos con nuevos servicios.

3.4.2 Segmentación de Mercado

Segmentación geográfica

Para la segmentación geográfica se seleccionó la zona urbana de Quito, especialmente el sector Sur de la ciudad, correspondiente a la parroquia de Quitumbe.

Según el censo realizado por el INEC en el 2010, del cual se sumó la población de cada barrio, la zona Sur de la ciudad está compuesta por 775.851 habitantes, y específicamente el sector Quitumbe está compuesto por 79.057 habitantes, de los cuales se consideró a confeccionistas, clientes y artesanos calificados que vivan en este sector ya mencionado, sumando 1907, como se observa en el cuadro.

Tabla 10. Segmentación.

Grupo de Indicadores	Numero	Fuente
Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos	1204 Confeccionistas	Dato oficial de parte de la administración
Artesanos Textiles calificados ubicados en el Sur de Quito	122 asociados	Cámara Artesanal de Pichincha
Clientes Nortextil	581 clientes	Empresa Nortextil
TOTAL	1907	

Tomado de: Investigación realizada

Segmentación Demográfica

Según la investigación realizada por medio de encuestas el presente proyecto estará dirigido a confeccionistas con nivel de educación básica y secundaria, con un nivel socio económico medio, y que trabajen con más de 2 empleados.

Tabla 11. Segmentación Demográfica

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA QUITUMBE		
VARIABLES	SEGMENTACIÓN	NÚMERO DE PERSONAS
Género	Masculino	39.152
	Femenino	39.905
Educación	Nivel primaria	20.718
	Nivel secundaria	18.891
Ocupación	Industria manufacturera	2.793

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010

3.5. La competencia y sus ventajas

Nortextil cuenta con competencia directa, que se encuentra en lo largo de la Av. Pedro Vicente Maldonado, conformado por 4 locales comerciales dedicados a la distribución de bienes textiles; como son:

- “Cortivis” ubicado en la Av. Pedro Vicente Maldonado y Las Lajas. Es un local pequeño que se concentra en distribución de telas para cortinas, implementos de cortinas, además cuenta con tela jersey⁵, mantelerías.
- “Almacenes José Puebla”, cuenta con 2 locales en la misma cuadra de la Av. Pedro Vicente Maldonado y Rio Zabaleta (Dentro de la Gasolinera Primax). Y otra en la Av. Pedro Vicente Maldonado y Cusubamba (Entrada a la lucha de los pobres). Este almacén figura como la competencia más grande que tiene Nortextil, ofreciendo telas de toda clase, hilos, cierres, reatas, tallas, aceites, cintas, dedales, agujas, ente otros.
- “Tintes y Colores”, ubicado en Av. Pedro Vicente Maldonado y Cusubamba cerca de Almacenes José Puebla, en donde ofrece telas en varias calidades, sin embargo no ofrece insumos.

⁵ Jersey es una tela, hecha con 100% de algodón, tejida con hilo cardado. Además tiene una textura suave y liviana, comúnmente es usada para confección de camisetas, buzos cuello alto, o sirve también de forro para buzos gruesos.

- “Bratex”, ubicada en Pedro Vicente Maldonado y Quimag está dedicada a la distribución de telas polares estampadas, hilos y cierres, además ofrece servicio de bordado computarizado.

Todos estos locales se encuentran ubicados alrededor del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, y se dirigen al mismo mercado objetivo, sin embargo tienen más interés en los productos con mayor rotación como son: telas polares, jersey, licradas, estampadas, pijamería, entre otros. De esta manera los ofertantes se limitan a vender los mismos productos de siempre y no abastecer de al mercado de otros tipos de insumos.

Según las proformas facilitadas de Almacenes José Puebla y Bratex, existe un incremento de precios entre 0.10 y 0.25 centavos, en comparación al precio normal en algunos insumos.

A simple vista no parece una diferencia representativa pero el mercado objetivo es tan sensible al precio que se puede perder o ganar clientes por este factor, incluso los confeccionistas pueden encontrar menores precios en el Centro Histórico, pero la distancia, inseguridad y el tiempo no permite que estas compras se den muy seguidas. Por lo tanto el negocio tendrá acogida por este mercado, ya que logra especializarse en insumos y además brinda un servicio de calidad y personalizado.

3.6. Participación de mercados y ventas de la industria

Según las cotizaciones que se presentaron se comprobó que Nortextil tendrá precios más competitivos que la competencia, sin embargo la participación de mercado de la empresa no es alta. Según la investigación realizada la participación de mercado de la competencia y de Nortextil se encuentra expresada de la siguiente manera:

Tabla 12. Precios y participación de mercado por parte de la competencia.

MATERIA PRIMA	TINTES Y COLORES	ALMACÉN JOSÉ PUEBLA	BRATEX	NORTEXTIL
Abreojal	1,00	0,95	NO	NO
Agujas	0,60	1,80	NO	NO
Aplicques	NO	0,55	NO	NO
Botones	0,12	0,10	0,12	NO
Cierres	0,30	0,30	0,35	NO
Cintas Métricas	0,65	0,50	0,55	NO
Corta hilos	1,35	1,10	NO	NO
Élasticos de 3 cm	3,15	3,10	NO	NO
Hilos de coser	2,55	2,55	2,60	NO
Llaves niqueladas	0,35	NO	NO	NO
Pinzas	NO	1,30	NO	NO
Polar a cuadros por kg	4,30	4,20	4,25	4,15
Tailandesa por kg	7,45	7,45	7,40	7,35
Tela rodeo por metro	2,10	2,10	2,20	2,00
Tela vioto por metro	2,45	2,50	NO	2,30
Tela adidas	NO	2,20	2,35	2,10
Tela Valladolid	2,50	2,80	NO	2.2
PARTICIPACIÓN DE MERCADO	12%	44%	8%	30%

Tomado de: Investigación realizada

Al momento de ofrecer más líneas de productos, es posible que la empresa gane más participación de mercado.

Además se observa, según el sondeo que algunos de los ítems señalados no están a la venta en la mayoría de los negocios mencionados; comprobando también, que estos almacenes se dedican más a la venta de telas, excepto almacenes José Puebla que se dedica a la venta de telas e insumo, pero no con la variedad que Nortextil pretende implementar.

De acuerdo a la investigación, se tiene el conocimiento que José Puebla no importa todos sus insumos textiles, se conoce que las agujas, dedales, tela de mantel, tijeras, cintas y encajes. Todos estos productos los traen desde Perú, mientras que los demás insumos compran por medio de intermediarios o en el mercado nacional.

Según la investigación realizada, el 44% de los confeccionistas prefieren realizar sus compras en almacenes José Puebla, debido a la variedad de

insumos y telas; por su parte Nortextil cuenta con el 30% de preferencia de los confeccionistas para hacer las compras, destacándose la competencia con mayor participación en el mercado.

Se espera que con la implementación del negocio planteado, se pueda incrementar al menos el 55% de participación en el mercado, gracias a todos los servicios que se ofrecerá y que ya se mencionaron anteriormente.

3.7. Evaluación del mercado durante la implementación

Para descubrir la satisfacción del mercado ante la implementación de este nuevo negocio, se realizará encuestas que permitirán conocer si el servicio y los productos cubren o superan las expectativas de los clientes, ya sean por su atención amable, buenos precios, variedad o productos de calidad, que la competencia no ofrezca; así también se tomará en cuenta el sistema CRM, para de esta manera estar pendiente de los clientes luego de las compras realizadas.

CAPITULO IV

4. PLAN DE MARKETING

En el siguiente capítulo se realizará el plan de marketing que permita a la empresa Nortextil S.A, competir con estrategias claras, por medio de las cuales logre posicionarse en el mercado meta.

4.1 Estrategia general de marketing

Nortextil es una empresa que se dedica a la comercialización de telas deportivas, casuales e insumos textiles, con precios competitivos y productos de excelente calidad, buscando satisfacer la demanda de los clientes; sin embargo desconoce de estrategias de marketing para posicionar el nombre de la empresa, por lo tanto ha decidido utilizar la estrategia intensiva de penetración en el mercado, la cual consiste en aumentar la participación de mercado para los productos o servicios actuales en mercados actuales por medio de mayores esfuerzos de marketing. (FRED R. David, 2008. P.177).

Se priorizará los servicios adicionales como la asesoría de colores, tendencias y modelos, además el servicio a domicilio motorizado hacia todos los clientes de Nortextil, a partir de una cantidad determinada de insumos, se podrá cubrir las expectativas del consumidor.

4.1.1 Marketing Mix

4.1.1.1 Producto

Para el desarrollo de la ampliación de Nortextil hacia los insumos textiles, se importarán todos los productos desde China y Perú.

Se ha escogido a China debido a la gran cantidad de proveedores de insumos textiles. Para el caso de Perú la empresa se abastecerá de ciertos insumos faltantes, o si por alguna razón externa la importación desde China se demore.

En cualquiera de los dos países se escogerá productos de calidad y con excelentes precios.

La cartera de productos que manejará la empresa estará dividida en 8 líneas, considerando que cada línea tiene un producto estrella, que resultan de los productos más comprados.

- LINEA DE HILOS.

La empresa ofrecerá al cliente hilos resistentes de 2 a 8 hilados de grosor para evitar rupturas al momento de confeccionar. Los hilos llegarán en cajas, las cuales contendrán 6 unidades.

- LINEA DE CIERRES

Esta línea de productos distingue a las prendas. Se ofrecerán cierres de Nylon, plástico y aluminio en distintos tamaños desde 10 cm hasta 80 cm de largo. La presentación de los cierres serán en fundas de 100 unidades cada una

- LINEA DE BOTONES

Se ofrecerán botones para ropa infantil, deportiva, formal, casual, contaremos con variedad de tamaños, desde 11mm hasta 50mm de diámetro, de 2, 4, y 6 ojales de acuerdo al modelo de la prenda. Su presentación es en fundas y contienen 144 botones.

- LINEA DE ESTAMPADOS CON PLANCHA

Son apliques que se adhieren a la prenda con calor ya sea mediante plancha casera o con estampadoras profesionales, vienen en distintos diseños como pedrería o apliques bordados, tanto para ropa infantil como para adultos. Los parches variados se presentan en fundas de 100 unidades.

- LINEA DE TOPES

También contaremos con topes, implemento indispensable en chompas, buzos o calentadores, se tendrá presentaciones de plástico de 9 a 10 mm de diámetro. Su presentación viene en fundas de 100 unidades

- LINEA DE LLAVES

Contaremos con una gran variedad de llaves de metal con figuras para niños y adultos o llaves económicas de plástico en variedad de colores. Las llaves vienen en fundas de 100 unidades

- LINEA DE TALLAS

Para que el confeccionista seleccione sus prendas con facilidad, dispondremos de tallas S, M, L, XL en presentaciones bordadas o estampadas; además se ofrecerá tallas para ropa infantil como 8, 10, 12, 14 y etiquetas con estampados novedosos. Cada rollo de tallas se compone de 1000 metros.

En la tabla que se presenta a continuación, se detallan los productos que Nortextil está dispuesto a importar.

LINEA DE HILOS					
	Hilo de coser		Caja de bobinas para bordadora		Cofre de hilos de bordar a mano
LINEA DE CIERRES					
	Cierres Nylon 75,80,65, 50 cm		Cierres plástico 75,80,65,50, 15, 18 cm		Cierre de aluminio 10,12,14,16, 70,75 cm
LINEA DE BOTONES					
	Boton de 2, 4 y 6 ojales 18,20,30, 50 mm		Boton ancla 11,15,18,20 mm		Boton nylon de auto de 11 mm
LINEA DE ESTAMPADOS CON PLANCHA					
	Aplique estampado 50x30 mm		Apliques bordados variedad diseño 20X70 mm		Laminas de piedreria varios diseños
LINEA DE TOPES					
	Tancas dobles desde 1 hasta 100 unidades		Topes de plástico de 9 mm		Topes de plástico de 10 mm
LINEA DE LLAVES					
	Llaves de cierre decoradas de plástico		Llaves de cierre varios modelos de metal		Llaves de cierres economicos de metal
LINEA DE TALLAS					
	Tallas bordadas		Tallas estampadas		Etiquetas

Figura 24: Cartera de productos para la importación

4.1.1.2 Precio

El precio es la herramienta más importante para la empresa debido a que Nortextil ha decidido implementar la estrategia genérica de Michael Porter, la cual consiste en una estrategia de bajo costo que ofrece productos o servicios a gran variedad de clientes, a precios más bajos disponibles en el mercado. (FRED R. David, 2008. P.188), de esta manera el consumidor no solo conocerá los servicios que se ofrecerá sino también será más conveniente comprar en Nortextil por sus precios bajos y la atención personalizada.

También cabe señalar que la determinación del precio será respecto a la demanda estimada; los costos de los productos y los márgenes de utilidad se considerarán en proporciones bajas para seguir con la estrategia propuesta.

En el capítulo 9 se podrá encontrar tablas de costos de los insumos incluidos su importación, además de precios reales de venta al público.

4.2 Política de precios

Para determinar una política primero será necesario fijar una estrategia de precios para que el producto tenga un mismo lineamiento.

La estrategia fomentará un número elevado de ventas para conseguir que los costos bajen; se ha escogido esta estrategia debido a que el segmento en el que se trabajará tiene mayor sensibilidad al precio.

Las características del mercado y de los productos indican que la estrategia escogida posibilita que el servicio y los productos sean aceptados, ganen participación, renombre y generen utilidades.

4.3 Táctica de ventas

Para controlar aún más las exigencias del cliente y poder satisfacerlo se utilizará el método de venta directa, que consiste en ofrecer el producto tras un mostrador dándole a conocer toda la mercancía, por medio de sus perchas ordenadas.

Para la comercialización del producto se contará con empleadas, que tendrán conocimiento en corte y confección, lo que ayudará a ofrecer un mejor servicio.

Además las vendedoras se encargarán de concretar las ventas, explicar las características de cada producto y brindar el asesoramiento requerido.

Para continuar en la implementación del proyecto será necesario contratar dos vendedoras que realicen:

- Inventarios de los productos
- Controla la base de datos de los clientes,
- Realiza lista de pedidos

Para temporadas con ventas mayores, se contratarán vendedoras ocasionales ya sea para ayudar en el local o para visitas a domicilio, hacia la base de datos que dispone la empresa, ofreciendo los productos y dejando muestras para que prueben su calidad y observen la variedad.

ASESORAMIENTO

Para dar un mejor servicio a los clientes, se propone tener charlas grupales cada quince días, de esta manera se podrá indicar los nuevos insumos que se debe utilizar en diferentes prendas, nuevas tendencias de colores y modelos, este servicio será gratuito para clientes que consuman más de \$ 20 en cualquier compra.

La charla llevará información nacional e internacional de tendencias próximas o existentes, estos modelos serán facilitados por proveedores de China, ya que tienen catálogos de ropa para promocionar sus insumos. El internet y la adquisición de catálogos internacionales será otra fuente para fortalecer el asesoramiento.

SERVICIO A DOMICILIO

La venta a domicilio se realizará por medio de una moto que entregará productos a los sectores del Sur de Quito. El servicio funcionará por medio de catálogos repartidos por la empresa, en donde cada producto tendrá código, colores disponibles y precio, los pedidos serán atendidos vía telefónica desde

las 8:30 am hasta la 12h00 pm, de esta manera se harán pedidos conjuntos y en la tarde se procederán a entregarlos.

El pedido deberá ser a partir de \$20 de consumo en insumos textiles, el pago será estrictamente efectivo y el servicio a domicilio será por medio de una persona de confianza para que maneje dinero de la empresa.

El tiempo estimado de entrega, dependerá del sector donde vive, pero se puede generalizar 30 minutos de tardanza.

4.4 Política de servicio y garantías

Todos los servicios que se ofrecerán a los clientes serán personalizados, comenzando por letreros de ayuda para encontrar los insumos textiles con facilidad y lo más rápido posible, para que las vendedoras superen las expectativas del cliente, sean rápidas y ofrezcan los demás servicios, como sugerir la compra de cierto insumo para mejorar el acabado final de la prenda de vestir.

Se brindarán catálogos pequeños de los productos que se tenga en stock ya sea que sirvan de referencia para el cliente o fuente importante para el servicio a domicilio.

Nortextil hará un seguimiento a los clientes que compren, montos mayores a \$100 mensuales, para de esta manera estar atentos sobre su experiencia con los insumos textiles y recoger sugerencias del servicio brindado, el objetivo es poder estrechar lazos profundos con ciertos clientes, considerándolos a futuro candidatos a créditos o rebajas especiales.

Para asegurar la confianza en la calidad del producto, se dispondrá de una garantía la cual funciona en caso que los insumos que tengan alguna falla y de esta manera se procederá a reponer por un nuevo producto adicionando un descuento en compras futuras.

4.5 Publicidad y Promoción.

4.5.1 Publicidad

De acuerdo al estudio de mercado realizado, se ha comprobado un nicho de mercado, confeccionistas que sí, se les ofrece un servicio distinto se convertirán en los más fieles.

Se implementará un Marketing concentrado (de nicho), es decir, lograr una participación pequeña en un mercado grande. (KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. 2008. P. 180). Logrando con esta estrategia atender al comercio minorista textil, de alguna manera desatendido por la competencia.

También se tomará en cuenta otro medio de publicidad como:

- a) Se realizará publicidad mediante flayers y ciertas emisoras radiales como: radio América y radio Canela, ya que este segmento de personas prefieren enterarse de novedades por medio de volates y emisoras, mas no por otro medio de comunicación.
La actividad de estos clientes es agitada, ya que muchos de ellos viajan a otras ciudad para vender en las ferias, por esta razón será necesario utilizar los servicios de estos medios.
- b) Basándose en la investigación de campo realizado se ha obtenido una base de datos confiable sobre los artesanos calificados y artesanos afiliados al Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, con los cuales se tendrá un contacto directo por medio de visitas hacia sus domicilios, ofreciendo nuestros servicios; así se establecerá una comunicación interactiva con el cliente.
- c) Se utilizará la publicidad de boca a boca, una herramienta efectiva para atraer a este mercado con rapidez y sin ningún costo adicional, esta herramienta es muy utilizada en este medio y sin lugar es la más popular.

4.5.2 Relaciones públicas.

En la apertura del nuevo local se realizará un evento social a favor de niños con escasos recursos, que se encuentren en los alrededores de Guajálo, para dar a conocer que la empresa se vincula con la comunidad.

Se realizarán llamadas telefónicas a los clientes de Nortextil para informales de nuevos productos o promociones ocasionales que llevaran a cabo en los meses de menor venta.

También seremos participes con auspicios en eventos deportivos, donando telas e insumos para la realización de uniformes.

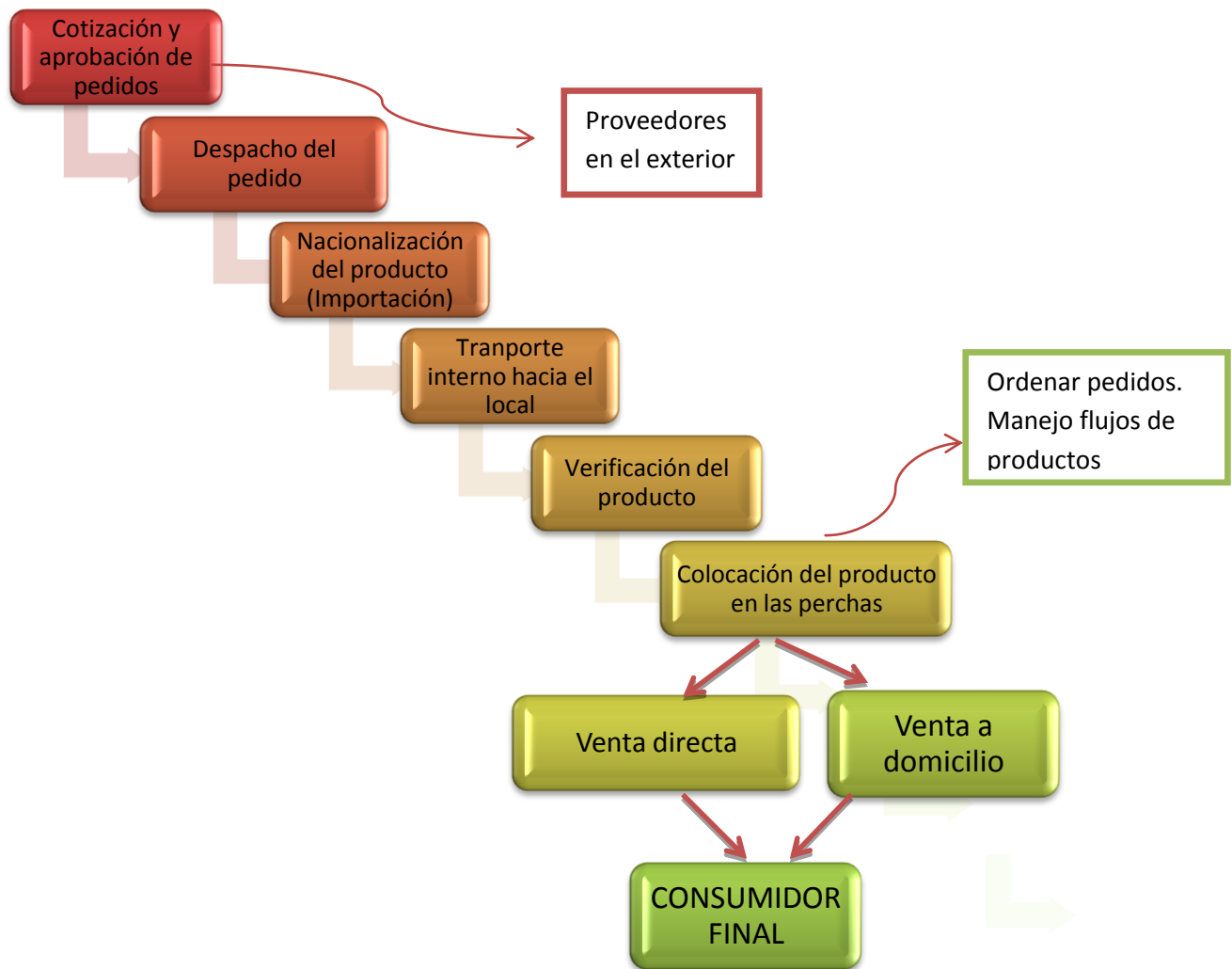
4.5.3 Promoción de ventas

Se presentan las siguientes promociones de ventas:

1. En los meses de menor ventas se harán paquetes de insumos con el producto de menor rotación, complementándolo con el producto más vendido, todo esto a un menor precio.
2. En navidad y día de la madre se realizarán sorteos por un promedio de compra establecido.
3. Se realizará una alianza con el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, para que sus afiliados tengan descuentos en nuestro local.

4.6. Distribución

El canal de distribución es importante para Nortextil, ya que si logra saltar un paso la cadena se desabastecerá y no funcionará correctamente. Por esta razón se nombra e indica la funcionalidad de cada paso.



Tomado de: Nortextil

Figura 25. Canal de distribución de Nortextil.

Se deberá partir de la planificación y contacto con los proveedores, seguido por la importación de los productos.

Luego se buscará el transporte interno, merchandising y llega finalmente al consumidor final, ya sea de forma directa o por medio del servicio a domicilio.

4.6.1 Importación.

Para la importación de los productos, se deberá realizar los siguientes trámites obligatorios:

- El importador deberá registrarse como importador en la página de la Aduana del Ecuador.

- Dentro del Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), deberá presentar la firma autorizada para las Declaraciones Andinas de Valor (DAV).
- Buscar la asesoría de un agente aduanero, para que realice Declaración Andina de Valor (DAV).
- Conjuntamente a este procedimiento se debe anexar: Original o copia del documento de transporte, factura comercial, DAV, póliza de seguro.
- Una vez aceptado los documentos y la Declaración Aduanera Única (DAU), se procede a determinar el canal de aforo.(Página web, 2012)

De esta manera se podrá realizar la nacionalización de todos los insumos ya sean los importados desde China o Perú.

La diferencia está en el medio de transporte que se escoja. En el caso de China el medio de transporte será vía marítima, y para Perú será vía terrestre. Con tiempo de demora de 40 y 15 días respectivamente.

Además, el Gerente de compras internacionales realizará 2 viajes; el primero será antes de la apertura del local y el segundo en el año 3 para buscar y renovar los productos, todos estos viajes constan como una inversión para la empresa ya que sirven para encontrar más proveedores y obtener nuevos insumos.

4.6.2 Partidas

La partida que se utilizará para todos los insumos importados engloba a la 60.06.32.00.00 (Anexo 8), sin embargo los insumos predestinados a importar derivan de diferentes partidas, pero para la elaboración de la Declaración Aduanera Única (DAU), es necesario poner la partida más representativa.

Finalmente para todas las partidas relacionadas con materias primas es obligatorio el pago de varios impuestos como son:

- | | |
|---------------------|-------|
| - Ad valoren | 20% |
| - Fodinfra | 0,05% |
| - IVA | 12% |
| - Salida de capital | 5% |

Los cálculos de estos porcentajes se realizarán con la base imponible, también conocido como valor CIF⁶ de la mercadería. Los cálculos de una pre-liquidación de importación se encontrarán desglosados en los anexos.

A continuación se presentará la partida y su pago Ad-valoren respectivo.

Tabla 13. Tabla de partidas

NO.	DESCRIPCIÓN	PARTIDA ARANCELARIA	CAPITULOS	AD-VALOREM
1	Parches para estampar	58101000	Capítulo 58:Tejidos especiales con echón insertado, bordados	20%
2	Reata de polyester	58063100	Capítulo 58:Tejidos especiales con echón insertado, bordados	20%
3	Reata de algodón	58079090	Capítulo 58:Tejidos especiales con echón insertado, bordados	20%
4	Topes de platico	39269090	Capítulo 39: Plástico y sus manufacturas	20%
5	Cierres	96071900	Capítulo 96: Manufacturas diversas	5%
6	Etiquetas	58079000	Capítulo 58:Tejidos especiales con echón insertado, bordados	20%
7	Llaves	96072000	Capítulo 96: Manufacturas diversas	5%
8	Botón	96062100	Capítulo 96: Manufacturas diversas	25%
9	Hilos	5809000000	Capítulo 58:Tejidos especiales con echón insertado, bordados	20%

Tomado de: Aduana del Ecuador

De acuerdo a las proyecciones de ventas y la estimación de la demanda, se ha establecido la importación de un contenedor de 40 pies por año; además las

⁶ Valor de importación, también llamado valor en aduana, incluido costo, seguro y flete.

dimensiones de las cajas a importar, las cuales contienen los productos constan de 51 x 61 x 32 cm, alcanzando en el contenedor 560 cajas, para la optimización del espacio. Los productos a importar no generan mayor espacio ni peso, ya que son insumos de pequeño tamaño.

En caso de venir vía terrestre desde Perú, se estima hacerlo por camiones pequeños o carga suelta ya que la cantidad que se importará desde este lugar no será de mayores cantidades.

Para evitar robos, cantidades inexactas u otros problemas externos, Nortextil ha decidido realizar negociaciones con Seguros Colonial para asegurar la mercadería y no tener inconvenientes.

CAPITULO V

5. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN

5.1 Estrategia de operaciones

La estrategia de operaciones que ha considerado Nortextil, consiste en conseguir proveedores del exterior, principalmente desde China y Perú. Por lo tanto para el abastecimiento de insumos textiles se considera una importación a consumo, donde se deberá contratar los servicios de un agente de carga marítima para su trasportación, además se comenzará con algunos proveedores ya contactados anteriormente para la importación de telas, y que también ofrecen algunos insumos textiles, los cuales son:

Tabla 14. Tabla de proveedores

PROVEEDORES	PAÍS DE DESTINO
INDUSTRIA MH NINGBO CO LTD	China
IMPORTADORA Y EXPORTADORA BAOEFESHAXING CO LTD	China
TEXTILES EXCELENCIA SHAOXING CO LTDA	China
ESTRELLA DORADA LTDA	Perú
POLYSOL S.A	Perú

El tiempo de tránsito para que los productos estén en puerto ecuatoriano es de 30 días en el caso de China y la negociación que se hará primordialmente será en termino FOB (Free on Board).⁷

⁷Es una norma Incoterm utilizada para designar la responsabilidad del vendedor con el comprador, En este caso el vendedor tiene la responsabilidad de llevar la mercadería hasta puerto y no más allá del mismo

El tiempo de tránsito de los productos Peruanos, para que estén en la frontera de Huaquillas es de 15 días y la negociación que se realiza será en términos FCA (Free Carrier)⁸.

5.2 Flujo-grama de procesos.

Se presenta el siguiente flujo de proceso que permitirá ver las distintas tareas que debe cumplir el personal administrativo, para el abastecimiento y selección de productos. La selección de proveedores deberá ser cautelosa y planificada, ya que los productos de estas empresas deberán satisfacer las necesidades de los clientes.

Luego de elegir proveedores y cantidades, se procede al tema de importación, selección de transporte interno y verificación de la mercadería para ofrecer los mejores productos.

Inmediatamente se ordenarán los productos en la bodega para clasificarlos en las perchas y distribuirlos por medio de venta directa o ventas a domicilio.

⁸Es una norma Incoterm utilizada para designar la responsabilidad del vendedor con el comprador. El vendedor es responsable de entregar la mercadería en la aduana del país de origen.

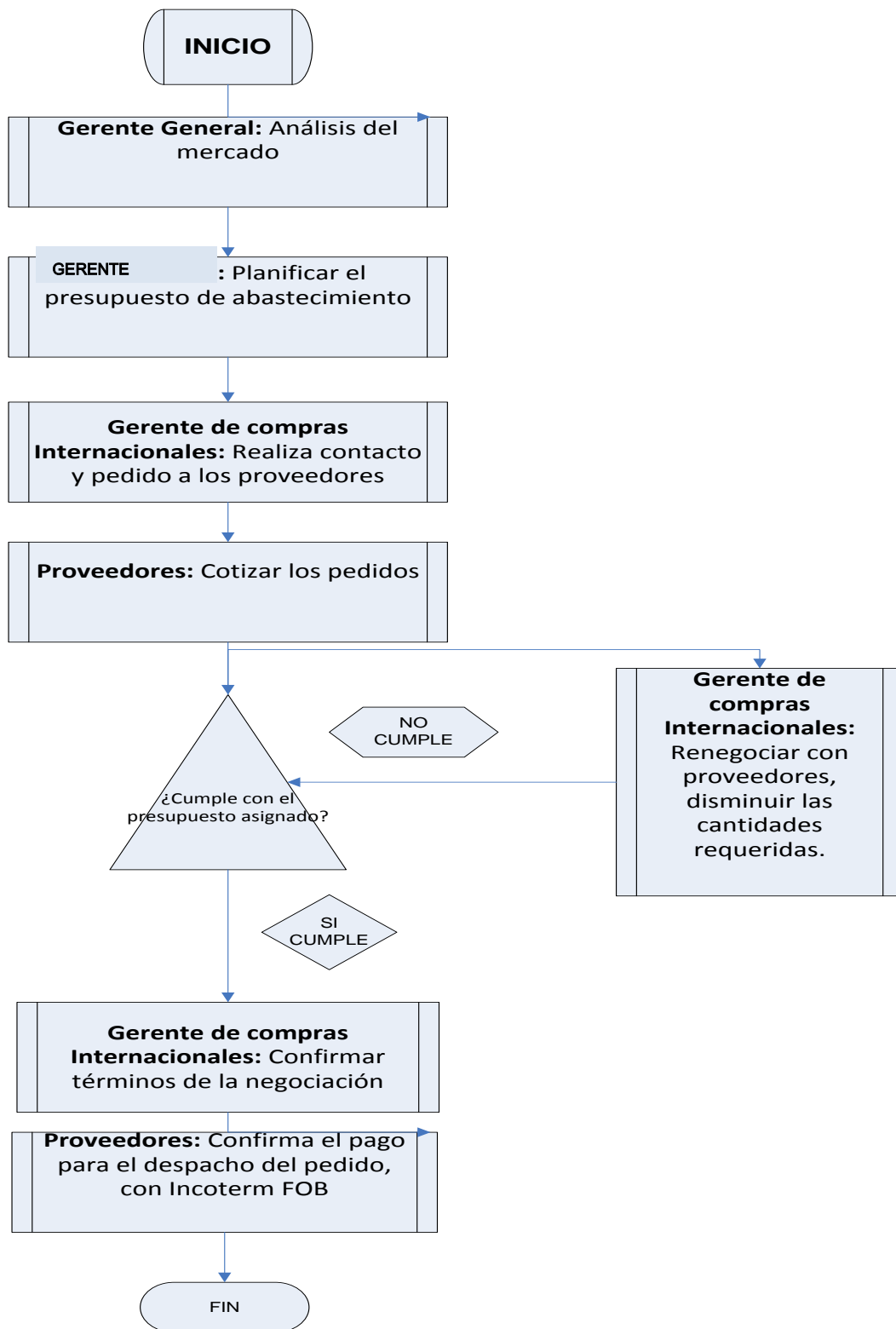


Figura 26. Flujo grama de planificación.

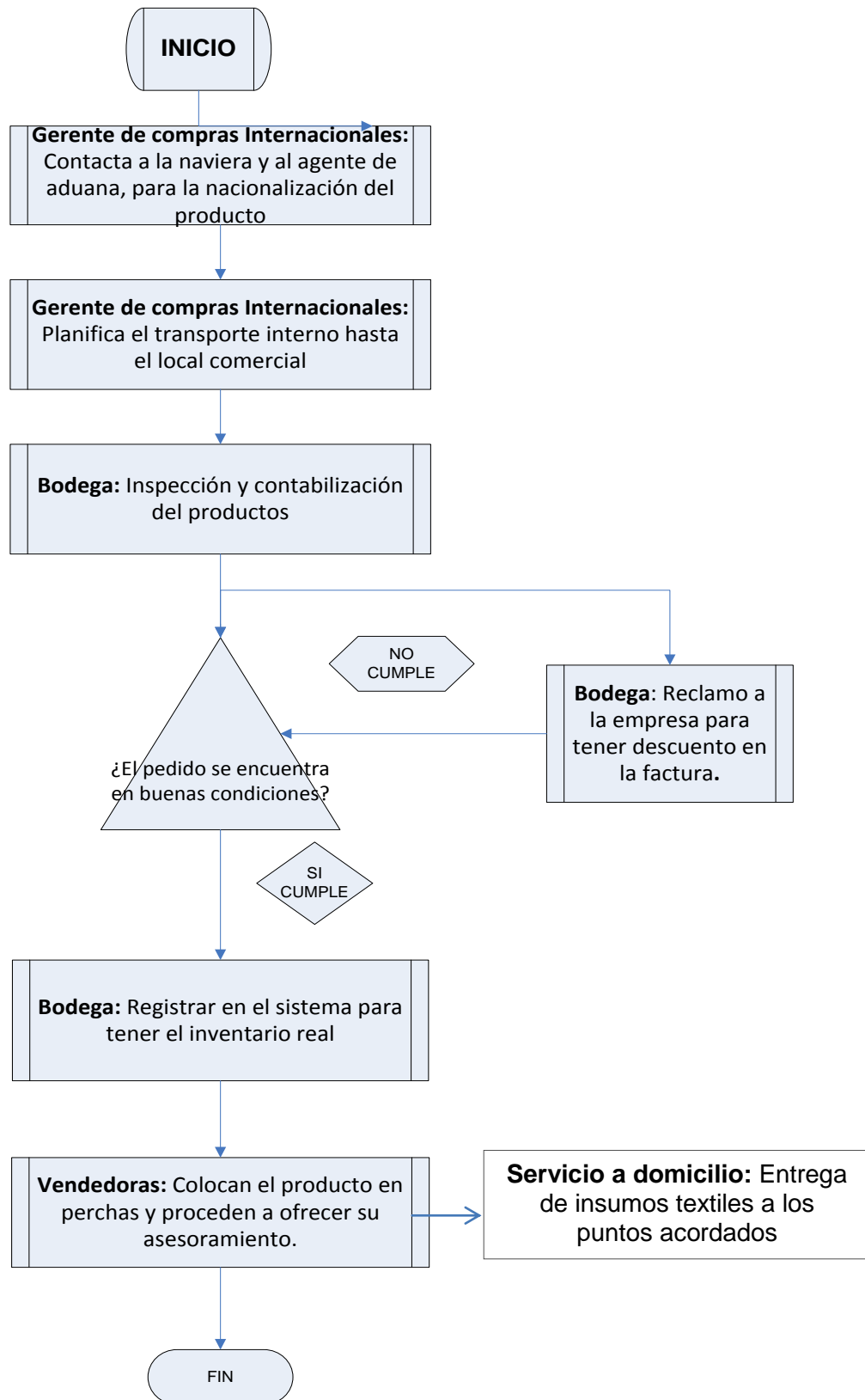


Figura 27. Flujo grama de importación.

5.3 Ciclos de Operaciones

El ciclo de operaciones comienza con la organización del abastecimiento de los insumos textiles, de acuerdo a la demanda ya investigada en capítulos anteriores. Se tendrá una lista con todos los productos necesarios para el funcionamiento del negocio incluyendo su cantidad, color y presentación correspondiente. Este proceso estará a cargo del presidente de Nortextil que designará el presupuesto para el abastecimiento del almacén.

Para hacer los contactos con los proveedores del exterior estará a cargo el Gerente de compras internacionales, el mismo que se encargará de verificar la autenticidad de la empresa, cotizar precios, y calidad de los productos, para luego esperar la aprobación del presidente ajustándolo al presupuesto establecido. Aprobado el proveedor se procede a realizar la negociación, ya sea políticas de envío, políticas de entrega de muestras, políticas de pago y mínimas cantidades a pedir.

Inmediatamente se procederá a contactar una empresa naviera que se encargará del transporte de la mercadería, se deberá tomar en cuenta que sus contenedores sean especiales para evitar el deterioro del producto. En seguida se contactará a un agente afianzado o agente de aduanas quien realizará todos los documentos necesarios para la nacionalización del producto.

El momento que la mercadería este en el Ecuador el Gerente de compras internacionales participará en la coordinación del transporte interno desde Guayaquil o Huaquillas hasta las instalaciones del local en Quito. En el área destinada a la bodega se realiza la inspección de la mercadería que se encuentre en excelente estado y la contabilización para asegurarse que todo haya según las facturas enviadas.

Mediante la recepción de las facturas se comprueba la información de la compra emitida, para ingresar en el sistema y obtener un inventario real, actualizándolo por medio de las ventas y compras a la vez.

Siguiendo a la colocación de los productos en las perchas, en donde el Presidente deberá solicitar un asesoramiento aplicando merchandising con el

fin de lograr una buena organización y distribución correcta de los productos, inmediatamente se procede con la venta.

Los clientes que ingresarán serán atendidos por el personal que amablemente saludarán y brindaran su servicio, dará información de los insumos, las marcas, el nuevo stock, asesoramiento de confección, tendencia de colores y beneficios de utilizar ciertos productos.

Nortextil al tener ya clientes registrados, realizará un servicio pos venta para comunicarles de nuevas promociones o nuevos productos, también se recogerá sugerencias y comentarios para mejorar el servicio del personal.

5.4 Requerimientos de equipos y herramientas

Para ofrecer un excelente servicio se deberá disponer de algunas herramientas y equipos como:

- a) Adquisición de un nuevo software de facturación, deberá tener varias aplicaciones necesarias para el local, ya sea: contabilidad interna, inventarios, reportes, entre otros.
- b) Para el manejo de inventario y a la vez de facturación se implementará sistema de código de barras, a todos los productos del local. Será necesario:
 - Impresora para imprimir los códigos de barras
 - Lector o pistola de códigos de barras
 - Papel especial adhesivo para las impresiones.
- c) Necesitará 2 perchas grandes de 7 metros de largo, cada percha deberá tener 5 filas compuesta por 8 divisiones de 0,88 cm.
- d) Además 1 modular externo grande de 14 metros aproximadamente que cuente con:
 - Escritorio y caja multifuncional.
 - 6 modulares independientes cada una deberá contar con una cubierta de vidrio y cuatro divisiones hacia abajo.

- e) Recipientes o contenedores, fundas, letreros, etiquetas, entre otras cosas, para acomodar los productos en orden.

5.5 Instalaciones y mejoras

Nortextil está en proceso de construcción para contar con un local vacío ubicado en la parte izquierda del mismo, para lo cual se consideró estratégico ubicar el local en ese mismo lugar, para de esta manera dividir en 2 almacenes especializados, uno de telas y el otro de insumos textiles. (Anexo 9)

El local constará con:

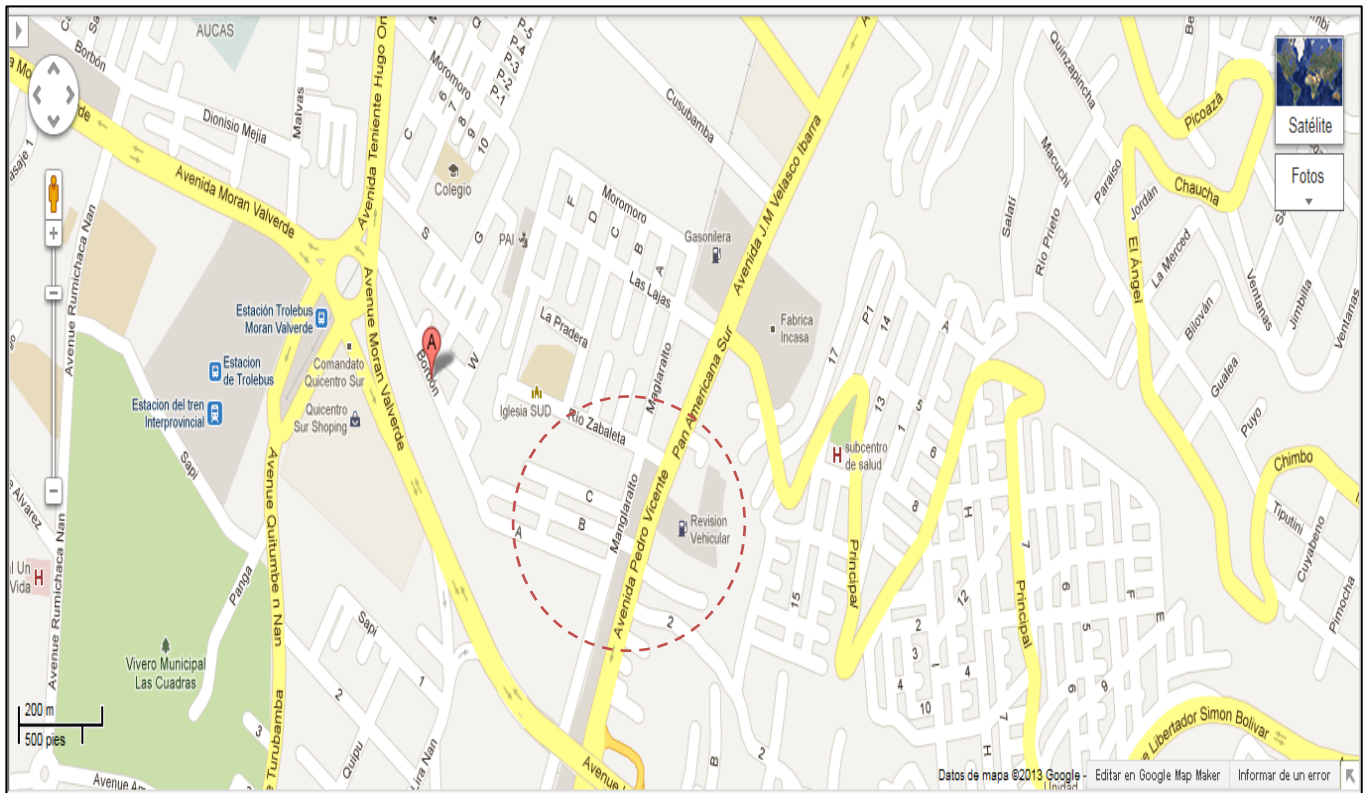
- Una puerta corrediza para evitar contaminación del humo de carros hacia los productos.
- Dos perchas grandes de estructura metálica.
- Un modular con 6 anaqueles para productos pequeños.
- Un rotulo grande que cubrirá todo la parte frontal de los dos locales.
- Un espacio para la caja y facturación.
- Espacio para el asesoramiento especializado.
- La bodega está ubicada en la parte posterior del local.

5.6 Localización y requerimientos de espacio físico

El local se encuentra actualmente en funcionamiento en Quito, en el sector Sur de la ciudad, en la Av. Pedro Vicente Maldonado y Borbón muy cerca a la panamericana sur.

El local tendrá un espacio físico de 100 m², con todos los servicios básicos, además dispone de un área de descarga ubicada en la parte posterior del local que evitará interrumpir tráfico y causar molestias al cliente.(Anexo 10)

A continuación se presenta el lugar exacto donde está funcionando Nortextil, para poder tener una visión más clara del sector.



Tomado de: Google Maps

Figura 28. Localización del local

5.7 Capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios.

Inicialmente el inventario partirá de las facturas de compras de los proveedores que se serán ingresadas al sistema para conocer cuanta mercadería tiene el almacén.

Posteriormente, por medio de las facturaciones el programa deberá calcular el inventario real, para que esto sea factible se deberá facturar todos los productos que se vendan, ya sean por unidad o cantidad.

En caso de fuerza mayor se realizará cada semana inventarios para evitar la repetición y desabastecimiento de los insumos, las vendedoras asignadas estarán a cargo de este proceso, informando al Gerente de compras internacionales respecto de los faltantes de producto para su reposición, de ser el caso.

La bodega tiene 50m², en donde se destinaran a poner las cajas de los insumos sobrantes, debidamente ordenados.

5.8 Aspectos regulatorios y Legales.

Al tener un negocio ya establecido, con todos los permisos y documentos en regla, no será necesario gestionar más documentación legal a excepción de la matrícula de la moto, ya que el servicio a domicilio debe contemplar algunos aspectos legales, como es la matriculación de la moto que servirá para el servicio deseado.

Según la Agencia Nacional de Tránsito, para cumplir con este procedimiento se debe presentar los siguientes documentos:

- Original y copia del pago especies en el Banco del Pacífico.
- Contrato notariado y factura del notario.
- Original y copia pago de matrícula.
- Pago 1% traspaso de dominio en el banco.
- Pago de rodaje en el municipio.
- Tasa de rodaje del gobierno provincial.
- Original y copia de cedula, y papeleta de votación.
- Copia de Soat a color.
- Revisión técnica vehicular.

CAPITULO VI

6. EQUIPO GERENCIAL

En el presente capítulo se describirán los perfiles de cada puesto requerido en el local, sus beneficios y actividades a realizar; de esta manera se conocerá el equipo de trabajo, con el que contará la empresa.

6.1 Estructura organizacional.

Nortextil tendrá una estructura organizacional muy sencilla, ya que la empresa funciona actualmente; solo se nombrará al nuevo personal requerido para la apertura del nuevo local.

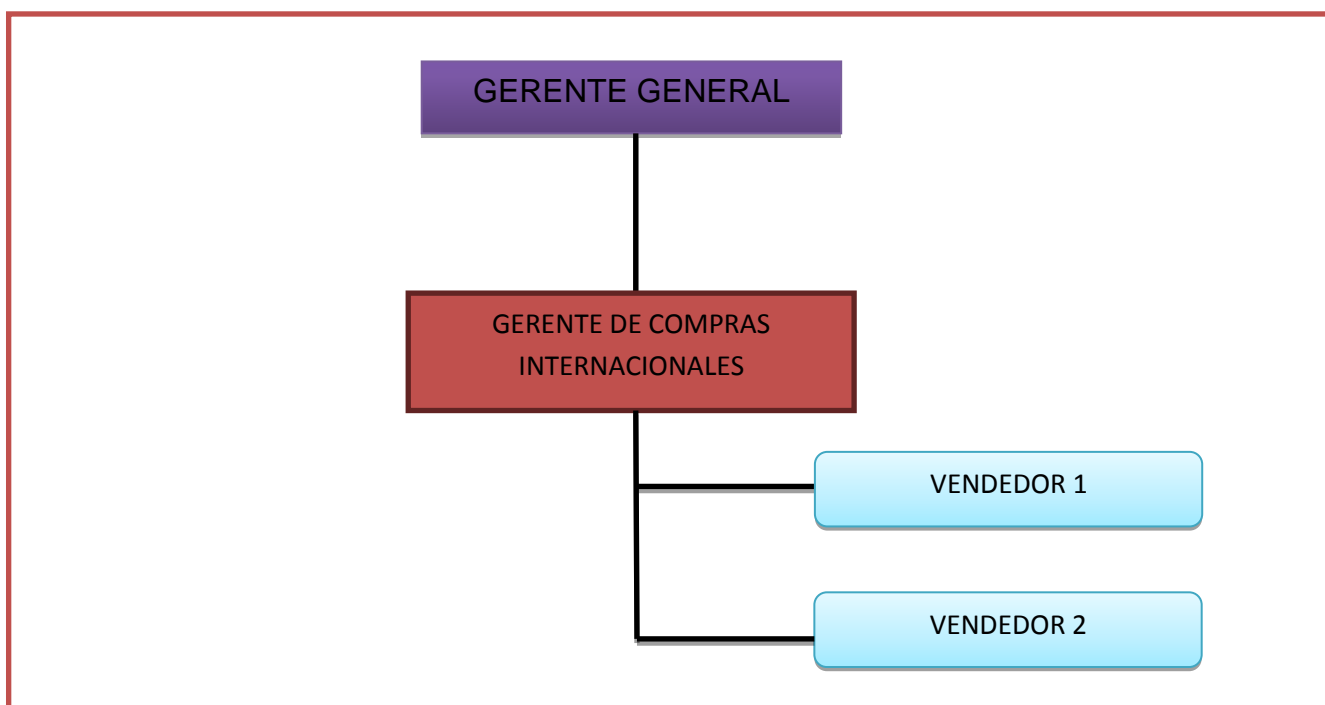


Figura 29: Organigrama Organizacional.

6.2 Personal administrativo clave y sus responsabilidades.

6.2.2 Gerente General

El presidente se encargará de las siguientes funciones:

- Comunicar y controlar los objetivos y metas de la empresa.
- Administrar el presupuesto para abastecer el almacén.
- Controlar el local de insumos.
- Capacitar a los vendedores en cuanto a servicio al cliente y ventas.
- Demostrar un buen ambiente de trabajo.
- Negociar con entidades bancarias en caso de depender de un crédito extra.
- Evaluar el rendimiento de la empresa.
- Aprobación de proformas de nuevos proveedores.
- Contratar y despedir personal en caso que sea necesario.
- Debe supervisar al gerente de compras internacionales.
- Controlar la calidad de las muestras enviadas desde China.

Perfil del Gerente General:

- Hombre o Mujer
- Entre 25 a 40 años
- Ingeniero en Administración de empresas o carreras afines
- Experiencia en administración mínimo 2 años.
- Ser líder organizado
- Manejo de sistemas de información
- Facilidad para resolver cualquier problemas interno
- Experto en finanzas
- Inglés fluido

6.2.3 Gerente de Compras Internacionales

El Gerente de compras internacionales se encargará de las siguientes funciones:

- Solicitará todo tipo de servicio extra para el local.
- Comunicarse con los proveedores estrellas del local.
- Buscar proformas de nuevos proveedores.
- Debe supervisar los vendedores.
- Analizar e investigar continuamente nuevos proveedores.
- Introducir insumos textiles nuevos.
- Debe tener un inglés fluido.
- Diseñar estrategias para disminuir el tiempo de tránsito de la mercancía.
- Evaluar continuamente el abastecimiento.
- Buscar, contactarse y comprar a los proveedores.
- Diseñar pre-liquidaciones aduaneras.
- Realizar citas cada 20 días con nuevas agencias de carga.
- Recorrer Perú- Gamarra, en busca de nuevos productos.
- Actualizarse constantemente sobre nuevas leyes aduaneras.
- De ser necesario deberá ser vendedor en el local.
- Conocer a la perfección EcuPass⁹
- Calcular constantemente costos y precios de los productos.
- Tener matrices de costos y liquidaciones funcionales.

Perfil del Gerente de compras internacionales:

- Hombre o Mujer
- Entre 25 a 40 años
- Ingeniero en negocios internacionales o carreras afines
- Experiencia en administración mínimo 2 años.
- Facilidad de manejo de proveedores

⁹ Nuevo sistema aduanero del Ecuador, el cual permite que los importadores faciliten las operaciones de comercio exterior

- Inglés fluido.
- Manejo de sistemas de información
- Contar con cursos sobre tributación
- Cursos de costos.

Jefe inmediato: Gerente General.

Supervisa: Vendedores

6.2.4 Vendedores 1 y 2

Persona que se hará cargo de las ventas, atender al cliente telefónicamente, hacer seguimiento de compras. Adicionalmente deberá saber de corte y confección para ayudar al cliente, conocer de nueva tendencia de colores, diseños y productos.

Deberán ser mujer y hombre con facilidad de relacionarse con personas, buena presencia, carismáticos, responsables, comprometidas con la empresa y especialmente puntuales.

Las vendedoras 1 y 2 tendrán las siguientes funciones:

- Realizar seguimientos de compras.
- Atender al cliente telefónicamente, para el servicio a domicilio.
- Coordinar las entregas a domicilio cerca del lugar
- Gestionar cobros
- Arreglar los productos de las perchas
- Manejar los suministros del local
- Observar la actitud del cliente
- Dar el asesoramiento de diseño y nuevos colores
- Sugerir productos nuevos
- Tener buena relación con el cliente
- Recibir la mercadería.
- Verificar su calidad y su cantidad
- Ordenarlas en la bodega

- Ingresarlas al sistema.

El vendedor deberá ser la persona quien entregue los productos a domicilio, es necesario que tenga licencia para conducir moto.

Jefe inmediato: Gerente de compras internacionales

Supervisa: No tienen personal a cargo

Perfil de las vendedoras:

- Bachiller en Corte y Confección
- Experiencia en ventas o atención al cliente
- Capacidad de relacionarse fácilmente con las personas
- Determinación para cumplir los objetivos
- Cursos de diseño de modas
- Licencia para conducir moto
- Conocer muy bien el Sur de Quito.

Delegación de cargo: En caso de vacaciones, enfermedad o problemas personales que impida manejar el cargo, el gerente de compras internacionales deberá hacerse apoyar en este puesto.

6.3 Política de empleo y beneficios

Para la contratación del personal se ligará directamente con el Código de Trabajo del Ecuador. Comenzando por contratos de prueba a tres meses, con la intención que en este tiempo se identifique su desenvolvimiento y sus habilidades, para luego proceder al contrato fijo por un año.

Todos los empleados al tener el contrato, gozarán de todos los beneficios de ley como afiliación al IESS; aportando el empleador el 11,38% y el empleado el 9,38% mensualmente, decimos y fondos de reserva.

Se realizará alianzas estratégicas con el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), en donde se capacitarán a las vendedoras que no tienen amplio conocimiento en las confecciones, para tener una mejor competencia al

momento de brindar su servicio al igual que se fomentará cursos de servicio al cliente y de computación.

6.4 Equipo de asesores y servicios.

Para el proyecto se necesitará asesorías en temas de marketing, contabilidad, sistema de facturación e inventario, trámites de importación, de esta manera se cumplirá el funcionamiento del local para poder llegar al cliente final.

CAPITULO VII

7 CRONOGRAMA GENERAL

7.1 Actividades necesarias para poner el negocio en marcha

- Préstamo al Banco, el Gerente estará a cargo de esta actividad.
- Contratación del personal. El Gerente general será quien tome esta actividad a cargo.
- Campaña de publicidad. El Gerente general estará a cargo de aprobar la campaña de publicidad mediante las asesorías establecidas.
- Alianzas estratégicas con el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. Realizada por el Gerente general.
- Remodelación de la página web, adicionando el nuevo local. El gerente de compras internacionales será quien mande a remodelar la página, además deberá aprobarlo cuando haya terminado.
- Búsqueda y contacto con los nuevos proveedores mediante un viaje hacia China. El gerente de compras internacionales será mandado a un viaje de 15 días para poder investigar y negociar directamente con los nuevos proveedores. Para posteriormente realizar el despacho de los productos.
- Traslado y flete. El gerente de compras internacionales, se pondrá en contacto con un agente de aduana y agente de carga para poder nacionalizar la mercadería.
- Contratación del personal. Estará a cargo del Gerente general, quien podrá elegir y evaluar a los participantes de acuerdo al perfil requerido
- Recepción y revisión del producto importado. El gerente de compras internacionales estará encargado de revisar todos los productos e ir ordenándolo en la bodega. Para luego realizar el inventario inicial
- Colocación de productos en la percha. Será realizado por el Gerente general, conforme a un curso que siguió anteriormente.

7.1.1 Diagrama

Tabla 15. Organización de las actividades por realizar.

Id.	Nombre de tarea	Comienzo	Fin	Duración	dic 2013				ene 2014				feb 2014				mar 2014				abr 2014				may 2014				jun 2014			
					1/12	8/12	15/12	22/12	29/12	5/1	12/1	19/1	26/1	2/2	9/2	16/2	23/2	2/3	9/3	16/3	23/3	30/3	6/4	13/4	20/4	27/4	4/5	11/5	18/5	25/5	1/6	8/6
1	Permiso de circulación de motocicleta, para servicio a domicilio	02/01/2014	20/01/2014	13d	[Barra azul]																											
2	Préstamo en el banco	09/01/2014	14/02/2014	27d	[Barra azul]																											
3	Adecuaciones al local	20/01/2014	30/01/2014	9d	[Barra azul]																											
4	Viaje hacia China	06/02/2014	24/02/2014	13d	[Barra azul]																											
5	Traslado y flete	28/03/2014	09/05/2014	31d	[Barra azul]																											
6	Contratación del personal	10/04/2014	21/04/2014	8d	[Barra azul]																											
7	Recepción y revisión de productos	13/05/2014	19/05/2014	5d	[Barra azul]																											
8	Campaña de publicidad	20/05/2014	28/05/2014	7d	[Barra azul]																											
9	Alianza estratégica	29/05/2014	04/06/2014	5d	[Barra azul]																											
10	Colocación de productos y apertura	30/04/2014	15/05/2014	12d	[Barra azul]																											
11	Apertura del local especializado	16/05/2014	16/05/2014	1d	[Barra azul]																											

7.2 Riesgo e imprevistos.

Se han pensado los siguientes riesgos e imprevistos.

El permiso de circulación de la motocicleta para fines de comercio, puede tomar más tiempo de lo esperado, al tratarse de una entidad pública y llena de solicitudes para estos permisos. Es posible que exista riesgos al momento de otorgar el permiso, en este caso se debe esperar el tiempo necesario para comenzar con el negocio.

Las actividades con mayor prolongación de demora están previstas por: el préstamo al banco, el viaje hacia China y el traslado de los productos desde el país de origen hacia el país de destino.

La solicitud del préstamo hacia una entidad bancaria, puede tomar más tiempo de lo pensado o también puede existir el riesgo que el préstamo no salga aprobado. En este caso se deberá consultar al gerente general sobre el presupuesto previsto, para realizar recortes en algunos gastos, y a su vez conseguir socios para aumentar capital y realizar el proyecto. De esta manera conseguir el presupuesto reajustado necesario para la inversión.

Entre otra actividad que puede tomar más tiempo de lo planeado es el viaje del gerente de compras internacionales hacia China, ya que es necesario hacer todos los trámites legales para el viaje; también el viaje puede demorarse más días de lo planeado, principalmente en las visitas hacia las empresas y en la búsqueda de nuevos productos. La solución planteada será establecer metas al gerente e incentivos para que su viaje dure lo planificado y ganar tiempo en esta actividad.

El mayor problema que se debe tomar en cuenta es el tiempo de traslado de la mercadería hacia el país de destino, ya que su tránsito es de 30 días considerando también las gestiones aduaneras. Además los imprevistos que puede surgir en el transcurso del viaje o en el país de destino también habrá que tomarlos en cuenta como: desastres naturales, avería del buque, regulaciones en las importaciones, despacho tardío, mala gestión aduanera, entre otros.

Para poder evitar cualquier percance, la empresa decidió tener un stock de emergencia para disminuir este riesgo. Compuesto por una reserva que satisfaga la demanda de ese instante. Otra de la solución prevista es viajar a Perú e importar de los proveedores conocidos, algunos de los productos faltantes para poder abastecer, hasta la llegada del contenedor.

CAPITULO VIII

8. RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS.

Para la realización del plan de negocios se debe mencionar los supuestos y los criterios que se utilizarán.

El mercado objetivo, son confeccionistas ubicadas en el Sur de Quito, específicamente del barrio Quitumbe. En cuanto al tamaño del mercado, fue calculado mediante una investigación exploratoria hacia clientes actuales de Nortextil, donde manifestaron las problemáticas de la compra de insumos textiles, por esta razón se generalizó los problemas a todos los confeccionistas del Sur de la ciudad y se escogió una muestra representativa por medio de cálculos matemáticos.

8.1. Supuestos y Criterios utilizados.

- Retrasos en la entrega de pedidos a domicilio: Se diseñará rutas alternas y se mapeará con anticipación los pedidos para comenzar desde los más cercanos hasta los más lejanos.
- Rotación de personal: Se implementará incentivos económicos para evitar este tipo de problemas, además los cursos que se les dará serán el mejor incentivo.
- Personal con conocimientos insuficientes: En caso de ser un excelente empleado se dará paso a capacitarlo en el SECAP y en el interior de la empresa.
- Bajo nivel de satisfacción al cliente: Se desarrollará un sistema de calificación de servicio para evitar la mala atención por parte del personal.
- Atención inmediata a productos con falla: Concederá ciertos beneficios al cliente por el percance realizado.
- Retrasos en el tránsito de los productos: Se cotizarán las mejores empresas de transporte internacional para asegurarse el tiempo estimado de llegada; será elegido el que menos tiempo se demore.
- Retrasos en la desaduanización: Se contratará a un agente aduanero experto en textiles para evitar demoras.

CAPITULO IX

9. PLAN FINANCIERO

Para verificar la viabilidad del negocio se sintetizó la información con un horizonte de 5 años, con tres posibles escenarios: normal, optimista, pesimista, además se consideró la posibilidad de incluir el financiamiento externo; por esta razón, parte de la inversión será cubierta por financiamiento propio y crédito financiero, detallados con su respectiva justificación, para demostrar el éxito del proyecto.

De acuerdo a los cálculos de algunas variables para realizar la importación de insumos textiles, la inversión del proyecto estará constituida por: bienes muebles, activos tangibles e intangibles y capital de trabajo, gastos diarios dando como resultado una inversión de \$ 163.756,67 dólares.

A continuación se detallan los principales cuadros de la valoración financiera.

9.1 Inversión Inicial.

El monto de la inversión se divide en tres segmentos: inversión en activos tangibles, muebles y enseres, pre operativos (activos intangibles), y capital de trabajo. Importantes para poner en marcha el proyecto

Tabla 16: Inversión Inicial de Nortextil

INVERSIÓN INICIAL		
ACTIVOS FIJOS	\$	14.205,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$	148.051,67
ACTIVOS INTANGIBLES	\$	1.500,00
TOTAL	\$	163.756,67

9.1.2 Activos Fijos.

Para la constitución de Nortextil los activos fijos que requiere son:

- Una moto

- Estanterías
- Modulares
- Muebles
- Cámaras de seguridad
- Equipos de oficina

Tabla 17: Activos fijos

ACTIVOS FIJOS				
ACTIVOS TANGIBLES				
ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR
1	Modular funcional	3	\$ 1.735,00	\$ 5.205,00
2	Estanteria de 8mts	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
3	Cámaras de seguridad	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
4	Moto Honda	1	\$ 1.780,00	\$ 1.780,00
SUBTOTAL				\$ 9.785,00
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA				
ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR
1	Computador	3	\$ 900,00	\$ 2.700,00
2	Impresora	2	\$ 300,00	\$ 600,00
3	Sillas	5	\$ 35,00	\$ 175,00
5	Archivador	2	\$ 300,00	\$ 600,00
6	Teléfono	1	\$ 45,00	\$ 45,00
SUBTOTAL				\$ 4.420,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS				\$ 14.205,00

El monto de inversión en activos tangibles alcanza un total de USD 14.205,00

La depreciación de estos activos se realiza mediante el método de línea recta, tomando en cuenta sus años de vida útil y el valor de desecho al final de los 5 años. (Anexo 10)

9.1.3 Activos Intangibles

Para la ejecución del proyecto, Nortextil deberá invertir en la compra de un programa informático valorado en \$1.500

Tabla 18: Activos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES	
PREOPERATIVOS	
CONCEPTO	VALOR
Programa Informático	\$ 1.500,00
TOTAL	\$ 1.500,00

Al ser una empresa ya constituida no se ha considerado gastos de constitución, sin embargo la compra de un programa informático es fundamental para el giro de negocio, ya que este deberá incluir opciones de inventario, facturación y contabilidad.

La amortización de los activos intangibles se realizará para los programas informáticos en tres años. (Ver Anexo 11.)

9.1.4 Capital de Trabajo

Dentro de este rubro, el capital de trabajo se considera el monto para pago de sueldos, salarios, arriendo y el monto correspondiente a la parte operativa; es decir el pago que se realizará a los proveedores de insumos textiles. El valor considerado es de USD 148.051.67, considerado un monto para tres meses de operaciones. El capital de trabajo es tomado como un monto contingente en caso de riesgos como el incumplimiento de proveedores o atraso en la entrega de la mercadería; el valor ayudará a que la empresa siga de manera normal sus operaciones.

Los valores en cada ítem representan los costos y gastos que incurren la organización. (Ver Anexo 12.)

Tabla 19: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	C. TRABAJO
Línea de Cierres	\$ 32.500,00
Línea de Botones	\$ 16.875,00
Línea de Llaves	\$ 1.750,00
Línea de Etiquetas	\$ 1.250,00
Línea de Hilos	\$ 10.125,00
Línea de Reatas	\$ 7.500,00
Línea de Topes	\$ 487,50
Línea de Parches/ apliques	\$ 375,00
Rollo papel de código de barras	\$ 262,50
Pistola de código de barras	\$ 100,00
Catalogos para asesoría	\$ 135,00
Arriendos	\$ 1.800,00
Remuneraciones	\$ 3.515,27
TOTAL	\$ 148.035,27

9.2 Ingresos

Los resultados fueron basados en la investigación de mercado, lo cual permitió realizar la proyección de las ventas y efectuar el cálculo de los ingresos.

En la tabla siguiente se muestra la proyección de ingresos por el periodo de cinco años, en la misma se considera el precio de cada producto y la cantidad estimada de ventas de cada uno. El modelo de proyección es ceterisparibus, en el cual la variable de afección de crecimiento y decrecimiento será la cantidad vendida, todos los demás factores permanecerán constantes. El crecimiento de proyección de ventas es del 5%, conforme al crecimiento que ha tenido Nortextil telas en años anteriores. Los ingresos en un caso optimista se proyectarán en un 9% y en caso pesimista se ha proyectado un crecimiento del 3%, los resultados se muestran en los (Anexos 13 y 14.)

Tabla 20: Proyección de Ingresos

INGRESOS ANUALES PARA FLUJO DE CAJA DE VALORACION						
ITEM	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Línea Cierres					
1	Cantidad	10.000	10.500	11.025	11.576	12.155
	Precio	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
P. 1	Subtotal	250.000	262.500	275.625	289.406	303.877
	Línea Botones					
2	Cantidad	9.000	9.450	9.923	10.419	10.940
	Precio	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
P. 2	Subtotal	90.000	94.500	99.225	104.186	109.396
	Línea Llaves					
3	Cantidad	1.000	1.050	1.103	1.158	1.216
	Precio	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
P. 3	Subtotal	12.000	12.600	13.230	13.892	14.586
	Línea Etiquetas					
4	Cantidad	2.000	2.100	2.205	2.315	2.431
	Precio	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
P. 4	Subtotal	7.000	7.350	7.718	8.103	8.509
	Línea Hilos					
5	Cantidad	4.500	4.725	4.961	5.209	5.470
	Precio	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60
P. 5	Subtotal	56.700	59.535	62.512	65.637	68.919
	Línea Reatas					
6	Cantidad	7.500	7.875	8.269	8.682	9.116
	Precio	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
P. 6	Subtotal	52.500	55.125	57.881	60.775	63.814
	Línea Topes					
7	Cantidad	1.300	1.365	1.433	1.505	1.580
	Precio	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20
P. 7	Subtotal	2.860	3.003	3.153	3.311	3.476
	Línea Parches/apliques					
8	Cantidad	150	158	165	174	182
	Precio	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
P. 8	Subtotal	3.000	3.150	3.308	3.473	3.647
	TOTAL	474.060	497.763	522.651	548.784	576.223
	PRECIO UNITARIO PROMEDIO				13,37	

9.3 Costos y gastos

9.3.1 Costos

9.3.1.1 Costos fijos

La nómina de personal tendrá relación directa en la entrega del servicio y venta de productos son: los vendedores 1 y 2, quien se encargarán de la parte del

servicio a domicilio, asesoramiento personalizado y ventas. Además llevarán la gestión de seguimiento a los clientes.

Tabla 21: Nómina del personal

NOMINA PERSONAL DEL ALMACÉN			
ITEM	CONCEPTO	SALARIO MES	1er.
1	Vendedor 1	\$ 350,00	\$ 5.750,30
2	Vendedor 2	\$ 350,00	\$ 5.750,30
3	Horas extras		\$ 575,03
TOTAL		\$ 700,00	\$ 12.075,63

En el pago anual han sido considerados los rubros: décimo primero, décimo cuarto, aporte al IESS y los fondos de reserva; rubros que por Ley son derecho de todo empleado ecuatoriano, además se ha considerado horas extras que en meses de mayor venta serán utilizados. (Ver Anexo 15.)

9.3.1.2 Costos Fijos

Los costos variarán dependiendo del crecimiento de la cantidad vendida de los insumos textiles, combustible de la moto y los catálogos de insumos. A lo largo de la proyección de cinco años los costos tendrán un incremento del 5% para un escenario optimista incrementará en el 9% y para el pesimista en un crecimiento del 3% correspondiente, considerado que el modelo es ceterisparibus y lineal. (Ver Anexo 16 y 17)

Tabla 22: Proyección costos variables

COSTOS ANUALES - VALORACION											
ITEM	CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR
1	Línea de Cierres	10.000	\$ 130.000,00	10.500	\$ 136.500,00	11.025	\$ 143.325,00	11.576	\$ 150.491,25	12.155	\$ 158.015,81
2	Línea de Botones	9.000	\$ 67.500,00	9.450	\$ 70.875,00	9.923	\$ 74.418,75	10.419	\$ 78.139,69	10.940	\$ 82.046,67
3	Línea de Llaves	1.000	\$ 7.000,00	1.050	\$ 7.350,00	1.103	\$ 7.717,50	1.158	\$ 8.103,38	1.216	\$ 8.508,54
4	Línea de Etiquetas	2.000	\$ 5.000,00	2.100	\$ 5.250,00	2.205	\$ 5.512,50	2.315	\$ 5.788,13	2.431	\$ 6.077,53
5	Línea de Hilos	4.500	\$ 40.500,00	4.725	\$ 42.525,00	4.961	\$ 44.651,25	5.209	\$ 46.883,81	5.470	\$ 49.228,00
6	Línea de Reatas	7.500	\$ 30.000,00	7.875	\$ 31.500,00	8.269	\$ 33.075,00	8.682	\$ 34.728,75	9.116	\$ 36.465,19
7	Línea de Topes	1.300	\$ 1.950,00	1.365	\$ 2.047,50	1.433	\$ 2.149,88	1.505	\$ 2.257,37	1.580	\$ 2.370,24
8	Línea de Parches/ apliques	150	\$ 1.500,00	158	\$ 1.575,00	165	\$ 1.653,75	174	\$ 1.736,44	182	\$ 1.823,26
9	Catalogos para domicilio	2.400	\$ 3.600,00	2.520	\$ 3.780,00	2.646	\$ 3.969,00	2.778	\$ 4.167,45	2.917	\$ 4.375,82
	SUBTOTAL PRODUCTOS	37.850	\$ 287.050,00	39.743	\$ 301.402,50	41.730	\$ 316.472,63	43.816	\$ 332.296,26	46.007	\$ 348.911,07
1	Salarios		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63
	SUBTOTAL SALARIOS		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63
3	Arriendos	12	\$ 4.800,00		\$ 4.800,00		\$ 4.800,00		\$ 4.800,00		\$ 4.800,00
4	Combustible	180	\$ 216,00		\$ 226,80		\$ 238,14		\$ 250,05		\$ 262,55
	SUBTOTAL OTROS		\$ 5.016,00		\$ 5.026,80		\$ 5.038,14		\$ 5.050,05		\$ 5.062,55
	TOTAL		304.142		318.505		\$ 333.586,40		\$ 349.421,93		\$ 366.049,25

9.3.2 Gastos

Este rubro abarca varios cuentas a considerar entre uno de ellos está el pago al personal administrativo conformado por un Gerente General, un Gerente de Compras Internacionales y un Contador. La siguiente tabla muestra el salario mensual que recibe cada empleado y en el pago anual son considerados los gastos que por Ley son derecho de todo empleado en Ecuador: décimo tercero, décimo cuarto, aporte al IESS y fondos de reserva. (Ver Anexo 18)

Tabla 23: Personal administrativo

NOMINA PERSONAL ADMINISTRATIVO			
ITEM	CONCEPTO	SUELDO MES	1er.
1	Gerente General	\$ 1.000,00	\$ 15.798,00
2	Gerente compras internacionales	\$ 800,00	\$ 12.706,40
3	Contador (honorario)	\$ 150,00	\$ 1.800,00
	TOTAL	\$ 1.950,00	\$ 30.304,40

Conforme el detalle del personal administrativo, se procederá a detallar los gastos administrativos de Nortextil, sin embargo para años posteriores los gastos son los mismos por el concepto de valoración lineal. (Ver Anexo 19)

Tabla 24: Gastos administrativos

CAPITAL DE TRABAJO			
ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR
1	Línea de Cierres	10000	\$ 32.500,00
2	Línea de Botones	9.000	\$ 16.875,00
3	Línea de Llaves	1.000	\$ 1.750,00
4	Línea de Etiquetas	2.000	\$ 1.250,00
5	Línea de Hilos	4.500	\$ 10.125,00
6	Línea de Reatas	7.500	\$ 7.500,00
7	Línea de Topes	1.300	\$ 487,50
8	Línea de Parches/ apliques	150	\$ 375,00
9	Rollo papel de código de barra	7	\$ 262,50
10	Pistola de código de barras	2	\$ 100,00
11	Catalogos para asesoría	12	\$ 135,00
12	Arriendos	3	\$ 1.800,00
13	Remuneraciones		\$ 3.531,67
TOTAL			\$ 148.051,67

9.3.2.1 Gastos financieros

Los gastos financieros son aquellos que involucra un apalancamiento de inversión inicial con una institución financiera. El monto a financiar es del 60% del monto de inversión inicial necesario para poner en marcha el negocio USD \$ 98.254,00

El periodo de préstamo bancario es de cinco años con pagos anuales de USD 15.530,81 a una tasa de interés constante del 11,83%. La tasa de interés es referencial a la efectiva ofertada por Banco de Pichincha en un rango de monto de USD 20,000 a USD 200,000 (ver Anexo 20)

El pago correspondiente a los intereses totales es de USD 37,320.79

Tabla 25: Amortización de la deuda

TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO					
MONTO USD.	\$ 98.254,00	PLAZO	5	PAGO	27.115
TASA INTERES	0,118	PAGO ANUAL	1		
PERIODO	DESEMBOLSO	INTERES	PRINCIPAL	SERVICIO us\$	SALDO
0	\$ 98.254,00				98.254
1		\$ 11.584,15	\$ 15.530,81	27.115	82.723
2		\$ 9.753,06	\$ 17.361,90	27.115	65.361
3		\$ 7.706,10	\$ 19.408,86	27.115	45.952
4		\$ 5.417,79	\$ 21.697,17	27.115	24.255
5		\$ 2.859,70	\$ 24.255,26	27.115	-
	TOTAL	\$ 37.320,79	\$ 98.254,00		

9.4 Estados de resultados actual y proyectado

El Estado de Ganancias y Pérdidas conocido también como Estado de Resultados, es un informe financiero que da muestra la rentabilidad de la empresa.

A continuación se presenta los estados financieros en escenarios normales y proyectados con la finalidad de calcular los indicadores financieros más relevantes que permitan determinar la posición financiera de la empresa. (Anexo 21, 22)

Tabla 26: Estado de Resultados actual y proyectado.

NORTEXTIL						
Estado de Resultados:	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		474.060,00	497.763,00	522.651,15	548.783,71	576.222,89
Ventas		474.060,00	497.763,00	522.651,15	548.783,71	576.222,89
EGRESOS		387.321,51	391.553,73	412.588,22	416.187,12	430.256,34
(=) COSTO DE VENTAS		287.050,00	301.402,50	316.472,63	332.296,26	348.911,07
Inv. Inicial mercadería		-	-	-	-	-
(+) compras de mercadería		287.050,00	301.402,50	316.472,63	332.296,26	348.911,07
(-) Inv. Final de mercadería		-	-	-	-	-
(=) GASTOS OPERATIVOS		100.271,51	90.151,23	96.115,60	83.890,87	81.345,27
GASTOS DE VENTA		42.191,63	42.202,43	42.213,77	42.225,68	42.238,18
Sueldos vendedores		8.975,03	8.975,03	8.975,03	8.975,03	8.975,03
Beneficios sociales		1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00
Fondos de Reserva		700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Aporte patronal IESS 12,15%		1.020,60	1.020,60	1.020,60	1.020,60	1.020,60
Arrendos		4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Gastos de publicidad		8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Capacitación al personal		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Promociones		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Gastos de importación		15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Otros (Gtos de Venta, etc.)		216,00	226,80	238,14	250,05	262,55
GASTOS ADMINISTRATIVOS		43.383,40	35.083,40	43.083,40	35.083,40	35.083,40
Sueldos y salarios administrativos		21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00
Beneficios sociales		2.480,00	2.480,00	2.480,00	2.480,00	2.480,00
Fondos de Reserva		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Aporte patronal IESS 12,15%		2.624,40	2.624,40	2.624,40	2.624,40	2.624,40
Honorarios profesionales		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Servicios de asesoría		800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Arriendo		1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Servicios básicos		850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
Útiles de oficina		625,00	625,00	625,00	625,00	625,00
Seguridad y equipos de alarma		804,00	504,00	504,00	504,00	504,00
Contribución Super. Cias.		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Gasto viaje de negocios		8.000,00	-	8.000,00	-	-
Matrícula de moto		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
GASTOS FINANCIEROS		11.584,15	9.753,06	7.706,10	5.417,79	2.859,70
Intereses prestamos bancarios		11.584,15	9.753,06	7.706,10	5.417,79	2.859,70
GASTO DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN		3.112,33	3.112,33	3.112,33	1.164,00	1.164,00
Depreciación muebles y enseres		808,00	808,00	808,00	808,00	808,00
Depreciación equipos de computación		1.100,00	1.100,00	1.100,00	-	-
Depreciación vehículos		356,00	356,00	356,00	356,00	356,00
Depreciación equipos de oficina		348,33	348,33	348,33	-	-
Amortización software		500,00	500,00	500,00	-	-
Utilidad de Operación		86.738,49	106.209,27	110.062,93	132.596,58	145.966,55
(-) 15% Participación trabajadores		13.010,77	15.931,39	16.509,44	19.889,49	21.894,98
Utilidad antes de impuestos		73.727,72	90.277,88	93.553,49	112.707,10	124.071,57
(-) 22% de Impuesto a la Renta		16.220,10	19.861,13	20.581,77	24.795,56	27.295,74
Utilidad neta del ejercicio		\$ 57.507,62	\$ 70.416,75	\$ 72.971,72	\$ 87.911,53	\$ 96.775,82

9.4.1 Balance General

El balance general que se ha realizado, muestra la situación actual de la empresa, además indicará cuales son los recursos existentes y cuánto dinero se debe a terceros. Para poder apreciarlo de mejor manera se ha proyectado a 5 años para saber su crecimiento. (Anexo 23, 24)

Tabla 27: Balance General actual y proyectado

NORTEXTIL						
Balance General:	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. ACTIVO						
1.1 ACTIVO CORRIENTE						
1.1.1 Activo disponible	148.051,67	68.300,24	79.995,36	81.193,19	92.667,53	99.835,80
1.1.1.1 Caja / bancos	148.051,67	68.300,24	79.995,36	81.193,19	92.667,53	99.835,80
1.1.1.2 Clientes						
1.1.2 Activo realizable	-	175.527,38	170.884,57	159.290,83	152.105,28	137.773,81
1.1.2.1 Cuentas por cobrar	-	175.527,38	170.884,57	159.290,83	152.105,28	137.773,81
1.1.2.2 Inventarios	-	-	-	-	-	-
1.2 ACTIVO NO CORRIENTE						
1.2.1 Propiedad, planta y equipo	14.205,00	11.592,67	8.980,33	6.368,00	5.204,00	4.040,00
1.2.1.1 Muebles y enseres	8.080,00	8.080,00	8.080,00	8.080,00	8.080,00	8.080,00
(-) Deprec. Aclada muebles y enseres		808,00	1.616,00	2.424,00	3.232,00	4.040,00
1.2.1.2 Equipos de computación	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	-	-
(-) Deprec. Aclada eq. de computación		1.100,00	2.200,00	3.300,00	-	-
1.2.1.3 Vehículos	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00
(-) Deprec. Aclada vehículos		356,00	712,00	1.068,00	1.424,00	1.780,00
1.2.1.4 Equipos de oficina	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	-	-
(-) Deprec. Aclada eq. de oficina		348,33	696,67	1.045,00	-	-
1.2.2 Activos intangibles	1.500,00	1.000,00	500,00	-	-	-
1.2.2.1 Licencias y software de computación	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	-	-
(-) Amortización software y licencias		500,00	1.000,00	1.500,00	-	-
Activo total	163.756,67	256.420,29	260.360,27	246.852,02	249.976,81	241.649,61
2. PASIVOS						
2.1 Pasivo Circulante		47.411,68	55.804,42	59.150,07	69.032,22	76.095,99
2.1.1 Proveedores			-	-	-	-
2.1.2 Créditos bancarios c/p		15.530,81	17.361,90	19.408,86	21.697,17	24.255,26
2.1.3 Obligaciones empleados		2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00
2.1.4 15% Participación trabajadores		13.010,77	15.931,39	16.509,44	19.889,49	21.894,98
2.1.4.I.R por pagar		16.220,10	19.861,13	20.581,77	24.795,56	27.295,74
2.2 Pasivo largo plazo	98.254,00	82.723,19	65.361,29	45.952,43	24.255,26	-
2.2.1 Créditos bancarios l/p	98.254,00	82.723,19	65.361,29	45.952,43	24.255,26	-
Pasivo total	98.254,00	130.134,87	121.165,71	105.102,50	93.287,48	76.095,99
3. PATRIMONIO	65.502,67	126.285,42	139.194,55	141.749,52	156.689,34	165.553,62
3.1 Capital	65.502,67	65.502,67	65.502,67	65.502,67	65.502,67	65.502,67
3.2 Fondos de Reserva		3.275,13	3.275,13	3.275,13	3.275,13	3.275,13
3.3 Resultado del ejercicio		57.507,62	70.416,75	72.971,72	87.911,53	96.775,82
Pasivo + Capital	163.756,67	256.420,29	260.360,26	246.852,02	249.976,81	241.649,61

En el Balance General de Nortextil en la Caja se registra los valores del flujo de caja apalancado en escenario esperado, en Bancos se registra el valor del capital de trabajo el mismo que como ya fue mencionado se mantendrá cómo contingente asegurando la operatividad del negocio.

El activo disponible representa el 27% de los activos, el pasivo a largo plazo es la deuda del préstamo bancario (60% de la inversión). El patrimonio está conformado por el aporte de los dos socios accionistas (40% de la inversión).

Los activos de la empresa suman \$256.420,29 sus pasivos ascienden a \$ 130.134,87 y su patrimonio asciende a \$ 126.285,42, para el primer año de funcionamiento.

9.5 Estado de flujos actual y proyectado.

El estado de flujo de efectivo es un estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. El objetivo del flujo de efectivo es básicamente determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión y expansión.” (gerencie.com, 2010)

Tabla 28. Flujo de caja desapalancado

FLUJO DE CAJA NORMAL						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 474.060,00	\$ 497.763,00	\$ 522.651,15	\$ 548.783,71	\$ 576.222,89
TOTAL INGRESOS		\$ 474.060,00	\$ 497.763,00	\$ 522.651,15	\$ 548.783,71	\$ 576.222,89
EGRESOS						
Costos		\$ 304.141,63	\$ 318.504,93	\$ 333.586,40	\$ 349.421,93	\$ 366.049,25
Gastos generales		\$ 68.483,40	\$ 60.183,40	\$ 68.183,40	\$ 60.183,40	\$ 60.183,40
Depreciaciones		\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 1.164,00	\$ 1.164,00
Amortizaciones		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00		
TOTAL EGRESOS		\$ 375.737,36	\$ 381.800,66	\$ 404.882,13	\$ 410.769,33	\$ 427.396,65
UTILIDAD BRUTA		\$ 98.322,64	\$ 115.962,34	\$ 117.769,02	\$ 138.014,37	\$ 148.826,24
15% Trabajadores		\$ 14.748,40	\$ 17.394,35	\$ 17.665,35	\$ 20.702,16	\$ 22.323,94
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 83.574,24	\$ 98.567,99	\$ 100.103,67	\$ 117.312,22	\$ 126.502,31
22% Impuesto a la renta		\$ 18.386,33	\$ 21.684,96	\$ 22.022,81	\$ 25.808,69	\$ 27.830,51
UTILIDAD NETA		\$ 65.187,91	\$ 76.883,03	\$ 78.080,86	\$ 91.503,53	\$ 98.671,80
Inversión	\$ (15.705,00)					
Capital de trabajo	\$ (148.051,67)					
Depreciaciones		\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 1.164,00	\$ 1.164,00
Amortizaciones		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00		
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (163.756,67)	\$ 68.300,24	\$ 79.995,36	\$ 81.193,19	\$ 92.667,53	\$ 99.835,80
Tasa de Descuento	15,67%					
VAN	\$92.991					
TIR	39,4%					

Tabla 29. Flujo de caja apalancado

FLUJO DE CAJA NORMAL APALANCADO						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 474.060,00	\$ 497.763,00	\$ 522.651,15	\$ 548.783,71	\$ 576.222,89
TOTAL INGRESOS		\$ 474.060,00	\$ 497.763,00	\$ 522.651,15	\$ 548.783,71	\$ 576.222,89
EGRESOS						
Costos		\$ 304.141,63	\$ 318.504,93	\$ 333.586,40	\$ 349.421,93	\$ 366.049,25
Gastos generales		\$ 68.483,40	\$ 60.183,40	\$ 68.183,40	\$ 60.183,40	\$ 60.183,40
Intereses		\$ 11.584,15	\$ 9.753,06	\$ 7.706,10	\$ 5.417,79	\$ 2.859,70
Depreciaciones		\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 1.164,00	\$ 1.164,00
Amortizaciones		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS		\$ 387.321,51	\$ 391.553,73	\$ 412.588,22	\$ 416.187,12	\$ 430.256,34
UTILIDAD BRUTA		\$ 86.738,49	\$ 106.209,27	\$ 110.062,93	\$ 132.596,58	\$ 145.966,55
15% Trabajadores		\$ 13.010,77	\$ 15.931,39	\$ 16.509,44	\$ 19.889,49	\$ 21.894,98
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 73.727,72	\$ 90.277,88	\$ 93.553,49	\$ 112.707,10	\$ 124.071,57
22% Impuesto a la renta		\$ 16.220,10	\$ 19.861,13	\$ 20.581,77	\$ 24.795,56	\$ 27.295,74
UTILIDAD NETA		\$ 57.507,62	\$ 70.416,75	\$ 72.971,72	\$ 87.911,53	\$ 96.775,82
Inversión	\$ (15.705,00)					
Capital de trabajo	\$ (148.051,67)					
Préstamo	\$ 98.254,00					
Pago de la deuda		\$ (15.530,81)	\$ (17.361,90)	\$ (19.408,86)	\$ (21.697,17)	\$ (24.255,26)
Depreciaciones		\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 1.164,00	\$ 1.164,00
Amortizaciones		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00		
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (65.502,67)	\$ 45.089,14	\$ 56.167,19	\$ 56.675,19	\$ 67.378,37	\$ 73.684,56
TIR	76,0%					
Tasa de interes	11,8%					

Al momento de comparar los dos flujos, se observa claramente que la TIR en el flujo desapalancado es menor que en el flujo apalancado, en razón de que la tasa de interés bancaria (11.83%) es inferior al costo de oportunidad del proyecto (15,67%), por lo que se colige que financiarse con un crédito bancario significa un mayor rendimiento para la empresa, en tal virtud se ha decidido optar por un crédito bancario.

Como se puede observar el flujo neto de caja apalancado de Nortextil para el primer año es de USD 45.089,14 demostrando un negocio sustentable tanto para el año 1 como para los demás años.

Para ver los resultados de los flujos de caja apalancados y sin apalancar en otros escenarios ver anexo 25, 26, 27 y 28.

Adicionalmente, para comprender el cálculo de la TIR y VAN, que se ha realizado para evaluar el proyecto, se considera pertinente exponerla a continuación, conforme a los flujos de caja ya calculados.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_{Ft}}{(1 + TIR)^t} - I_0 = 0$$

$$VAN = [68.300,24 / (1+0,1567)^1 + 79.995,36 / (1+0,1567)^2 + 81.193,19 / (1+0,1567)^3 + 92.667,53 / (1+0,1567)^4 + 99.835,80 / (1+0,1567)^5] - 163.756,67$$

$$VAN = \$ 92.991$$

$$0 = 68.300,24 / (1+i)^1 + 79.995,36 / (1+i)^2 + 81.193,19 / (1+i)^3 + 92.667,53 / (1+i)^4 + 99.835,80 / (1+i)^5 - 163.756,67$$

$$TIR (i) = 39,7\%$$

Para realizar el cálculo de la TIR, se puede apreciar que se utilizó la misma fórmula del VAN pero ahora se debe despejar la tasa, es decir la tasa interna de retorno.

9.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se obtiene cuando los ingresos por ventas son exactamente igual a la suma de los costos fijos y los variables. A continuación se presentan las fórmulas para calcular el punto de equilibrio, tanto en volumen como en valor monetario.

$$\text{Punto de equilibrio (volumen de ventas)} = \frac{\text{costos fijos totales}}{\left(\frac{\text{costos variables totales}}{\text{volumen total de ventas}} \right)}$$

$$\text{Cantidad} = \frac{\text{Costos Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Tabla 30. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO						
PRECIO PROMEDIO	\$ 13,37					
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CANTIDAD DE INSUMOS VENDIDOS		35.450	37.223	39.084	41.038	43.090
COSTOS FIJOS TOTALES	\$	83.671	83.671	83.671	81.723	81.723
COSTOS VARIABLES TOTALES	\$	292.066	306.429	337.346	337.346	353.974
COSTOS TOTALES	\$	375.737	390.101	421.018	419.069	435.697
VOLUMEN TOTAL DE VENTAS	\$	474.060	497.763	522.651	548.784	576.223
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$	8,24	8,23	8,63	8,22	8,21
Punto de equilibrio (volumen de ventas) = $\frac{\text{costos fijos totales}}{\left(\frac{\text{costos variables totales}}{\text{volumen total de ventas}}\right)}$		\$ 135.809	\$ 135.916	\$ 129.632	\$ 132.944	\$ 133.034
Punto de equilibrio (unidades de venta) $U = \frac{\text{Costos Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$		16.298	16.278	17.648	15.862	15.844

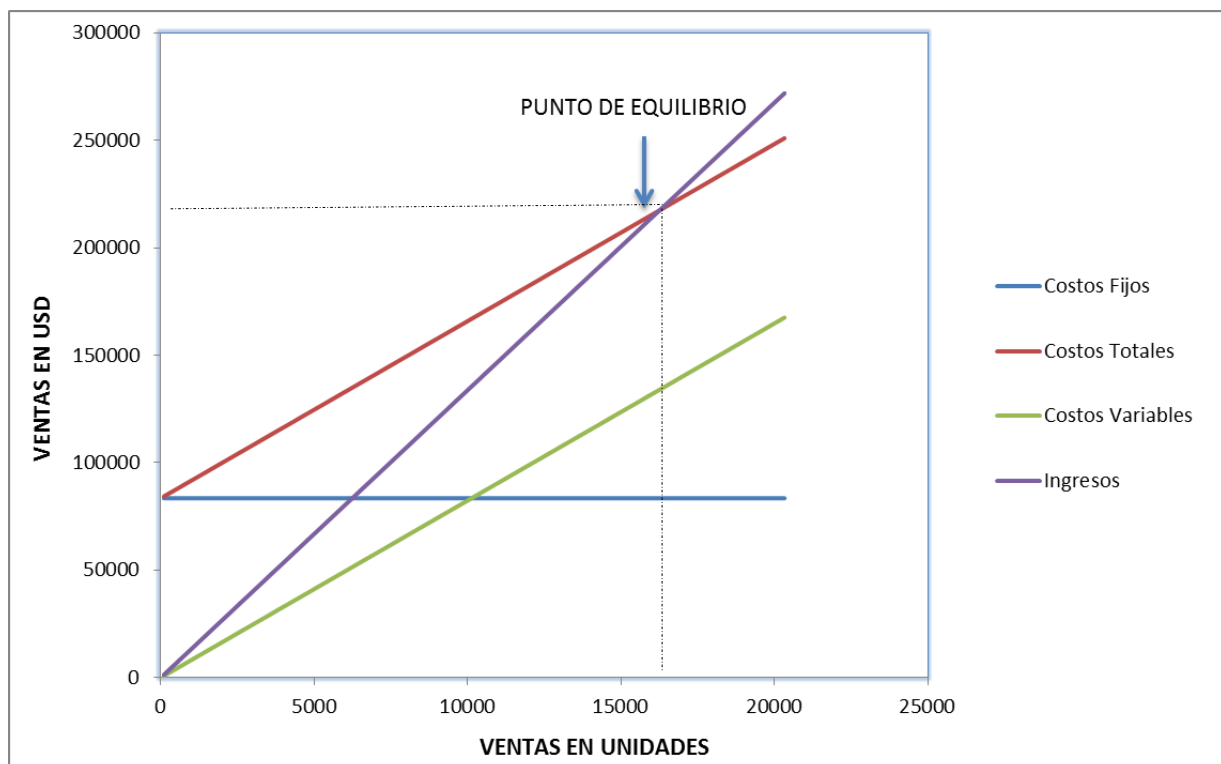


Figura 30: Punto de equilibrio

El punto de equilibrio de ventas del Nortextil es vender 16.298 fundas de insumos textiles con un precio promedio de USD 13,37 al año, o a su vez con un monto de ventas de USD 135.809 los ingresos cubrirán los costos totales.

9.7 Valuación

Para evaluar el proyecto se ha determinado al costo de oportunidad. Al respecto, se determinará la Tasa Interna de Retorno (TIR), mediante estados financieros proyectados a cinco años en tres escenarios: esperado, optimista y pesimista. Mientras el costo de oportunidad sea menor a la TIR y su VAN sea positivo, el proyecto se considera rentable.

Para evaluar el costo de oportunidad se presenta la siguiente formula:

$$Co = rf + \beta(rm-rf) + rp; \text{ donde:}$$

Co= Costo de oportunidad

rf = tasa libre de riesgo

β = Beta de la industria

rm-rf = rendimiento de la industria

rp = Riesgo país.

Tabla 31. Costo de oportunidad

rf	1
β	0,67
(rm-rf)	12,5
rp	6,29
r	15,67%

La tasa de descuento es de 15,67%, conforme al resultado a continuación se explica a más detalle cómo se calculó dicho porcentaje.

La tasa libre de riesgo será la equivalente a los Bonos del Tesoro de Estados Unidos a cinco años, la misma que en promedio desde el 2012 corresponde al 1% (puentenet, 2013). El beta considerado es la respectiva a la industria de comercio de Estados Unidos la misma que se asemeja a la línea de negocio del proyecto, cuyo valor es de 0,67% (Damodaran, 2013). El riesgo de mercado es igual a la tasa libre de riesgo más el riesgo que se asume al invertir en Ecuador; por tanto, la prima de riesgo que es igual a (rm-rf) será el riesgo país.

El riesgo país de Ecuador equivale al 6.29% según los datos publicados por el Banco Central del Ecuador el 28 de mayo de 2013 (BCE, 2013)

Costo Promedio Ponderado de Capital

Este rubro indica el rendimiento del dinero respecto a su costo. Ya que mientras se logre mayor diferencia entre el costo y el rendimiento el valor de la empresa aumenta. Por esta razón se realizará el cálculo correspondiente a la siguiente fórmula:

$$R_{CPPC} = \frac{S}{S+B} R_S + \frac{B}{S+B} R_B (1-t_C)$$

S =	capital accionario
Rs =	costo de capital accionario
B =	deuda
RB =	costo de la deuda
(1-tc) =	costo apropiado de la deuda

Tabla 32. Costo promedio ponderado de capital

CPPC	
S	65.496
Rs	15,67%
B	98.244
RB	11,83%
(1-tc)	0,60
CPPC =	10,52%

Por lo tanto, Nortextil obtuvo el 10.52%, lo que quiere decir que esta tasa es el rendimiento mínimo que debe ofrecer a un inversionista, en caso que quieran invertir en la empresa.

9.8 Índices financieros

Los índices de liquidez tienen el propósito de proporcionar información sobre la liquidez de la empresa (Roos, Stephen, 2008, pág. 55), por esta razón el propósito de formar una idea acerca del comportamiento de la empresa se ha considerado los siguientes índices:

9.8.1 Razones de Rentabilidad

Tabla 33. Indicadores de rentabilidad

RAZONES DE RENTABILIDAD						
RAZONES	CÁLCULOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen de utilidad bruta	Ventas - Costo / Ventas	39%	39%	39%	39%	39%
Margen de utilidad operativa	Ventas - Gastos / Ventas	79%	82%	82%	85%	86%
Margen de utilidad neta	Ganancias después de impuestos / Ventas	12%	14%	14%	16%	17%
Rendimiento sobre activos totales	Ganancias después de impuestos + intereses / Ventas	15%	16%	15%	17%	17%
Rendimiento sobre el patrimonio	Utilidad neta / Patrimonio	46%	51%	51%	56%	58%
Rendimiento sobre la inversión	Utilidad neta / Inversión	35%	43%	45%	54%	59%

Nortextil, generará un 15% promedio de ganancias sobre sus ventas, es decir la empresa realiza utilidades de acuerdo a las ventas.

El rendimiento sobre los activos durante el periodo de estudio en promedio es del 16%, es decir por cada dólar que tengo en activos 0.16 centavos obtengo de ganancia; el rendimiento sobre el patrimonio en promedio es del 52%, es decir por cada dólar que tengo en mi patrimonio retorna 0.52 centavos de rendimiento; y el rendimiento sobre la inversión en promedio es del 47%, es decir por cada dólar que invertí retorna 0.47 centavos de rendimiento.

9.8.2 Razones de liquidez

Tabla 34. Indicadores de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	
RAZONES	CÁLCULOS
Razón circulante	Activos Corrientes
	Pasivos Corrientes
Coeficiente de liquidez	Activos Corrientes- Inventarios/Pasivos corrientes
Capital de trabajo	Activos corrientes- Pasivos corrientes

El negocio no presenta pasivos a corto plazo, por lo tanto no es necesario calcular las razones de liquidez ya que la empresa atiende todas sus obligaciones en el largo plazo.

Como se observa en el balance general los pasivos corrientes se cubren con los activos corrientes, demostrando que la empresa no tiene dificultades para pagar sus pasivos.

9.8.3 Razones de apalancamiento

Tabla 35. Indicadores de deuda

RAZONES DEUDA						
RAZONES	CÁLCULOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razones de deuda	Deuda total / Activos totales	51%	47%	43%	37%	31%
Razón de deuda a capital	Deuda total / Capital total de los accionistas	103%	87%	74%	60%	46%
Razón de deuda de largo plazo / capital	Deuda de largo plazo / Capital total de los accionistas	66%	47%	32%	15%	0%
Razón de cobertura de intereses	Ingreso operativo / Gastos por intereses	40,92	51,04	67,82	101,29	201,50

El 51% de los fondos de préstamo se emplearán para financiar las operaciones de la empresa. A lo largo del periodo de estudio se observa una disminución del índice hasta llegar al 31%, lo cual indica que no existirá exceso de uso de deuda ni riesgo de quiebra.

La razón de deuda a capital revela que en promedio se tiene el 74% de endeudamiento sobre el capital total de los accionistas lo que concluye que la empresa tiene una buena capacidad de crédito.

Respecto a la razón de deuda de largo plazo a capital se observa que la capacidad de pedir prestados fondos a terceros es menor con el paso de tiempo en el periodo de estudio, lo cual se debe a que el pago del préstamo inicial que financió la inversión inicial termina su periodo de pago al quinto año.

La razón de cobertura, es alta ya que la empresa tiene la capacidad suficiente de cubrir sus obligaciones, lo cual justifica con mayor razón la salud financiera estable de la empresa.

9.9 Análisis de escenarios

El proyecto se ha desarrollado con flujos de caja normales, optimistas y pesimistas a su vez están apalancados y desapalancados.

En la siguiente tabla se presenta los datos con endeudamiento y sin deuda, de esta manera se observa que tan conveniente es tomar esta decisión para Nortextil.

Tabla 36. Tabla con deuda y sin deuda

RESUMEN	DESAPALACANDO		APALANCADO	
	VAN	TIR	VAN	TIR
NORMAL	92.991	39%	101.690	76%
OPTIMISTA	127.811	48%	136.510	94%
PESIMISTA	78.466	36%	87.164	69%

Como se observa el VAN es positivo en todos los escenarios, sin embargo con un escenario apalancado se obtiene mayores rendimientos, de esta manera resulta más conveniente tener flujos apalancados, ya que el VAN y TIR son positivos y mayores a los flujos sin deuda. Además se aprecia que tener deudas con terceros proporciona mayor rentabilidad.

CAPITULO X

10. PROPUESTA DE NEGOCIO

10.1 FINANCIAMIENTO DESEADO

El financiamiento deseado para el proyecto es de USD 163.756,67; monto que cubre la compra de insumos, arriendo, remuneraciones y todos los bienes inmuebles necesarios para funcionar. Además se considera un monto de USD 148.051,67 correspondiente al capital de trabajo necesario para operar los tres primeros meses de funcionamiento.

10.2 Estructura de capital y deuda.

Para el financiamiento se ha considerado un crédito del Banco del Pichincha, ya que presenta tasas convenientes y montos accesibles para un crédito oportuno. La tasa efectiva que ofrece el banco para el monto de la inversión a realizar es de 11,8%.

Adicionalmente se ha identificado que la inversión del proyecto se compone en un 40% de capital propio y el 60% restante de un crédito bancario, como se demuestra en la siguiente tabla:

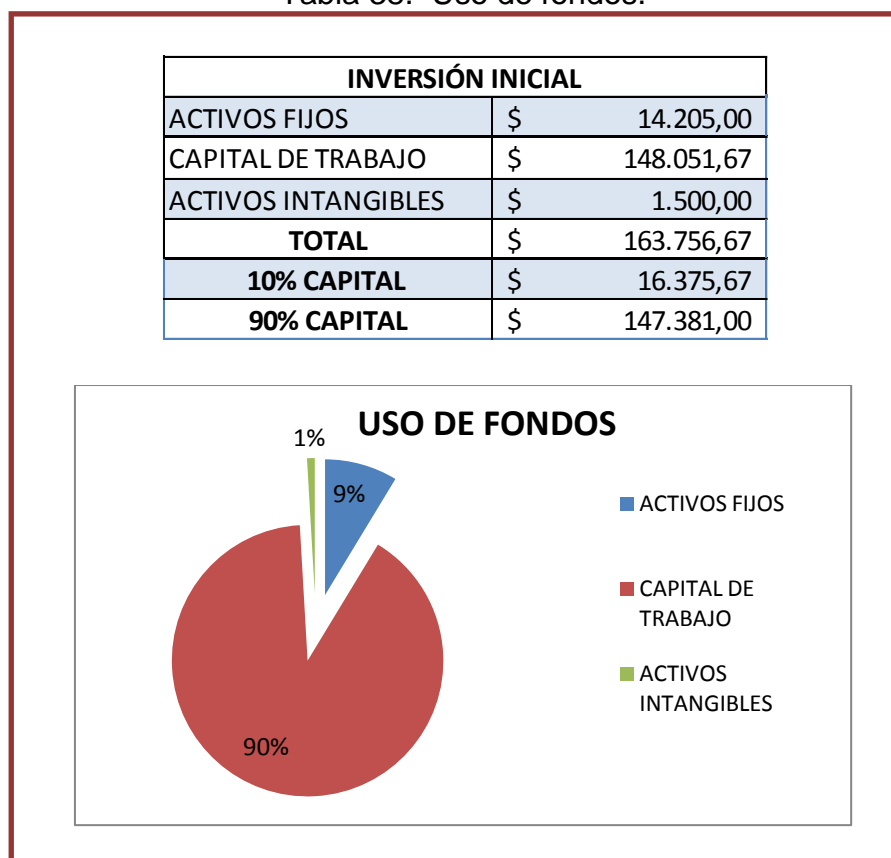
Tabla 37. Estructura del capital

FUENTE	VALOR	%
Capital propio	\$ 65.502,67	40%
Crédito bancario	\$ 98.254,00	60%
TOTAL	\$ 163.756,67	100%

10.3 Uso de fondos.

El total de efectivo estará compuesto por el crédito bancario de USD 98.254 y el aporte de capital propio en dinero efectivo por USD 65.502,67. Al respecto, el (90% del capital), se destinará para la compra del capital de trabajo, mientras que el 10% del capital será para la adquisición de los bienes inmuebles y activos tangibles, vehículos, activos intangibles.

Tabla 38. Uso de fondos.



10.4 Retorno para el inversionista.

El tiempo de recuperación de la inversión de este proyecto es de 2 años 3 meses como se observa en el cuadro que se presenta a continuación:

Tabla 39. Retorno de la inversión

AÑO	FLUJO NETO		
1	\$ 68.300,24	AÑO 3 MENSUALMENTE	\$ 6.766,10
2	\$ 79.995,36	EN 3 MESES	\$ 20.298,30
SUBTOTAL	\$ 148.295,60	TOTAL	\$ 168.593,90
		INVERSION INICIAL	\$ (163.756,67)

En este tiempo se supera a la inversión inicial, inclusive se llega a superarla

CAPITULO XI

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el siguiente capítulo se expondrán las conclusiones y recomendaciones para Nortextil, con la finalidad de realizar mejoramientos continuos o efectuar otro tipo de estrategias gracias a las ventajas que ofrece el mercado.

11.1 Conclusiones.

De acuerdo a todos los parámetros investigados y presentados, Nortextil tiene buenas probabilidades de realizar el negocio, sin embargo se presentarán algunas de las conclusiones para fortalecer esta idea.

- La industria de ventas al por menor de productos textiles, goza de una tendencia estable en los últimos 5 años, a pesar de varias leyes gubernamentales que exigen impuestos altos y algunas restricciones; sin embargo en esta investigación se identifica resultados de los flujos de efectivo positivos en todos sus escenarios.
- El gobierno no ha realizado incentivos a fábricas de insumos textiles por esta razón estos deben ser importados, sin embargo el gobierno si impulsa campañas a productos manufacturados en el Ecuador (Hecho en Ecuador), de donde Nortextil se beneficia de la compra de insumos, ya que sus clientes realizan manufactura ecuatoriana.
- El Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, reúne a 2083 confeccionistas de todo el país, por lo cual Nortextil ha decidido captar este mercado con la apertura del nuevo local especializado en insumos, ya que en el Sur de Quito no se cuenta con servicios similares, siendo estos confeccionistas parte importante de los ingresos de la empresa.
- Para abarcar más clientes y ventas al por mayor se generará una alianza con los artesanos inscritos en el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, dando como resultado el crecimiento en participación de mercado de Nortextil.
- El servicio a domicilio y el asesoramiento personalizado será el punto extra para ganar clientes que se encuentren en sectores alejados, para de esta forma adquirir nuevos clientes.

- Nortextil realiza importación directa de insumos textiles, lo que permite tener mayores ganancias al no existir intermediarios, logrando ofrecer productos a precios convenientes y competir de forma sana.
- Según toda la investigación previa, el proyecto para Nortextil es viable, ya que no existen locales de este tipo, tendrá precios de importador y además acogerá a un nicho de mercado que anteriormente ha sido relegado, por lo tanto al realizar el análisis financiero se concretó una rentabilidad atractiva para poner en marcha el negocio.

11.2 Recomendaciones.

A lo largo del proyecto se han detectado algunos detalles que Nortextil debe tomar en cuenta para la ejecución del mismo:

- Nortextil deberá intensificar las campañas publicitarias por medio de emisoras radiales de aceptación popular y volantes que se repartirán en el local comercial y a su vez en el Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos, para que los usuarios puedan observar promociones, capacitaciones y nuevos productos. Además en el futuro deberá adoptar por otros medios publicitarios como página web, para captar otros segmentos.
- Capacitar constantemente al personal (Nortextil telas y Nortextil insumos) en temas de confección, tendencias y diseños, para poder brindar un mejor servicio de asesoramiento unificado.
- Participar en constantes eventos, para que la imagen y la participación de mercado de Nortextil aumente y a futuro sea conocido a nivel nacional.
- Implementar y mantener constantes controles de inventario físico y digital (código de barras) para evitar el plagio o el desabastecimiento de productos.
- Se recomienda a Nortextil implementar este proyecto ya que arroja datos positivos; de esta manera se puede beneficiar a los confeccionistas minoristas del sur de la ciudad y a la empresa, ya que muestra utilidades acorde al mercado actual.

ANEXOS

Anexo 1: Constitución de la empresa


568059

Quito, Noviembre 29 del 2010

Señorita
ESTEFANIA CAROLINA GARZON JATIVA
Presente.

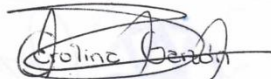
Por medio de la presente tengo bien comunicarle que la Junta General Extraordinaria y Universal de Socios de la Compañía "TEXTINORT CIA. LTDA.", en sesión del día 26 de Noviembre del 2010, por unanimidad procedió a designarle PRESIDENTE de la compañía, por el periodo de DOS AÑOS, de conformidad a lo que establece el Artículo Vigésimo Sexto, del Estatuto Social, con los deberes y atribuciones determinados en el mismo.

Atentamente,



JUAN ELIAS CIFUENTES ESPINOSA
PRESIDENTE DE LA JUNTA

Acepto el cargo de PRESIDENTE para el que he sido designada por la Junta General Extraordinaria y Universal de Socios de la Compañía "TEXTINORT CIA. LTDA.", y prometo desempeñarlo rigiéndome a lo dispuesto en los estatutos sociales de la compañía y más preceptos legales. Quito, Noviembre 29 del 2010.



ESTEFANIA CAROLINA GARZON JATIVA
C.C. 100355476-1

CONSTITUCION:

NOTARIA : Vigésima Séptima, Dr. Fernando Polo Elmir
Quito, Noviembre 9 del 2010

SUPERINTENDENCIA DE : Resolución Nro. SC.IJ.DJC.Q.10.004969
COMPAÑIAS Superintendencia de Compañías
Quito, Noviembre 18 del 2010

REGISTRO MERCANTIL : Quito, Noviembre 25 del 2010.

Anexo 2: Entrevista Experto # 1: Ing. Wilson Hidalgo

1. ¿Qué opina sobre el tipo de confección de los socios del Centro Comercial?
2. ¿Qué ayudas ha dado el gobierno al sector textil?
3. La administración tiene proyectado ampliar el Centro Comercial de Negocios Andinos hacia otros sectores de la ciudad.
4. Usted como confeccionista ¿Cree que el acabado de la prenda influye sobre la variedad de insumos que exista en el mercado?
5. ¿Qué le parece los precios de los insumos actualmente?
6. Usted cree que las fábricas de insumos ecuatorianas abastecen el mercado nacional
7. ¿Cómo observa al sector textil en el sur de Quito?

Anexo 3: Entrevista Experto # 2: Ing. Viviana Garzón

1. ¿Por qué tomo la decisión de abrir un local en el sur de Quito?
2. ¿Cómo ve usted la acogida de Nortextil en Quito?
3. Cree importante que un empleado de Nortextil tenga conocimientos básicos en confección ¿Por qué?
4. Las leyes gubernamentales, especialmente tributarias han afectado a su negocio
5. Y acerca de las leyes de importación que puede comentar
6. De acuerdo a la experiencia de insumos importadas desde china. ¿Qué le parece su calidad y precio?
7. ¿Qué le parece el desempeño del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, en el proceso de importación?
8. ¿Cómo ve a las fabricas ecuatorianas de insumos actualmente, y a su vez en el futuro?
9. ¿Considera conveniente tener un local especializado en insumos textiles?

Anexo 4: Grupo focal

1. En todos estos años. ¿En qué lugares compraban o compran los insumos textiles?
2. ¿Cuáles fueron sus experiencias de compra en los lugares que se menciona?
3. ¿Considera que existe variedad de insumos textiles en el Sur de Quito, para satisfacer sus necesidades?
4. ¿Qué le parecen los precios y la calidad de los insumos que usted adquiere actualmente?
5. En los locales donde usted adquiere sus insumos textiles ¿le gustaría recibir un asesoramiento de colores y tendencia de nuevos modelos?
6. ¿les gustaría que el personal que atienda tenga conocimientos de confección?
7. Si existiera un local que tenga variedad de insumos con precios buenos y asesoría ¿Compraría en este local?
8. ¿Cuántos años de experiencia tiene en el campo textil?

Anexo 5: Listado de asistencia al grupo focal

Anexo 6: Encuesta

Buenos días/tardes. Mi nombre es Carolina Garzón y estudio en la Universidad de las Américas. La intención de esta encuesta es conocer el mercado de las confecciones, toda la información proporcionada será usada para fines académicos.

Nombre: _____

Sector: _____

Edad:

20-30 años	
30-40 años	
40-50 años	
50 años en adelante	

Género

Masculino	
Femenino	

FILTRO 1._ ¿Pertenece al Barrio de Quitumbe?

SI NO.....

Cortar

FILTRO 2._ ¿Usted compra insumos textiles?

SI

NO.....Cortar

1. ¿Cuántos trabajadores tiene en su taller?

Menos de 2	
Entre 2 y 4	
Entre 4 y 8	
Más de 8	

2. ¿Cómo aprendió las confecciones?

Estudio la carrera corte y confección	
Experiencia en otro trabajo	
Cursos de corte y confección	
Otro	

¿Cuál? _____

3. ¿Qué nivel de educación tiene?

Primaria	
Secundaria	
Estudios superiores	
No tiene	

4. ¿Cuál es su volumen de ventas mensuales?

5. ¿Cuánto produce mensualmente?

6. ¿Con que frecuencia compra insumos textiles?

Todos los días	
Una vez por semana	
Dos veces por semana	
Una vez cada quince días	
Una vez por mes	

7. ¿Cuánto gasta mensualmente en insumos textiles?

Menos de \$30	
Entre \$30 y \$50	
Entre \$50 y 100	
Más de \$100	

8. ¿Cuál es la forma de pago?

Efectivo	
Tarjeta de crédito	
Cheques	
Letras de cambio	

9. Señale el local donde más ha hecho compras.

Nortextil		Bratex	
Tintes y Colores		Almacenes José Puebla	
		Otro	

¿Cuál? _____

10. Cuando entra este local comercial que es lo primero que se fija. Escoja en una escala de 1 a 6 siendo 1 más alto y 6 más bajo

Decoración del local.	
Atención amable	
Promociones	
Variedad de productos	
Infraestructura	
Precios	

11. ¿Cuáles son los productos que más compra?

Hilos de Coser		Reatas	
Cierres		Agujas	
Botones		Llaves	

Agradezco la ayuda prestada.

Anexo 7: Catálogo de productos en Nortextil

12. ¿Qué medios considera para poder renovar sus modelos?

Compra libros	
Busca por internet	
Compra catálogos	
Recibe capacitación	
Observa a su competencia	
Lo inventa usted mismo	

13. Para la distribución de los insumos le gustaría.

Servicio a domicilio a su casa	
Servicio a domicilio a su local	
Venta directa	

14. ¿Al momento de comprar los insumos que le parece más importante?

Precio	
Calidad	
Variedad	
Atención	
Todos	

Anexo 8: Partida para los insumos textiles y sus especificaciones.



ARANCEL NACIONAL INTEGRADO

[Retornar](#) | [Consultas](#) | [Salir](#)

Arancel

Ingrese un criterio de Búsqueda para la Consulta

Partida :

y/o Descripción :

Consultas

- ▶ [Arancel Nacional](#)
- ▶ [Medidas Arancelaria Liberaciones y Preferencias](#)
- ▶ [Mercancías Prohibidas / Restringidas](#)
- ▶ [Advalorem Aplicable Petróleo](#)
- ▶ [S.A. de Franja de Precios](#)
- ▶ [Medidas/Cupos](#)
- ▶ [Estructura Porcentual de los Tributos](#)

Sección XI :	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
Capítulo 60 :	Tejidos de punto
Partida Sist. Armonizado 6006 :	Los demás tejidos de punto
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 60063200 :	
Código Producto Comunitario (ARIAN) 6006320000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 6006320000-0000-0000 :	

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	20 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %

Anexo 9: Fotos del área a remodelar

En este espacio se procederá hacer la remodelación para ampliar el local de insumos textiles, como se puede observar se abrirá la pared para tener una entrada continua con el almacén de telas y el de insumos.

En las fotos posteriores se observa la fachada actual del local.

Anexo 10: Activos tangibles

TIPO DE BIEN					DEPRECIACION					
ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR	Nº AÑOS	V/AÑO 1	V/AÑO 2	V/AÑO 3	V/AÑO 4	V/AÑO 5
1	Modular funcional	3	\$ 1.735,00	\$ 5.205,00	10	\$ 520,50	\$ 520,50	\$ 520,50	\$ 520,50	\$ 520,50
2	Estanteria de 8mts	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00	10	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
3	Cámaras de seguridad	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00	3	\$ 333,33	\$ 333,33	\$ 333,33		
4	Moto Honda	1	\$ 1.780,00	\$ 1.780,00	5	\$ 356,00	\$ 356,00	\$ 356,00	\$ 356,00	\$ 356,00
TOTAL				\$ 9.785,00		\$ 1.389,83	\$ 1.389,83	\$ 1.389,83	\$ 1.056,50	\$ 1.056,50
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA					DEPRECIACION					
ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR	Nº AÑOS	V/AÑO 1	V/AÑO 2	V/AÑO 3	V/AÑO 4	V/AÑO 5
1	Computador	3	\$ 900,00	\$ 2.700,00	3	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ -	\$ -
2	Impresora	2	\$ 300,00	\$ 600,00	3	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00		
3	Sillas	5	\$ 35,00	\$ 175,00	10	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50
4	Sillones	2	\$ 150,00	\$ 300,00	10	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
5	Archivador	2	\$ 300,00	\$ 600,00	10	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
6	Teléfono	1	\$ 45,00	\$ 45,00	3	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00		
TOTAL				\$ 4.420,00		\$ 1.222,50	\$ 1.222,50	\$ 1.222,50	\$ 107,50	\$ 107,50

Anexo 11: Activos Intangibles

PREOPERATIVOS			
DEPRECIACION			
CONCEPTO	VALOR	Nº AÑOS	V/AÑO
Programa Informático	\$ 1.500,00	3	\$ 500,00
TOTAL	\$ 1.500,00		\$ 500,00

Anexo 12: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO					
ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	TOTAL	C. TRABAJO
1	Línea de Cierres	10000	\$ 13,00	\$ 130.000,00	\$ 32.500,00
2	Línea de Botones	9.000	\$ 7,50	\$ 67.500,00	\$ 16.875,00
3	Línea de Llaves	1.000	\$ 7,00	\$ 7.000,00	\$ 1.750,00
4	Línea de Etiquetas	2.000	\$ 2,50	\$ 5.000,00	\$ 1.250,00
5	Línea de Hilos	4.500	\$ 9,00	\$ 40.500,00	\$ 10.125,00
6	Línea de Reatas	7.500	\$ 4,00	\$ 30.000,00	\$ 7.500,00
7	Línea de Topes	1.300	\$ 1,50	\$ 1.950,00	\$ 487,50
8	Línea de Parches/ apliques	150	\$ 10,00	\$ 1.500,00	\$ 375,00
9	Rollo papel de código de ba	7	\$ 150,00	\$ 1.050,00	\$ 262,50
10	Pistola de código de barras	2	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 100,00
11	Catalogos para asesoría	12	\$ 45,00	\$ 540,00	\$ 135,00
12	Arriendos	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
13	Remuneraciones		\$ 42.380,03	\$ 42.380,03	\$ 3.531,67
TOTAL				\$ 613.260,03	\$ 148.051,67

Anexo 13: Ingresos anuales optimistas

INGRESOS ANUALES PARA FLUJO DE CAJA OPTIMISTA						
ITEM	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Línea Cierres					
1	Cantidad	10.900	11.445	12.017	12.618	13.249
	Precio	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
P. 1	Subtotal	\$ 272.500,00	\$ 286.125,00	\$ 300.431,25	\$ 315.452,81	\$ 331.225,45
	Línea Botones					
2	Cantidad	9.810	10.301	10.816	11.356	11.924
	Precio	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
P. 2	Subtotal	\$ 98.100,00	\$ 103.005,00	\$ 108.155,25	\$ 113.563,01	\$ 119.241,16
	Línea Llaves					
3	Cantidad	1.090	1.145	1.202	1.262	1.325
	Precio	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
P. 3	Subtotal	\$ 13.080,00	\$ 13.734,00	\$ 14.420,70	\$ 15.141,74	\$ 15.898,82
	Línea Etiquetas					
4	Cantidad	2.180	2.289	2.403	2.524	2.650
	Precio	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
P. 4	Subtotal	\$ 7.630,00	\$ 8.011,50	\$ 8.412,08	\$ 8.832,68	\$ 9.274,31
	Línea Hilos					
5	Cantidad	4.905	5.150	5.408	5.678	5.962
	Precio	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60
P. 5	Subtotal	\$ 61.803,00	\$ 64.893,15	\$ 68.137,81	\$ 71.544,70	\$ 75.121,93
	Línea Reatas					
6	Cantidad	8.175	8.584	9.013	9.464	9.937
	Precio	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
P. 6	Subtotal	\$ 57.225,00	\$ 60.086,25	\$ 63.090,56	\$ 66.245,09	\$ 69.557,35
	Línea Topes					
7	Cantidad	1.417	1.488	1.562	1.640	1.722
	Precio	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20
P. 7	Subtotal	\$ 3.117,40	\$ 3.273,27	\$ 3.436,93	\$ 3.608,78	\$ 3.789,22
	Línea Parches/apliques					
8	Cantidad	164	172	180	189	199
	Precio	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
P. 8	Subtotal	\$ 3.270,00	\$ 3.433,50	\$ 3.605,18	\$ 3.785,43	\$ 3.974,71
	TOTAL	516.725	542.562	569.690	598.174	628.083

Anexo 14: Ingresos anuales pesimistas

INGRESOS ANUALES PARA FLUJO DE CAJA PESIMISTA						
ITEM	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Línea Cierres					
1	Cantidad	9.700	10.185	10.694	11.229	11.790
	Precio	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
P. 1	Subtotal	\$ 242.500,00	\$ 254.625,00	\$ 267.356,25	\$ 280.724,06	\$ 294.760,27
	Línea Botones					
2	Cantidad	8.730	9.167	9.625	10.106	10.611
	Precio	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
P. 2	Subtotal	\$ 87.300,00	\$ 91.665,00	\$ 96.248,25	\$ 101.060,66	\$ 106.113,70
	Línea Llaves					
3	Cantidad	970	1.019	1.069	1.123	1.179
	Precio	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
P. 3	Subtotal	\$ 11.640,00	\$ 12.222,00	\$ 12.833,10	\$ 13.474,76	\$ 14.148,49
	Línea Etiquetas					
4	Cantidad	1.940	2.037	2.139	2.246	2.358
	Precio	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
P. 4	Subtotal	\$ 6.790,00	\$ 7.129,50	\$ 7.485,98	\$ 7.860,27	\$ 8.253,29
	Línea Hilos					
5	Cantidad	4.365	4.583	4.812	5.053	5.306
	Precio	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60	\$ 12,60
P. 5	Subtotal	\$ 54.999,00	\$ 57.748,95	\$ 60.636,40	\$ 63.668,22	\$ 66.851,63
	Línea Reatas					
6	Cantidad	7.275	7.639	8.021	8.422	8.843
	Precio	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
P. 6	Subtotal	\$ 50.925,00	\$ 53.471,25	\$ 56.144,81	\$ 58.952,05	\$ 61.899,66
	Línea Topes					
7	Cantidad	1.261	1.324	1.390	1.460	1.533
	Precio	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20
P. 7	Subtotal	\$ 2.774,20	\$ 2.912,91	\$ 3.058,56	\$ 3.211,48	\$ 3.372,06
	Línea Parches/apliques					
8	Cantidad	146	153	160	168	177
	Precio	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
P. 8	Subtotal	\$ 2.910,00	\$ 3.055,50	\$ 3.208,28	\$ 3.368,69	\$ 3.537,12
	TOTAL	459.838	482.830	506.972	532.320	558.936

Anexo 15: Nomina personal

NOMINA PERSONAL DEL ALMACÉN													
ITEM	CONCEPTO	SALARIO MES	CANTIDAD	ANUAL	13er.	14to.	IESS	F.R.	1er.	2do.	3ro	4to.	5to.
1	Vendedor 1	\$ 350,00	\$ 1,00	\$ 4.200,00	\$ 350,00	\$ 340,00	\$ 510,30	\$ 350,00	\$ 5.750,30	\$ 5.750,30	\$ 5.750,30	\$ 5.750,30	\$ 5.750,30
2	Vendedor 2	\$ 350,00	\$ 1,00	\$ 4.200,00	\$ 350,00	\$ 340,00	\$ 510,30	\$ 350,00	\$ 5.750,30	\$ 5.750,30	\$ 5.750,30	\$ 5.750,30	\$ 5.750,30
3	Horas extras								\$ 575,03	\$ 575,03	\$ 575,03	\$ 575,03	\$ 575,03
TOTAL		\$ 700,00	\$ 2,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 680,00	\$ 1.020,60	\$ 700,00	\$ 12.075,63	\$ 12.075,63	\$ 12.075,63	\$ 12.075,63	\$ 12.075,63

Anexo 16: Costos anuales: escenario optimista

COSTOS ANUALES - ESCENARIO OPTIMISTA											
ITEM	CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR
1	Línea de Cierres	10.900	141.700	11.445	\$ 148.785,00	12.017	\$ 156.224,25	12.618	\$ 164.035,46	13.249	\$ 172.237,24
2	Línea de Botones	9.810	73.575	10.301	\$ 77.253,75	10.816	\$ 81.116,44	11.356	\$ 85.172,26	11.924	\$ 89.430,87
3	Línea de Llaves	1.090	7.630	1.145	\$ 8.011,50	1.202	\$ 8.412,08	1.262	\$ 8.832,68	1.325	\$ 9.274,31
4	Línea de Etiquetas	2.180	5.450	2.289	\$ 5.722,50	2.403	\$ 6.008,63	2.524	\$ 6.309,06	2.650	\$ 6.624,51
5	Línea de Hilos	4.905	44.145	5.150	\$ 46.352,25	5.408	\$ 48.669,86	5.678	\$ 51.103,36	5.962	\$ 53.658,52
6	Línea de Reatas	8.175	32.700	8.584	\$ 34.335,00	9.013	\$ 36.051,75	9.464	\$ 37.854,34	9.937	\$ 39.747,05
7	Línea de Topes	1.417	2.126	1.488	\$ 2.231,78	1.562	\$ 2.343,36	1.640	\$ 2.460,53	1.722	\$ 2.583,56
8	Línea de Parches/ apliques	164	1.635	172	\$ 1.716,75	180	\$ 1.802,59	189	\$ 1.892,72	199	\$ 1.987,35
9	Catalogos para domicilio	2.616	3.600	2.747	\$ 4.120,20	2.884	\$ 4.326,21	3.028	\$ 4.542,52	3.180	\$ 4.769,65
SUBTOTAL PRODUCTOS		41.257	312.561	43.319	\$ 328.528,73	45.485	\$ 344.955,16	47.760	\$ 362.202,92	50.148	\$ 380.313,07
10	Salarios		12.076		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63
SUBTOTAL SALARIOS			12.076		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63
11	Arriendos	12	4.800		\$ 4.800,00		\$ 4.800,00		\$ 4.800,00		\$ 4.800,00
12	Combustible	360	216		\$ 235,44		\$ 256,63		\$ 279,73		\$ 304,90
SUBTOTAL OTROS			5.016		\$ 5.035,44		\$ 5.056,63		\$ 5.079,73		\$ 5.104,90
TOTAL			329.652		\$ 345.639,80		\$ 362.087,42		\$ 379.358,28		\$ 397.493,60

Anexo 17: Costos anuales: escenario pesimista

COSTOS ANUALES - ESCENARIO PESIMISTA											
ITEM	CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR
1	Línea de Cierres	9.700	126.100	10.185	\$ 132.405,00	10.694	\$ 139.025,25	11.229	\$ 145.976,51	11.790	\$ 153.275,34
2	Línea de Botones	8.730	65.475	9.167	\$ 68.748,75	9.625	\$ 72.186,19	10.106	\$ 75.795,50	10.611	\$ 79.585,27
3	Línea de Llaves	970	6.790	1.019	\$ 7.129,50	1.069	\$ 7.485,98	1.123	\$ 7.860,27	1.179	\$ 8.253,29
4	Línea de Etiquetas	1.940	4.850	2.037	\$ 5.092,50	2.139	\$ 5.347,13	2.246	\$ 5.614,48	2.358	\$ 5.895,21
5	Línea de Hilos	4.365	39.285	4.583	\$ 41.249,25	4.812	\$ 43.311,71	5.053	\$ 45.477,30	5.306	\$ 47.751,16
6	Línea de Reatas	7.275	29.100	7.639	\$ 30.555,00	8.021	\$ 32.082,75	8.422	\$ 33.686,89	8.843	\$ 35.371,23
7	Línea de Topes	1.261	1.892	1.324	\$ 1.986,08	1.390	\$ 2.085,38	1.460	\$ 2.189,65	1.533	\$ 2.299,13
8	Línea de Parches/ apliques	146	1.455	153	\$ 1.527,75	160	\$ 1.604,14	168	\$ 1.684,34	177	\$ 1.768,56
9	Catalogos para domicilio	2.721	3.420	2.829	\$ 5.670,00	2.971	\$ 5.953,50	3.119	\$ 6.251,18	3.275	\$ 6.563,73
	SUBTOTAL PRODUCTOS	37.107	278.367	38.935	\$ 294.363,83	40.882	\$ 309.082,02	42.926	\$ 324.536,12	45.072	\$ 340.762,92
1	Salarios		12.076		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63
	SUBTOTAL SALARIOS		12.076		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63		\$ 12.075,63
3	Arriendos	12	4.800		\$ 4.800,00		\$ 4.800,00		\$ 4.800,00		\$ 4.800,00
4	Combustible	360	216		\$ 233,60		\$ 245,28		\$ 257,55		\$ 270,43
	SUBTOTAL OTROS		5.016		\$ 5.033,60		\$ 5.045,28		\$ 5.057,55		\$ 5.070,43
	TOTAL		295.458		\$ 311.473,06		\$ 326.202,93		\$ 341.669,30		\$ 357.908,98

Anexo 18: Nómina Administrativa

NOMINA PERSONAL ADMINISTRATIVO													
ITEM	CONCEPTO	SUELDO MES	CANTIDAD	ANUAL	13er.	14to.	IESS	Fondo Res.	1er.	2do	3ro.	4to.	5to.
1	Gerente General	\$ 1.000,00	1	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 340,00	\$ 1.458,00	\$ 1.000,00	\$ 15.798,00	\$ 15.798,00	\$ 15.798,00	\$ 15.798,00	\$ 15.798,00
2	Gerente compras internacionales	\$ 800,00	1	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 340,00	\$ 1.166,40	\$ 800,00	\$ 12.706,40	\$ 12.706,40	\$ 12.706,40	\$ 12.706,40	\$ 12.706,40
3	Contador (honorario)	\$ 150,00	1						\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
	TOTAL	\$ 1.950,00	\$ 3,00	\$ 21.600,00	\$ 1.800,00	\$ 680,00	\$ 2.624,40	\$ 1.800,00	\$ 30.304,40	\$ 30.304,40	\$ 30.304,40	\$ 30.304,40	\$ 30.304,40

Anexo 19: Gastos generales anuales.

GASTOS GENERALES ANUALES						
ITEM	CONCEPTO	Valor	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Sueldos	\$ 30.304,40	\$ 30.304,40	\$ 30.304,40	\$ 30.304,40	\$ 30.304,40
2	Asesoría personalizada	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
3	Arriendo	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00
4	Teléfono, luz, agua	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00
5	Útiles de oficina	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00
6	Alarma	\$ 804,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00
7	Contribución Super. Cías.	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
8	Gasto viaje de negocios	\$ 8.000,00	\$ -	\$ 8.000,00	\$ -	\$ -
9	Matricula de moto	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
10	Capacitación al personal	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
11	Gastos de publicidad	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
12	Promociones	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
13	Gastos de importación	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
	TOTAL	\$ 68.483,40	\$ 60.183,40	\$ 68.183,40	\$ 60.183,40	\$ 60.183,40

Anexo 20: Tabla de intereses Banco del Pichincha

TARIFARIO BANCO PICHINCHA									
Actualizado al 01 de enero de 2013									
	Tasa Nominal								Tasa Efectiva
	COMERCIAL		CONSUMO		VIVIENDA		MICROEMPRESA		
	TASA FIJA	TASA VARIABLE	TASA FIJA	TASA VARIABLE	TASA FIJA	TASA VARIABLE	TASA FIJA	TASA VARIABLE	
Crédito Dinámico (2)			15.18%						18.28%
Crédito Preciso (1)(2) (A)			15.18%						16.28%
Crédito Autoseguro 1 (A)			15.15%						16.25%
Préstamo Preferencial Diners PPD (A) (2)**			15.12%						16.21%
Crédito Productivo (2)(4) (A)									11.83%
De \$22.000 a \$200.000		11.20%							11.79%
De \$220.001 a \$1.000.000		9.74%							10.19%
De \$1.100.001 en adelante		8.92%							9.29%
Crédito Línea Abierta (garantía hipotecaria) (A) (2)				15.15%					16.25%
Crédito Habitar (1) (A) (2)						10.75%			11.30%
Crédito para adquisición de terrenos(hasta 5 años) (2)				15.15%					16.25%
Crédito Multihipoteca (2) (A)				15.20%					16.30%
Crédito Compatriota(2)						10.75%			11.30%
Crédito en base a monto por rangos (A) (2)									
De \$300 a \$1000								26.90%	30.48%
De \$1001 a \$3.000								26.90%	30.48%
De \$3.300 a \$5.000								24.50%	27.45%
De \$5.001 a \$10.000								23.90%	26.70%
De \$10.500 a \$20.000								22.50%	24.97%
PLAN DE PAGOS									
Tablas de Amortización		X		X		X		X	
Operación a término		X							
Ocasional	15.10%		15.10%				15.10%		18.30%
Contratado	15.10%		15.10%				15.10%		18.30%

Anexo 21: Estado de Resultados escenario optimista

NORTEXTIL						
Estado de Resultados:	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		516.725,40	542.561,67	569.689,75	598.174,24	628.082,95
Ventas		516.725,40	542.561,67	569.689,75	598.174,24	628.082,95
EGRESOS		412.832,01	418.688,59	441.089,25	446.123,47	461.700,69
(=) COSTO DE VENTAS		312.560,50	328.528,73	344.955,16	362.202,92	380.313,07
Inv. Inicial mercadería		-	-	-	-	-
(+) compras de mercadería		312.560,50	328.528,73	344.955,16	362.202,92	380.313,07
(-) Inv. Final de mercadería		-	-	-	-	-
(=) GASTOS OPERATIVOS		100.271,51	90.159,87	96.134,09	83.920,55	81.387,63
GASTOS DE VENTA		42.191,63	42.211,07	42.232,26	42.255,36	42.280,53
Sueldos vendedores		8.975,03	8.975,03	8.975,03	8.975,03	8.975,03
Beneficios sociales		1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00
Fondos de Reserva		700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Aporte patronal IESS 12,15%		1.020,60	1.020,60	1.020,60	1.020,60	1.020,60
Arriendos		4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Gastos de publicidad		8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Capacitación al personal		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Promociones		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Gastos de importación		15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Otros (Gtos de Venta, etc.)		216,00	235,44	256,63	279,73	304,90
GASTOS ADMINISTRATIVOS		43.383,40	35.083,40	43.083,40	35.083,40	35.083,40
Sueldos y salarios administrativos		21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00
Beneficios sociales		2.480,00	2.480,00	2.480,00	2.480,00	2.480,00
Fondos de Reserva		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Aporte patronal IESS 12,15%		2.624,40	2.624,40	2.624,40	2.624,40	2.624,40
Honorarios profesionales		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Servicios de asesoría		800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Arriendo		1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Servicios básicos		850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
Útiles de oficina		625,00	625,00	625,00	625,00	625,00
Seuridad y equipos de alarma		804,00	504,00	504,00	504,00	504,00
Contribución Super. Cías.		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Gasto viaje de negocios		8.000,00	-	8.000,00	-	-
Matrícula de moto		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
GASTOS FINANCIEROS		11.584,15	9.753,06	7.706,10	5.417,79	2.859,70
Intereses prestamos bancarios		11.584,15	9.753,06	7.706,10	5.417,79	2.859,70
GASTO DEPRECIACIÓN Y		3.112,33	3.112,33	3.112,33	1.164,00	1.164,00
Depreciación muebles y encerres		808,00	808,00	808,00	808,00	808,00
Depreciación equipos de computación		1.100,00	1.100,00	1.100,00	-	-
Depreciación vehículos		356,00	356,00	356,00	356,00	356,00
Depreciación equipos de oficina		348,33	348,33	348,33	-	-
Amortización software		500,00	500,00	500,00	-	-
Utilidad de Operación		103.893,39	123.873,08	128.600,50	152.050,77	166.382,26
(-) 15% Participación trabajadores		15.584,01	18.580,96	19.290,08	22.807,62	24.957,34
Utilidad antes de impuestos		88.309,38	105.292,12	109.310,43	129.243,16	141.424,92
(-) 22% de Impuesto a la Renta		19.428,06	23.164,27	24.048,29	28.433,49	31.113,48
Utilidad neta del ejercicio		68.881,32	82.127,85	85.262,13	100.809,66	110.311,44

Anexo 22: Estado de Resultados escenario pesimista

NORTEXTIL						
Estado de Resultados:	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		459.838,20	482.830,11	506.971,62	532.320,20	558.936,21
Ventas		459.838,20	482.830,11	506.971,62	532.320,20	558.936,21
EGRESOS		378.638,01	384.521,86	405.204,76	408.434,49	422.116,07
(=) COSTO DE VENTAS		278.366,50	294.363,83	309.082,02	324.536,12	340.762,92
Inv. Inicial mercadería		-	-	-	-	-
(+) compras de mercadería		278.366,50	294.363,83	309.082,02	324.536,12	340.762,92
(-) Inv. Final de mercadería		-	-	-	-	-
(=) GASTOS OPERATIVOS		100.271,51	90.158,03	96.122,74	83.898,37	81.353,15
GASTOS DE VENTA		42.191,63	42.209,23	42.220,91	42.233,18	42.246,06
Sueldos vendedores		8.975,03	8.975,03	8.975,03	8.975,03	8.975,03
Beneficios sociales		1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00
Fondos de Reserva		700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Aporte patronal IESS 12,15%		1.020,60	1.020,60	1.020,60	1.020,60	1.020,60
Arriendos		4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Gastos de publicidad		8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Capacitación al personal		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Promociones		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Gastos de importación		15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Otros (Gtos de Venta, etc.)		216,00	233,60	245,28	257,55	270,43
GASTOS ADMINISTRATIVOS		43.383,40	35.083,40	43.083,40	35.083,40	35.083,40
Sueldos y salarios administrativos		21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00
Beneficios sociales		2.480,00	2.480,00	2.480,00	2.480,00	2.480,00
Fondos de Reserva		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Aporte patronal IESS 12,15%		2.624,40	2.624,40	2.624,40	2.624,40	2.624,40
Honorarios profesionales		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Servicios de asesoría		800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Arriendo		1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Servicios básicos		850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
Útiles de oficina		625,00	625,00	625,00	625,00	625,00
Seguridad y equipos de alarma		804,00	504,00	504,00	504,00	504,00
Contribución Super. Cías.		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Gasto viaje de negocios		8.000,00	-	8.000,00	-	-
Matricula de moto		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
GASTOS FINANCIEROS		11.584,15	9.753,06	7.706,10	5.417,79	2.859,70
Intereses prestamos bancarios		11.584,15	9.753,06	7.706,10	5.417,79	2.859,70
GASTO DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN		3.112,33	3.112,33	3.112,33	1.164,00	1.164,00
Depreciación muebles y enseres		808,00	808,00	808,00	808,00	808,00
Depreciación equipos de computación		1.100,00	1.100,00	1.100,00	-	-
Depreciación vehículos		356,00	356,00	356,00	356,00	356,00
Depreciación equipos de oficina		348,33	348,33	348,33	-	-
Amortización software		500,00	500,00	500,00	-	-
Utilidad de Operación		81.200,19	98.308,25	101.766,86	123.885,71	136.820,13
(-) 15% Participación trabajadores		12.180,03	14.746,24	15.265,03	18.582,86	20.523,02
Utilidad antes de impuestos		69.020,16	83.562,02	86.501,83	105.302,85	116.297,11
(-) 22% de Impuesto a la Renta		15.184,44	18.383,64	19.030,40	23.166,63	25.585,36
Utilidad neta del ejercicio		53.835,73	65.178,37	67.471,42	82.136,23	90.711,75

Anexo 23: Balance General escenario optimista

NORTEXTIL						
Balance General:	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. ACTIVO						
1.1 ACTIVO CORRIENTE						
1.1.1 Activo disponible	148.051,67	79.673,94	91.706,47	93.483,61	106.065,66	113.871,42
1.1.1.1 Caja / bancos	148.051,67	79.673,94	91.706,47	93.483,61	106.065,66	113.871,42
1.1.1.2 Clientes						
1.1.2 Activo realizable	-	181.308,59	176.837,27	165.537,99	158.161,35	144.153,91
1.1.2.1 Cuentas por cobrar	-	181.308,59	176.837,27	165.537,99	158.161,35	144.153,91
1.1.2.2 Inventarios	-	-	-	-	-	-
1.2 ACTIVO NO CORRIENTE						
1.2.1 Propiedad, planta y equipo	14.205,00	11.592,67	8.980,33	6.368,00	5.204,00	4.040,00
1.2.1.1 Muebles y enseres	8.080,00	8.080,00	8.080,00	8.080,00	8.080,00	8.080,00
(-)Deprec. Aclada muebles y enseres		808,00	1.616,00	2.424,00	3.232,00	4.040,00
1.2.1.2 Equipos de computación	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	-	-
(-)Deprec. Aclada eq. de computación		1.100,00	2.200,00	3.300,00	-	-
1.2.1.3 Vehículos	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00
(-)Deprec. Aclada vehículos		356,00	712,00	1.068,00	1.424,00	1.780,00
1.2.1.4 Equipos de oficina	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	-	-
(-)Deprec. Aclada eq. de oficina		348,33	696,67	1.045,00	-	-
1.2.2 Activos intangibles	1.500,00	1.000,00	500,00	-	-	-
1.2.2.1 Licencias y software de computación	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	-	-
(-) Amortización software y licencias		500,00	1.000,00	1.500,00	-	-
Activo total	163756,6692	273.575,20	278.024,07	265.389,60	269.431,01	262.065,33
2. PASIVOS						
2.1 Pasivo Circulante		53.192,88	61.757,12	65.397,23	75.588,28	82.976,09
2.1.1 Proveedores			-	-	-	-
2.1.2 Créditos bancarios c/p		15.530,81	17.361,90	19.408,86	21.697,17	24.255,26
2.1.3 Obligaciones empleados		2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00
2.1.4 15% Participación trabajadores		15.584,01	18.580,96	19.290,08	22.807,62	24.957,34
2.1.4 I.R por pagar		19.428,06	23.164,27	24.048,29	28.433,49	31.113,48
2.2 Pasivo largo plazo	98.254,00	82.723,19	65.361,29	45.952,43	24.255,26	-
2.2.1 Créditos bancarios l/p	98.254,00	82.723,19	65.361,29	45.952,43	24.255,26	-
Pasivo total	98254,0015	135.916,07	127.118,42	111.349,66	99.843,54	82.976,09
3. PATRIMONIO	65.502,67	137.659,12	150.905,65	154.039,93	169.587,46	179.089,24
3.1 Capital	65.502,67	65.502,67	65.502,67	65.502,67	65.502,67	65.502,67
3.2 Fondos de Reserva		3.275,13	3.275,13	3.275,13	3.275,13	3.275,13
3.3 Resultado del ejercicio		68.881,32	82.127,85	85.262,13	100.809,66	110.311,44
Pasivo + Capital	163756,6692	273.575,19	278.024,07	265.389,60	269.431,01	262.065,33

Anexo 24: Balance General escenario pesimista

NORTEXTIL						
Balance General:	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. ACTIVO						
1.1 ACTIVO CORRIENTE						
1.1.1 Activo disponible	148.051,67	64.628,35	74.756,99	75.692,90	86.892,22	93.771,73
1.1.1.1 Caja / bancos	148.051,67	64.628,35	74.756,99	75.692,90	86.892,22	93.771,73
1.1.1.2 Clientes						
1.1.2 Activo realizable	-	173.660,98	168.221,92	156.495,05	149.169,72	152.126,14
1.1.2.1 Cuentas por cobrar	-	173.660,98	168.221,92	156.495,05	149.169,72	152.126,14
1.1.2.2 Inventarios	-	-	-	-	-	-
1.2 ACTIVO NO CORRIENTE						
1.2.1 Propiedad, planta y equipo	14.205,00	11.592,67	8.980,33	6.368,00	5.204,00	4.040,00
1.2.1.1 Muebles y enseres	8.080,00	8.080,00	8.080,00	8.080,00	8.080,00	8.080,00
(-)Deprec. Aclada muebles y enseres		808,00	1.616,00	2.424,00	3.232,00	4.040,00
1.2.1.2 Equipos de computación	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	-	-
(-)Deprec. Aclada eq. de computación		1.100,00	2.200,00	3.300,00	-	-
1.2.1.3 Vehículos	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00	1.780,00
(-)Deprec. Aclada vehículos		356,00	712,00	1.068,00	1.424,00	1.780,00
1.2.1.4 Equipos de oficina	1.045,00	1.045,00	1.045,00	1.045,00	-	-
(-)Deprec. Aclada eq. de oficina		348,33	696,67	1.045,00	-	-
1.2.2 Activos intangibles	1.500,00	1.000,00	500,00	-	-	-
1.2.2.1 Licencias y software de comput.	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	-	-
(-) Amortización software y licencias		500,00	1.000,00	1.500,00	-	-
Activo total	163.756,67	250.882,00	252.459,24	238.555,95	241.265,94	249.937,87
2. PASIVOS						
2.1 Pasivo Circulante		45.545,28	53.141,78	56.354,29	66.096,65	90.448,32
2.1.1 Proveedores			-	-	-	17.434,67
2.1.2 Créditos bancarios c/p		15.530,81	17.361,90	19.408,86	21.697,17	24.255,26
2.1.3 Obligaciones empleados		2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00
2.1.4 15% Participación trabajadores		12.180,03	14.746,24	15.265,03	18.582,86	20.523,02
2.1.4 I.R por pagar		15.184,44	18.383,64	19.030,40	23.166,63	25.585,36
2.2 Pasivo largo plazo	98.254,00	82.723,19	65.361,29	45.952,43	24.255,26	-
2.2.1 Créditos bancarios l/p	98.254,00	82.723,19	65.361,29	45.952,43	24.255,26	-
Pasivo total	98.254,00	128.268,47	118.503,07	102.306,72	90.351,92	90.448,32
3. PATRIMONIO	65.502,67	122.613,53	133.956,17	136.249,23	150.914,03	159.489,55
3.1 Capital	65.502,67	65.502,67	65.502,67	65.502,67	65.502,67	65.502,67
3.2 Fondos de Reserva		3.275,13	3.275,13	3.275,13	3.275,13	3.275,13
3.3 Resultado del ejercicio		53.835,73	65.178,37	67.471,42	82.136,23	90.711,75
Pasivo + Capital	163.756,67	250.881,99	252.459,24	238.555,95	241.265,94	249.937,87

Anexo 25: Flujo de caja escenario optimista

FLUJO DE CAJA OPTIMISTA						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 516.725,40	\$ 542.561,67	\$ 569.689,75	\$ 598.174,24	\$ 628.082,95
TOTAL INGRESOS		\$ 516.725,40	\$ 542.561,67	\$ 569.689,75	\$ 598.174,24	\$ 628.082,95
EGRESOS						
Costos		\$ 329.652,13	\$ 345.639,80	\$ 362.087,42	\$ 379.358,28	\$ 397.493,60
Gastos generales		\$ 68.483,40	\$ 60.183,40	\$ 68.183,40	\$ 60.183,40	\$ 60.183,40
Depreciaciones		\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 1.164,00	\$ 1.164,00
Amortizaciones		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00		
TOTAL EGRESOS		\$ 401.247,86	\$ 408.935,53	\$ 433.383,15	\$ 440.705,68	\$ 458.841,00
UTILIDAD BRUTA		\$ 115.477,54	\$ 133.626,14	\$ 136.306,60	\$ 157.468,57	\$ 169.241,96
15% Trabajadores		\$ 17.321,63	\$ 20.043,92	\$ 20.445,99	\$ 23.620,28	\$ 25.386,29
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 98.155,91	\$ 113.582,22	\$ 115.860,61	\$ 133.848,28	\$ 143.855,66
22% Impuesto a la renta		\$ 21.594,30	\$ 24.988,09	\$ 25.489,33	\$ 29.446,62	\$ 31.648,25
UTILIDAD NETA		\$ 76.561,61	\$ 88.594,13	\$ 90.371,28	\$ 104.401,66	\$ 112.207,42
Inversión	\$ (15.705,00)					
Capital de trabajo	\$ (148.051,67)					
Depreciaciones		\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 1.164,00	\$ 1.164,00
Amortizaciones		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00		
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (163.756,67)	\$ 79.673,94	\$ 91.706,47	\$ 93.483,61	\$ 105.565,66	\$ 113.371,42
Tasa de Descuento	15,67%					
VAN	\$127.811					
TIR	47,5%					

Anexo 26: Flujo de caja escenario pesimista

FLUJO DE CAJA PESIMISTA						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		459.838	482.830	506.972	532.320	558.936
TOTAL INGRESOS		\$ 459.838,20	\$ 482.830,11	\$ 506.971,62	\$ 532.320,20	\$ 558.936,21
EGRESOS						
Costos		295.458	311.473	326.203	341.669	357.909
Gastos generales		68.483	60.183	68.183	60.183	60.183
Depreciaciones		2.612	2.612	2.612	1.164	1.164
Amortizaciones		500	500	500		
TOTAL EGRESOS		\$ 367.053,86	\$ 374.768,79	\$ 397.498,66	\$ 403.016,70	\$ 419.256,38
UTILIDAD BRUTA		\$ 92.784,34	\$ 108.061,32	\$ 109.472,95	\$ 129.303,50	\$ 139.679,83
15% Trabajadores		13.918	16.209	16.421	19.396	20.952
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 78.866,69	\$ 91.852,12	\$ 93.052,01	\$ 109.907,98	\$ 118.727,85
22% Impuesto a la renta		17.351	20.207	20.471	24.180	26.120
UTILIDAD NETA		\$ 61.516,02	\$ 71.644,65	\$ 72.580,57	\$ 85.728,22	\$ 92.607,73
Inversión	(15.705)					
Capital de trabajo	(148.052)					
Depreciaciones		2.612	2.612	2.612	1.164	1.164
Amortizaciones		500	500	500		
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (163.756,67)	\$ 64.628,35	\$ 74.756,99	\$ 75.692,90	\$ 86.892,22	\$ 93.771,73
Tasa de Descuento	15,67%					
VAN	\$78.466					
TIR	35,9%					

Anexo 27: Flujo de caja apalancado escenario optimista

FLUJO DE CAJA OPTIMISTA APALANCADO						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 516.725,40	\$ 542.561,67	\$ 569.689,75	\$ 598.174,24	\$ 628.082,95
TOTAL INGRESOS		\$ 516.725,40	\$ 542.561,67	\$ 569.689,75	\$ 598.174,24	\$ 628.082,95
EGRESOS						
Costos		\$ 329.652,13	\$ 345.639,80	\$ 362.087,42	\$ 379.358,28	\$ 397.493,60
Gastos generales		\$ 68.483,40	\$ 60.183,40	\$ 68.183,40	\$ 60.183,40	\$ 60.183,40
Intereses		\$ 11.584,15	\$ 9.753,06	\$ 7.706,10	\$ 5.417,79	\$ 2.859,70
Depreciaciones		\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 1.164,00	\$ 1.164,00
Amortización		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS		\$ 412.832,01	\$ 418.688,59	\$ 441.089,25	\$ 446.123,47	\$ 461.700,69
UTILIDAD BRUTA		\$ 103.893,39	\$ 123.873,08	\$ 128.600,50	\$ 152.050,77	\$ 166.382,26
15% Trabajadores		\$ 15.584,01	\$ 18.580,96	\$ 19.290,08	\$ 22.807,62	\$ 24.957,34
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 88.309,38	\$ 105.292,12	\$ 109.310,43	\$ 129.243,16	\$ 141.424,92
22% Impuesto a la renta		\$ 19.428,06	\$ 23.164,27	\$ 24.048,29	\$ 28.433,49	\$ 31.113,48
UTILIDAD NETA		\$ 68.881,32	\$ 82.127,85	\$ 85.262,13	\$ 100.809,66	\$ 110.311,44
Inversión	\$ (15.705,00)					
Capital de trabajo	\$ (148.051,67)					
Préstamo	\$ 98.254,00					
Pago de la deuda		\$ (15.530,81)	\$ (17.361,90)	\$ (19.408,86)	\$ (21.697,17)	\$ (24.255,26)
Depreciaciones		\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 1.164,00	\$ 1.164,00
Amortización		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00		
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (65.502,67)	\$ 56.462,84	\$ 67.878,29	\$ 68.965,60	\$ 80.276,50	\$ 87.220,18
TIR	93,9%					
Tasa de interes	11,8%					

Anexo 28: Flujo de caja apalancando escenario pesimista

FLUJO DE CAJA PESIMISTA APALANCADO						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 459.838,20	\$ 482.830,11	\$ 506.971,62	\$ 532.320,20	\$ 558.936,21
TOTAL INGRESOS		\$ 459.838,20	\$ 482.830,11	\$ 506.971,62	\$ 532.320,20	\$ 558.936,21
EGRESOS						
Costos		\$ 295.458,13	\$ 311.473,06	\$ 326.202,93	\$ 341.669,30	\$ 357.908,98
Gastos generales		\$ 68.483,40	\$ 60.183,40	\$ 68.183,40	\$ 60.183,40	\$ 60.183,40
Intereses		\$ 11.584,15	\$ 9.753,06	\$ 7.706,10	\$ 5.417,79	\$ 2.859,70
Depreciaciones		\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 1.164,00	\$ 1.164,00
Amortizaciones		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS		\$ 378.638,01	\$ 384.521,86	\$ 405.204,76	\$ 408.434,49	\$ 422.116,07
UTILIDAD BRUTA		\$ 81.200,19	\$ 98.308,25	\$ 101.766,86	\$ 123.885,71	\$ 136.820,13
15% Trabajadores		\$ 12.180,03	\$ 14.746,24	\$ 15.265,03	\$ 18.582,86	\$ 20.523,02
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 69.020,16	\$ 83.562,02	\$ 86.501,83	\$ 105.302,85	\$ 116.297,11
22% Impuesto a la renta		\$ 15.184,44	\$ 18.383,64	\$ 19.030,40	\$ 23.166,63	\$ 25.585,36
UTILIDAD NETA		\$ 53.835,73	\$ 65.178,37	\$ 67.471,42	\$ 82.136,23	\$ 90.711,75
Inversión	\$ (15.705,00)					
Capital de trabajo	\$ (148.051,67)					
Préstamo	\$ 98.254,00					
Pago de la deuda		\$ (15.530,81)	\$ (17.361,90)	\$ (19.408,86)	\$ (21.697,17)	\$ (24.255,26)
Depreciaciones		\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 2.612,33	\$ 1.164,00	\$ 1.164,00
Amortizaciones		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00		
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (65.502,67)	\$ 41.417,25	\$ 50.928,81	\$ 51.174,90	\$ 61.603,06	\$ 67.620,48
TIR	68,9%					
Tasa de interes prestamo	11,8%					

Anexo 29: Desaduanización y precios de Nortextil

FACTURA TOTAL	64.598,60											
GASTOS IMPORTACION	VALOR	COSTO	SEGURO	FLETE	CIF	ARANCEL	IVA	FODINFA	LIQUID.			
VALOR FAC	64.598,60	64.598,60	0,19%	150,97	4.332,68	69.082,25	13.816,45	8.289,87	34,54	22.140,86		
LIQUIDACION ADUANA	22.140,86											
ALMACENAJE	200,00											
FLETE INTERNACIONAL	3.925,00											
AGENTE ADUANAS	250,00											
GASTOS DESTINO	407,68											
SEGUROS	150,97											
TRASNP INTERNO	700,00											
5% de salida capital	3.229,93											
TOTAL COSTO IMPORTACION	95.603,04											
IVA	8.289,87											
COSTO IMPORTACION ANTES DE IVA	87.313,17											
				22.714,57								
PRODUCTO IMPORTADO	MINIMA CANTIDAD	PRECIO	MEDIDA	TOTAL FACT	PRORRAT	DESADUA.	COSTO NETO	COSTO	UNIDAD	PVP PROMEDIO	MEDIDA	PVP PROMEDIO POR UNIDAD
LÍNEA DE CIERRES												
Cierres Nylon 75 cm 100/pcs	3000	\$ 7,85	FUNDA	235,50	0,00364559	82,81	318,31	3,18	0,03	25,00	FUNDA DE 100 UNIDADES	0,25
Cierres Nylon 80 cm 100/pcs	1400	\$ 7,50	FUNDA	105,00	0,001625422	36,92	141,92	1,42	0,01			
Cierres Nylon 65 cm 100/pcs	1500	\$ 7,23	FUNDA	108,45	0,001678829	38,13	146,58	1,47	0,01			
Cierres Nylon 50 cm 100/pcs	1400	\$ 6,62	FUNDA	92,68	0,001434706	32,59	125,27	1,25	0,01			
Cierres plastico 75 cm 100/pcs	1300	\$ 8,80	FUNDA	114,40	0,001770936	40,23	154,63	1,55	0,02			
Cierres plastico 15 cm 100/pcs	700	\$ 3,46	FUNDA	24,22	0,000374931	8,52	32,74	0,33	0,00			
Cierres plastico 18 cm 100/pcs	700	\$ 3,60	FUNDA	25,20	0,000390101	8,86	34,06	0,34	0,00			
TOTAL	10000							13	0,13			
LÍNEA DE BOTONES												
Botones para mujer colores 4 huecos de 44 mm /144 pcs	5000	\$ 3,75	GRUESA	18.750,00	0,290253968	6.592,99	25.342,99	6,25	0,04	10	FUNDA DE 144 UNIDADES	0,1
Botones infantiles varios 2 huecos de 48 mm /144 pcs	2000	\$ 4,00	GRUESA	8.000,00	0,123841693	2.813,01	10.813,01	7,50	0,05			
Botones para camisa 2 huecos, de 12 mm	2000	\$ 4,25	GRUESA	8.500,00	0,131581799	2.988,82	11.488,82	8,75	0,06			
TOTAL	9000							7,50				
LÍNEA DE LLAVES												
Llaves de cierre decoradas No 5 /100pcs	500	\$ 4,600	FUNDA	2.300,00	0,035604487	808,74	3.108,74	6,22	0,06	12	FUNDA DE 100 UNIDADES	0,12
Llaves de cierre metalicas No 5 /100pcs/75 cm	500	\$ 5,20	FUNDA	2.600,00	0,04024855	914,23	3.514,23	7,03	0,07			
TOTAL	1000							7,00				
LÍNEA DE ETIQUETAS												
Tallas bordadas 100 MTS	1000	\$ 2,700	ROLLO	2.700,00	0,041796571	949,39	3.649,39	3,65	0,04	3,5	ROLLOS DE 100 MTS	0,15 por metro
Tallas estampadas 100 MTS	1000	\$ 1,500	ROLLO	1.500,00	0,023220317	527,44	2.027,44	2,03	0,02			
TOTAL	2000							2,50				
LÍNEA DE HILOS												
Hilos para coser	3500	\$ 4,50	CAJA	15.750,00	0,243813333	5.538,12	21.288,12	6,08	6,08	12,6	CAJAS DE 6 UNIDADES	2,1
Hilos para bordar	1000	\$ 5,25	CAJA	5.250,00	0,081271111	1.846,04	7.096,04	7,10	7,10			
TOTAL	4500							9,00				
LÍNEA DE REATAS												
Reatas 50 mts/rollo	5000	\$ 1,95	ROLLO	9.750,00	0,150932064	3.428,36	13.178,36	3,10	0,02	7	ROLLOS DE 50 MTS	0,25 por metro
Reatas polyester 200 mts/rollo	2500	\$ 2,70	ROLLO	6.750,00	0,104491429	2.373,48	9.123,48	3,65	0,02			
TOTAL	7500							4,00				
LÍNEA DE TOPES												
Topes de plastico de 10mm	800	\$ 1,250	FUNDA	1.000,00	0,015480212	351,63	1.351,63	1,69	0,02	2,2	FUNDA DE 100 UNIDADES	0,50 la docena
Topes de plastico de 9mm	500	\$ 0,970	FUNDA	485,00	0,007507903	170,54	655,54	1,31	0,01			
TOTAL	1300							1,50				
LÍNEA DE PARCHES												
Parches bordados para estampar con plancha. Tamaño 105*100 mm	50	\$ 7,700	FUNDA	3,85	0,00005960	1,35	5,20	10,41	0,10	20,00	FUNDA DE 100 UNIDADES	0,20
Parches bordados para estampar Tamaño 50*65 mm	25	\$ 8,500	FUNDA	2,13	0,00003290	0,75	2,87	11,49	0,11			
Parches bordados para estampar Tamaño 124*75 mm	25	\$ 11,000	FUNDA	2,75	0,00004257	0,97	3,72	14,87	0,15			
Parches para estampar brillos Tamaño 43*84 mm	25	\$ 4,500	FUNDA	1,13	0,00001742	0,40	1,52	6,08	0,06			
Parches para estampar brillos Tamaño	25	\$ 15,000	FUNDA	3,75	0,00005805	1,32	5,07	20,27	0,20			
TOTAL	150							10	0,16			

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

Asociación de industriales textiles del Ecuador. (2011). *El sector textil y confección en el Ecuador: Análisis macroeconómico sectorial 200-2010*. Ecuador, Quito: Publiasesores Cía. Ltda.

Cámara Artesanal de Pichincha. (2012). *Guía 2012*. Ecuador, Quito: Globlacorp impresiones.

FRED R. David. (2008). *Administración Estratégica*, (11 a ED.). México: Mc Graw-Hill.

Galindo, E. (2008). *“Ejercicios y problemas de probabilidad y estadística”*. (3ra Ed.). Ecuador, Quito: Prociencia Editores.

Guayasamin, F. (2011). *Código orgánico de la producción, comercio e inversiones*, Ecuador, Quito: Edarsi editores

Hernández R, Fernández C, Baptista M. (2010), (5 a ED.). México: Mc Graw-Hill.

Hidalgo W. (2009). *Bases y cimientos del Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos*, Ecuador, Quito: Diseño e impresión.

Kotler, P. Armstrong, G. (2008). *“Fundamentos de marketing*. (8 va Ed.). México, México DF: Pearson Education, pág. 180.

Malhotra, Naresh, (2004). *Investigación de mercados. Un enfoque administrativo*. México. DF. México: Pearson Education , pág. 139,147.

Roos, S., Westerfield R., Jordan B. (2008). pág. 55. *“Fundamentos de finanzas corporativas”*. México, México DF: Mc Graw Hill.

Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., Strickland, A. (2012). *Administración Estratégica*, (18 a Ed.). México. DF., México: Mc Graw-Hill.

PÁGINAS DE INTERNET

Actividades económicas. ¿Qué son las actividades económicas? (2013). Recuperado el 12 de Marzo de 2013 de: <http://www.actividadeseconomicas.org/2012/05/que-son-las-actividades-economicas.html#.UX6Y17W-IDM>

Aduana del Ecuador. (2011) ¿Cuánto se debe pagar en tributos por un producto importado? Recuperado el 16 de Noviembre de 2012 de: <http://www.aduana.gob.ec/contenido/proclmportar.html>

Aduana del Ecuador. (2013). Arancel nacional integrado. Recuperado el 20 de Abril de 2013 de: <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/>

Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador. (2013). Requisitos para traspaso de matriculas, Recuperado el 04 de Mayo de 2013 de: <http://www.ant.gov.ec>

Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2010). Historia y actualidad. Recuperado el 16 de Enero de 2013 de: <http://www.aite.com.ec/>,

Asociación de industriales textiles del Ecuador. (2011). Estadísticas importaciones de bienes textiles. Recuperado el 15 de noviembre de 2012, de: http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=20:estadisticas-2009&Itemid=19.

Asociación de industriales textiles del Ecuador. (2011). Impuesto a la salida de divisas. Recuperado el 16 de Noviembre del 2012 de: <http://www.aite.com.ec/>

Balarezo, T. (2013). Estimación de los costos para la empresa textil. Recuperada el 21 de Abril de 2013, de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4180/1/QT03542.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2009). Cuentas nacionales trimestrales del Ecuador. Recuperado el 15 de noviembre de 2012, de: <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000023>.

Banco Central del Ecuador. (2011). Reporte anual de la inflación. Recuperado el 15 de Diciembre de 2012, de: <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201202.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2012). Estudios macroeconómicos. Recuperado el 15 de noviembre de 2012, de: <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro012012.pdf>,

Definición de un financiamiento colectivo para las microempresas del centro comercial de mayoristas y negocios andinos. (2009). Programa de maestrías en dirección de empresas, Recuperado el 16 de Noviembre de 2012 de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/645/1/T795-MBA-Hidalgo-Definici%C3%B3n%20de%20un%20sistema%20financiero%20colectivo.pdf>

Gerencie.com. (2010). Flujo de trabajo, Recuperado el 10 de julio de 2013, de: <http://www.gerencie.com/estado-de-flujos-de-efectivo.html>

Google Maps. (2013). Recuperado el 12 de Febrero de 2013 de: <http://maps.google.com.ec/maps?hl=es-419&tab=wl>.

Instituto de la Ciudad. (2010). Información estadística. Recuperado el 07 de Enero del 2013 de: <http://institutodelaciudad.com.ec/index.php/informacion-estadistica/informacion-especializada/95-datos-parque-metropolitano-del-sur>.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2008). Clasificación CIU. Recuperado el 15 de noviembre de 2012, de: <http://www.ecuadorencifras.com:8080/SIN/descargas/ciu.pdf>.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Información Censal Cantonal. Recuperado el 7 de Enero de 2013 de: http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es

Servicios de Rentas Interna. (2011). Salida de divisas, Recuperado el 16 de Noviembre del 2012 de: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>,

Superintendencia de compañías. (2012). Número de compañías por provincia y actividad económica. Recuperado el 15 de noviembre de 2012, de: <http://www.supercias.gob.ec/home.php?blue=c4ca4238a0b923820dcc509a6f75849b&modal=1&ubc=Inicio>

Superintendencia de compañías. (2012). Consulta de compañías por actividad económica y provincia, Recuperado el 15 de noviembre de 2012, de: <http://www.supercias.gov.ec/consultas/inicio.html>