

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Tesis previa a la obtención del Título de:
Ingeniero Comercial**

**TEMA:
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE TELA DE MEZCLILLA
DENIM DE ORIGEN PERUANO PARA EL MERCADO DE
CONFECCIONES DEL CANTÓN PELILEO”**

**AUTOR:
Raúl Santiago Viteri Viteri**

**DIRECTOR:
Ing. Rodney Tapia**

Quito, Marzo del 2011

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, Marzo del 2011

(f) : _____

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico a mi familia y a mi esposa, ya que a través de este proyecto espero dejar un precedente de esfuerzo, sacrificio y responsabilidad; seguro de que en la vida todo se puede lograr fijándose metas y alcanzándolas, procurando siempre ser un ente activo y productivo para nuestra sociedad.

AGRADECIMIENTO

Una persona puede alcanzar las metas que se ha propuesto en su vida únicamente a través del amor de su familia; el apoyo incondicional que obtuve de mi familia fue fundamental para motivarme a culminar el presente proyecto.

A mi director de tesis que gracias a su paciencia y enseñanzas me guío para fundamentar y terminar el estudio propuesto.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINA

CAPÍTULO I GENERALIDADES

1.1- El Denim o Mezclilla

1.1.1- Reseña Histórica.....	1
1.1.2- Definición.....	2
1.1.3- Proceso.....	2
1.1.4- Clases y Usos.....	3

1.2. -El Sector Textil Ecuatoriano

1.2.1- Evolución.....	4
1.2.2.- Productos.....	5

1.3. -Comercio Internacional

1.3.1- Situación Actual.....	6
1.3.1.1- Contrabando.....	7
1.3.1.2- Incursión en el mercado Internacional.....	8

1.4- Acuerdos Internacionales

1.4.1- Panorama Comercial del Ecuador.....	10
--	----

1.5- Perú

1.5.1- Situación Geográfica.....	11
1.5.2- Industria textil Peruana.....	13
1.5.2.1- Aspectos favorables y desfavorables de la Industria Textil Peruana.....	14

CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO

2.1- Objetivo General.....	15
2.2- Objetivos Específicos.....	15
2.3- Definición.....	15
2.4- Identificación del bien o servicio	16

2.5- Mercado del proyecto	17
2.6- Determinación de la muestra.....	20
2.7-Demanda.....	38
2.7.1-Ingreso de los consumidores	38
2.7.2- Gustos y preferencias.....	39
2.7.3-Precio.....	39
2.7.4-Condiciones Geográficas.....	40
2.7.5-Motivos de Consumo.....	40
2.7.6-Análisis del mercado nacional.....	41
2.7.7-Comportamiento histórico de la demanda	42
2.7.8-Proyección de la Demanda	45
2.8-Segmento del mercado.....	50
2.9-La Oferta	55
2.9.1-Listado de proveedores.....	55
2.9.2-Régimen del mercado.....	56
2.9.3-Proyección de la oferta	57
2.10-Demanda versus Oferta.....	60
2.11-Precios.....	61
2.12-Comercialización.....	62
2.13-Tipos de Promoción y Publicidad.....	64

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

3.1-Estudio Técnico	
3.1.1-Objetivo General.....	66
3.1.2-Objetivos Específicos.....	66
3.1.3-Definición.....	66
3.1.4-Análisis de Localización.....	67
3.1.4.1-Factores Determinantes de Localización.....	67
3.1.4.2-Macrolocalización.....	71
3.1.4.3-Microlocalización.....	71
3.1.4.3.1-Método cualitativo por puntos.....	71
3.1.4.4- Planos del Proyecto.....	73
3.1.5.- Distribución de la planta.....	74

3.2- <i>Estudio Administrativo</i>	
3.2.1- Objetivo General.....	76
3.2.2-Objetivos Específicos.....	76
3.2.3-Definición.....	76
3.2.4-Manual Orgánico Funcional.....	77
3.2.4.1-Nombre y Logotipo.....	77
3.2.4.2- Cultura Organizacional.....	77
3.2.4.2.1- Misión.....	77
3.2.4.2.2-Visión.....	78
3.2.4.2.3- Objetivos estratégicos.....	78
3.2.4.2.4-Políticas.....	79
3.2.4.3-Entorno Social.....	81
3.2.4.4- Análisis Interno.....	82
3.2.4.4.1-Organigrama Estructural.....	82
3.2.4.4.2-Manual de Funciones.....	83
3.2.4.4.3- Procesos Administrativos.....	90
3.2.4.4.4- Análisis FODA.....	93
3.2.5- Análisis Legal.....	95
3.2.5.1- Constitución Jurídica.....	95
3.2.5.2.- Patente Municipal.....	97
3.2.5.3._ Registro Único de Contribuyentes.....	98
3.2.5.4.- Documentación Básica para importar	99

CAPÍTULO IV

IMPORTACIONES

4.1.-Objetivo General.....	101
4.2.-Objetivos Específicos.....	101
4.3.-Definición.....	101
4.4.-Importador.....	102
4.5.- Incoterms.....	103
4.6-Contratación Internacional.....	107
4.7- Partida Arancelaria.....	117
4.7.1-Clasificación Arancelaria.....	117
4.8- Pasos para importar.....	119

4.9- Documentación Internacional.....	122
4.10- Medios de Pago.....	132
4.11- Aduana.....	135
4.11.1- Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE).....	135
4.11.2- Agente Afianzado.....	136

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO

5.1-Objetivo General.....	137
5.2-Objetivos específicos.....	137
5.3-Definición.....	137
5.4-Inversiones.....	138
5.5.-Presupuesto de Inversión.....	140
5.6.- Determinación de los Gastos.....	141
5.6.1- Gastos Administrativos.....	142
5.6.2-Gastos de Venta.....	147
5.6.3- Gastos Financieros.....	150
5.7- Capital de Trabajo.....	151
5.8- Fuentes de Financiamiento.....	153
5.9- Determinación del Precio de Venta.....	154
5.10- Punto de Equilibrio.....	161
5.11- Ingresos.....	168
5.12- Forma de Financiamiento y Tabla de Pago de la Deuda.....	169
5.13-Estado de Resultados.....	171
5.14- Estado de Situación Financiera.....	173
5.15- Flujo de Fondos.....	175

CAPÍTULO VI EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1- Objetivo General.....	178
6.2-Objetivos Específicos.....	178
6.3- Definición.....	178
6.4- Tasa de Interés para la Evaluación Financiera del Proyecto (TMAR).....	179
6.5- Valor presente neto (VPN).....	181

6.6- Tasa Interna de Retorno (TIR).....	184
6.7-Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	186
6.8- Relación Costo/Beneficio.....	188
6.9- Índices Financieros.....	190
6.9.1.- Razones de Liquidez.....	190
6.9.2._ Razones de Rotación.....	190
6.9.3.- Razones de Apalancamiento.....	191
6.9.4.- Razones de Rentabilidad.....	192
Conclusiones.....	194
Recomendaciones.....	195
Glosario.....	196
Bibliografía.....	199
Anexos.....	201

ÍNDICE DE CUADROS

PÁGINA

CAPÍTULO II

CUADRO N°01.- Población de Pelileo por actividad.....	20
CUADRO N°02.- Tabla de Nivel de Confianza.....	21
CUADRO N°03.- Prueba Piloto.....	22
CUADRO N°04.- Resultados Pregunta 1.....	25
CUADRO N°05.- Resultados Pregunta 2.....	26
CUADRO N°06.- Resultados Pregunta 3.....	27
CUADRO N°07.- Resultados Pregunta 4.....	28
CUADRO N°08.- Resultados Pregunta 5.....	29
CUADRO N°09.- Resultados Pregunta 6.....	30
CUADRO N°10.- Resultados Pregunta 7.....	31
CUADRO N°11.- Resultados Pregunta 8.....	32
CUADRO N°12.- Resultados Pregunta 9.....	33
CUADRO N°13.- Resultados Pregunta 10.....	34
CUADRO N°14.- Resultados Pregunta 11.....	35
CUADRO N°15.- Resultados Pregunta 12.....	36
CUADRO N°16.- Resultados Pregunta 13.....	37
CUADRO N°17.- Población de Ecuador por actividad textil.....	41
CUADRO N°18.- Características y tipos de tela.....	43
CUADRO N°19.- Porcentaje de consumo promedio por tela.....	45
CUADRO N°20.- Clientes Potenciales por consumo de tela.....	46
CUADRO N°21.- Demanda Real 2010.....	46
CUADRO N°22.- Método de Correlación.....	48
CUADRO N°23.- Demanda Real por tipo de producto.....	49
CUADRO N°24.- Proveedores.....	56
CUADRO N°25.- Análisis de Oferta.....	57
CUADRO N°26.- Mínimos cuadrados.....	58
CUADRO N°27.- Oferta Real por tipo de producto.....	59
CUADRO N°28.- Demanda Insatisfecha.....	60
CUADRO N°29.- Precios Existentes en el mercado.....	61

CAPÍTULO III

CUADRO N°30.- Método de Localización por Puntos.....	72
CUADRO N°31.- Matriz de Estrategias FODA.....	94

CAPÍTULO V

CUADRO N°32.- Inversión en Activos Fijos.....	139
CUADRO N°33.- Inversión en activos Intangibles.....	140
CUADRO N°34.- Presupuesto de Inversión.....	141
CUADRO N°35.- Depreciación de Activos Fijos.....	142
CUADRO N°36.- Amortización Intangibles.....	143
CUADRO N°37.- Útiles y suministros de oficina.....	143
CUADRO N°38.- Servicios Públicos.....	144
CUADRO N°39.- Mantenimiento de Vehículo.....	144
CUADRO N°40.- Arriendo.....	144
CUADRO N°41.- Otros Gastos.....	145
CUADRO N°42.- Sueldos Personal Administrativo.....	146
CUADRO N°43.- Publicidad.....	147
CUADRO N°44.- Material de Muestra.....	148
CUADRO N°45.- Sueldo Personal de Ventas.....	149
CUADRO N°46.- Intereses por Préstamo.....	150
CUADRO N°47.- Presupuesto de Gastos Administrativos.....	150
CUADRO N°48.- Presupuesto de Gastos de Ventas.....	151
CUADRO N°49.- Presupuesto de Gastos Financieros.....	151
CUADRO N°50.- Aportes Socios.....	153
CUADRO N°51.- Análisis de Financiamiento.....	153
CUADRO N°52.- Porcentaje de Demanda por tipo de tela.....	154
CUADRO N°53.- Artículos de la primera factura.....	155
CUADRO N°54.- Detalle de Partida denim rígida.....	155
CUADRO N°55.- Detalle de Partida denim stretch.....	156
CUADRO N°56.- Porcentaje del Costo FOB por articulo.....	159
CUADRO N°57.- Calculo del precio de venta.....	160
CUADRO N°58.- Costos Fijos y Variables.....	162

CUADRO N°59.- Prorrateo costos fijos y variables.....	163
CUADRO N°60.- Punto de Equilibrio por articulo.....	168
CUADRO N°61.- Ingresos.....	169

CAPÍTULO VI

CUADRO N°62.- Flujos Netos.....	182
CUADRO N°63.- Flujos Acumulados.....	187
CUADRO N°64.- Ingresos y Egresos.....	189

ÍNDICE DE GRÁFICOS

PÁGINA

CAPÍTULO I

GRÁFICO N°01.- Perú.....	11
--------------------------	----

CAPÍTULO II

GRÁFICO N°02.- Resultados Pregunta 1.....	25
GRÁFICO N°03.- Resultados Pregunta 2.....	26
GRÁFICO N°04.- Resultados Pregunta 3.....	27
GRÁFICO N°05.- Resultados Pregunta 4.....	28
GRÁFICO N°06.- Resultados Pregunta 5.....	29
GRÁFICO N°07.- Resultados Pregunta 6.....	30
GRÁFICO N°08.- Resultados Pregunta 7.....	31
GRÁFICO N°09.- Resultados Pregunta 8.....	32
GRÁFICO N°10.- Resultados Pregunta 9.....	33
GRÁFICO N°11.- Resultados Pregunta 10.....	34
GRÁFICO N°12.- Resultados Pregunta 11.....	35
GRÁFICO N°13.- Resultados Pregunta 12.....	36
GRÁFICO N°14.- Resultados Pregunta 13.....	37
GRÁFICO N°15.- Demanda.....	49
GRÁFICO N°16.- Pelileo.....	52
GRÁFICO N°17.- Oferta.....	60

CAPÍTULO III

GRÁFICO N°18.- Provincia de Pichincha.....	71
GRÁFICO N°19.- Ubicación de la empresa.....	73
GRÁFICO N°20.- Piso/Planta 1 (102m2).....	75
GRÁFICO N°21.- Piso/Planta 1 (90m2).....	75
GRÁFICO N°22.- Logotipo de la empresa.....	77
GRÁFICO N°23.- Organigrama Estructural.....	83
GRÁFICO N°24.- Simbología del proceso Administrativo.....	90

CAPÍTULO IV

GRÁFICO N°25.- Incoterms 2010.....	104
GRÁFICO N°26.- Alcance de los incoterms 2010.....	104
GRÁFICO N°27.- CFR (Costo y Flete).....	107

CAPÍTULO V

GRÁFICO N°28.- Punto de Equilibrio Denim Akita.....	164
GRÁFICO N°29.- Punto de Equilibrio Urban Rígida Diesel.....	165
GRÁFICO N°30.- Punto de Equilibrio Urban Stretch Diesel.....	166
GRÁFICO N°31.- Punto de Equilibrio Bahama Diesel.....	167
GRÁFICO N°32.- Tabla de Amortización.....	170

ÍNDICE DE ANEXOS

PÁGINA

ANEXO N°01.- Encuesta.....	201
ANEXO N°02.- Contrato Proforma.....	204
ANEXO N°03.- Bill of Lading.....	205
ANEXO N°04.- Certificado de Origen.....	206
ANEXO N°05.- Póliza de Seguro.....	207
ANEXO N°06.- Factura Proforma.....	208
ANEXO N°07.- Carta de Información SRI.....	209
ANEXO N°08.- Carta de Información Municipio de Pelileo.....	210

RESUMEN EJECUTIVO

El “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de tela de mezclilla denim de origen peruano para el mercado de confecciones del cantón Pelileo” está dividido en 6 capítulos que son: Generalidades, Estudio de mercado, Estudio Técnico-Administrativo, Importaciones, Estudio Financiero y Evaluación del proyecto.

En el capítulo de generalidades se da a conocer los conceptos básicos necesarios del proyecto, así como también la situación actual del mercado objetivo, las relaciones comerciales con el país proveedor y las variables geográficas del mismo.

En el Estudio de mercado se elaboró una encuesta formal a 200 personas entre pequeños, medianos y grandes productores, información con la cual se proyecta la demanda y oferta potencial.

De los resultados de la encuesta se definió que se va a comercializar 4 tipos de productos: denim stretch de 7 a 10 onzas, denim stretch de 11 a 15 onzas, denim rígida de 7 a 10 onzas y denim rígida de 11 a 15 onzas

Se obtuvo una demanda potencial insatisfecha elevada debido a la concentración de la demanda del producto y al crecimiento progresivo de productores de prendas de vestir.

La empresa que nos va a proveer de la materia prima textil es la Cia. Industrial Nuevo Mundo cuyo producto posee elevados estándares de calidad a precios que nos permiten competir de forma directa con las importadoras más representativas del país.

En el Estudio Técnico se definió la localización de la empresa a través del método cualitativo por puntos, además se distribuyeron los espacios de las dos plantas que la empresa va a arrendar en el Conjunto Parkenor.

En el estudio administrativo se estableció que el nombre de la empresa será DICALTEX, así como también se definió que se contara con 10 colaboradores y se constituirá la empresa en calidad de Compañía de Responsabilidad Limitada

La empresa contara con 3 socios legalmente constituidos, dentro de los cuales uno se desempeñara como Gerente General.

En el estudio de importaciones se detallan todos los requisitos para ser importador, así como también los pasos para poder nacionalizar la mercadería importada; se estableció que el incoterm a utilizarse durante la negociación será el CFR (Costo y Flete).

El medio de pago elegido será la transferencia bancaria a través del sistema Cash Management; nuestro proveedor nos otorga esta facilidad siempre y cuando se deposite el 30% de anticipo por cada importación.

En el estudio financiero se establecieron los gastos e ingresos que se originaran en el proyecto, la inversión inicial mínima y se elaboro la tabla de amortización de la deuda.

Los puntos de equilibrio obtenidos detallan la factibilidad de obtener ganancia neta a partir del tercer mes, además los balances y flujos iniciales indican que la empresa obtendrá réditos importantes gracias a la labor de ventas y al elevado índice de demanda en el cantón Pelileo.

En la evaluación del proyecto se elaboraron variables como el Valor presente Neto basándose en los flujos obtenidos en el estudio financiero, además la Tasa Interna de Retorno demostró ser mayor que la tasa TMAR comprobando así la viabilidad del proyecto.

La inversión inicial se recuperara en el primer mes con la venta del primer contenedor, además al elaborar la relación costo-beneficio se estableció que los ingresos superan a los egresos en un 32%..

INTRODUCCIÓN

Probablemente el denim sea el tejido más representativo en la historia de la sociedad moderna, y constituye una tela de algodón asargado de trama blanca y urdimbre teñida de azul índigo cuyas texturas varían de acuerdo al peso, sanforizado y tinturación durante el proceso de fabricación; en la actualidad es considerado como la principal materia prima para la elaboración de los universalmente famosos jeans que son la prenda de vestir más utilizada a nivel mundial y considerados como símbolo de la sociedad industrial.

En nuestro país las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades, siendo la más representativa el cantón Pelileo que concentra alrededor del 65% de la producción nacional de índigos.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos.

La factibilidad de crear una empresa importadora y comercializadora de tela de mezclilla denim nace al detectar un elevado incremento de la demanda de materia prima textil a nivel nacional como consecuencia de las reformas adoptadas por el país en el mes de Enero del 2009 en materia de comercio exterior en cuanto a la restricción de importación de productos textiles de uso o consumo final (prendas de vestir); lo que obligó a muchas de las grandes distribuidoras a adquirir producto nacional.

Dada la ausencia de empresas productoras o fabricadoras del denim surge la necesidad de importar la materia prima para que los pequeños, medianos y grandes productores de prendas de vestir nacional provean de este producto al país.

Se ha elaborado una guía para la creación de empresas importadoras, que se espera no solo sirva al público en general, sino también a los estudiantes como objeto de motivación para la creación de nuevos entes económicos que fortalezcan al sector industrial ecuatoriano.

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1.1- El Denim o Mezcilla

1.1.1- Reseña Histórica

El primer denim era originario de Nîmes (Francia) y de ahí el nombre, (denim); el denim o mezcilla es un tejido empleado en la confección de ropa de trabajo. Aunque no hay unanimidad sobre el origen, diversos estudios señalan que surgió en Europa, en la Edad Media

Pero estos antecedentes se difuminan hasta que “en el siglo XVII se encuentra en la ciudad francesa de Nîmes un centro industrial textil basado en el algodón, que dio nombre al denim o tejido de Nîmes”.¹

Este comenzó a hacerse popular por su resistencia, ya que era empleado en sus comienzos para la realización de velas para barcos y tiendas de campaña, de toldos y lonas.

Corría el año 1853 cuando, en plena fiebre del oro, el alemán Levi Strauss decidió instalarse en San Francisco con el fin de abrir un local para vender tiendas de campaña a los mineros. Allí descubrió que los ‘buscadores de oro’ preferían dormir a la intemperie y, sin embargo, tenían que resolver un problema con sus pantalones: la rudeza del trabajo, más el peso de las pepitas que cargaban en sus bolsillos, hacían que se rompieran constantemente. Strauss aprovechó el denim marrón de las carpas y diseñó un modelo de ‘overol a la cintura’, hermano mayor del mítico ‘blue jean’. Apenas 150 años más tarde, basta con salir a caminar por el centro comercial de cualquier ciudad del mundo para darse cuenta de lo que pasó después. De la mano de las constantes innovaciones tecnológicas, la industria ‘jeanera’ creció y sigue multiplicándose a pasos agigantados. “En plena cultura de la imagen, cada persona resulta el reflejo de sus pares”. Es entonces cuando vaciadas de identidad, depositan

¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Denim>

en este pantalón la enorme responsabilidad de otorgarles autenticidad. Tan fuerte es la identidad del jean, que es capaz de desprenderse del concepto de subgrupo del pantalón, para conformar su propia categoría al liderar una nueva familia de prendas”, agrega Saulquin en su libro.

Con el tiempo, el vaquero dejó de ser exclusivo ‘de los trabajadores’ para convertirse en prenda fundamental del maravilloso mundo de la moda. Aunque recién en 1970, diseñadores como Yves Saint Laurent, Pierre Cardin o Kenzo, se animaron a incorporar tímidamente el denim en sus colecciones. Nada comparado al fenómeno que se vio en las pasarelas durante los últimos años.²

1.1.2- Definición

Probablemente el denim sea el tejido mas representativo en la historia de la sociedad moderna, y constituye una tela de algodón asargado de trama blanca y urdimbre teñida de azul índigo cuyas texturas varían de acuerdo al peso, sanforizado y tinturación durante el proceso de fabricación ; en la actualidad es considerado como la principal materia prima para la elaboración de los universalmente famosos jeans que son la prenda de vestir mas utilizada a nivel mundial y considerados como símbolo de la sociedad industrial.

1.1.3- Proceso

El proceso de fabricación del denim es demasiado complejo debido a las múltiples clases y variedades que existen, para hacerlo, después que las máquinas hiladoras convierten el algodón en hilos, algunos de éstos son teñidos con una coloración azulada y luego encolados para darle mayor resistencia. Se utiliza un urdidor de balas, para después en el telar cruzarlos, por chorro de aire o lanzadera, con otros blancos que serán la trama. La trama puede ser mezclada con fibras elastoméricas (2%) para formar tejidos elastizados. Se le aplican diferentes tratamientos hasta obtener el denim en un proceso que dura 20 días.

² <http://www.megatexsa.com/megatexsa/historiadenim.htm>

1.1.4- Clases y Usos

La tela Denim o mezclilla posee una infinidad de líneas y gamas debido a los diferentes procesos y acabados que se pueden emplear durante su fabricación; los mas empleados son stone, bleach, tintado, lijado, arrugados, entre otros; después dependerá del grado de abrasión que se aplique ,el grado de decoloración, la intensidad del color ,la localización, tamaño del lijado(puede ser químico, con permanganato o cloro) ,además de la combinación de uno y otro; es decir se puede aplicar un stone y bleach con diferentes acabados que son los que originan las distintas gamas y líneas de tela que se ofrecen en el mercado, con respecto al peso pueden existir tejidos desde 4 onzas hasta 16 onzas como promedio, cabe destacar que existen varios molinos que trabajan con tejidos por encima o por debajo de estos estándares.

La innovación comienza con el tratamiento de los hilos usados para producir el tejido de denim. El algodón tiene que ser preparado para el procesamiento, teñido con índigo, y luego tiene que ser convertido en tejido. Productos para el pre-tratamiento, tales como detergentes, agentes encolantes para hacer que el tejido sea resistente al desgaste, y agentes suavizadores para los hilados de algodón son usados durante esta fase. Luego, los tejidos tienen que ser teñidos, revestidos o estampados, lo que sea necesario para crear el efecto deseado.

El paso final es la remoción de los productos químicos textiles excesivos. Todos los productos son diseñados para cumplir con las estrictas normas sanitarias y ecológicas de la actualidad. El “lavado” es en dónde se aplica la apariencia que refleja la actual tendencia de la moda desde apariencia usada a la apariencia limpia.

En la producción de un alto volumen de jeans de moda, son de gran importancia la eficiencia del proceso y la efectividad de los costos del acabado textil, mientras que, para el estampado con pigmentos especiales, los principales diseñadores de la moda usan productos químicos especiales tales como cristales líquidos, los cuales tienen un alto coste en el mercado.³

³http://www.textilespanamericanos.com/Articles/2004/Marzo/Articles/El_Acabado_de_los_Tejidos_de_Denim.html

Por lo general se fabrican telas Denim de tipo Stretch o rígidas que dentro del mercado textil están dirigidas a las prendas femeninas y ropa masculina respectivamente, el denim puede procesarse en crudo APT (Aproximado Para teñir) o PPT (Pronto para teñir) para luego añadirle las diferentes tinturaciones o fabricar los famosos vaqueros de color blanco.

El principal uso que se le da al denim en la actualidad es la fabricación de prendas de vestir destacándose principalmente el Jean que es considerada como la prenda de vestir por excelencia del consumidor ecuatoriano y mundial, la versatilidad de este producto permite que sea utilizado en todo tipo de actividad; en el Ecuador más del 64% de la población utiliza diariamente alguna prenda de vestir de este material.

1.2. -El Sector Textil Ecuatoriano

1.2.1- Evolución

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

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

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

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de

confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.⁴

La Política Industrial, aprobada recientemente por la Presidencia de la República, ubica a la industria textil ecuatoriana como uno de los sectores prioritarios de producción, “el impulso al incremento de la producción textil está contemplado en todos los ejes del plan de crecimiento a mediano plazo, entre los cuales se busca fomentar sectores, industrias y actividades que generen mayor valor agregado”.⁵

1.2.2.- Productos

Mediante el Denim o mezclilla se elaboran una infinidad de productos tales como:

- Pantalones
- Camisas
- Chaquetas
- Gorras
- Bolsos
- Calzado
- Abrigos
- Faldas
- Tapices
- Manualidades, accesorios, etc.

⁴ http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=12

⁵ http://www.micip.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&catid=74:boletines-publicados-&id=209:politica-industrial-y-el-sector-textil-ecuatoriano&Itemid=4

1.3. -Comercio Internacional

1.3.1- Situación Actual

En la actualidad se evidencia la ausencia de una política de Estado en materia de comercio exterior. Esta situación es desventajosa para el país, ya que necesitamos tener oportunidades de acceso preferencial a los mercados del mundo, puesto que nuestra visión de negocios debería ser procurar vender más productos, ya que de esa manera haremos que se desarrolle la producción y, por tanto, que se genere empleo en el país.

A diferencia de esta visión, el Ecuador ha optado por restringir importaciones a través de la aplicación de una salvaguardia de balanza de pagos, así como de un salvaguardia cambiaria contra Colombia. Más allá de la legalidad de estas medidas, el modelo de protección mediante la aplicación indiscriminada e indefinida de aranceles, no logrará el objetivo a largo plazo de desarrollar la economía del país.

Es legítimo aplicar medidas de defensa comercial que procuren corregir distorsiones en el mercado interno, siempre que estas sean provocadas por medidas artificiales aplicadas por Gobiernos o empresas de otros países, que imposibiliten a la industria nacional competir en iguales condiciones. Pero nunca aplicar estas medidas únicamente por razones políticas o simplemente para trabar el comercio, ya que a la larga el resultado será que todos habremos perdido, un claro ejemplo fue Colombia cuyo sector industrial del calzado se vio afectado en un 30% debido a las restricciones e imposiciones de cuotas por parte del Gobierno ecuatoriano.

En este sentido la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), ha presentado tres medidas al gobierno que deberán ser analizadas durante el segundo semestre del año 2010:

- 1)._ Definición de precios mínimos de importación para los productos más sensibles del ámbito textil – confección.
- 2)._ Implementación de un sistema de vigilancia de mercados similar al que tiene el SRI (fedatarios), para controlar el ingreso de productos ilegales.

3)._La mercancía que decomise la autoridad competente en los operativos de vigilancia debe ser destruida.

1.3.1.1- Contrabando

Este método de comercio, indiscutiblemente ilegal, ha existido por siempre y desde siempre, y ha sido el origen de grandes fortunas a nivel mundial. Por desgracia Ecuador no podía estar al margen de este mal y muchos comerciantes inescrupulosos han optado por esta vía para traer mercancías al país.

Según un estudio realizado por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), el contrabando textil se sitúa entre 150 y 200 millones de dólares al año, sin considerar lo que se introduce ilegalmente por las fronteras con Perú y Colombia, de cuyos ingresos no existe registro alguno. Una modalidad utilizada con mucha frecuencia para cometer este acto ilegal es la subfacturación de importaciones, así como la falsa clasificación arancelaria de las mismas.

Este negocio fue alentado históricamente por la ineficiencia y corrupción existente en las Aduana del país, y por la falta de una vigilancia exhaustiva en los mercados. No obstante, la Administración Aduanera actual está empeñada en dar un giro radical en el control aduanero, y los resultado de esta decisión se han podido sentir especialmente a partir del segundo semestre del 2007.

Sin embargo, la decisión del Gobierno Nacional de aplicar medidas de salvaguardia para restringir importaciones, ha puesto al descubierto que el proceso de transformación aduanera todavía no consigue el objetivo de asegurarnos eficiencia en el control, lo que ha provocado que nuevamente se incremente el contrabando durante el 2009. Es por eso que se requiere con urgencia el fortalecimiento de la Corporación Aduanera Ecuatoriana, para que intensifique los controles en las fronteras del país, y también para que pueda realizar control posterior a la desaduanización de las mercancías.

Este control posterior, también llamado vigilancia de mercados, es la forma moderna y más efectiva de verificar el cumplimiento de la Ley aduanera y tributaria por parte de los agentes económicos, es decir, de quienes fabrican o comercian productos. Otra

de las normas obligatorias cuyo cumplimiento puede ser verificado con esta vigilancia es el Reglamento de Etiquetado y Rotulado Textil (RTE INEN 013:2006).

La solución está en manos del Gobierno Nacional y del sector privado. La Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE) tiene el mandato unánime de sus afiliados de contribuir en este proceso de mejoramiento en el control, para lograr la erradicación de las prácticas ilegales de producción y comercio que afectan a los trabajadores de nuestras empresas y al fisco.

1.3.1.2- Incursión en el mercado Internacional

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

En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante este nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones textiles, rápidamente recuperada en los siguientes dos años, llegando a exportar cerca de 90 millones de dólares en el 2004, superando el pico más alto en los últimos 10 años (1997 – 82 millones de dólares exportados).

Concientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada. Así mismo, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad; la intención es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

Lógicamente este esfuerzo para ser competitivos debe ser compartido. El requerimiento de la industria es que el costo país disminuya hasta llegar al menos a los niveles de la región, especialmente en lo que respecta al costo laboral, de energía

eléctrica, las tarifas en telecomunicaciones y los fletes del transporte de carga, que son algunos de los principales rubros que afectan los costos de producción de la industria textil. Así mismo, se requiere un régimen laboral flexible y una Aduana que facilite el comercio exterior, que erradique el contrabando y que sea incorruptible.

No obstante, otro factor fundamental para seguir creciendo nuestra participación en el mercado externo, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los países que demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos. Entre los países o bloques económicos más importantes comercialmente hablando se encuentran Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica; por tanto, el Ecuador debe procurar acuerdos con estas naciones que garanticen a nuestros productos un acceso preferencial a sus mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa que clara que genera un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios y las inversiones.

Nuestra intención es fortalecer los lazos comerciales con los países Andinos, pero ampliar nuestras exportaciones a otras latitudes para poco a poco llegar a más países latinoamericanos y europeos. Todo esto contribuirá con el objetivo principal de nuestro sector que es la generación de empleo digno para los ecuatorianos.

Los niveles de calidad son indispensables para salir del país con productos textiles ecuatorianos, aunque a nivel de materia prima es relativamente difícil competir el productor ecuatoriano posee uno de los mejores procesos para la fabricación de jeans. El precio del producto nacional en el extranjero no es tan competitivo, pero en cuestión de calidad y terminados supera a muchos de los países industrializados que lideran el mercado textil.

Las cinco reformas arancelarias con respecto a la importación de materias primas, maquinarias y bienes de capital para el sector también representan un incentivo para que mejore la producción textilera, ya que miles de pequeños y medianos productores elaboran sus prendas de vestir utilizando materia prima importada.

“Según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, más de 185 subpartidas que importan las compañías del sector llegan ahora con arancel cero y se traducen en un ahorro anual que bordea los 20 millones de dólares”.⁶

1.4- Acuerdos Internacionales

1.4.1- Panorama Comercial del Ecuador

En el caso de la Comunidad Andina de Naciones, el proceso de integración ha estado estancado hace mucho tiempo, situación que se empeoró a partir de la aplicación de las salvaguardias antes citadas. No obstante, el mercado andino es fundamental para el Ecuador, razón por la cual debemos insistir en profundizar la relación comercial con Colombia y Perú, buscando complementariedades entre nuestros países, siempre apuntando al crecimiento del comercio intracomunitario.

En lo respecta a las negociaciones entre los Países Andinos y la Unión Europea, proceso que arrancó en el 2008 y que ha tenido algunos tropiezos, Colombia y Perú están a punto de concluir su negociación, en tanto que el Ecuador en septiembre del 2009 decidió suspender su negociación y asistir tan solo como observador del proceso.

Respecto a nuestras relaciones con Venezuela, a pesar que las preferencias arancelarias de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), se deben mantener hasta el 2011, el Gobierno venezolano ha incorporado en su legislación una serie de mecanismos de control para el otorgamiento de divisas (CADIVI), sujetos a un certificado de no producción o de insuficiencia de producción de su industria, los cuales han provocado serias demoras en los pagos de las exportaciones realizadas, así como la imposibilidad de exportar debido a la traba del certificado mencionado. Esto genera que un mercado tan grande y con múltiples necesidades, como es el venezolano, sea de alto riesgo para los productores ecuatorianos.

Con los Estados Unidos las cosas tampoco son claras, especialmente desde la lamentable decisión del Ecuador de no llegar a un acuerdo comercial permanente con el más importante de los socios comerciales de nuestro país. Eso nos ha obligado a

⁶ Diario EL UNIVERSO, Publicado el 03 de Agosto del 2009, Pág. 11.

seguir ligados a la permanente peregrinación para lograr una renovación del ATPDEA, situación que ha provocado gran incertidumbre ante nuestros clientes en USA. Se espera que los Gobiernos de ambos países logren llegar a un acuerdo de largo aliento, con reglas claras, que nos garantice el acceso preferencial a ese mercado.

Con Chile se ha profundizado el Acuerdo No. 32 incorporando al mismo algunos temas como: solución de controversias, servicios, inversiones, etc. En este año la Asamblea Nacional ratificó este Acuerdo, con lo cual entrará en vigencia inmediatamente.

En lo que tiene que ver con el Acuerdo No. 59 suscrito con los países del MERCOSUR, Brasil y Argentina profundizaron unilateralmente las preferencias arancelarias a favor de Ecuador. En el caso de las preferencias otorgadas por Brasil, las mismas están pendientes hasta que se protocolicen ante la ALADI, luego de lo cual entrarán en plena vigencia.

En el nuevo mecanismo del ALBA se han realizado varias reuniones para avanzar en el proceso de conformación de un TCP (Tratado de Comercio entre los Pueblos).

1.5- Perú

1.5.1- Situación Geográfica

GRÁFICO N°01

PERÚ



El Perú (quechua: *Piruw*, aimara: *Piruw*), oficialmente la República del Perú, es un país situado en el lado occidental de América del Sur, cuyo territorio colinda con el Océano Pacífico por el oeste y limita por el noroeste con Ecuador, por el noreste con Colombia, por el este con Brasil, por el sureste con Bolivia y por el sur con Chile. Posee una compleja geografía dominada principalmente por las elevaciones de la Cordillera de los Andes y las corrientes del Pacífico, que le configura climas y paisajes tan ampliamente variados como la costa desértica, la puna de los altos Andes o la selva tropical de la cuenca amazónica, ambientes todos que configuran al país como un territorio de gran variedad de recursos naturales.

La heterogeneidad de rigores geográficos y climáticos del país indujo tempranamente a los primeros pobladores peruanos hacia el XII milenio a. C. a adaptarse desarrollando una de las más amplias gamas de tradiciones culturales, como la más antigua civilización, aquella de Caral hace cinco mil años, en torno a los ciclos productivos de cada región, muchas de las cuales devinieron en Estados teocráticos de ámbito regional. A inicios del siglo II a. C., los Estados comenzaron a disputarse, por periodos, el control de los pueblos de los Andes. Hacia el siglo XVI, el más tardío y de extenso dominio de estos Estados, el Imperio inca fue anexionado por conquistadores españoles con apoyo de etnias disidentes al dominio inca. La corona española estableció así un virreinato que incluyó la mayor parte de sus colonias sudamericanas. En 1821, el país se independiza, fundándose un Estado que estuvo inmerso en periodos de conflictos internos y externos alternados de épocas de prosperidad económica.

La población peruana, calculada en más de 28 millones de personas (2008), es de origen multiétnico y mestiza de importante sustrato indígena a la cual se han sumado ascendencias europeas, africanas y asiáticas; su mixtura de tradiciones culturales ha resultado en una amplia diversidad de expresiones en campos como las artes, la literatura, la música y su gastronomía. El idioma principal y más hablado es el español, aunque un número significativo de peruanos hablan diversas lenguas nativas como las lenguas quechuas, las de mayor número de hablantes. Es un país en desarrollo con un Índice de Desarrollo Humano alto aún con desigualdad económica pero que ha visto mejorar sus ingresos y decrecer su nivel de pobreza considerablemente en los últimos años. Sus principales actividades económicas

incluyen la agricultura, pesca, minería y la manufactura de productos como los textiles.

“Políticamente, el país está organizado una república presidencialista democrática con un sistema político multipartidista estructurada bajo los principios de separación de poderes y descentralización. Se divide en 25 circunscripciones regionales (24 departamentos y la Provincia Constitucional del Callao)”.⁷

1.5.2- Industria textil Peruana

La industria textil orientada a la exportación ha mostrado un desarrollo sostenido en los últimos años, como consecuencia tanto de las ventajas competitivas que tiene el Perú como del acceso libre de aranceles al mercado de EE.UU. Al respecto, entre fines del 2002, cuando las confecciones fueron incluidas dentro de los beneficios arancelarios de la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA)- y fines del 2007, “las exportaciones del sector textil y confecciones registraron un crecimiento promedio anual del 21%, convirtiéndose en una de las de mayor dinamismo dentro del sector no tradicional”.⁸

En el Perú, las empresas dedicadas a la producción textil están integradas a lo largo del proceso productivo, convirtiéndose en una ventaja competitiva, junto a la calidad de las fibras peruanas que están consideradas entre las mejores del mundo (algodón, lana de alpaca y vicuña) y la cercanía de su principal mercado (EE.UU.); Esto ha permitido a la industria textil y de confecciones presentar una tendencia creciente en su producción. Siendo las prendas de vestir uno de los principales productos, cuya importancia radica en el mayor valor agregado que presenta. Asimismo, el incremento en la producción a llevado a una mayor utilización de su capacidad instalada, fabricación de productos textiles (54.9%) y de prendas textiles (94.2%), siendo superiores al total de la industria no primaria (51.55%).

El ingreso monetario al Perú otorgado por las industrias, al exportar su producción textil es importante ya que; en consecuencia a la elaboración de estas materias primas se entrega al estado un tanto por ciento de las ganancias ya sea por el IGV o pago al exportar los bienes realizados. La economía del Perú actualmente se mantiene y no

⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Per%C3%BA>

⁸ <http://www.comexperu.org.pe/archivos%5Crevista%5Cmayo08%5Cperspectivas.pdf>

progresa, por tanto al exportar la producción textil esta generara ganancias tanto a la industria como al país en el general.

Por otro lado, el sector presenta problemas que afectan su desarrollo, como es su alto nivel de endeudamiento que dificulta la obtención de préstamos de largo plazo para la modernización de maquinarias, afectando principalmente a las PYMES en su necesidad de modernizarse, otro problema es el abastecimiento del algodón ocasionado por el rápido crecimiento del sector.

1.5.2.1- Aspectos favorables y desfavorables de la Industria Textil Peruana

Aspectos favorables

- Mano de obra: En el Perú la elaboración de la producción textil es de elevada calidad.
- Precios de insumos y mano de obra: Los precios son competitivos en insumos y mano de obra; por tanto se reducen los costos de producción en la industria.
- Calidad: Cumple con los más altos estándares internacionales.

Aspectos desfavorables

- Uso del suelo: La gente tiende a sembrar otro tipo de cultivo si el algodón no es rentable o no se adecua al suelo en donde fue sembrado; de esta manera se disminuye las cantidades de producción de algodón.
- Inversión insuficiente: Durante los últimos años la inversión que se realizo en esta industria ha sido menor a la necesaria para lograr una oferta competitiva a nivel mundial.
- Cambios en el mercado internacional: Los acuerdos del TLC hace que los precios de productos terminados caigan, lo que origina una mayor presión competitiva y por lo tanto se hace más difícil competir internacionalmente.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1- Objetivo General

- Elaborar un estudio de mercado para definir la oferta y demanda del denim en el mercado objetivo, lo que será de gran ayuda para determinar la viabilidad del proyecto a través de un análisis de variables y proyecciones de datos numéricos obtenidos durante la investigación y el proceso de muestreo.

2.2- Objetivos Específicos

- Determinar los gustos y preferencias de los clientes potenciales para establecer una estrategia de ingreso óptimo al mercado.
- Identificar el comportamiento histórico de la demanda a través de la respectiva investigación de campo (encuestas).
- Establecer la oferta actual del mercado a través de un análisis de las variables de exportación, consumo aparente y producción nacional.
- Conocer los tipos de promoción y publicidad que podrían realizarse para fortalecer la imagen de la empresa en el mercado local.

2.3- Definición

“El estudio de mercado es mas que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto; un buen estudio de mercado proyecta además la estrategia de promoción, así como los canales de distribución a elegir que son la base de las ventas y por ende del proyecto en si”.⁹

⁹ SAPAG CHAIN, Nassir; Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Pág. 22.

2.4- Identificación del bien o servicio

“El producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que incluye entre otras cosas el empaque, color, precio, calidad y marca, junto con los servicios y la reputación del vendedor”.¹⁰

DICALTEX CIA.LTDA se dedicará a la distribución masiva de tela denim para ser manufacturada o comercializada en el cantón Pelileo con el fin de estimular la industria textil ecuatoriana.

La tela denim peruana se caracteriza por tener los más altos estándares de calidad, su principal fortaleza es la versatilidad de sus tejidos, los cuales se adaptan fácilmente al proceso de confección y fabricación del productor ecuatoriano lo que la convierte en uno de los artículos mas demandados en el mercado industrial y textil nacional.

Nuestro proveedor la compañía Industrial Nuevo Mundo es una empresa con 61 años de experiencia en el mercado mundial que produce tejidos de calidad única y original en el mercado. En la actualidad, sus principales líneas de producción son: el corduroy, denim, y driles de algodón, así como mezclas de algodón con poliéster y spandex. También fabrica, pero en menor cantidad, tejidos estampados para la fabricación de colchones, estampados de decoración, lonas industriales, tejido para la fabricación de lijas, tejidos para la industria farmacéutica, y toallas; esta empresa se destaca por los tejidos denim de 11 onzas en rígidos y 10 onzas en stretch con paletizados, que no solo permiten obtener una variedad inmensa de modelos o diseños, sino que se adaptan en un 100% a cualquier tipo de lavado o proceso adicional sin que se encoja o pierda tinturación.

Los productos de la empresa Nuevo Mundo han rebasado las fronteras regionales, y han sido exportados a lugares tan diversos como la ex Unión Soviética, Mozambique, África del Sur, Japón, diversos países europeos, Estados Unidos, Canadá, y casi a todos los países de América del Sur.

¹⁰ STANTON, William, Fundamentos de Marketing, Undécima Edición, McGraw Hill, Pág. 211

2.5- Mercado del proyecto

En este enfoque se analizarán los diferentes tipos de mercado que nos ayudaran a establecer la estrategia final del proyecto que se convertirá en una ventaja competitiva.

Mercado proveedor:

Dado que el actual proyecto se enfoca en la importación y distribución de materia prima, se buscará establecer un precio de importación razonable con el objetivo de ofrecer al productor textil nacional un producto de primera calidad a un precio cómodo y confiable que justifique los beneficios del denim que está adquiriendo; esta será una de las principales ventajas competitivas para ingresar al mercado ya que los productos que se ofertan en el cantón Pelileo son excesivamente caros y muchas de las ocasiones son de pésima calidad.

En este apartado cabe mencionar que existen otros proveedores que son esenciales para el funcionamiento de la empresa como el transporte marítimo y terrestre (mercadería de importación), custodia armada, insumos de oficina y logística, agentes afianzados, etc; para los cuales se tendrá que tomar la mejor decisión con el objeto de obtener un servicio y producto de calidad a precios razonables.

Mercado competidor

La competencia directa de DICALTEX CIA.LTDA son los distribuidores mayoristas de tela denim, los cuales en su 90% también son importadores de países como Brasil, Panamá, China, Colombia, Chile y Venezuela; el 10% pertenece a la mínima producción nacional encabezada por la empresa LA INTERNACIONAL S.A. la misma que provee al mercado nacional y exporta un pequeño porcentaje de su materia prima al exterior principalmente a Estados Unidos.

El problemas mas grande de nuestros competidores son los altos precios a los que distribuyen sus productos, y si bien muchos de los tejidos que ofrecen son de calidad (principalmente la tela denim de Colombia) no satisfacen las necesidades del

productor nacional que prefiere un servicio personalizado y un precio mas accesible para poder competir con el aun existente producto importado de consumo final (prendas de vestir).

Mercado distribuidor

El canal de distribución que se utilizará para la importación del denim desde Perú (Puerto de Callao) es indirecto, ya que el producto puede llegar al consumidor (confeccionista) a través del importador directo o un comerciante minorista (detallista).

PRODUCTOR → IMPORTADOR MAYORISTA → DETALLISTA → CONSUMIDOR

DICALTEX comercializará directamente con el exportador mayorista (Nuevo Mundo) y posteriormente elegiremos el mejor canal de importación para optimizar la recepción de la mercadería y por ende cumplir con los cronogramas de importación para la distribución óptima del producto a nuestros clientes.

Mercado consumidor

Este mercado se basa en el análisis de dos variables importantes las cuales son:

1)._ Hábitos de compra:

“Los consumidores directos de este producto son los confeccionistas y pequeños distribuidores de tela denim en el cantón Pelileo, siendo un mercado que genera alrededor de 10 millones de dólares mensuales”¹¹, este consume alrededor de 1’500.00 metros de tela cada mes lo que lo transforma en uno de los mercados mas dinámicos y con mayor movimiento comercial del país, concentrado en mas del 45% en el cantón Pelileo y sus alrededores donde funcionan cientos de talleres y confeccionistas artesanales. Cabe destacar que la fabricación de prendas de vestir

¹¹ <http://www.elcomercio.com/Generales/Solo-Texto.aspx?gn3articleID=37771>

constituye el medio de subsistencia de más de 500 familias en este cantón y según datos estadísticos el 42% de la población económicamente activa de Pelileo esta ligada directamente a esta actividad.

2)._ Motivaciones de compra

Los motivos por lo cuales el consumidor adquiriría el producto son variados, parten de la necesidad de los productores ecuatorianos por fabricar un producto de calidad que pueda competir en el mercado nacional, para lo cual requieren una materia prima que cumpla con sus expectativas y le proporcione los mejores resultados. El precio es un factor motivacional muy importante por lo que se considerara establecer un precio por debajo o por lo menos sobre el promedio de la competencia; la originalidad del producto es un motivante esencial para nuestros clientes ya que la tela denim peruana resiste de manera satisfactoria múltiples procesos de transformación sin degradarse, lo que le permite al confeccionista local ofrecer un producto final de características únicas en el mercado asegurando la venta de los mismos.

Mercado externo

La importación de nuestros productos fortalecerá de alguna manera las relaciones comerciales entre nuestro país y Perú, gracias al Acuerdo N°02 de la CAN nos beneficiamos con el 0% de aranceles lo que nos permite proyectar un precio mas bajo que el de la competencia; con respecto al transporte marítimo este partirá del puerto de Callao con destino a la aduana de Guayaquil en nuestro país, las múltiples empresas de servicio de transporte (navieras) planificarán el tiempo aproximado de llegada ,así como también posibles problemas en aduana; cabe mencionar que al no ser un producto perecible disminuyen gradualmente problemas de demoraje o similares.

2.6- Determinación de la muestra

Para determinar la población se partió de la información proporcionada por el Ilustre Municipio de Pelileo (Departamento de Rentas), para lo cual es necesario definir el CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) que nos permitirá establecer la población con exactitud con el fin de presentar los datos más reales posibles

CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme). _ “El número CIU es la sigla con que se conoce un código clasificador; la cual es una clasificación internacional de las actividades económicas y productivas que sirve como referencia en trabajos de categorización, registro y estadística”.¹²

Su principal fin al uniformar la identificación de actividades, es lograr una clasificación que pueda usarse para la elaboración y comparación de todo tipo de estadísticas. A continuación se detallan los códigos, descripción de la actividad y población exacta de los distribuidores y confeccionistas localizados en Pelileo:

CUADRO N°01
POBLACIÓN DE PELILEO POR ACTIVIDAD

CODIGO CIU	DESCRIPCION	POBLACION
D18100005	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR PARA TRABAJO Y UNIFORMES PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES.	55
D18100004	FABRICACIÓN DE PRENDAS PARA VESTIR DE DIARIO Y ETIQUETA PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES.	330
G51310401	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS TEXTILES.	15
G52320301	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES.	16
POBLACIÓN TOTAL		416

Fuente: Base de Datos SRI 2010 (Ing. Marianela Murgueitio-Jefe de Rentas-Municipio de Pelileo)

Elaborado por: Autor

¹² <http://cymatunlz.blogspot.com/2008/05/qu-es-el-ciiu.html>

Dado que la muestra es inferior a 5000 unidades (416 confeccionistas y distribuidores) se tomara la siguiente formula de población finita para determinar la muestra:

$$n = \frac{Z^2 S^2 N}{(E^2 N + S^2 Z^2)}$$

n= Tamaño de la muestra, unidades a determinarse

N= Universo o Población

S^2 = Desviación Estándar de la muestra, puede ser tomada con referencia a estudios anteriores o calculada a través de una prueba piloto cuya representación ayuda a obtener un estudio más real y objetivo.

E = Limite aceptable de error (como promedio del 1% al 5%)

Z = Valor obtenido a través de niveles de significancia o confianza dependiendo del porcentaje de error; por lo general se utiliza el 95%.

CUADRO N°02

TABLA DE NIVEL DE CONFIANZA

Nivel de Confianza	Z
99	2,58
98	2,57
97	2,17
96	2,05
95	1,96
94	1,88
93	1,81
92	1,75
91	1,70
90	1,64

Elaborado por: Autor

Por lo general no es fácil determinar la desviación estándar de la población cuando no se posee información acerca de la variable a investigar, cuando esto ocurre se puede recurrir a investigaciones similares o realizar una prueba piloto.

Para determinar al desviación estándar se realizó una prueba piloto a 30 distribuidores y confeccionistas al azar, cumpliendo con el teorema del límite central que define una muestra mínima de 30 para considerarla normal; obteniendo los siguientes resultados:

CUADRO N°03
PRUEBA PILOTO

#	CONSUMO ANUAL DE MATERIA PRIMA TEXTIL (METROS)	$(x_i - \bar{x})^2$
1	7800	27382893.55
2	15070	4149912.218
3	22600	91530040.22
4	19100	36810106.88
5	9349	13570873.62
6	12500	283946.8844
7	19000	35606680.22
8	17000	15738146.88
9	6700	40105200.22
10	11068	3860701.018
11	12000	1066813.551
12	8500	20546880.22
13	15500	6086746.884
14	7320	32636845.55
15	15600	6590173.551
16	24900	140828853.6
17	8800	17917160.22
18	11700	1776533.551
19	8200	23356600.22
20	8500	20546880.22
21	14000	935346.8844
22	11755	1632943.218
23	21000	63475213.55
24	15000	3869613.551
25	6900	37612053.55
26	33600	423006973.6
27	6440	43465890.88
28	4280	76612674.88
29	8844	17546603.95
30	7960	25733976.22
TOTAL	390986	1234283279
PROMEDIO	13032.87	
S	6523.91695	

Elaborado por: Autor

La información presentada en el cuadro anterior será de vital importancia para realizar los cálculos de cada una de las variables que forman parte de la fórmula de poblaciones finitas para la determinación de la muestra.

El error se expresa en unidades (metros) y se calcula con respecto al valor promedio de la siguiente manera:

$$\text{Error} = 5\% (\text{promedio de la muestra}) = 5\%(13032.87) = 651.64 \text{ metros}$$

$$\text{ERROR (E)} = 651.64$$

La desviación estándar (S) nos dice cuánto tienden a alejarse los puntajes del promedio; de hecho específicamente la desviación estándar es "el promedio de lejanía de los puntajes respecto del promedio".

Para calcular la desviación estándar de la muestra se utiliza la siguiente fórmula aplicando los datos obtenidos en el cuadro N°03 :

$$S = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

$$S = \sqrt{\frac{(1234283279)^2}{30 - 1}}$$

$$S = 6523.91695$$

Una vez que hemos determinado los valores de cada una de las variables muestrales procedemos a calcular el tamaño de la muestra aplicando la fórmula de poblaciones finitas, así tenemos:

N=416
S= 6523.91695
Z=95% (1.96)
E=5% (651.64)

CALCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{(1.96)^2 (6523.91695)^2 (416)}{((651.64)^2 (416) + (6523.91695)^2 (1.96)^2)}$$

$$n = 199.9626$$

$$n = 200 \text{ encuestas}$$

Encuesta:

Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

“Constituye el instrumento más utilizado para determinar la población de manera más exacta y su restructuración dependerá de la información que se desea obtener”.¹³

Para recopilar información se procedió a realizar una encuesta objetiva, la misma se realizó a 200 confeccionistas y distribuidores localizados en Pelileo (Véase Anexo 01); de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

¹³ HERNANDEZ, Abraham, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Cuarta Edición, Pág. 51

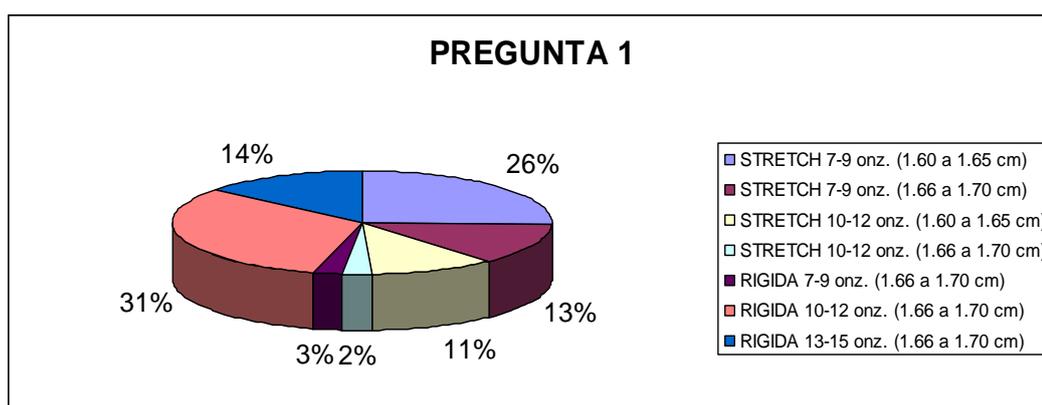
PREGUNTA 1

1.-¿Cuál de los productos del denim tiene usted mayor consumo?

CUADRO N°04
RESULTADOS PREGUNTA 1

	PESO/ANCHO					
	7 a 9 onzas		10 a 12onzas		13 a 15 onzas	
	1.60-1.65 cm	1.66-1.70 cm	1.60-1.65 cm	1.66-1.70 cm	1.60-1.65 cm	1.66-1.70 cm
DENIM STRETCH	116	58	49	11		
DENIM RIGIDA		12		144		64

GRÁFICO N°02
RESULTADOS PREGUNTA 1



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Según los pequeños, medianos y grandes distribuidores y productores de prendas de vestir encuestados, los artículos de mayor consumo son: denim stretch de 7 a 9 onzas (1.60-1.65 cm) con un 26%, denim stretch de 7 a 9 onzas (1.66-1.70 cm) con un 13%, denim stretch de 10 a 12 onzas (1.60-1.65 cm) con un 11%, denim stretch de 10 a 12 onzas (1.66-1.70 cm) con un 2%, denim rígida de 7 a 9 onzas (1.66-1.70 cm) con un 3%, denim rígida de 10 a 12 onzas (1.66 a 1.70 cm) con un 31% y denim rígida de 13 a 15 onzas (1.66 a 1.70 cm) con un 14%.

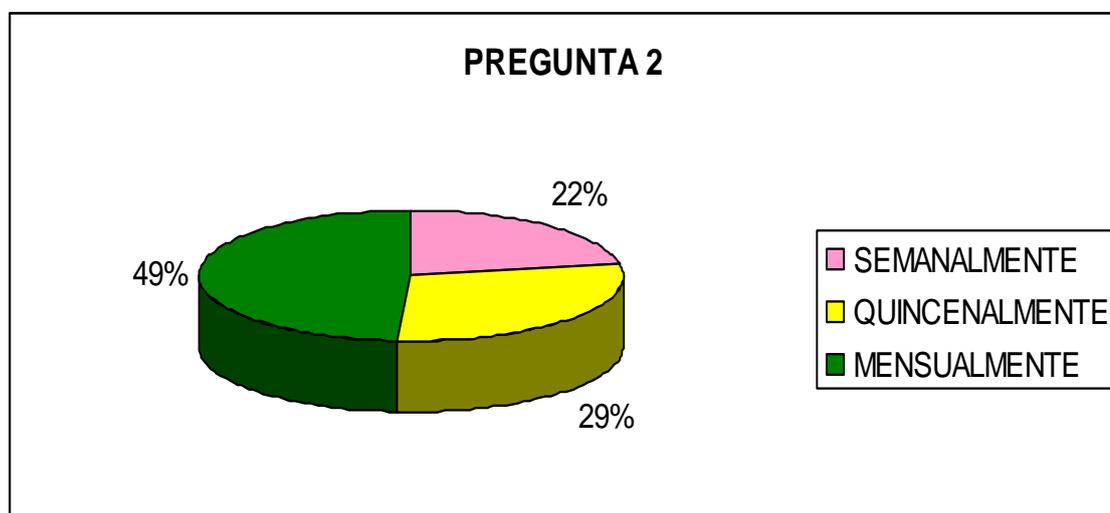
PREGUNTA 2

2.- ¿Con qué frecuencia compra estos productos?

CUADRO N°05
RESULTADOS PREGUNTA 2

SEMANALMENTE	44
QUINCENALMENTE	58
MENSUALMENTE	98

GRÁFICO N°03
RESULTADOS PREGUNTA 2



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un 22% de los pequeños, medianos y grandes distribuidores y productores de prendas de vestir encuestados compran materia prima textil semanalmente, un 29% compran materia prima textil quincenalmente y un 49% compran mensualmente.

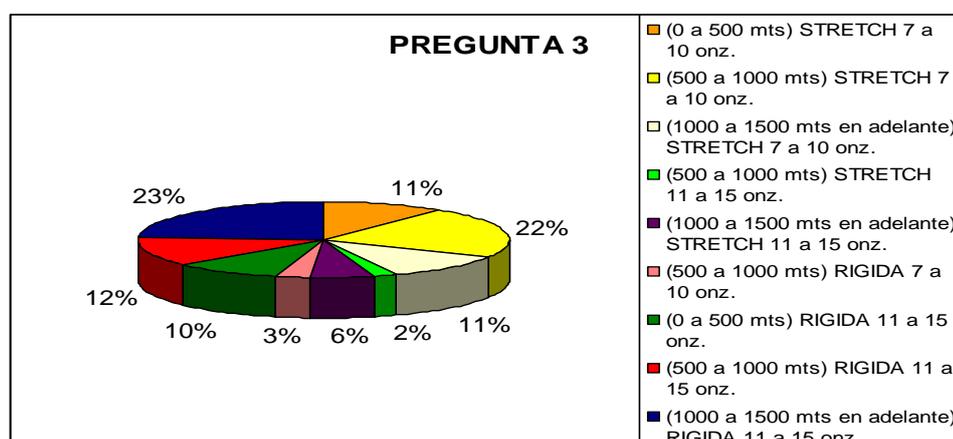
PREGUNTA 3

3.- ¿Cuántos metros de tela denim consume usted por cada compra?

CUADRO N°06
RESULTADOS PREGUNTA 3

	DENIM STRETCH		DENIM RIGIDA	
	7 a 10 onzas	11 a 15 onzas	7 a 10 onzas	11 a 15 onzas
De 0 a 500 metros	42			38
De 500 a 1000 metros	89	8	12	49
De 1000 a 1500 metros (en adelante)	43	22		96

GRÁFICO N°04
RESULTADOS PREGUNTA 3



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Los distribuidores y productores de prendas de vestir encuestados adquieren materia prima textil en las siguientes cantidades, tipos y pesos: un 11% compra de 0 a 500 metros de denim stretch (7-10 onz.), un 22% compra de 500 a 1000 metros de denim stretch (7-10 onz.), un 11% compra de 1000 a 1500 metros de denim stretch (7-10 onzas), un 2% compra de 500 a 1000 metros de denim stretch (11-15 onz.), un 6% compra de 1000 a 1500 metros de denim stretch (11-15 onz.), un 3% compra de 500 a 1000 metros de denim rígida (7-10 onz.), un 10% compra de 0 a 500 metros de denim rígida (11-15 onz.), un 12% compra de 500 a 1000 metros de denim rígida (11-15 onz.) y un 23% compra de 1000 a 1500 metros de denim rígida (11-15 onz.).

PREGUNTA 4

4.- ¿Prefiere usted la materia prima textil nacional o importada e indique el factor que mas influye en su decisión de compra?

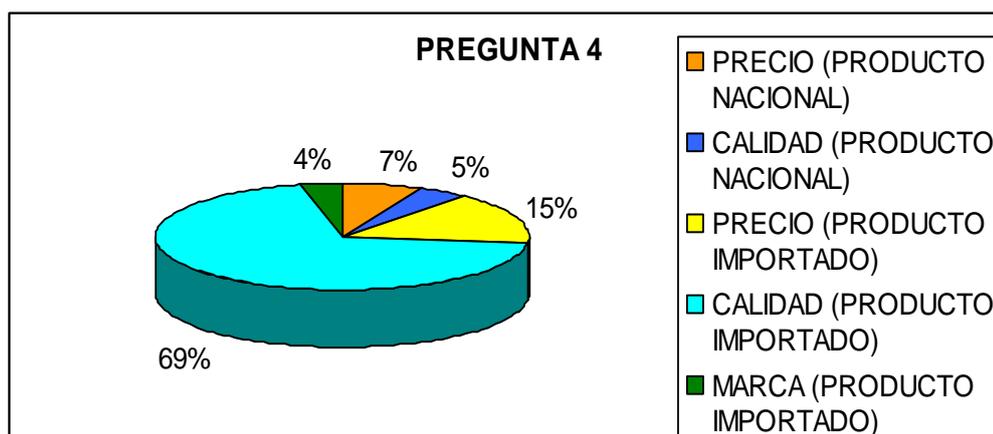
CUADRO N° 07

RESULTADOS PREGUNTA 4

	PRODUCTO NACIONAL	PRODUCTO IMPORTADO
PRECIO	14	31
CALIDAD	9	139
SERVICIO		
MARCA		7

GRÁFICO N°05

RESULTADOS PREGUNTA 4



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un 7% de los distribuidores y productores de prendas de vestir encuestados prefieren la materia prima nacional por el precio, un 5% prefieren la materia prima nacional por la calidad, un 15% prefieren la materia prima importada por el precio, un 69% prefieren la materia prima importada por su calidad y finalmente un escaso 4% prefiere la materia prima importada por su marca.

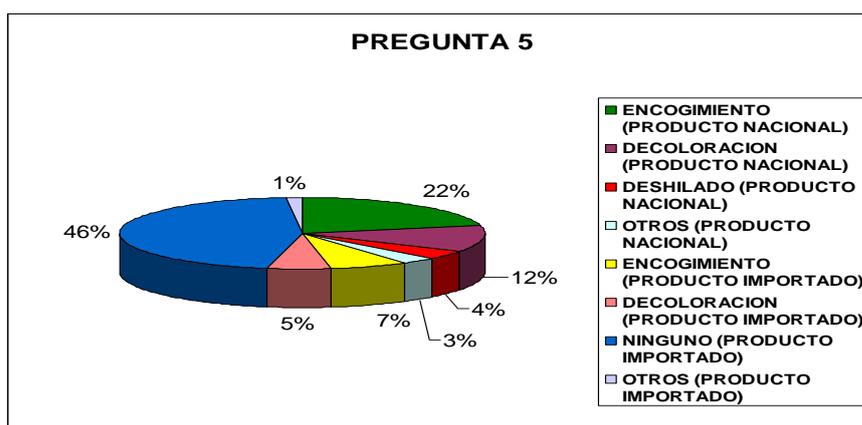
PREGUNTA 5

5.- ¿Cuáles son los problemas de la materia prima que usted usualmente adquiere sea esta nacional o importada?

CUADRO N°08
RESULTADOS PREGUNTA 5

	PRODUCTO NACIONAL	PRODUCTO IMPORTADO
ENCOGIMIENTO	44	14
DECOLORACION	24	11
DESHOLADO	8	
NINGUNO		92
OTROS	6	3

GRÁFICO N°06
RESULTADOS PREGUNTA 5



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un 22% de los distribuidores y productores de prendas de vestir encuestados señalaron como principal problema de la materia prima nacional que adquieren el encogimiento, un 12% eligió la decoloración del producto nacional, un 4% el deshilado del producto nacional, un 3% señaló que tienen otro tipo de problemas con el producto nacional, un 7% eligió el encogimiento del producto importado que adquieren, un 5% la decoloración del producto importado, un gran 46% señaló que no tiene ningún problema con el producto importado y un 1% indicó que posee otros problemas con el producto importado.

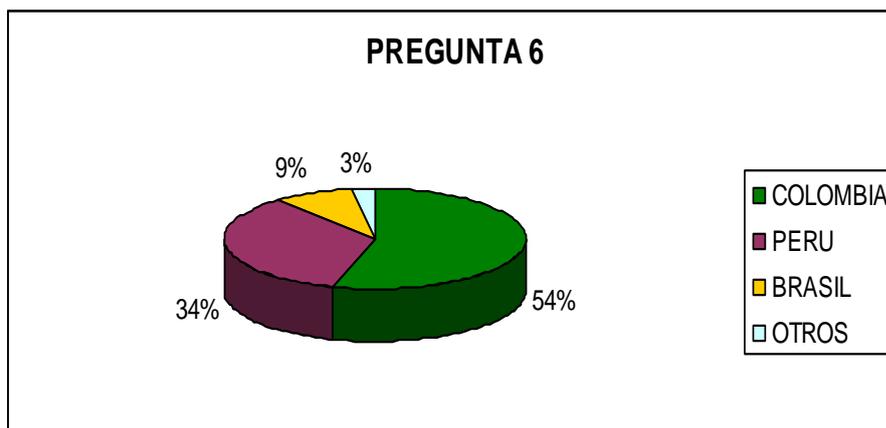
PREGUNTA 6

6.- ¿En cuanto a productos importados cual es su país de preferencia para adquirir materia prima?

CUADRO N°09
RESULTADOS PREGUNTA 6

COLOMBIA	109
PERU	69
BRASIL	17
OTROS	5

GRÁFICO N°07
RESULTADOS PREGUNTA 6



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un 54% de los productores y distribuidores encuestados señalo que prefieren adquirir materia prima procedente de Colombia, un 34% eligió materia prima textil de Perú, un 9% prefiere la materia prima proveniente de Brasil y un 3% opta por adquirir materia prima originaria de otros países.

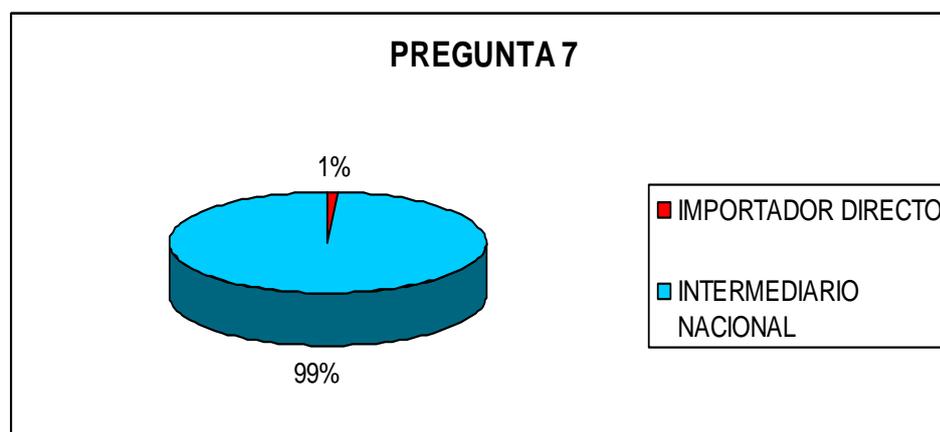
PREGUNTA 7

7.- ¿Es usted importador directo de su materia prima o compra a través de intermediarios nacionales?

CUADRO N° 10
RESULTADOS PREGUNTA 7

IMPORTADOR DIRECTO	2
INTERMEDIARIO NACIONAL	198

GRÁFICO N°08
RESULTADOS PREGUNTA 7



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un gran 99% de los distribuidores y productores de prendas de vestir encuestados compra su materia prima textil a través de un intermediario nacional, mientras que un escaso 1% del total es importador directo.

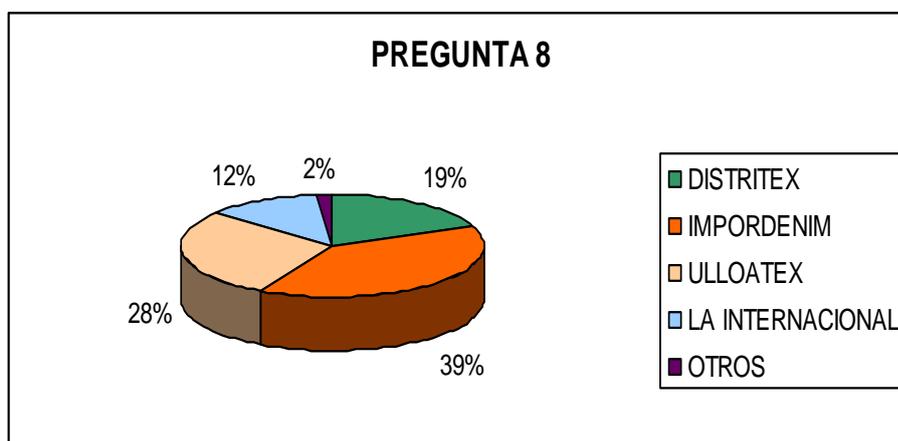
PREGUNTA 8

8.- ¿Cuál es su proveedor de materia prima?

CUADRO N° 11
RESULTADOS PREGUNTA 8

DISTRITEX	49
IMPORDENIM	101
ULLOATEX	74
LA INTERNACIONAL	32
OTROS	4

GRÁFICO N° 09
RESULTADOS PREGUNTA 8



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un 19% de los distribuidores y productores de prendas de vestir encuestados señalaron que su principal proveedor de materia prima textil es la empresa Distritex, un 39% indicaron que su proveedor es la empresa Impordenim, un 28% eligió como su proveedor a Ulloatex, un 12% escogió a la Internacional como su proveedor y un 2% señaló que otras empresas son sus proveedoras de materia prima textil.

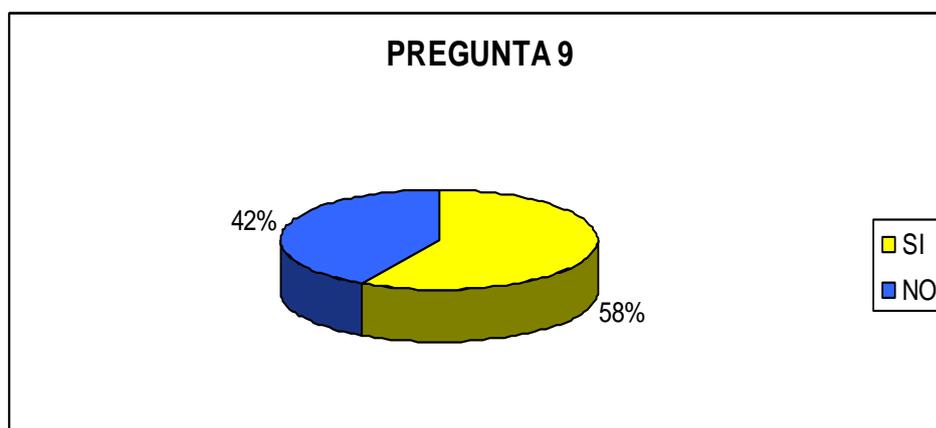
PREGUNTA 9

9.- ¿Cree usted que el servicio y los productos de su actual proveedor cumplen con sus expectativas y necesidades?

CUADRO N°12
RESULTADOS PREGUNTA 9

SI	122
NO	88

GRÁFICO N°10
RESULTADOS PREGUNTA 9



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un 58% del total de productores y distribuidores encuestados está satisfecho con el servicio y los productos de su actual proveedor, mientras que un 42% de los encuestados no están satisfechos con el servicio y los productos de su proveedor.

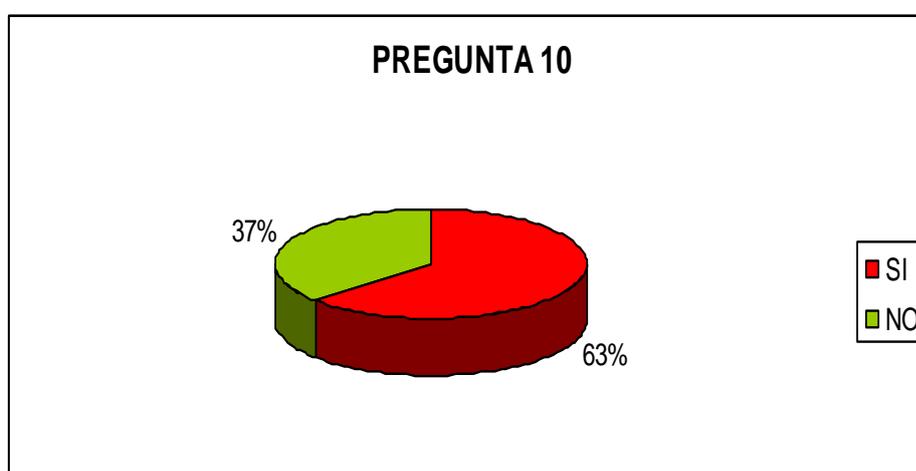
PREGUNTA 10

10.- ¿Ha adquirido usted materia prima procedente de Perú?

CUADRO N° 13
RESULTADOS PREGUNTA 10

SI	126
NO	74

GRÁFICO N° 11
RESULTADOS PREGUNTA 10



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un 63% de los fabricantes y distribuidores encuestados en el cantón Pelileo ha adquirido materia prima procedente de Perú, mientras que un 37% del total de los encuestados no ha adquirido materia prima textil peruana.

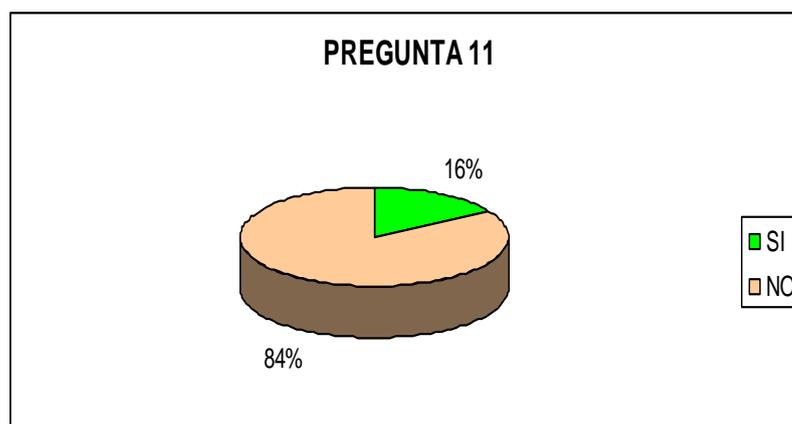
PREGUNTA 11

11.- ¿Conoce usted las telas rígidas y stretch de la empresa Nuevo Mundo de Perú?

CUADRO N° 14
RESULTADOS PREGUNTA 11

SI	32
NO	168

GRÁFICO N°12
RESULTADOS PREGUNTA 11



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un 16% de los distribuidores y fabricantes de prendas de vestir encuestados conoce las telas rígidas y stretch de la empresa Nuevo Mundo de Perú, mientras que un 84% de los encuestados no conoce los productos de la empresa Nuevo Mundo.

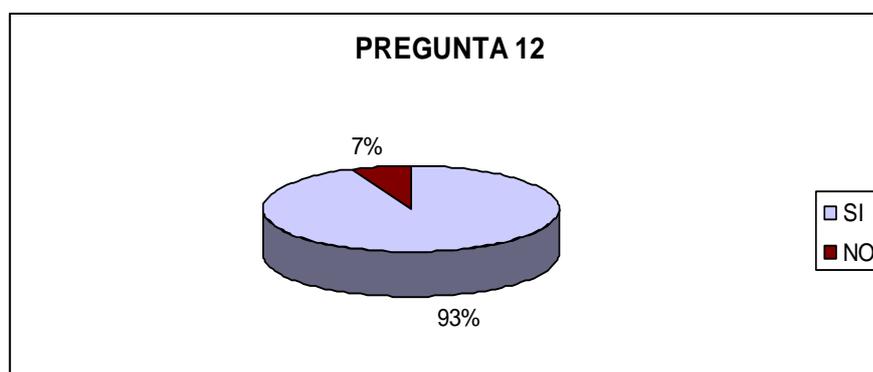
PREGUNTA 12

12.- ¿Le gustaría adquirir estos productos peruanos que no tienen encogimiento y son de primera calidad?

CUADRO N°15
RESULTADOS PREGUNTA 12

SI	187
NO	13

GRÁFICO N°13
RESULTADOS PREGUNTA 12



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un 7% del total de las personas encuestadas no les gustaría adquirir los productos peruanos de la empresa Nuevo Mundo, mientras que un 93% de los encuestados en el cantón Pelileo estarían dispuestos a adquirir estos nuevos productos que no tienen encogimiento y son de primera calidad.

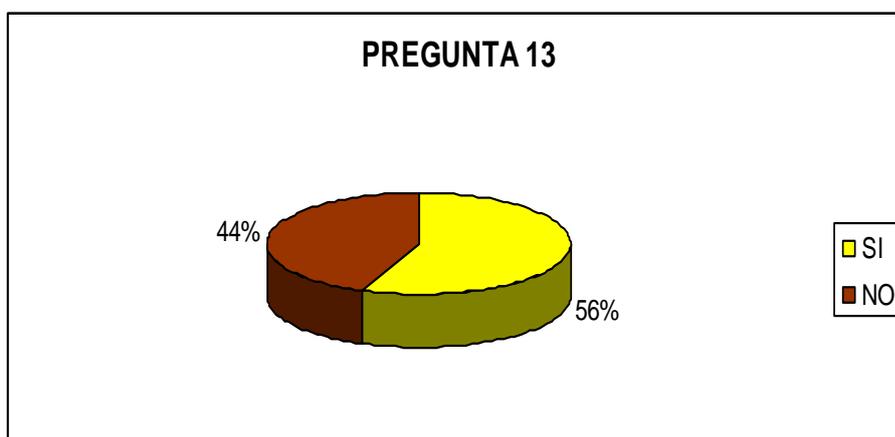
PREGUNTA 13

13.- ¿Cree usted que es necesario distribuir el producto desde una bodega localizada en Pelileo?

CUADRO N°16
RESULTADOS PREGUNTA 13

SI	112
NO	88

GRÁFICO N° 14
RESULTADOS PREGUNTA 13



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis

Un 56% de los pequeños, medianos y grandes distribuidores y productores de prendas de vestir encuestados cree necesario que se distribuya el producto desde una bodega localizada en el cantón Pelileo, mientras que un 44% del total de los encuestados no cree que sea indispensable que se distribuya el producto desde Pelileo.

2.7- Demanda

La demanda de Dicaltex se basa en los distribuidores y confeccionistas de prendas de vestir que buscan materia prima textil de primera calidad que satisfagan sus necesidades en cuanto a versatilidad, duración y confiabilidad del producto final que van a elaborar, por lo que se procederá a analizar las siguientes variables:

2.7.1-Ingreso de los consumidores

La producción de los miles de pequeños, medianos y grandes confeccionistas nacionales no solo abastece el 100% de sus almacenes sino que también sirve para vender en otros locales al por mayor.

“Este repunte en su producción se dio debido a las imposiciones de gravámenes a las importaciones desde enero del 2009; esto la llevó a duplicar la mano de obra para satisfacer el aumento de la demanda”.¹⁴

Javier Díaz, presidente de la Asociación de Textiles del Ecuador, explica que la caída de las importaciones en más del 80% desde el 2009 ha estimulado la producción nacional que sintió un alza en los pedidos desde septiembre del mismo. Sin embargo, también evidenció un problema de la industria; según las últimas reuniones de los gremios, en el sector harían falta más de 15 mil operarios.

A pesar de los problemas que se han generado para los productores nacionales debido al alza de la demanda, es evidente que el ingreso de nuevos distribuidores de materia prima textil fortalecerán el nivel de producción nacional para poder satisfacer a mediano plazo el requerimiento de los enormes mayoristas y cadenas de prendas de vestir; esto quiere decir que Dicaltex puede comercializar su producto sin tener que disputar un segmento de mercado con la competencia directa.

¹⁴ <http://www.eluniverso.com/2010/07/01/1/1356/empresas-textiles-crecen-poca-variedad-mano-obra.html>

2.7.2- Gustos y preferencias

Las gamas y líneas de materia prima textil que demandan los confeccionistas y distribuidores nacionales es muy variada, a través de la experiencia de varias empresas se puede determinar que los productos más comercializados en el país son las telas rígidas (100% algodón) utilizadas para elaborar jeans para uniformes escolares o ropa de trabajo; otro producto demandado son las telas stretch (80% algodón, 17% poliéster, 3% elastano) que son la materia prima de los índigos de mujer. El productor nacional busca puntualidad y disponibilidad de materia prima, calidad de producto, precio accesible y sobre todo comodidad en las formas de pago ya que muchos de los confeccionistas venden o comercializan su producto por líneas de producción y generalmente a plazos.

2.7.3-Precio

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.¹⁵

Para este proyecto se ha creído conveniente que para la fijación del precio es importante tomar en cuenta los costos incurridos y el margen de beneficio que se desea obtener, sin dejar de considerar los precios de la competencia, ya que esto es muy importante, puesto que el consumidor busca que un producto no sea solo atractivo por la calidad sino por su precio.

Dado que es un producto que se importa el precio siempre será variable dependiendo de las condiciones de política exterior del país y las nuevas disposiciones del gobierno actual.

¹⁵ BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Pág. 48.

2.7.4-Condiciones Geográficas

Las condiciones geográficas no afectan directamente al producto pues la empresa adquiere la materia prima para luego ser comercializada, de esta manera la producción cualquier actividad relacionada con esta depende del proveedor de la misma.

2.7.5-Motivos de Consumo

Los consumidores son perfectamente racionales al tomar la decisión de una compra y buscan la mayor utilidad de un producto, por esta razón nosotros ofrecemos productos a mejor precio y calidad.

Más del 70% de los productores adquiere materia prima importada para la confección de sus prendas de vestir debido a la calidad y sobre todo al precio de estos productos que les permite ser competitivos en el mercado.

Calidad: Por lo general el producto importado es mas versátil que el nacional, esto quiere decir que durante la producción no sufre encogimiento y se puede obtener un mayor numero de diseños y Stones (color obtenido luego de la degradación del denim en las maquinas de lavado)

Precio: A pesar de que el producto importado suele tener mayores costos para su nacionalización (aranceles, transporte, etc) es mas económico que el producto nacional en un 20% (producto nacional \$4.00/cada metro; producto importado \$3.20/cada metro), todo esto debido a que la producción de materia prima textil en nuestro país es mas costosa por la mano de obra y ausencia de maquina calificada.

Disponibilidad: La producción nacional es limitada ya que La internacional que es el principal exponente posee una base de distribución nacional y exportación; mientras que la materia prima textil importada esta presente todo el año, pues los niveles de producción de países como Colombia y Perú son altos ya que este sector representa uno de los motores de su industria y economía.

2.7.6-Análisis del mercado nacional

Antes de realizar el respectivo análisis de la oferta y demanda del cantón Pelileo es indispensable relacionarla con la demanda y oferta nacional, de aquí parte la importancia de definir la demanda potencial insatisfecha para determinar si el producto tiene posibilidad de comercializarse en el mercado dadas las características del mismo, partimos de la información brindada por el SRI. (Véase Anexo N°07)

CUADRO N°17
POBLACIÓN DE ECUADOR POR ACTIVIDAD TEXTIL

CODIGO CIU	DESCRIPCION	POBLACION
D1810000	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR PARA TRABAJO Y UNIFORMES PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES.	10865
G51310401	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS TEXTILES.	1361
G52320301	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES.	6064
POBLACION TOTAL		18290

Fuente: Base de Datos SRI (Sr. Byron Vásquez-Planificación y Coordinación SRI)

Elaborado por: Autor

5209420000 MEZCLILLA DENIM (RIGIDA)

5211420000 MEZCLILLA DENIM (STRETCH)

Precio promedio de la materia prima textil importada (\$2.55 c/metro)

IMPORTACIONES 2009
11'753.725 metros
EXPORTACIONES 2009
2'178.431 metros
PRODUCCIÓN NACIONAL 2009
4'321.422 metros
DEMANDA=CONSUMO NACIONAL APARENTE (CNA)= IMPORTACIONES+PRODUCCION NACIONAL – EXPORTACIONES 11'753.725 + 4'321.422 - 2'178.431 = 13'896.716 metros

Fuente: <http://nt5000.aladi.org/siicomercioesp/>

Elaborado por: Autor

De lo anteriormente expuesto podemos concluir que el presente proyecto esta ampliamente justificado, ya que las importaciones de materia prima textil (representan alrededor del 70% de la demanda nacional) son necesarias para el funcionamiento normal del mercado textil nacional; además al ser un mercado polipólico en el que existen varios productores sin que ninguno domine el mercado ampliamente se puede ingresar fácilmente y distribuir libremente nuestros productos.

2.7.7-Comportamiento histórico de la demanda

“La demanda para un determinado producto, representa las diferentes cantidades que se pueden comprar a distintos precios en un tiempo determinado”.¹⁶

Para el análisis de la demanda hemos tomado en cuenta:

- La amenaza de productos sustitutos, y;
- El poder de negociación de los compradores

Amenaza de productos sustitutos

Si bien el índigo no posee productos sustitutos directos, existen otros productos que también son utilizados para la fabricación de prendas de vestir los cuales no solo ofrecen una alternativa en precio sino que pueden reemplazarlo en situaciones de escasez de materia prima textil, además de tener otro tipo de usos; es por ello que el principal objetivo de un producto sustituto es satisfacer la necesidad.

Sin embargo, el denim por sus características no es sustituible, los famosos jeans y sus derivaciones no serian lo mismo si no se utilizara este material para su elaboración; el precio no es el principal motivo para que nuestro producto sea sustituido ya que el cliente va a cancelar en muchos casos un precio menor al de otros tipos de tela en el mercado, para tener mayor conocimiento detallaremos las características de telas que también se comercializan en Pelileo.

¹⁶ HERNANDEZ, Abraham, Op.Cit., Pág. 48.

CUADRO N°18

CARACTERISTICAS Y TIPOS DE TELAS

Telas	Construcción	Características	Usos
Acetato		Tela artificial con apariencia de seda, fabricada con hilos de fibra de acetato de celulosa. No encoge, no destiñe.	Lencería, blusas, vestidos.
Acrílicos		Tela artificial que semeja al tejido de lana. Colores nítidos.	Reemplaza a la tela de lana natural.
Angora (Mohair)	Plana o de punto.	Lana de cabra, suave, brillante, pelos rígidos.	Suéteres, forros, telas crudas. Material para decoración y vestidos, sombreros, tapices.
Chalís	Plana.	Tela ligera de lana, suave y muy liviana.	Blusas y vestidos para damas . Corbatas, ropa deportiva.
Chifón o Tul	Plana.	Liviana y semi-transparente	Para usar en blusas y chalinas.
Crepé	Plana.	Tela delgada y liviana de seda o algodón. y otros tipos de tejidos. De apariencia áspera y arrugada.	Se utiliza en vestidos de todo tipo, dependiendo del espesor. Incluye vestidos largos, trajes y abrigos.
Dril		Tela firme de algodón, similar a la mezclilla. Con líneas de refuerzo más cercanas y planas que la gabardina.	Uniformes, ropa de trabajo, cobertores, ropa deportiva y aplicaciones industriales.
Dry Feet	Tejido plano.	Para ropa deportiva anti transpirante.	Polera, blusas, pantalones.
Franela (Lanilla)	Sarga y plana.	Suave, con la superficie satinada que casi anula la textura del tejido. Encoge si no es tratada.	Chaquetas, vestidos, faldas, trajes, sobretodos.
Gabardina	Sarga reforzada.	Terminación nítida, tejido denso, durable, resistente al desgaste. Difícil de planchar, brilla con el uso.	Trajes para damas y caballeros, abrigos, impermeables, uniformes y camisas.
Lona		Tela áspera y resistente de hilos de algodón puro o mezclado con poliéster.	Carpas para camping, cobertores de estructuras y sillas de playa.
Oxford	Plana.	Fabricada con hilados de algodón cien por ciento o mezclado con poliéster.	Mayormente para camisas de hombre. También chaquetas, faldas, poleras de verano y ropa deportiva.
Paño		Tejido denso y textura suave.	Abrigos, mesas de pool, mesas de poker.
Pie de Pool (Pata de gallo, estrellado.)	Sarga asimétrica.	Tejido disperejo que forma estrellas de cuatro puntas.	Abrigos, pantalones, chaquetas y trajes deportivos.

Poliéster		Tela liviana, no encoge ni estira, resistente al moho, polillas y abrasión. Lavable, no la afecta la luz solar ni el clima.	Diversos usos dependiendo del hilado con que se mezcla. Ropa resistente a productos químicos.
Punto Espiga (Tweed)	Sarga.	Normalmente de lana y diferentes calidades.	Pantalones, chaquetas, tapados y abrigos deportivos.
Quick Dry	Plana.	Secado ultra rápido.	Ropa deportiva para exteriores, (outdoor).
Rip Stop	Plana.	Construida con amarres entre cada sección. Resistente al roce y rajaduras.	Uniformes para alto desgaste, uniformes militares.
Seda Natural (Tussah)	Plana y de punto.	Tela áspera, resistente, tejido disparejo.	Seda liviana para vestidos. Seda pesada para abrigos, trajes y conjuntos.
Tafetán	Plana con cordones.	Tela delgada de seda sintética muy tupida y de superficie lustrosa.	Blusas, vestidos, abrigos, ropa fina.
Tela Elástica (Spandex)		Liviana, flexible y durable, resistente a la transpiración, cremas corporales y detergentes.	Ropa para deportistas y prendas modeladoras de cuerpo.
Terciopelo (Velvet)	Tejida, con hebras adicionales desviadas.	Tela delicada, resistente al agua y arrugas. Se limpia en seco y debe plancharse sobre tabla. Los terciopelos finos son de algodón 100%.	Ropa formal, cortinajes tapices.

Fuente: <http://www.todotelas.cl/definicion-telas.htm>

De esta gama de telas antes presentadas la que podría sustituir de cierta manera al denim sería la gabardina por su versatilidad, pero el metro de esta tela llega a costar como promedio unos \$5.

Poder de Negociación de los Compradores

El poder de negociación de los compradores es directamente proporcional al volumen de compra que estos realicen. Por lo tanto los pequeños y medianos compradores tiene una muy baja probabilidad de negociar la venta en beneficio de ellos, no así los llamados grandes clientes o mayoristas, ya que estos basados en los altos niveles de compra pueden llegar a regatear la venta a tal forma de verse beneficiados, ya sea por una disminución del precio de venta o por algún otro estímulo.

El poder de negociación también es bajo para cualquier tipo de clientes por no existir sustitutos directos de esta industria, además dadas las condiciones actuales del mercado en la cual los productores necesitan con urgencia satisfacer la gran demanda existente, en este caso el importador tiene la oportunidad de establecer el precio que crea adecuado ya que existen miles de clientes potenciales en el mercado.

2.7.8-Proyección de la Demanda

Para efecto de cálculo de la demanda proyectada nos hemos basado en la población que se obtuvo de los datos de la encuesta, para lo cual son fundamentales los resultados de las preguntas 3 y 12 como se detallará a continuación:

Pregunta 3

Cantidades de consumo por tipo de materia prima textil

	DENIM STRETCH		DENIM RIGIDA	
	7 a 10 onzas	11 a 15 onzas	7 a 10 onzas	11 a 15 onzas
De 0 a 500 metros	42			38
De 500 a 1000 metros	89	8	12	49
De 1000 a 1500 metros (en adelante)	43	22		96

Pregunta 12

Clientes Potenciales que estarían dispuestos a adquirir los productos de Dicaltex.

SI	187
NO	13

De estos datos obtenidos podemos determinar la demanda para el año 2010 realizando el siguiente análisis:

CUADRO N° 19

PORCENTAJE DE CONSUMO PROMEDIO POR TELA

	DENIM STRETCH		DENIM RIGIDA		TOTAL
	7 a 10 onzas	11 a 15 onzas	7 a 10 onzas	11 a 15 onzas	
Consumo promedio de 500 mts	11%			10%	21%
Consumo promedio de 1000 mts	22%	2%	3%	12%	39%
Consumo promedio de 1500 mts	11%	6%		23%	40%
					100%

Elaborado Por: Autor

Del anterior análisis para poder determinar la demanda real basada en la encuesta se procederá a prorratear el total de clientes potenciales dispuestos a adquirir nuestro producto con los porcentajes de consumo de materia prima textil por tipo y peso.

CUADRO N°20

CLIENTES POTENCIALES POR CONSUMO DE TELA

	CLIENTES POTENCIALES	
Consumo promedio de 500 mts	21%	39
Consumo promedio de 1000 mts	39%	73
Consumo promedio de 1500 mts	40%	75
	100%	187

Elaborado por: Autor

Una vez obtenidos los datos luego de prorratear las variables antes mencionadas se procederá a calcular la demanda real basada en el consumo promedio obtenido de la encuesta.

CUADRO N°21

DEMANDA REAL 2010

DEMANDA REAL 2010	
500 metros * 39 personas	19500
1000 metros * 73 personas	73000
1500 metros * 75 personas	112500
TOTAL	205000

Elaborado por: Autor

La demanda de materia prima textil en el cantón Pelileo para efectos del presente proyecto es de 205.000 metros mensuales que corresponden a 2'460.000 metros anuales.

Debido a que el presente proyecto parte del año 2010 y se han obtenido los datos en base a la encuesta, no se posee series históricas para proyectar la demanda por lo que se utilizara la tasa de crecimiento poblacional del ciclo 2009-2010 y se planteara la formula de interés compuesto que nos ayudara a desplegar series históricas futuras para poder proyectar la demanda.

POBLACIÓN ECUADOR

Año 2009 = 14'005.449

Año 2010 = 14'204.900¹⁷

Interés Simple

I = Interés expresado en valores monetarios

VA = Valor actual, expresado en unidades monetarias

VF = Valor futuro, expresado en unidades monetarias

n = Periodo de capitalización, unidad de tiempo, años, meses, diario,...

i = Tasa de interés, porcentaje anual, mensual, diario, llamado también tasa de interés real.¹⁸

Fórmula:

$$VF = VA (1+n*i)$$

$$\sqrt[1]{\frac{14204900}{14005449}} - 1 = 0.014 \rightarrow \text{Tasa de Crecimiento Poblacional}$$

(2010) = 2'460.000 metros

VF (2011) = 2'460.000(1+1*0.014) = 2'494.440 metros

VF (2012) = 2'460.000(1+2*0.014) = 2'528.880 metros

VF (2013) = 2'460.000(1+3*0.014) = 2'563.320 metros

VF (2014) = 2'460.000(1+4*0.014) = 2'597.760 metros

VF (2015) = 2'460.000(1+5*0.014) = 2'632.200 metros

Para realizar la proyección de la demanda nos hemos basado en el método de correlación y relación usando como base los datos históricos anteriormente desglosados.

¹⁷ http://www.inec.gov.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/cen_pob_viv

¹⁸ <http://www.monografias.com/trabajos30/interes-simple-compuesto/interes-simple-compuesto.shtml>

CUADRO N°22
METODO DE CORRELACIÓN Y RELACIÓN

Años	X	Y	(X - x)	(Y- y)	x ²	y ²	x . y
2010	1	2460000	-2.5	-86100	6.25	7413210000	215250
2011	2	2494440	-1.5	-51660	2.25	2668755600	77490
2012	3	2528880	-0.5	-17220	0.25	296528400	8610
2013	4	2563320	0.5	17220	0.25	296528400	8610
2014	5	2597760	1.5	51660	2.25	2668755600	77490
2015	6	2632200	2.5	86100	6.25	7413210000	215250
TOTAL	21	15276600	0	0	17.5	20756988000	602700

Fuente: Gabriel Vaca Urbina

Elaborado por: El autor

$x=3.5$

$y=2546100$

x = años

y = demanda de materia prima textil

Donde $y = a + bx$

$$a = y - b x$$

$$b = \frac{\sum(x * y)}{\sum x^2}$$

$$a = 2546100 - 34440 (3.5)$$

$$b = \frac{602700}{17.5}$$

$$a = 2,425,560$$

$$b = 34440$$

Proyecciones para los siguientes cinco años

y (2016)= (2425560 + (34440*7))	=	2666640
y (2017)= (2425560 + (34440*8))	=	2701080
y (2018)= (2425560 + (34440*9))	=	2735520
y (2019)= (2425560 + (34440*10))	=	2769960
y (2020)= (2425560 + (34440*11))	=	2804400

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN

$$\frac{\sum (x * y)}{\sqrt{\sum (Dx^2)(Dy^2)}} = 1$$

$$\frac{602700}{\sqrt{17.5 * 20756988000}} = 1$$

Una vez determinada la demanda potencial se puede determinar la demanda por tipo de producto a través del prorrateo utilizando los porcentajes obtenidos de la encuesta, así tenemos:

CUADRO N°23

DEMANDA REAL POR TIPO DE PRODUCTO

AÑOS	DEMANDA	DENIM STRETCH 7-10 ONZ. (44%)	DENIM STRETCH 11-15 ONZ. (8%)	DENIM RIGIDA 7-10 ONZ. (3%)	DENIM RIGIDA 11-15 ONZ. (45%)	TOTAL
2010	2460000	1082400	196800	73800	1107000	2460000
2011	2494440	1097553,6	199555,2	74833,2	1122498	2494440
2012	2528880	1112707,2	202310,4	75866,4	1137996	2528880
2013	2563320	1127860,8	205065,6	76899,6	1153494	2563320
2014	2597760	1143014,4	207820,8	77932,8	1168992	2597760
2015	2632200	1158168	210576	78966	1184490	2632200
2016	2666640	1173321,6	213331,2	79999,2	1199988	2666640
2017	2701080	1188475,2	216086,4	81032,4	1215486	2701080
2018	2735520	1203628,8	218841,6	82065,6	1230984	2735520
2019	2769960	1218782,4	221596,8	83098,8	1246482	2769960
2020	2804400	1233936	224352	84132	1261980	2804400

De esta manera podemos identificar con datos reales la posible demanda por tipo de producto y peso hasta el año 2020.

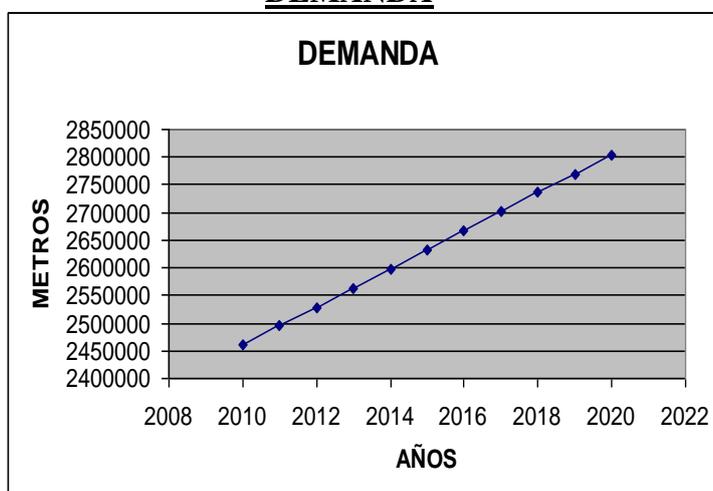
CUADRO ESTADÍSTICO DEMANDA

En el siguiente cuadro estadístico podemos observar la demanda proyectada para los próximos 10 años:

GRAFICO N° 15

DEMANDA

AÑOS	DEMANDA
2010	2460000
2011	2494440
2012	2529362
2013	2564773
2014	2600679
2015	2637079
2016	2671674
2017	2707089
2018	2742504
2019	2777919
2020	2813334



2.8-Segmento del mercado

“La segmentación de mercados es un proceso mediante el cual se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo a los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores”.¹⁹

Para analizar el segmento de mercado se procederá a señalar el funcionamiento de sus variables principales las cuales son:

Variables Demográficas

- ***Sexo:***

El producto está dirigido a cualquier tipo de genero sea masculino o femenino

- ***Edad:***

La adquisición del producto será para personas mayores de 17 años de edad

- ***Nivel de instrucción***

Ninguno, aunque en la actualidad es necesario poseer conocimientos de producción y comercialización.

- ***Religión***

No tiene relevancia en el proyecto

- ***Nivel socio-económico***

Personas de clase media baja, media, media alta y alta.

- ***Ocupación:***

Distribuidores de materia prima y confeccionistas de prendas de vestir.

¹⁹ <http://sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/mercadotecnia1/t35.htm>

Variables Geográficas

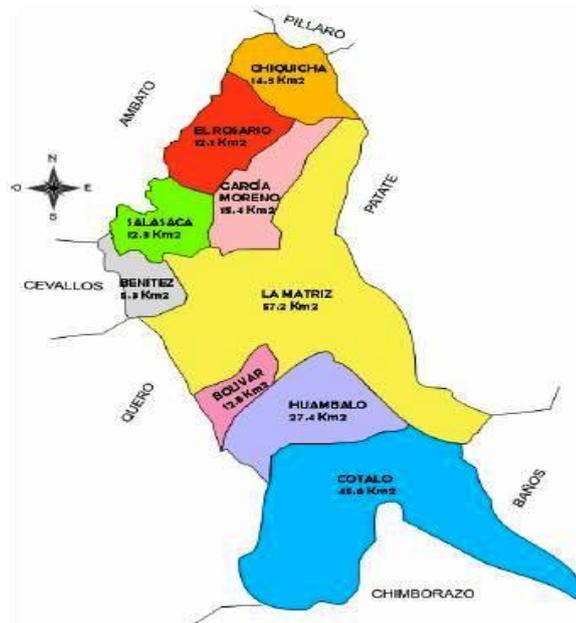
- ***Clima:*** Promedio Anual 13°C
- ***Altitud:*** 2.900 metros sobre el nivel del mar
- ***Humedad:*** 68%
- ***Región:*** Sierra
- ***Provincia:*** Tungurahua
- ***Cantón:*** San Pedro de Pelileo
- ***Ubicación:*** Cordillera Occidental
- ***Zona:*** urbana y rural
- ***Sector:*** Centro, norte y sur
- ***Población:*** 48.988 habitantes según el último censo

Características físicas del cantón Pelileo

San Pedro de Pelileo limita al norte con Píllaro, al este con Patate y Baños, al oeste con Ambato y al sur con Chimborazo; fue fundada por Antonio Clavijo en 1570 y fue elevada al estatus de cantón el 22 de julio de 1860.

GRÁFICO N°16

PELILEO



Estándar de vida

A más del recurso de sus paisajes naturales, Pelileo presenta el atractivo de sus artesanías de tejidos, madera, calzado y, sobre todo, de la industria de jeans, que le han dado tanta fama la ciudad, y los cuales son tan apreciados por los turistas nacionales y extranjeros.

Pero sobre todo la diferencia tan marcada que existe entre la nueva ciudad y la antigua ciudad de la cual solo su iglesia, es el referente de una época casi perdida, la hacen un lugar que el turista no puede dejar de visitar, para conocer el Pelileo Grande el cual es el antiguo y original asentamiento de la ciudad antes del terremoto de 1947 y del cual solo las historias de varios abuelos hacen referencia así como el Pelileo Chico como así su gente conoce a su actual y moderna ciudad.

Otro importante sitio turístico, cultural y artesanal situado en el Cantón Pelileo, es la comunidad indígena de Los Salasaca, donde los indígenas del lugar, hábiles tejedores, que comercializan sus artesanías en la feria del domingo la cual se ubica en la plaza central y en las casas particulares, donde se exponen una gran variedad de

diseños de tapices, ponchos, sacos, carteras, shigras, sombreros y una gran diversidad de recuerdos confeccionados a mano, también existir lugares donde los turistas pueden deleitarse de la comida típica de esta comunidad. Y sus fiestas tienen una especial esencia prehispánica en la que se recuerdan los míticos y cómicos agradecimientos al INTY RAIMY, en cada uno de sus bailes, bebidas y vestimentas.

Los turistas extranjeros aprecian el alto grado la originalidad de los diseños y la finura de elaboración de los tejidos de Salasaca los cuales son elaborados especialmente por las mujeres. En cada vivienda existe por lo menos un telar, en el cual tejen la lana de ovejas que ellos mismos lavan y tinturan con colores vegetales. En las que cada uno de los diseños, evoca a antiguos dioses que no han podido olvidar. Como es el Cerro sagrado de Teligote en donde año tras año a finales del mes de agosto realizan peregrinaciones, en la cual los jóvenes Salasacas recolectan plantas para elaborar las tinturas con las cuales colorean sus vestidos, como también esencias y medicinas. Y el trueque que realizan con la comunidad de los Chibuleos; con los cuales intercambian sus alimentos, animales y artesanías.

Pelileo tiene su feria los sábados y martes. Sus atractivos Turísticos son únicos, como es el excursionismo a los montes Teligote, Shaushi y Mul-Mul que la rodean. Además de una espectacular vista panorámica diurna y nocturna de la actividad del volcán Mama Tungurahua desde los miradores de Zurangay y el mirador de La Cruz.

Las artesanías y la pequeña agroindustria son las grandes productoras de textiles, alimentos y artículos de cuero. Varias curtiembres de pieles proveen de esta materia prima al mercado local y nacional.

Las industrias metalmecánica y farmacéutica complementan los ingresos de la economía provincial y aportan a la solución del desempleo gracias a la ocupación de la hábil mano de obra local. Muchas haciendas se han transformado en ganaderas, incrementando la crianza de ganado vacuno y porcino.

Moneda

Dólar de Estados Unidos

Horario de apertura del comercio

09:00 horas

Horario de funcionamiento de la banca

09:00 - 17:00 horas - lunes a viernes (Banco del Pichincha)

08:00 – 12:00 horas - sábados

Es de vital importancia conocer cada uno de estos detalles ya que es necesario conocer cuales son las horas de apertura del comercio con lo cual podremos comunicarnos ya sea vía telefónica por Internet o personalmente con nuestros clientes, así como también podremos saber el horario de funcionamiento de la banca para las transferencias o cobros que se puedan realizar.

Variables Psicográficas

Motivos de Consumo:

- Precio
- Formas de Pago
- Características del producto
- Referencias y experiencias personales
- Servicio de entrega y Post-venta

Beneficios del Producto

Los beneficios reales que ofrece la materia prima textil de Dicaltex son:

1. Producto sin encogimiento, decoloración, fallas o deshilados ,
2. Multiplicidad de diseños, así como de Stones (colores),
3. Calidad única del producto final garantizado.

Tasas de Uso

Este tipo de segmentación divide al mercado de acuerdo a la cantidad de producto que se consumo o adquiere, dadas las características del mercado en Pelileo tenemos:

- **Usuario por primera vez:** Persona que consume por primera vez el producto.
- **Usuario Ligero:** Es aquel que no compra frecuentemente el producto.
- **Usuario Anterior:** Personas que ya han comprado el producto y dejaron de usarlo por diferentes causas.
- **Usuario Potencial:** Personas que no han usado o no conocen el producto pero pueden adquirirlo.
- **Usuario Mediano:** Clientes que adquieren el producto de manera mas habitual.
- **Usuario Frecuente o de Lealtad:** Son aquellos que están ligados emocionalmente al producto y lo compran siempre.

De todo este grupo de usuarios anteriormente mencionados se destacan el usuario mediano y el frecuente que son los que mantienen a flote la industria textil nacional, pero hay que también tomar en cuenta a los usuarios potenciales que vienen a ser aquellos nuevos productores que ingresan al mercado y buscan materia prima textil de calidad para sus confecciones.

2.9-La Oferta

2.9.1-Listado de proveedores

A continuación se detallan los principales proveedores tanto de materia prima, transporte, seguridad, materiales e insumos, así como de muebles y equipos de oficina que posee la empresa.

CUADRO N° 24
PROVEEDORES

PROVEEDOR	PRODUCTO
Materia Prima Textil	Nuevo Mundo S.A.
Munditransport	Transporte Marítimo
Pegasus	Transporte Terrestre
LAAR	Custodia Armada
Reduplast Cia. Ltda.	Fundas y suministros plásticos
ATU	Muebles de Oficina
Computron	Equipos de oficina
Dilipa	Materiales de Oficina
Kiwi	Materiales varios

Elaborado por: Autor

2.9.2-Régimen del mercado

El mercado textil de Pelileo se encuentra en un régimen de competencia perfecta ya que existe una gran cantidad de compradores (demanda) y de vendedores (oferta), de manera tal que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio. Así como se incremento de manera impulsiva la demanda, se han incrementado las importadoras y distribuidoras de materia prima textil, además de que las ya existentes han aumentado su nivel de compra en el exterior para ofertar un mayor número de gamas y líneas de producto a sus clientes.

2.9.3-Proyección de la oferta

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios, que están dispuestos a ofrecer (vender) a distintos precios en un momento determinado”.²⁰

Este producto se comercializa durante todo el año, por lo que indudablemente existirá mayor demanda que oferta en el mercado. Dentro del presente proyecto se define a la oferta como la capacidad de comercialización de Dicaltex, es decir el número de importaciones o productos que se va a importar y posteriormente ofertar al mercado meta, así tenemos:

CUADRO N°25 **ANÁLISIS DE OFERTA**

# IMPORTACIONES	CANTIDAD	TOTAL
2 CONTENEDORES DE 40 PIES MENSUALES= 24 CONTENEDORES ANUALES	En un contenedor de 40 pies entra alrededor de 40000 metros de materia prima textil	80.000 metros mensuales= 960.000 metros anuales

Elaborado por: Autor

De la misma manera que se procedió para proyectar la demanda, en la oferta se utilizara la tasa de crecimiento poblacional y la formula de interés simple para proyectar series históricas.

Fórmula:

$$VF= VA (1+n*i)$$

$$\sqrt[1]{\frac{14204900}{14005449}} - 1 = 0.014 \rightarrow \text{Tasa de Crecimiento Poblacional}$$

²⁰ HERNANDEZ, Abraham, Op.Cit., Pág. 52.

(2010) = 960.000 metros

VF (2011)= 960.000(1+1*0.014)= 973.440 metros

VF (2012)= 960.000(1+2*0.014)= 986.880 metros

VF (2013)= 960.000(1+3*0.014)= 1'000.320 metros

VF (2014)= 960.000(1+4*0.014)= 1'013.760 metros

VF (2015)= 960.000(1+5*0.014)= 1'027.200 metros

En el caso de la oferta se utilizara el método de mínimos cuadrados para proyectar los datos obtenidos hasta el año 2020.

CUADRO N°26
MÍNIMOS CUADRADOS

OFERTA (MÍNIMOS CUADRADOS)				
Años	Y	X	XY	X2
2010	960000	1	960000	1
2011	973440	2	1946880	4
2012	986880	3	2960640	9
2013	1000320	4	4001280	16
2014	1013760	5	5068800	25
2015	1027200	6	6163200	36
Total	5961600	21	21100800	91

n = 6 periodos

5961600	=	6a	+	21b	
21100800	=	21a	+	91b	
-20865600	=	21a	-	73.5b	ecuación 1 (-3.5)
21100800	=	21 a	+	91b	
235200	=	-----		17.5b	
b	=	13440			

El valor encontrado de “b” se reemplaza en la ecuación 1.

5961600	=	6a	+	21(13440)
5679360	=	6a		
a	=	946560		

Al resolver las ecuaciones de manera simultanea

$$a = 946560$$

$$b = 13440$$

Aplicando ahora en la ecuación de pronóstico: $Y = a + bx$

$$Y = 946560 + 13440 X$$

$$Y (2016) = 946560 + 13440(7) = 1040640 \text{ metros.}$$

$$Y (2017) = 946560 + 13440(8) = 1054080 \text{ metros.}$$

$$Y (2018) = 946560 + 13440(9) = 1067520 \text{ metros.}$$

$$Y (2019) = 946560 + 13440(10) = 1080960 \text{ metros.}$$

$$Y (2020) = 946560 + 13440(11) = 1094400 \text{ metros.}$$

A continuación se detallara la oferta potencial por tipo de producto y peso a través de los porcentajes de compra obtenidos de la encuesta los cuales nos ayudan a proyectar datos reales del mercado textil del cantón Pelileo.

CUADRO N°27
OFERTA REAL POR TIPO DE PRODUCTO

AÑOS	OFERTA	DENIM STRETCH 7-10 ONZ. (44%)	DENIM STRETCH 11-15 ONZ. (8%)	DENIM RIGIDA 7-10 ONZ. (3%)	DENIM RIGIDA 11-15 ONZ. (45%)	TOTAL
2010	960000	422400	76800	28800	432000	960000
2011	973440	428313,6	77875,2	29203,2	438048	973440
2012	986880	434227,2	78950,4	29606,4	444096	986880
2013	1000320	440140,8	80025,6	30009,6	450144	1000320
2014	1013760	446054,4	81100,8	30412,8	456192	1013760
2015	1027200	451968	82176	30816	462240	1027200
2016	1040640	457881,6	83251,2	31219,2	468288	1040640
2017	1054080	463795,2	84326,4	31622,4	474336	1054080
2018	1067520	469708,8	85401,6	32025,6	480384	1067520
2019	1080960	475622,4	86476,8	32428,8	486432	1080960
2020	1094400	481536	87552	32832	492480	1094400

Elaborado por: Autor

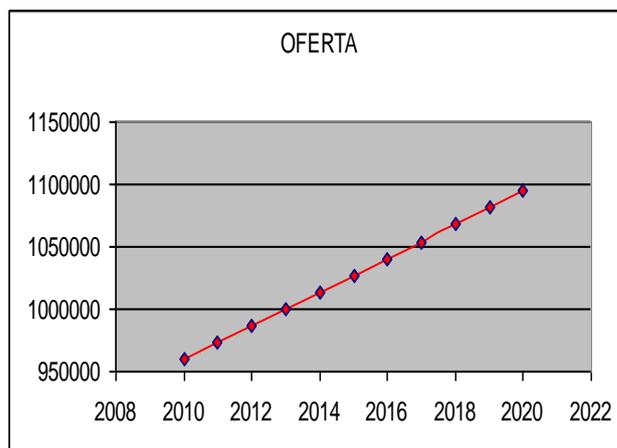
En el cuadro anteriormente expuesto podemos observar claramente la cantidad de productos que se debería ofertar por tipo y peso hasta el año 2020.

CUADRO ESTADÍSTICO OFERTA

En el siguiente cuadro estadístico podemos observar la oferta proyecta durante los próximos 10 años.

GRÁFICO N°17
OFERTA

AÑOS	OFERTA
2010	960000
2011	973440
2012	986880
2013	1000320
2014	1013760
2015	1027200
2016	1040640
2017	1054080
2018	1067520
2019	1080960
2020	1094400



2.10-Demanda versus Oferta

La demanda insatisfecha calculamos en base a la demanda y oferta obtenida anteriormente; esta es el resultado de la diferencia entre ambas variables y determina la viabilidad del proyecto.

CUADRO N°28
DEMANDA INSATISFECHA

Años	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA
2010	2460000	960000	1500000
2011	2494440	973440	1521000
2012	2528880	986880	1542000
2013	2563320	1000320	1563000
2014	2597760	1013760	1584000
2015	2632200	1027200	1605000
2016	2666640	1040640	1626000
2017	2701080	1054080	1647000
2018	2735520	1067520	1668000
2019	2769960	1080960	1689000
2020	2804400	1094400	1710000

Elaborado por: Autor

Como podemos observar la demanda es ampliamente superior a la oferta obteniendo una demanda insatisfecha considerable, esto debido a que el mercado textil es uno de los sectores industriales más dinámicos y con mayor circulación de capital en el país.

2.11-Precios

El precio que se utilizara para el presente proyecto es el siguiente:

Internacional. “Es aquel que se utiliza para artículos de exportación-importación, normalmente cotizados en dólares americanos y FOB (libre a bordo) en el país de origen”.²¹

Conocer que tipo de precio se va a aplicar es importante, porque es la base para calcular los ingresos futuros, y hay que distinguir exactamente de que tipo se trata y como se ve afectado al querer cambiar las condiciones en que se encuentra, principalmente el sitio de venta.

Precios existentes en el mercado

En el siguiente cuadro se enumeran los precios existentes en el mercado de los principales importadores y distribuidores locales.

CUADRO N° 29

PRECIOS EXISTENTES EN EL MERCADO

EMPRESA	PRECIO PROMEDIO RIGIDA (7-10 ONZ.)	PRECIO PROMEDIO RIGIDA (11-15 ONZ.)	PRECIO PROMEDIO STRETCH (7-10 ONZ.)	PRECIO PROMEDIO STRETCH (11-15 ONZ.)
IMPORDENIM	\$3.30	\$3.60	\$3.20	\$3.40
DISTRITEX	\$3.60	\$3.80	\$3.40	\$3.60
ULLOATEX	\$3.80	\$4.00	\$3.80	\$4.00
LA INTERNACIONAL	\$3.50	\$4.00	\$3.60	\$3.80
MULTITELAS	\$3.60	\$4.10	\$3.60	\$4.00
FABRIDOR	\$3.70	\$3.90	\$3.60	\$3.70

Elaborado por: Autor

²¹ BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit., Pág. 48

Como podemos ver la diferencia en precios no es relevante pero al comprar en volumen se convierte en la principal ventaja competitiva de empresa como IMPORDENIM que al vender a los grandes mayoristas puede bajar sus precios, la empresa nacional LA INTERNACIONAL posee los precios mas equilibrados a comparación del resto de competidores debido a que sus materias primas son de menor calidad que las importadas.

La determinación y cálculo final del precio de venta al público se lo realizara en el Estudio financiero.

2.12-Comercialización

La Comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre si con el único objetivo de hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor, esta actividad implica el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento etc.²²

Un buen proyecto debe tener un plan de comercialización avanzado, siendo que la comercialización es el elemento del marketing menos tomado en cuenta cuando la empresa ya esta en funcionamiento comienza a aparecer los problemas en cuanto a retrasos en la entrega.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor, esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que el espera con la compra.

²² <http://www.tumercadeo.com/2010/02/que-es-comercializacion.html>

Dicaltex entiende que la comercialización es uno de los pilares fundamentales del ingreso exitoso al mercado textil de Pelileo por lo que se ha definido un Departamento de Logística encargado de la distribución eficiente del producto, este departamento se encargará de proveer al cliente un servicio personalizado que satisfaga sus necesidades.

Para que la comercialización fluya en una empresa es necesario establecer el canal de distribución que se va a utilizar, ya que este es el medio por el cual se distribuirá el producto.

Canales de Distribución

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago a transacción, además de un intercambio de información, por lo que el productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.²³

Dado que Dicaltex importa directamente el producto para comercializarlo al consumidor final o a los grandes mayoristas el canal de distribución que se utilizara es el siguiente:

Productor-Distribuidor-usuario. _ La fuerza de ventas de ese canal reside en que el productor tenga contacto con muchos distribuidores. El canal se usa para vender productos de carácter industrial.

PRODUCTOR ===== DISTRIBUIDOR ===== USUARIO FINAL

Productor-Distribuidor-Mayorista-usuario. _ La diferencia en este canal es que se utiliza un intermediario mas que es el mayorista antes de entregarlo al consumidor final, este canal es provechoso para el distribuidor ya que puede vender su producto en volumen al mayorista a un precio mas bajo para que este a la vez pueda entregar el producto al usuario final a un precio razonable.

²³ BACA URBINA, Op.Cit., Pág. 54.

PRODUCTOR === DISTRIBUIDOR === MAYORISTA === USUARIO

2.13-Tipos de Promoción y Publicidad

La promoción es básicamente un intento de influir en el público; se considera como el elemento de la mezcla de marketing de una organización. “Sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y le sirve de filtro y guía con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario”.²⁴

Para que el producto se de a conocer en el mercado textil nacional, principalmente en el cantón Pelileo que es nuestro mercado meta es imprescindible utilizar métodos tales como:

Las ventas personales son una de las formas que este proyecto considera importante para entablar relaciones con los distribuidores y confeccionistas de prendas de vestir, puesto que se debe mantener un contacto constante con ellos para acuerdos de beneficio común, además la atención y servicio personalizado puede transformarse en una de nuestras principales ventajas competitivas frente al resto de la competencia.

Una de las principales formas de publicidad de nuestro producto es la entrega de *muestras* para que los clientes conozcan nuestro producto, estas se pueden entregar como botas, cortes de máximo 1 metro para que los clientes prueben la calidad de la tela elaborando una prenda de vestir a su gusto, o entregando directamente un pantalón elaborado con nuestra materia prima textil; esta se considera la principal forma de promoción del producto en la rama textil.

Cabe destacar que la empresa Nuevo Mundo (proveedor) se ha comprometido a entregar abundantes muestras gratis como un adicional por la compra de la

²⁴ STANTON, William, Op.Cit., Pág. 482

mercadería, las mismas que vendrán una parte en el interior del contenedor en empaques sellados y otra parte a través de los respectivos couriers nacionales; sin embargo, como el objetivo de la empresa es penetrar en el mercado de Pelileo a mediano plazo las muestras entregadas por nuestro proveedor no serán suficientes para cubrir el gran nicho de mercado existente por lo que se incurrirá en un rubro destinado a material de muestras.

También se va a instalar *vallas publicitarias* en el cantón Pelileo, para que los clientes potenciales puedan contactarnos y conocer los productos que ofrecemos.

Las relaciones públicas van de la mano con las ventas porque estas van a contribuir a que contactemos clientes que estén interesados en nuestro producto, resaltando la calidad de la materia prima textil que Dicaltex provee.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

3.1-Estudio Técnico

3.1.1-Objetivo General

Elaborar un estudio técnico para definir la operatividad y funcionamiento óptimo del proyecto a través del respectivo análisis de localización y distribución de áreas y espacios.

3.1.2-Objetivos Específicos

- Describir los factores mas determinantes para localizar de manera optima el proyecto
- Identificar el método de localización mas representativo para definir el sector estratégico de localización del proyecto
- Establecer a través de un grafico la distribución de áreas y espacios de manera eficiente

3.1.3-Definición

“El estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a donde, cuanto, cuando, como y con que producir lo que se desea; por lo que el aspecto técnico de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto”.²⁵

²⁵ BACA URBINA, Gabriel; Op.Cit., Pág. 84.

3.1.4-Análisis de Localización

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo”.²⁶

3.1.4.1-Factores Determinantes de Localización

La determinación de los factores mas representativos para la localización del proyecto parten del tipo de producto que se va a elaborar o distribuir, en este caso dado que es una materia prima para la fabricación de prendas de vestir se tomara en cuenta la proximidad al mercado en general pues debe estar en un sector central de la ciudad, la proximidad de insumos y materiales, los medios de transporte y vías de acceso, la disponibilidad de servicios públicos, la mano de obra, la eliminación de desechos y la comunicación con el mercado meta.

Proximidad y Disponibilidad del Mercado

Se han analizado dos puntos estratégicos de posible localización del proyecto, en este caso son la AV.6 de Diciembre y Eloy Alfaro donde funcionan la gran mayoría empresas de fabricación y elaboración de productos de consumo masivo que son distribuidos alrededor del país; así también se ha definido la posibilidad del sector de la Panamericana Norte específicamente en el parque industrial PARKENOR donde laboran mas del 80% de importadoras y exportadoras de la ciudad.

Debido a que el producto será distribuido específicamente al mercado del cantón Pelileo la localización óptima del proyecto se basara en aquello que posea las características necesarias en cuanto a espacio físico, vías de acceso y fácil ubicación por parte de clientes, proveedores y agentes externos.

²⁶ BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit., Pág. 98.

Proximidad y disponibilidad de insumos y materiales

Cualquiera de las dos posibles localizaciones del proyecto tiene una amplia gama de oportunidades para adquirir cada uno de los insumos y materiales necesarios para la distribución del producto y el funcionamiento de la empresa a nivel administrativo; dado que es un sector denominado zona industrial las más importantes distribuidoras y productoras se encuentran alrededor de los establecimientos previamente mencionados.

Medios de Transporte y vías de acceso

Ambas localizaciones están en una zona central de la ciudad por lo que tienen una amplia disponibilidad de transporte, cientos de empresas que prestan el servicio de transporte de mercadería están a nuestra disposición dado que nuestro producto será distribuido a la clientela del cantón Pelileo.

Cabe destacar que por estos sectores circulan diariamente docenas de cabezales transportando contenedores con mercadería importada, son una de las pocas zonas de la ciudad donde se permite la libre circulación de este tipo de vehículos a cualquier hora del día lo que nos favorece para coordinar la logística del producto.

La AV. Simon Bolívar es la vía de acceso directo para la recepción de mercadería (importación) y la distribución del producto al consumidor final, pues esta ruta permite llegar fácilmente a Pelileo así como también recibir los diversos contenedores provenientes de Guayaquil.

Disponibilidad de Servicios Públicos

Los servicios públicos son indispensables para el funcionamiento de cualquier proyecto, debido a esto se seleccionaron posibles localizaciones en sectores industriales donde las diferentes empresas estatales han pronunciado la prioridad de entregar un servicio de calidad en cuanto a:

- Alumbrado Publico
- Agua Potable
- Electricidad
- Recolección de Basura
- Servicio Telefónico, etc;

Todo esto se plantea con el objetivo de que cada una de las empresas realice sus actividades con regularidad para mejorar el comercio interno en el país; cabe destacar que la gran mayoría de empresas cuentan con sus propias plantas de energía y procesos de eliminación de desechos para priorizar sus actividades.

-Definición de Mano de Obra requerida

Dada la complejidad que significa importar y posteriormente distribuir un producto conservando los altos estándares de calidad y servicio para cada uno de los clientes se debe establecer la mano de obra necesaria para el funcionamiento normal y eficiente de la empresa el cual será el siguiente:

Logística

- Jefe de Logística
- 3 Ayudantes de Logística (Estibaje)

Administración

- Gerente General
- Asistente de Gerencia
- Jefe Financiero
- 3 Vendedores

Esta sería la mano de obra necesaria para que la empresa funcione, los gerentes pueden desempeñar múltiples funciones que evitan el costo de contratar a asistentes, pero esto dependerá del ritmo de crecimiento de la empresa pues si se incursiona rápidamente en el mercado será evidente que faltara apoyo en cada departamento obligando a contratar nuevo personal, cabe mencionar que existen excepciones como en el área de Logística donde debido a que se realiza una labor mayormente física (estibaje) es indispensable la existencia de auxiliares y en el área de ventas ya que es necesario mayor personal para poder cubrir una área mas amplia del mercado insatisfecho.

Eliminación de Desechos

El Municipio de la ciudad en coordinación con el Ministerio de Medio Ambiente han señalado que los sectores industriales y de comercio son prioridad en cuanto a la recolección y eliminación estratégica de desechos; estos son llevados para su destrucción o reciclaje en lugares designados para estos efectos; cabe destacar que muchas empresas en lugar de eliminar sus desechos los para ser utilizados en la siembra como fertilizante natural.

Comunicación Directa con el Mercado

En cuanto a este apartado cabe tomar en cuenta que la empresa esta localizada en la ciudad de Quito y el mercado objetivo se encuentra en Pelileo por lo que no afecta de gran manera para la determinación de la localización optima del proyecto pues el producto será distribuido a otra ciudad independientemente de la localización que se adopte para el proyecto.

El único vínculo que se tiene en cuanto a comunicación directa es con los proveedores del producto y proveedores de insumos y materiales necesarios para el funcionamiento normal de la empresa.

3.1.4.2-Macrolocalización

El presente proyecto tomara lugar en:

GRÁFICO N°18 PROVINCIA DE PICHINCHA

- *País:* Ecuador
- *Provincia:* Pichincha
- *Ciudad:* Quito



3.1.4.3-Microlocalización

Para definir cual de las dos localizaciones propuestas es la mejor se ha optado por utilizar el método de calificación por puntos que puede darnos a conocer los aspectos más decisivos al momento de elegir la localización óptima de la planta, así tenemos:

3.1.4.3.1-Método cualitativo por puntos

“Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización”.²⁷

DATOS:

SITIO A: Av. Eloy Alfaro y 6 de Diciembre N# 1017

SITIOB: Panamericana Norte km 6 1/2 (Parkenor)

²⁷ BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit., Pág., 99.

Se han escogido estos dos lugares porque son sectores estratégicos para empresas dedicadas al comercio tanto interno como externo.

CUADRO N°30
METODO DE LOCALIZACIÓN POR PUNTOS

Sitio A: Av. Eloy Alfaro y 6 de Diciembre N# 1017

Sitio B: Panamericana Norte Km. 6 1/2 (Parkenor)

Factores de Importancia	Ponderación	SITIO A		SITIO B	
		Calificación	C.Ponderada	Calificación	C.Ponderada
Cercanía al mercado	0,2	7	1,40	8	1,6
Cercanía fuentes de abastecimiento	0,15	8	1,20	9	1,35
Disponibilidad servicios básicos	0,3	8	2,40	9	2,7
Medios de Transporte y vías de acceso	0,2	7	1,40	9	1,8
Mano de Obra	0,15	7	1,05	8	1,2
TOTALES	1		7,45		8,65

Fuente: Material de Cátedra dictada por el Msc. Byron Lara (Incubación de Empresas IV)

Elaborado: Autor

Al terminar el respectivo análisis numérico del método por puntos se ha determinado que el lugar mas adecuado para localizar la empresa es en la Panamericana Norte km. 6 ½ en las Bodegas del parque industrial PARKENOR, así no solo se podrán realizar cada una de las actividades de manera eficiente sino también se asegurara el correcto almacenaje del producto así como su respectivo despacho debido a las facilidades de circulación de transporte pesado en este sector industrial.

3.1.4.4- Planos del Proyecto

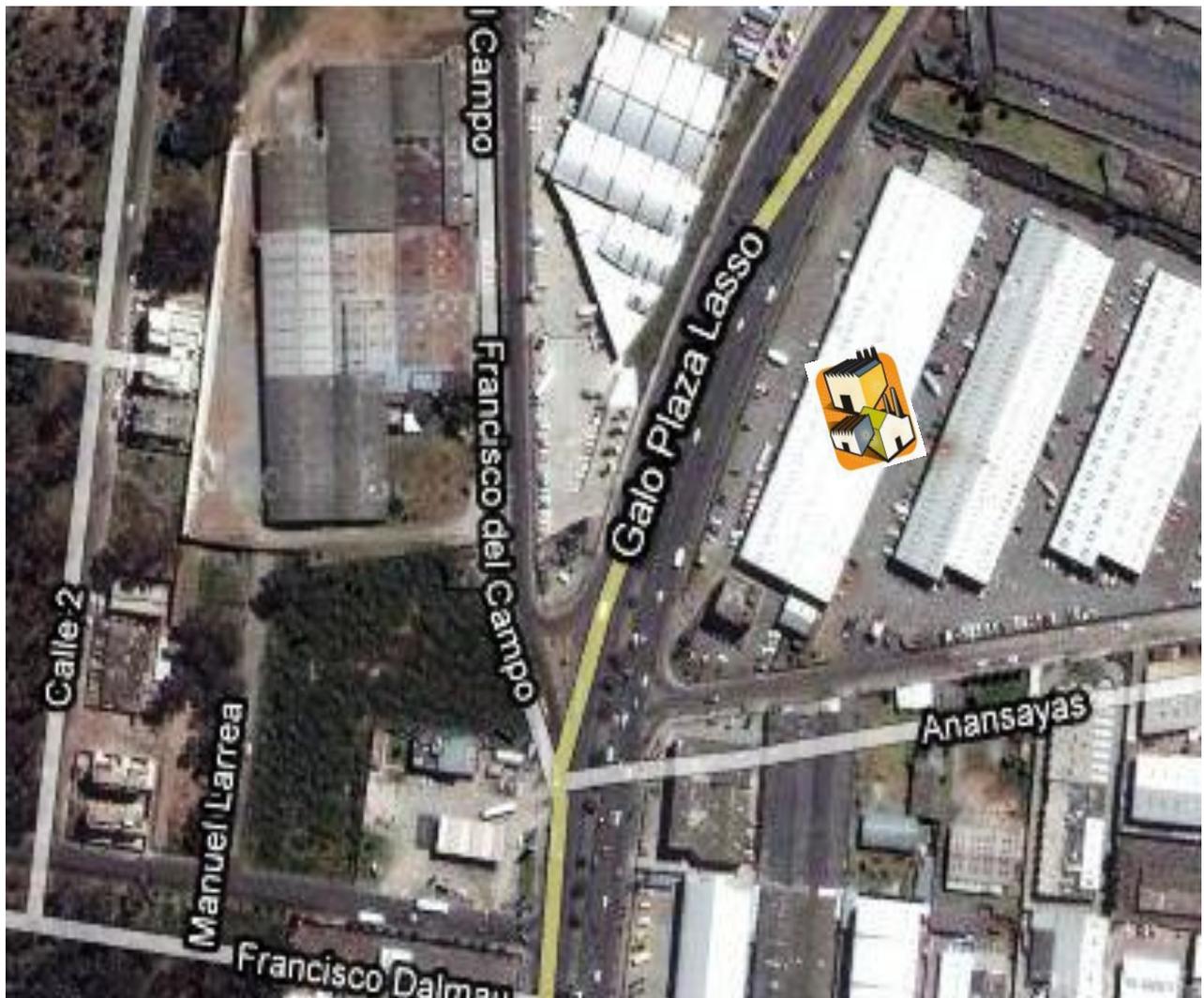
Una vez determinada la localización es necesario plantear un plano que defina de forma exacta la ubicación de la empresa con el objetivo de que proveedores y clientes nos puedan encontrar con facilidad, además es una guía para interesados en el proyecto.

PANAMERICANA NORTE (CONJUNTO DE BODEGAS PARKENOR)



EMPRESA

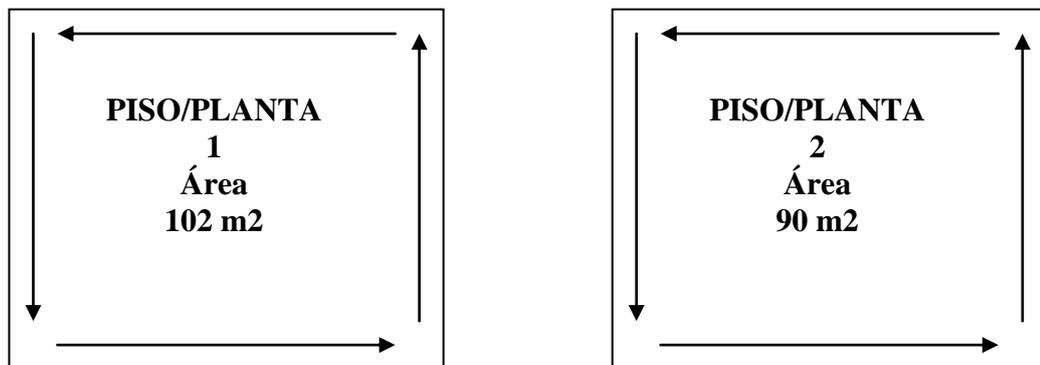
GRÁFICO N°19
UBICACIÓN DE LA EMPRESA



3.1.5.- Distribución de la planta

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. “El objetivo de una distribución de una planta es minimizar las distancias recorridas logrando con ello los costos más bajos, y por tanto; procesos más eficientes”.²⁸

Se piensa arrendar una bodega amplia de dos pisos cuya área es de 102 metros cuadrados (m²) la primera planta y de 90 metros cuadrados (m²) la segunda planta, cómo se presenta en la siguiente grafica.



Las dos plantas están divididas en las siguientes secciones:

Primer Piso:

Área de Logística

Segundo Piso:

Gerencia General

Jefe Financiero

Asistente de Gerencia

Ventas

²⁸ ROSILLO, Jorge, Op.Cit., Pág.185.

GRÁFICO N° 20

PISO/PLANTA 1 (102 m2)

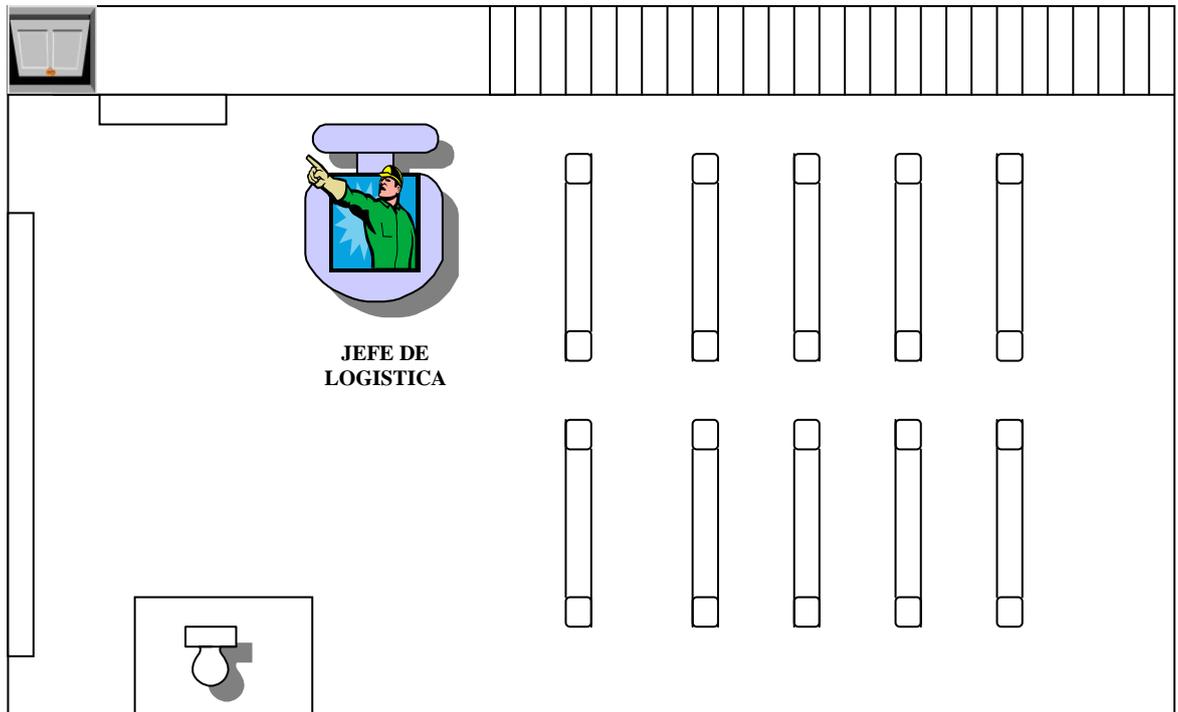
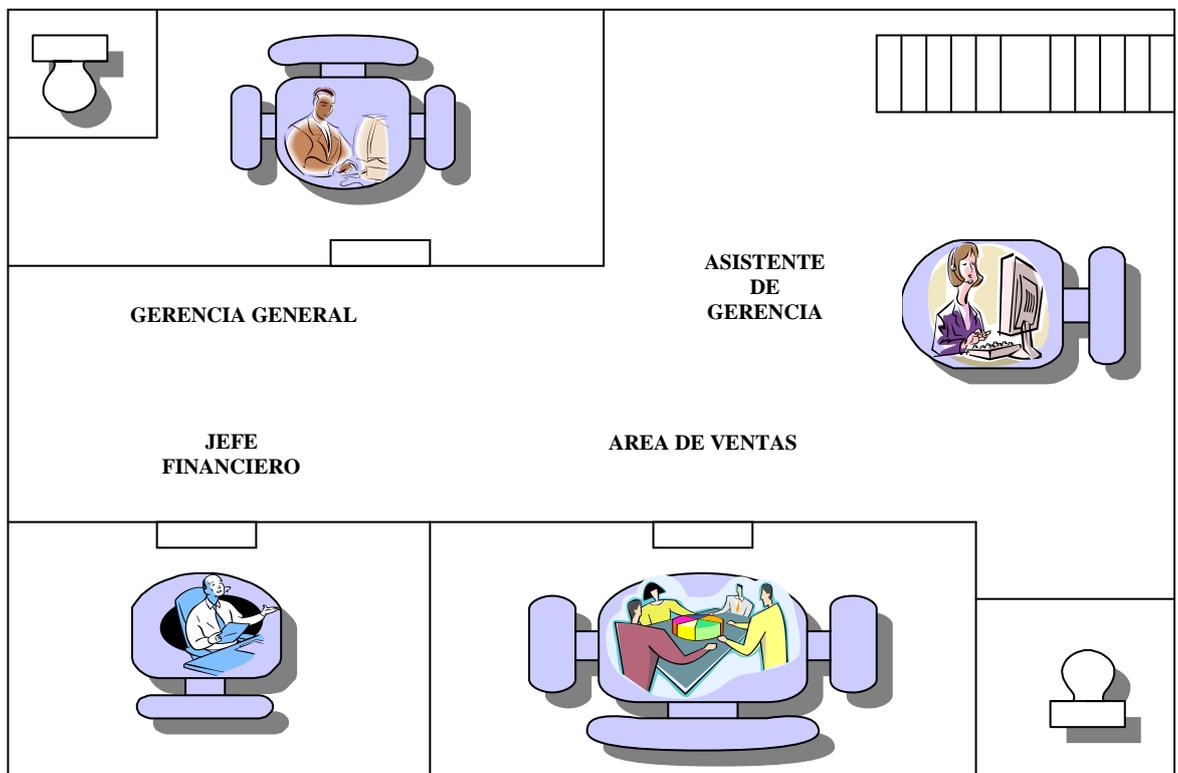


GRÁFICO N°21

PISO/PLANTA 2 (90m2)



3.2- Estudio Administrativo

3.2.1- Objetivo General

Diseñar un estudio administrativo para determinar el nombre y logotipo de la empresa, la cultura organizacional, las plazas y puestos de trabajo a crearse y la normativa legal a seguir para constituir la empresa a través del análisis organizacional y legal.

3.2.2-Objetivos Específicos

- Definir el nombre de la empresa, así como el logotipo con el que se dará a conocer dentro del mercado local
- Determinar la misión, visión y los objetivos estratégicos de la empresa para establecer los lineamientos dentro de los cuales va a funcionar la empresa.
- Establecer el manual de funciones de cada cargo con el fin de que cada trabajador sepa específicamente sus tareas y responsabilidades dentro de la empresa
- Identificar todos los requisitos legales a cumplir para constituir la empresa, así como también los requisitos para poder importar materia prima textil desde Perú.

3.2.3-Definición

“El estudio administrativo es aquel que brinda información para identificar necesidades en las áreas de planeación, personal, adquisiciones, información, comunicaciones, entre otras; generando de esta manera las soluciones optimas para el normal desarrollo de las labores en cada una de las áreas de la empresa”.²⁹

²⁹ <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico-el-estudio.html>

3.2.4-Manual Orgánico Funcional

3.2.4.1-Nombre y Logotipo

El nombre de la empresa que se creara a través del presente proyecto es DICALTEX CIA.LTDA cuyo logotipo es el siguiente:

GRÁFICO N°22
LOGOTIPO DE LA EMPRESA



3.2.4.2- Cultura Organizacional

3.2.4.2.1- Misión

“Dicaltex Cia. Ltda es una empresa proveedora de materia prima para la confección de prendas de vestir en el cantón Pelileo que ofrece un producto con altos estándares de calidad a precios cómodos y accesibles para nuestro clientes, tratando permanentemente de crear beneficios para nuestros trabajadores y clientes”.

3.2.4.2.2-Visión

“Ser una empresa reconocida, distinguida, renombrada y demandante, en el mercado textil, enfocados en la elegancia y vanguardia gracias a la buena reputación y distinción adquirida por nuestros productos de gran calidad siempre en contacto con la tendencia y la moda, logrando así liderar el mercado nacional e incursionar en el internacional.”.

3.2.4.2.3- Objetivos estratégicos

- 1._Impulsar la producción y consumo de prendas de vestir de origen ecuatoriano mediante la distribución óptima de materia prima de excelente calidad que permita obtener un producto final único en el mercado.
- 2._Determinar los posibles réditos económicos que obtendrá la empresa a través de un estudio económico para establecer posibilidades de diversificación nacional.
- 3._Identificar nichos potenciales de mercado a través de una investigación de mercado objetivo para posicionarnos de manera estable y sólida a nivel local.
- 4._Establecer alianzas estratégicas con empresas proveedoras y clientes para fortalecer la imagen de la empresa a nivel nacional.
- 5._Verificar el proceso de importación del producto desde Perú con el fin de evitar posibles retrasos, deterioros de la mercadería, pérdidas o hurtos de la misma.
- 6._ Vigilar permanentemente la comercialización del producto a través de un monitoreo constante de la plaza de distribución (Pelileo), para de esta manera establecer estrategias que nos permitan obtener una ventaja competitiva frente a nuestros competidores.

3.2.4.2.4-Políticas

Política Financiera

Las políticas de contabilidad que sigue la compañía están de acuerdo con las normas ecuatorianas de contabilidad (NEC), las cuales requieren que la gerencia financiera determine ciertas pautas y acciones que son necesarias para cumplir con la ley, las cuales son:

- Cumplir puntualmente con las declaraciones de pagos de impuestos exigidos por el gobierno.
- Efectuar los pagos correspondientes a compromisos adquiridos con terceros (compras).
- Preparación de los Estados Financieros y demás reportes en dólares americanos (de acuerdo a las normas de la Superintendencia de Compañías).

Política de Inventario

Se han determinado las siguientes políticas para el control óptimo del inventario de mercancías:

- Manejo de tarjetas kárdex por ítem/artículo detallando especificaciones (nombre, código, composición), así como también salidas y entradas de la misma identificando proveedor y cliente
- Inventario físico mensual del 100% de las existencias para determinar posibles errores en despacho o faltantes de mercadería, esto servirá como soporte ante las entidades de control.

Política de Ventas

Se establecen aquellas ventas a crédito (dependiendo del monto de compra o adquisición) a un máximo de 60 días plazo; si el cliente no hubiera cancelado el valor adeudado en dicho plazo se tomara las respectivas acciones legales (pago inmediato o embargo de bienes).

Política de Calidad

El trabajo en equipo es la base de la empresa DICALTEX CIA.LTDA., para satisfacer la exigencia del pequeño, mediano y grande productor ecuatoriano es indispensable distribuir un producto de calidad tanto en la presentación del producto (empaque adecuado y producto sin falla) como en la calidad del servicio (entrega eficiente y a tiempo del producto al cliente y servicio post-venta).

Política de Talento Humano

El personal de la empresa DICALTEX CIA.LTDA debe seguir y respetar las siguientes políticas:

Para el personal:

- ✓ Los ayudantes de logística deberán utilizar el equipamiento necesario tales como: overol, botas de trabajo, cinturones, etc; así como también el personal administrativo deberá utilizar el uniforme asignado.
- ✓ El horario de trabajo será de 8:00 de la mañana hasta las 5:00 de la tarde con un receso de 12:00pm a 13:00pm para almorzar, en casos excepcionales que por despachos o entrega de mercadería los trabajadores deban exceder el tiempo de trabajo, este será reconocido con las respectivas horas extras de acuerdo a la ley.
- ✓ Los empleados deben cumplir con las tareas o labores asignadas por sus superiores, caso contrario se emitirán memos como llamados de atención para

mejorar su desempeño, si el empleado fuera reincidente se procederá a multarlo o a liquidarlo según sea necesario.

Obligaciones de la empresa para con los empleados:

- ✓ Ofrecer condiciones de trabajo favorables.
- ✓ Cancelar puntualmente sueldos.
- ✓ Incrementar el 10% de los sueldos cada año, dependiendo de los resultados obtenidos en el informe anual de actividades.
- ✓ Retribuir a los trabajadores una legal participación de los beneficios (utilidades).
- ✓ Oportunidades de ascenso, dependiendo el rol que desempeñen en la empresa y los meritos obtenidos.

3.2.4.3-Entorno Social

Ambiental y Ecológico

Dado que nuestro proyecto se va a realizar en una zona industrial de la ciudad de Quito (Panamericana Norte Km. 6 ½ Bodegas PARKENOR) no se perjudicará directamente el medio ambiente pues el proceso de comercialización no conlleva la creación de desechos tóxicos. Los residuos o desechos que pudieren generarse durante el proceso serán eliminados estratégicamente a través de la recolección Municipal.

Social

El proyecto proporcionará fuentes directas de trabajo sin necesidad de tercerizadoras, los trabajadores serán afiliados al seguro y serán remunerados de acuerdo a la ley recibiendo las respectivas utilidades al finalizar cada periodo económico, como una proyección se espera que la empresa genere de 2 a 3 puestos más de trabajo al

finalizar cada año económico, aportando de esta manera al desarrollo económico en el país.

Económico

Indudablemente que la distribución de nuestro producto fortalecerá un segmento importante de mercado especialmente en el sector textil de nuestro país, pues será un incentivo directo para que futuros empresarios deseen emprender en esta rama de la industria, además fomentara el consumo de prendas de vestir elaboradas con mano de obra nacional, demostrando de esta manera que en nuestro país se pueden elaborar prendas de vestir de excelente calidad usando materia prima importada; la innovación en los procesos de producción de los confeccionistas permiten obtener un producto final único en el mercado.

Cultural

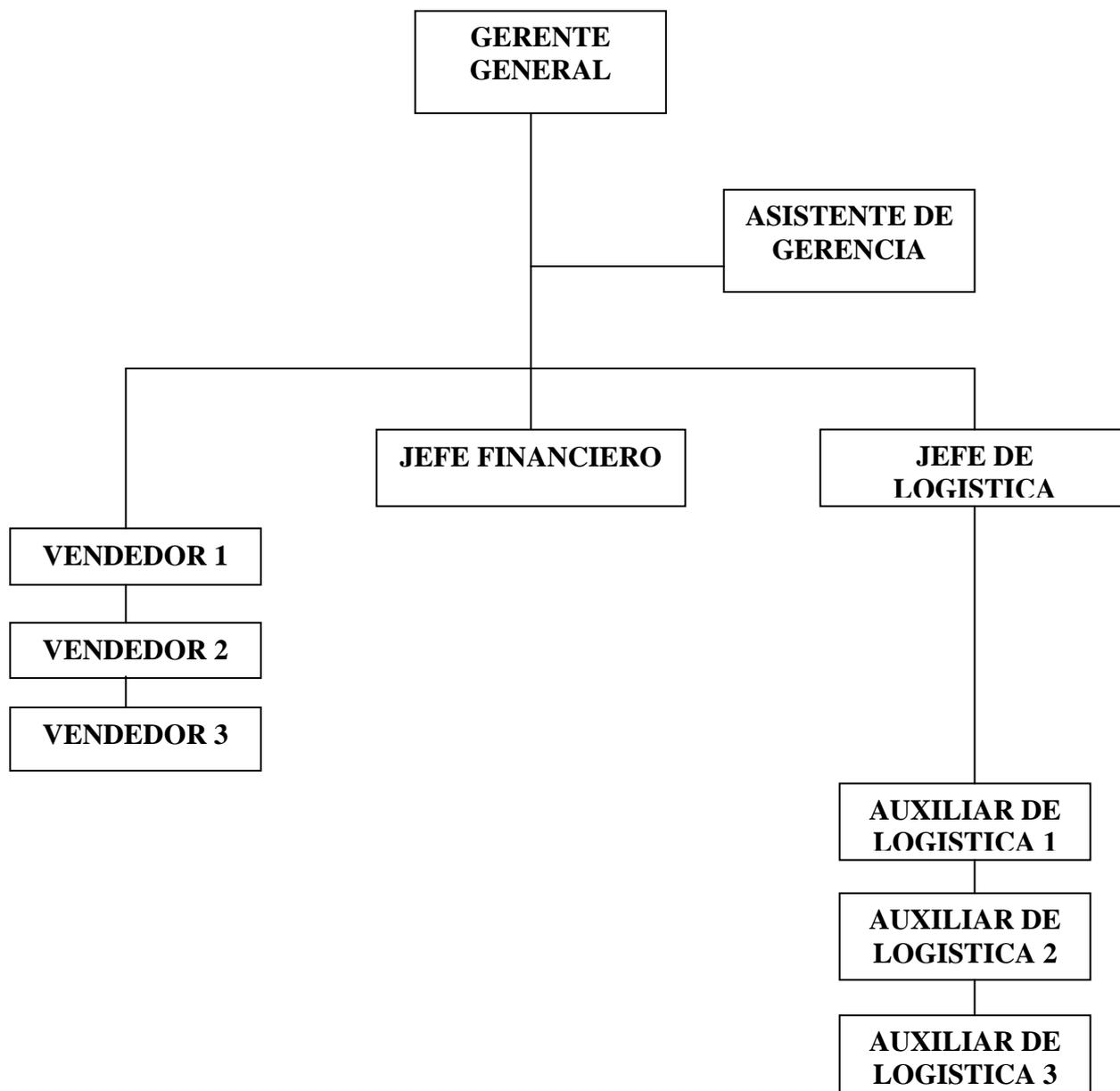
Dentro de este aspecto este proyecto impulsara aun mas la premisa nacional de consumir lo nuestro, aunque la materia prima es importada el producto o resultado final que es la prenda de vestir es 100% elaborada en nuestro país por lo que se considera producto nacional; la prioridad para mejorar la industria ecuatoriana es fortalecer a los pequeños, medianos y grandes productores brindándoles todos los elementos necesarios para que fabriquen productos de calidad y luego establecer parámetros e iniciativas que permitan crear industrias para la elaboración de materia prima y sus derivados.

3.2.4.4- Análisis Interno

3.2.4.4.1-Organigrama Estructural

A continuación se presenta el organigrama estructural de DICALTEX CIA.LTDA detallando las jerarquías y puestos, así como las plazas necesarias de trabajo para iniciar la empresa:

GRÁFICO N°23
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



3.2.4.4.2-Manual de Funciones

El manual de funciones de DICALTEX CIA.LTDA es el cuerpo sistemático que indica las funciones y actividades a ser cumplidas por los miembros de la organización y la forma en que las mismas deberán ser realizadas ya sea individualmente o trabajando en grupo.

A continuación se detallara brevemente el manual de funciones de los principales cargos de la empresa:

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN:	GERENTE GENERAL
CODIGO	001
JEFE INMEDIATO	JUNTA GENERAL
NATURALEZA DEL CARGO	
<p>El trabajo del gerente general es asegurar la rentabilidad de la empresa controlando los gastos y manteniendo la satisfacción de los clientes.</p> <p>Las funciones del gerente general incluyen planear, motivar y coordinar a los administradores del concesionario a través del liderazgo y bases sólidas de administración de empresas.</p>	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<p>Las funciones del gerente general incluyen lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Empresa. • Diseñar, formular las políticas. Planes y objetivos de la Entidad y someterlos a consideración de los socios. • Presentar al Directorio la proforma del presupuesto anual de la empresa, de acuerdo a las disposiciones legales vigentes. • Presentar al Directorio hasta el 31 de Enero de cada año, un informe de labores en el que se incluya la situación técnica, económica y financiera de la empresa; así como la liquidación presupuestaria del año fenecido. • Propender a elevar el nivel de desarrollo de la empresa en todo ámbito; técnico, económico, comercial y humano. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Debe tener buenas aptitudes de liderazgo y organizacionales, tener la habilidad para entender estados de perdidas y ganancias y manejar un diverso grupo de personal. ▪ Un gerente general debe ser un gran comunicador para negociar con los clientes, empleados y vendedores. 	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN:	ASISTENTE DE GERENCIA
CODIGO	002
JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERAL
NATURALEZA DEL CARGO	
<p>Es la encargada de brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tareas establecida, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir en el área de mercadeo</p>	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<p>Las funciones de la asistente de gerencia incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Control de la agenda del Gerente General (citas, reuniones, viajes, etc.) * Revisión de reportes de ventas diarios, verificación de estos reportes con los depósitos bancarios hechos por dichas ventas. *Revisión de reporte compras (importaciones). * Elaboración de cheques de las diferentes obligaciones que contraiga la empresa en base a la información proporcionada por el área financiera o directamente de Gerencia General. * Organización y archivo de documentos. *Asistencia Contabilidad *Manejo de caja chica de administración general. * Demás funciones otorgadas por el Gerente General (cargo multifuncional). 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> -Ser una persona proactiva, dinámica, organizada y con buena facilidad de palabra, buena presencia y agilidad para realizar todos los trabajos encomendados por parte del gerente - Conocimientos básicos y generales en administración y contabilidad. 	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN:	JEFE FINANCIERO
CODIGO	003
JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERAL
NATURALEZA DEL CARGO	
<p>El Jefe Financiero es el encargado de planear con el fin de obtener y asignar los fondos de manera eficiente, proyectar fondos de flujo de caja y determinar el efecto más probable de esos flujos sobre la situación financiera de la firma.</p>	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<p>Las funciones del jefe financiero incluyen :</p> <ul style="list-style-type: none"> * La asignación eficiente de fondos dentro de la organización. *La obtención de fondos en términos más favorables posibles. *Usar herramientas de análisis, previsión y control para ejecutar balances y reportes *Actualizar normas de acuerdo a la reglamentación nacional *Cumplir con fechas de presentación de reportes financieros ante el Gerente General y Organismos de Control 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento amplio de las políticas y normas financieras que se aplica en el país. ▪ Carácter muy discreto y exigente diserción acentuada en asuntos confidenciales ▪ Alta capacidad de análisis y síntesis; Agudeza visual; Fluidez verbal; Capacidad de prevenir y adaptarse a varias situaciones 	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN:	JEFE DE LOGISTICA
CODIGO	004
JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERAL
NATURALEZA DEL CARGO	
<p>El Jefe de Logística es aquel encargado de coordinar todos los despachos de mercadería de la empresa; así como de controlar las existencias físicas de inventario.</p>	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<p>Las funciones en detalle del jefe de logística son las siguientes:</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Es responsable de recepcionar toda la mercadería que ingresa a bodega; registrando en los correspondientes documentos para el control. 2. Debe solicitar al encargado de adquisiciones respectivo, la Orden de Compra por proveedor, para adjuntar éstos a original de Guía o Factura y pasar al encargado de bodega. 3. La mercadería debe entregarse con los originales de la Guía o Factura del proveedor al responsable de la sección relacionada con el artículo a ingresar. 4. Debe entregar, ordenados en forma correlativa los despachos a control de existencias. 5. Hacer correo electrónico en forma inmediata de reclamo cuando exista faltante de mercadería, sobrante o que no corresponda a lo solicitado, lo que deberá informar al encargado de adquisiciones y jefatura, con copia al bodeguero. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es recomendable para la posición poseer conocimientos extensos de control de inventarios. ▪ El jefe de Logística debe ser un líder nato y tener aptitudes organizacionales, así como también tener facilidad para comunicarse y poder trabajar con los clientes, empleados y vendedores. 	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN:	VENDEDOR
CODIGO	005
JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERAL
NATURALEZA DEL CARGO	
<p>El vendedor es el encargado de promocionar, comercializar, distribuir todos los productos que elabora la empresa, procurando establecer lazos de amistad con los clientes y proporcionando un servicio post-venta.</p>	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<p>Entre las principales funciones del vendedor tenemos las siguientes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.- Esto significa que el vendedor debe constituirse en el eslabón que une al cliente con la empresa que representa y viceversa. • Contribuir activamente a la solución de problemas.- Para ser un solucionador de problemas, el vendedor necesita conocer por una parte, los problemas que tiene en el mercado la empresa que representa, y por otra, los problemas por los que atraviesan los clientes. • Administrar su territorio de ventas.- Ya sea que el vendedor se encuentre detrás de un mostrador o que tenga a su cargo una zona de ventas • Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa.- Los vendedores actuales necesitan participar activamente junto a analistas e investigadores de mercados, gerentes de marca, jefes de ventas, publicistas, relacionadores públicos y otros, en la tarea de planear, predecir, establecer procedimientos y programas. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Vendedor debe ser una persona con gran facilidad de palabra y comunicación ya que esta es su principal herramienta de trabajo. ▪ Debe tener iniciativa y creatividad para crear nuevas estrategias que permitan incrementar las ventas de la empresa en el mercado objetivo. 	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN:	AUXILIAR DE LOGISTICA
CODIGO	006
JEFE INMEDIATO	JEFE DE LOGISTICA
NATURALEZA DEL CARGO	
<p>El auxiliar de logística es el encargado de despachar y recibir la mercadería de forma eficiente, y mantener un control y organización de las existencias físicas al mando del Jefe de Logística.</p>	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<p>Las funciones del auxiliar de logística son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir, con el original de la documentación, la mercadería desde encargado de Recepción, verificando que este conforme. 2. Ubicara la mercadería recibida en el lugar correspondiente de la bodega. 3. Preparara despachos mensuales, repasos, adelantos y trasposos a bodegas y servicios usuarios. 4. Verificara y cuadrara periódicamente saldo físico con saldo computacional de secciones asignadas, de existir alguna diferencia deberán efectuar, revisión de documentos, movimiento de artículo y todo lo necesario para solucionar el problema y dejarlo archivado para efectos de registro. 5. Mantendrá ordenada y limpia las bodegas. 6. Almacenara y rotara la mercadería de acuerdo a fecha de vencimiento. 7. Informar a encargado de bodega de mercadería que no tenga rotación y esté por vencer. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser una persona proactiva, con iniciativa para trabajar de manera rápida y eficiente • Poseer conocimientos básicos de computación (WORD, EXCEL, etc.) 	

3.2.4.4.3- Procesos Administrativos

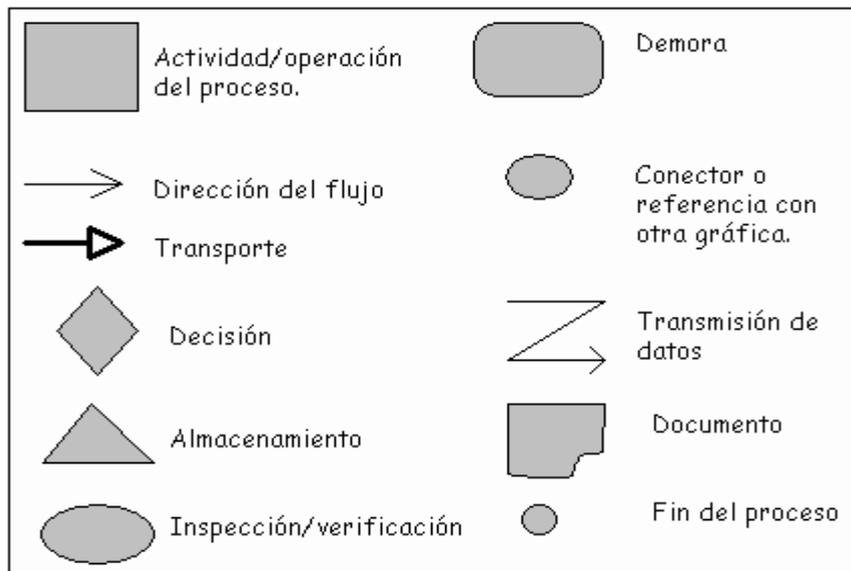
El proceso administrativo se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades.

Si bien es cierto la planificación, organización, dirección y control de actividades es diferente en cada área de acuerdo a las necesidades el objetivo es el mismo, ya que se pretende optimizar los recursos y realizar cada tarea de la manera mas eficiente para alcanzar resultados positivos mutuos que conlleven al éxito de la organización, de aquí se hace referencia al diagrama de flujo de procesos el cual hace posible conocer y analizar el flujo físico de actividades

Cuando al diagrama se le agregan tiempos, y se le ubica espacialmente, es posible estudiar además la fluidez de los procesos, y el carácter crítico de alguna actividad; el diagrama de flujo es indispensable para mejorar el servicio de la empresa pues permite detectar errores y corregirlos mejorando los tiempos de entrega del producto.

GRÁFICO N° 24

SIMBOLOGÍA DEL PROCESO ADMINISTRATIVO



A continuación se elaborara un diagrama de flujo del proceso básico de ventas en DICALTEX:

Gerente General	Jefe de Logística	Asistente De Gerencia	Vendedor	Cliente
----------------------------	------------------------------	--------------------------------------	-----------------	----------------

ACTIVIDADES / INVOLUCRADOS

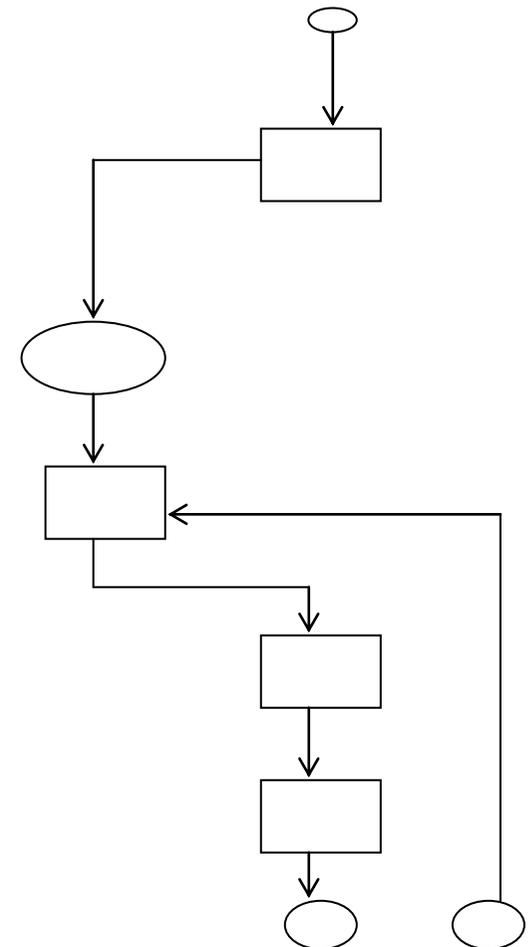
1._ El cliente realiza el pedido al Vendedor designado

2._ El Vendedor revisa la disponibilidad del producto en inventario

3._ El vendedor informa al cliente sobre el precio y las condiciones de pago

4._ El cliente acepta el precio y las condiciones expuestas por el vendedor

5._ El vendedor procede a informar el pedido a la Asistente de Gerencia



3._ La Asistente de Gerencia comunica al Gerente General el pedido

4._ El Gerente General autoriza el pedido dependiendo del precio y condiciones de pago

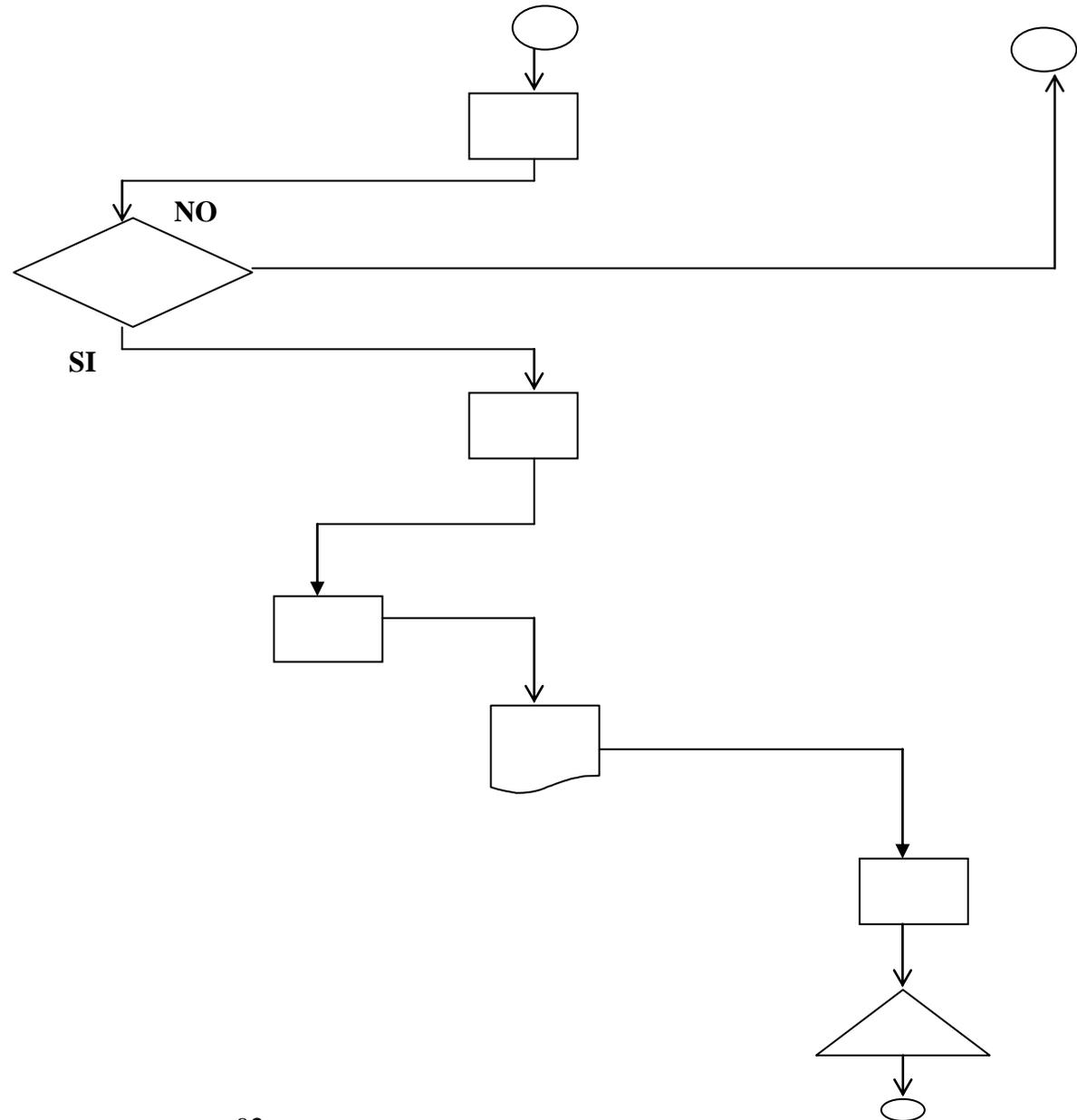
5._ La Asistente de Gerencia envía el pedido al Jefe de Logística

6._ El Jefe de Logística despacha el pedido al cliente

8._ La Asistente de Gerencia entrega la respectiva factura y guía de remisión al cliente

9._ El cliente cancela el pedido a través de Cheque u efectivo al vendedor.

10._ La Asistente de Gerencia archiva toda la documentación



3.2.4.4.4- Análisis FODA

FORTALEZAS

- Producto disponible.
- Calidad única del producto en el mercado
- Comercialización directa.
- Ventaja Competitiva de precio frente a la competencia
- Entrega inmediata del producto
- Facilidades de pago para nuestros clientes
- Vías de acceso adecuadas
- Importación de producto libre de aranceles (Perú 0%)

OPORTUNIDADES

- Hábitos crecientes por consumo de prendas de vestir de fabricación nacional una vez que el gobierno nacional estableció restricciones para importar productos de transformación o consumo final.
- Existencia de nichos de mercado
- Precios atractivos en el mercado
- Apoyo gubernamental a la creación de microempresas dedicadas a la fabricación de prendas de vestir
- Alianzas estratégicas con socios comerciales.
- Nuevas tendencias de moda y temporadas.
- Aporte a la sociedad a través de la creación de mas fuentes de trabajo

DEBILIDADES

- Bajos volúmenes de oferta.
- Falta de experiencia en comercialización interna del producto.
- Alta dependencia del mercado peruano.
- Distancia entre la planta y el mercado final u objetivo.
- Importación de una sola gama de producto.

AMENAZAS

- Existencia de competidores con mayor experiencia en la importación y distribución del producto.
- Demandas irregulares.
- Política exterior del Ecuador (pueden cambiar aranceles u otorgar nuevas restricciones para importar productos).
- Inestabilidad económica del país
- Productos Sustitutos
- Ingreso de nuevos competidores
- Trabas en los trámites para importar en la Aduana del Ecuador.

Matriz de Estrategias FODA

CUADRO N°31

MATRIZ DE ESTRATEGIAS FODA

OPORTUNIDADES (O)	FORTALEZAS(F) ESTRATEGIAS FO <ul style="list-style-type: none">• Posicionarse en el mercado local aprovechando el aumento progresivo de la demanda (Pelileo).	DEBILIDADES (D) ESTRATEGIAS DO <ul style="list-style-type: none">• Importación estratégica de productos de acuerdo a las necesidades del mercado.
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS FA <ul style="list-style-type: none">• Brindar un servicio personalizado a cada cliente para satisfacer sus necesidades.	ESTRATEGIAS DA <ul style="list-style-type: none">• Crear una ventaja competitiva de precio y calidad que solidifique a la empresa en el mercado

Elaborado por: Autor

3.2.5- Análisis Legal

3.2.5.1- Constitución Jurídica

DICALTEX CIA.LTDA se constituirá según el régimen de Compañía de Responsabilidad Limitada. La compañía está compuesta por dos socios los cuales cuentan con formación académica y conocimiento en las diferentes áreas organizacionales tales como mercadeo, producción, finanzas, recurso humano, y trabajarán en la compañía para integrarlas, con el fin de ofrecer un excelente producto y brindar un buen servicio al cliente quien es la verdadera razón de ser y le genera con su satisfacción las utilidades a la empresa

Dentro de la minuta que se elevara a escritura pública de Constitución constaran los siguientes datos básicos:

A).-Comparecientes.- Intervienen en la Constitución de la Compañía el señor Raúl Santiago Viteri Viteri y la señorita Evelyn Vanessa Viteri Viteri y el señor Fernando Carrillo todos de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, domiciliados en la ciudad de Quito, capaces para contratar y obligarse, quienes convienen en constituirse socios para la formación de la compañía de responsabilidad limitada denominada DICALTEX CIA.LTDA.

B).-Razón Social.- La compañía se constituye con la razón social de DICALTEX CIA.LTDA.

C).- Objeto.- El objeto social de la compañía será la importación, exportación, compra, venta, representación, comercialización y distribución de toda clase de telas nacionales o extranjeras y productos derivados textiles, productos elaborados, semielaborados, materia prima en general, necesarios para la industria textilera a futuro.

D).- Domicilio.- El domicilio de la compañía es en Quito, Distrito Metropolitano, Provincia de Pichincha, pero podrá establecer sucursales, agencias u otras oficinas en

cualquier otro lugar de la Republica del Ecuador y en el exterior, previa resolución de la Junta Directiva.

E).- Plazo.- El plazo de la compañía es de cien años, contados desde la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

F).- Capital Social.- El Capital social de la compañía es de mil dólares de los Estados Unidos, divididos en mil participaciones, de un dólar cada una.

G).-Aumento de Capital.-El capital social de la compañía podrá aumentar o disminuir según lo determinado en la ley de Compañías y siguiendo el procedimiento que el cuerpo de leyes establece.

H).- Certificados de Aportación.- La compañía entregara a cada socio un certificado de aportación en el que constara necesariamente su carácter de no negociable y el numero de participaciones que por su aporte le correspondan.

I).-Transferibilidad de las Participaciones.- Las participaciones que integren el capital social son transferibles por acto entre vivos en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros.

J).-Administración.- La compañía será gobernada por la Junta General de Socios, administrada por el Presidente y el Gerente General.

K).-Junta General.- La Junta General de socios integrada por todos los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía y sus reuniones serán ordinarias y extraordinarias.

L).-Quórum.-Para que se instale la Junta General de Socios en primera convocatoria se requiere la concurrencia de los socios que representan más del cincuenta por ciento del capital social.

M).-Del Presidente.- El presidente será elegido por la Junta General de Socios, por un periodo de dos años y podrá o no ser socio de la compañía.

N).-Del Gerente General.- El Gerente General será elegido por la Junta General de Socios, por un periodo de dos años, podrá ser o no socio de la compañía

O).-De los Nombramientos.-El nombramiento del Presidente será suscrito por el Gerente General y el de este por el Presidente; tales instrumentos serán, previa su inscripción en el Registro Mercantil.

P).-De la Distribución de Beneficios.-La Junta General de Socios, en su reunión ordinaria anual, con conocimiento del balance y de los informes de los administradores y previo el cumplimiento de las obligaciones sociales que correspondan, acordara la distribución de los beneficios líquidos de cada ejercicio.

Q).-De la Disolución de la Compañía.- De acordarse por la Junta General de Socios, la disolución de la compañía, esta se pondrá en liquidación, actuando como liquidadores principales y suplente en orden, el Gerente General y el Presidente de la compañía, en ejercicio, con las facultades y deberes que para el efecto determine la Junta General de Socios, de acuerdo con la Ley de Compañías y las demás disposiciones legales pertinentes.

R).-Vigencia.- La compañía iniciara su giro y operaciones legales tan pronto como alcance su inscripción en el Registro Mercantil.

3.2.5.2.- Patente Municipal

La patente municipal es un registro obligatorio sobre las actividades productivas que se desarrollan dentro del área determinada de un Municipio, aparte de representar un aporte en lo referente a recaudación fiscal, se trata de un respaldo legal y necesario ante cualquier problema; por lo que el inicio de una actividad comercial o industrial en el país requiere de esta inscripción en registros de la municipalidad en cuya jurisdicción se encuentra domiciliada la empresa, junto con el pago de la patente anual que establece la **Ley de Régimen Municipal** (Arts. 381 a 386).

Este documento necesario para iniciar con las labores de la empresa se lo obtiene a partir del 2 de Enero de cada año en la Administración Zonal que corresponda; dado que DICALTEX CIA.LTDA es una empresa nueva en el mercado los requisitos para conseguir la Patente Municipal son los siguientes:

PATENTE PERSONAL JURÍDICA NUEVA

Para constituir una empresa en cuyo caso se necesita:

- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.³⁰

3.2.5.3._ Registro Único de Contribuyentes

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

En el RUC se registra un cúmulo de información relativa al contribuyente, entre la que se destaca: su identificación, sus características fundamentales, la dirección y ubicación de los establecimientos donde realiza su actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo y las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, además el RUC contiene una estructura que es validada por los sistemas del SRI y de otras entidades que utilizan este número para diferentes procesos

La actividad económica se determina en el clasificador de actividades CIU (Clasificador Internacional Industrial Único) de acuerdo a la actividad económica

³⁰http://www.pequenaindustria.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=304&Itemid=25

que el contribuyente va a desarrollar, por lo que DICALTEX CIA.LTDA deberá ser reconocido como empresa importadora dentro del mercado ecuatoriano.

Los requisitos para obtener el Registro único de Contribuyentes (R.U.C.) de DICALTEX son los siguientes:

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia a color de cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción; u,
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior; u,
- Original y copia del contrato de arrendamiento.³¹

3.2.5.4.- Documentación Básica para importar

Una vez que se ha obtenido la documentación para constituir la empresa (Escritura de Constitución, Patente Municipal, Registro único de Contribuyentes), se procede a registrarse como importador en la Aduana del Ecuador los cuales solicitaran una serie de documentación y tramites para autorizar la primera importación que realice la empresa DICALTEX desde Perú.

³¹ <http://www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=464#anchor1>

El Agente de Aduana debe realizar la Declaración Aduanera Única (DAU); enviarla electrónicamente a través del SICE, y presentarla físicamente en el Distrito de Llegada de las mercancías; adjuntando los siguientes documentos exigidos por la Ley Orgánica de Aduanas (LOA):

- Original o copia negociable del Documento de Transporte.
- Factura Comercial.
- Declaración Andina de Valor (DAV).
- Póliza de seguro.

Dependiendo del tipo de producto a importar, también se requerirá:

- Certificados de Origen de los países con los que el Ecuador mantiene acuerdos comerciales. En caso de no presentar dicho certificado el producto no podrá acogerse a la liberación arancelaria.
- Documentos de Control Previo (puede ser al embarque o a la presentación de la declaración aduanera), exigidos por regulaciones del COMEXI y/o del Directorio de la Aduana del Ecuador.³²

³² <http://www.aduana.gov.ec/contenido/procImportar.html>

CAPÍTULO IV

IMPORTACIONES

4.1.-Objetivo General

- Elaborar un estudio de importaciones para determinar cada uno de los procesos legales y requisitos necesarios para nacionalizar la mercadería procedente de Perú a través del respectivo análisis de variables de comercio exterior que se aplican tanto en nuestro país como en el extranjero.

4.2.-Objetivos Específicos

- Identificar la documentación necesaria para importar mercadería procedente de Perú para cumplir con las normativas exigidas por la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE).
- Identificar el tipo de incoterm (Términos Internacionales de Comercio) a utilizar para establecer la mejor estrategia para importar la mercadería.
- Determinar las cláusulas y términos del contrato comercial con el proveedor para conocer los plazos de pago y demás responsabilidades de la empresa.
- Definir los medios de transporte y logística para establecer el sistema más eficiente para que la mercadería llegue a tiempo y en perfectas condiciones.

4.3.-Definición

“Las importaciones son un proceso del comercio internacional a través del cual se trae mercadería (bienes corporales muebles) del exterior, ya sea como bienes de capital o bienes destinados al uso o consumo; este proceso implica una secuencia de pasos a ejecutar culminando con la nacionalización de los productos importados”.³³

³³ EDICIONES LEGALES, Régimen de Comercio Exterior, 2003, Pág. 6.

4.4.-Importador

Dicaltex Cia. Ltda se registrara como una empresa importadora de materia prima textil y productos derivados de esta rama industrial, para lo cual es necesario conocer los respectivos pasos y trámites a realizar, así tenemos:

REQUISITOS PARA SER IMPORTADOR

- Obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI). Como Dicaltex se registrara como empresa importadora de materia prima textil, el representante legal (Sr. Raúl Viteri-Gerente General) será la única persona autorizada para realizar cualquier tipo de trámite a nombre de la compañía.
- Registrarse como importador ante la Aduana del Ecuador, ingresando en la página: www.aduana.gov.ec, link: **OCE's** (*Operadores de Comercio Exterior*), menú: **Registro de Datos**. Una vez aprobado el registro, se podrá acceder a los servicios que brinda el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE).
- Dentro del SICE, se registra la firma autorizada para la Declaración Andina de Valor (DAV), opción: **Administración, Modificación de Datos Generales**. Una vez realizados los pasos anteriores, ya se puede realizar para realizar una importación; sin embargo, es necesario determinar que el tipo de producto a importar cumpla con los requisitos de Ley. Esta información se encuentra establecida en las Resoluciones N°. 182, 183, 184 y 364 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI).
- Siempre es necesario buscar la asesoría y servicios de un Agente de Aduana registrado en la CAE para realizar los trámites de desaduanización de las mercancías.³⁴

³⁴ <http://www.aduana.gov.ec/contenido/procImportar.html>

4.5.- Incoterms

“Los Incoterms son términos estandarizados del comercio internacional, utilizados con mucha frecuencia en los contratos de compra venta. Se utilizan al momento de realizar la negociación, al establecerse: formas de pago, condiciones de entrega, medios de transporte, seguros, etc”.³⁵

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos mas usados en el Comercio internacional, estos trece términos estandarizados facilitan el comercio internacional al permitir que agentes de diversos países se entiendan entre sí y puedan comercializar sus productos alrededor del mundo.

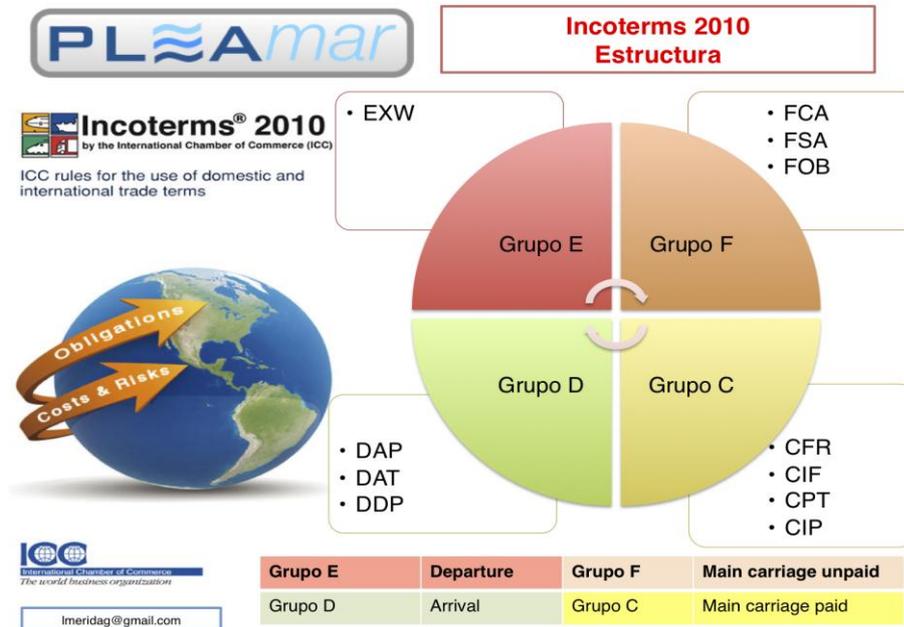
Los Incoterms determinan:

- El alcance del precio.
- En que momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte
- Quién contrata y paga el seguro
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

A continuación se procederá a detallar a través de un grafico los incoterms existentes y sus alcances en cuanto a costos, riesgos y documentación:

³⁵ EDICIONES LEGALES, Op.Cit., Pág. 715.

GRÁFICO N°25
INCOTERMS 2010



Fuente: <http://lmeridag.files.wordpress.com/2010/09/incoterms-2010.png>

GRÁFICO N°26
ALCANCE INCOTERMS 2010

Incoterm	Named place	Sharing of costs and risk between buyer and seller in international traffic.
EXW Ex works	Loading location	
FCA Free Carrier	Loading location	
FAS Free Alongside Ship	Port of loading	
FOB Free On Board	Port of loading	
CFR Cost And Freight	Port of destination	
CIF Cost, Insurance And Freight	Port of destination	
CIP Freight And Insurance Paid	Delivery location	
DDU Delivered Duty Unpaid	Delivery location	
DDP Delivered Duty Paid	Delivery location	

Seller's cost / risk Buyer's cost / risk

Fuente: <http://elasombrososistemaarmonizado.blogspot.com/2010/10/incoterms-2010.html>

El incoterm que se utilizara para efectos del presente proyecto será el término CFR (Cost and Freight-Coste y Flete) que tiene las siguientes características:

Definición

“Costo y Flete, implica que el vendedor entrega la mercancía cuando sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque. El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino convenido, pero su responsabilidad termina en el puerto de embarque”.³⁶

CFR es la abreviatura que exige al vendedor el despacho aduanero de la mercancía para la directa exportación y solamente puede ser utilizado para el transporte marítimo.

Obligaciones Comprador

- Tiene la obligación de pagar el precio según lo dispuesto en el contrato de compra-venta y conseguir, por su cuenta y riesgo, cualquier licencia de importación o cualquier otra autorización oficial precisa, así como llevar a cabo todos los trámites aduaneros para la importación de la mercancía.
- Aceptará la mercancía cuando ésta sea entregada y la recibirá del transportista en el puerto de destino designado. Los riesgos de pérdida o daño de las mercancía los asumirá desde el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque a no ser que no de aviso al vendedor en cuyo caso asumirá todos los riesgos de pérdida o daños que pueda sufrir la mercancía a partir de la fecha convenida o la fecha de expiración del plazo fijado para el embarque.
- Tiene que pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que haya sido entregada, así como todos los derechos, impuesto y otras cargas oficiales y trámites aduaneros, exigibles por la importación de la mercancía.

³⁶ ESTRADA, Luis, Como hacer Importaciones, Edición 2008, Editorial Mendieta, Pág. 35

- Cuando tenga el derecho de determinar el tiempo de embarque de la mercancía y/o el puerto de destino dará al vendedor el aviso suficiente.
- Aceptará el documento de transporte y pagará, de no haber convenido otra cosa, los gastos de la inspección previa al embarque.
- Otras obligaciones es pagar todos los gastos y cargas en que se haya incurrido para la obtención de los documentos y reembolsar los efectuados pero el vendedor al prestar su ayuda al respecto.

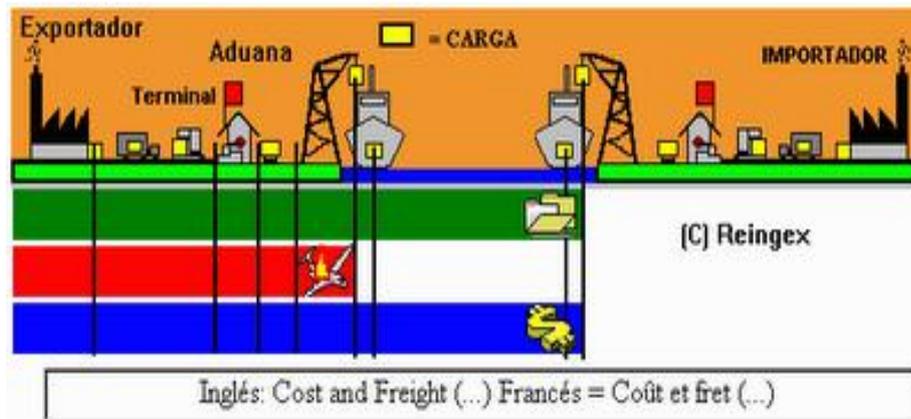
Obligaciones Vendedor

- Suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de venta, así como obtener cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial precisa y llevar a cabo todas las formalidades aduaneras necesarias para la exportación de la mercancía.
- Contratar el transporte de la mercancía al puerto de destino designado por la ruta usual en un buque de navegación marítima del tipo normalmente empleado para transportar la mercancía descrita en el contrato.
- Entregará la mercancía a bordo del buque, en el puerto de embarque, en la fecha o dentro del plazo estipulados.
- Asumirá todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque.
- Pagará todos los gastos relativos a la mercancía hasta que haya sido entregada, incluidos los de cargar la mercancía a bordo y cualesquier gasto que por descargarla en el puerto de destino puedan ser exigidos por las líneas regulares de navegación cuando concluyen el contrato de transporte.
- A menos que se haya estipulado otra cosa, deberá proporcionar, a sus propias expensas y sin tardanza, al comprador el documento de transporte usual para el puerto de destino convenido.

- Deberá pagar los gastos de las operaciones necesarias al efecto de entregar la mercancía, así como prestar al comprador, a petición, riesgos y expensas de éste, la ayuda requerida para obtener cualesquiera documentos o mensajes electrónicos equivalentes emitidos o transmitidos en el país de embarque y/o de origen que pueda necesitar el comprador para la importación de la mercancía.

GRÁFICO N°27

CFR (COSTO Y FLETE)



Fuente: <http://comunidaddfi.blogspot.com/>

Se optó por este tipo de incoterm debido a que el seguro que usualmente adquieren las empresas proveedoras en términos como el CIF es mínimo y no garantizan de ninguna manera la entrega segura de la mercadería, por lo que es más seguro y conveniente contratar un seguro nacional que no solo asegure el producto importado sino que también ofrezca asesoría en cuanto a métodos de importación y riesgos que se corre al transportar por otras rutas o vías de navegación.

4.6-Contratación Internacional

“El contrato de compra-venta internacional, es un acuerdo de voluntades por el cual una o mas personas se obligan a vender, entregar, dar alguna cosa, una mercancía o

prestar un servicio; es el instrumento primordial de toda transacción comercial internacional del cual se nacen los contratos de transporte, seguros y pagos”.³⁷

En la actualidad la contratación internacional se ha convertido en un vínculo permanente entre varios países, ya que representa la herramienta básica de la comercialización alrededor del mundo, si bien en muchos países prácticamente se utiliza un sistema de contrato internacional similar, existen muchas contradicciones que en muchos de los casos interrumpen o impiden que las relaciones bilaterales comerciales entre distintas naciones sean exitosas.

En el caso de DICALTEX, no es diferente, gracias a los múltiples convenios existentes entre Ecuador y Perú se pueden realizar negocios de una manera mas eficiente al formar parte de un mismo bloque económico; sin embargo es indispensable conocer los procedimientos y normatividad general dentro de lo que representa la contratación internacional para de esta manera poder establecer de forma clara los términos y parámetros del contrato comercial con el proveedor de Perú (Nuevo Mundo S.A.).

La redacción de contratos comerciales internacionales presenta un carácter dinámico y una continua adaptación a los cambios tecnológicos y empresariales, mostrando además una cierta autonomía con respecto a las legislaciones nacionales, pues se observa una marcada tendencia de los administradores y empresarios a desarrollar soluciones novedosas para dar respuestas prácticas a los problemas.

Los caracteres del contrato son:

- *Consensual*: se perfecciona con el sólo consentimiento.
- *Bilateral*: perteneciente a dos partes.
- *Oneroso*: implica alguna contraprestación.
- *Conmutativo*: prestaciones recíprocas equivalentes y determinadas.
- *Traslativo del dominio*: transfiere el dominio.

³⁷ ESTRADA, Luis, Op.Cit., Pág. 77.

En un contrato de compraventa internacional, además se pueden encontrar varios contratos intrínsecos, lo que implica que puedan existir conjuntamente normativas que tengan entre ellas grandes divergencias.

Las normativas pueden divergir en aspectos como:

- La formación del contrato.
- La entrega de la mercancía.
- El medio de pago.
- El pago del precio.
- La mediación bancaria.
- El transporte.
- El seguro de mercancías, etc.

Además, se deben cumplir las normas administrativas que rigen el comercio exterior, como las de importación, exportación, aduanas, control de cambios, etc.

Requisitos básicos de todo contrato:

- *Capacidad de obrar para contratar.* No sólo es necesario tener la mayoría de edad, sino también gozar del pleno ejercicio de los derechos cívicos.
- *Consentimiento de ambas partes.* Es recomendable anexas al contrato copia del poder de cada parte contratante, y si ello no fuere posible, conviene incluir la cláusula siguiente: “Ambas partes se reconocen recíprocamente la capacidad para otorgar el presente contrato”.
- *Objeto lícito.* Será todo aquello que no sea contrario al orden público, a la moral y a las buenas costumbres.
- *Precio cierto en dinero o signo que lo represente.* Se considerará nulo el contrato que no especifique el precio de la mercancía, y éste no se pueda cuantificar.
- *Ánimo de reventa y de lucro* (en compraventa mercantil).
- No existe requisito especial de forma.

Obligaciones de las partes:

Se dan dos prestaciones esenciales:

- * Obligación del vendedor a entregar el bien (o servicio).
- * Obligación del comprador a pagar el precio.

Más concretamente, las obligaciones del vendedor quedarán satisfechas en el momento de la entrega de la mercancía (o realización del servicio). Pero esta entrega no se puede hacer de cualquier modo. Aquí serán muy importantes los términos INCOTERMS utilizados en el contrato, que establecerán el momento y el lugar de entrega de la mercancía. Debemos destacar que en este tipo de contratos es muy importante la autonomía de la voluntad, con lo que la obligación del vendedor podría quedar definida como “puesta a disposición”.

La importancia que tiene el momento de la entrega de la mercancía tiene que ver con las repercusiones que podría tener una demora en este plazo sobre el conjunto de la relación contractual. Puede suceder que el retraso en la entrega de una mercancía derive en el incumplimiento de otra serie de contratos para los cuales era necesaria la disposición de la citada mercancía.

La parte vendedora también está obligada a responder de los vicios ocultos y evicción que sobre la mercancía entregada pudieran surgir.

Podemos resumir las obligaciones del vendedor en:

- Transmitir la propiedad del bien vendido.
- Entregar el bien vendido en los términos pactados.
- Conservar y custodiar el bien que se ha obligado a entregar. Será responsable de los riesgos del mismo hasta el momento de su entrega.
- Entregar al comprador los títulos de propiedad del bien.
- Prestar garantía o saneamiento en caso de evicción o vicios ocultos.

Las obligaciones del comprador son las derivadas del pago de la mercancía:

- El momento del pago deberá ser, en principio, el mismo en el que se haga la entrega de la mercancía adquirida. Al igual que el momento de entrega, este término debe contar con cierta flexibilidad, y no puede entenderse en sentido estricto.
- El pago en sí también debe ser entendido de forma amplia, pudiendo quizás entenderse también como “puesta a disposición”. Este concepto debe englobar todos los medios de pago utilizados en el ámbito internacional.
- El lugar de entrega del pago conlleva una fuerte problemática, ya que al tratarse de contratos entre ausentes, la mayoría de veces se hace el pago sin que haya para ello una fecha pactada.
- Además, debemos pensar que muchos medios de pago hacen que éste se efectúe en un lugar distinto al que se pacta según la autonomía contractual.

Podemos resumir las obligaciones del comprador en:

- * Pagar el precio en el lugar y tiempo pactado.
- * Prestar las garantías pactadas en caso de plazo aplazado.
- * Recibir el bien comprado.
- * Pagar intereses pactados en caso de pago aplazado.
- * Pagar los gastos de inscripción en el Registro de la Propiedad, si se trata de bienes inmuebles.

Responsabilidad de las partes:

En general, se acepta el hecho de que la transmisión de la responsabilidad de la mercancía vendida se produce en el momento de la entrega del bien, al margen de lo que las partes hubiesen podido pactar.

Si se entiende que la responsabilidad del vendedor cesa en el momento del embarque de la mercancía (dependiendo del INCOTERM pactado), quedaría en cierto modo desprotegida la parte compradora en cuanto a los defectos de la mercancía relativos a

su calidad y cantidad. Pero el comprador cuenta con un plazo para el análisis de lo adquirido, por lo que esta responsabilidad que ahora se pretende determinar será la que derive de supuestos de fuerza mayor o de accidentes en el transporte de las mercancías, así tenemos entonces:

* En una compraventa de un bien determinado, el riesgo es del vendedor hasta que se pone el bien a disposición del comprador.

* En una compraventa de un bien genérico, el riesgo es del vendedor hasta el momento en que el bien vendido fuere cierto o determinado, con marcas o señales que lo identifiquen.

Incumplimiento del contrato:

- *Incumplimiento de la obligación de entrega.* Si se da esta circunstancia, el comprador puede pedir el cumplimiento o la resolución del contrato, teniendo derecho, además, a reclamar una indemnización por daños y perjuicios. Si el vendedor entrega sólo una parte, el comprador no está obligado a recibirla, pero si la acepta, se da por consumada la venta de la citada parte. En este caso, el comprador puede pedir el cumplimiento o la resolución del contrato por la parte que queda pendiente.
- *Incumplimiento de la obligación del pago del precio.* Si el comprador no paga el precio, el vendedor puede retener la mercancía e incluso puede venderla a otro interesado. Si el vendedor entrega la mercancía, la otra parte queda obligada a pagar intereses por la mora.
- *Incumplimiento de la obligación de recibir las mercancías.* Si se da este caso, el vendedor puede optar por el cumplimiento del contrato (en cuyo caso se puede pedir el depósito judicial para las mercancías, o constituirse él mismo en depositario) o su resolución.

El Arbitraje Internacional

Al no existir una jurisdicción internacional de derecho privado, las partes suelen recurrir a alguna institución que, con carácter internacional, arbitre las posibles divergencias con respecto al contrato que les une. Ello se hace porque si se sometieran al Tribunal nacional de una de las partes, la otra posiblemente se vería en una situación de desventaja al no conocerla tanto como la primera, por hablar posiblemente otro idioma, lejanía física del Tribunal, encarecimiento de los gastos, etc.

Podría darse también la posibilidad de someterse a un juez de un tercer país neutral entre las partes, pero esta solución plantea también gran cantidad de problemas.

Dado que el sometimiento a un Tribunal judicial no parece ser una buena salida para las partes del contrato, han ido surgiendo nuevas formas de solucionar los conflictos, como es el Arbitraje Comercial Internacional. El árbitro nos ofrecerá, en la gran mayoría de los casos, una solución rápida, técnica y confidencial. La relación con las partes se basará simplemente en la voluntad de éstas de someterse a su veredicto, y se apoyará en el propio convenio arbitral.

El arbitraje internacional puede resolver temas como:

- ❖ Decidir sobre la resolución del contrato y fijar la fecha de la resolución.
- ❖ Incumplimiento de las partes en la ejecución del contrato.
- ❖ Responsabilidad de las partes en la ejecución del contrato.
- ❖ Cantidades debidas por una parte a la otra, y por qué concepto.
- ❖ Excepciones alegadas.
- ❖ Derecho de retención sobre cantidades en poder de una parte.
- ❖ Derecho de compensación.
- ❖ Indemnización por daños y perjuicios.
- ❖ Costes del procedimiento arbitral y su distribución entre las partes.

La intervención de cualquier Tribunal de arbitraje tiene una serie de ventajas con respecto a una solución jurisdiccional:

- ❖ Para las partes es muy difícil encontrar un Tribunal que pueda hacerse cargo de todos los aspectos del contrato, ya que posiblemente éste se habrá redactado según la conjunción de las leyes de los países de las compañías.
- ❖ Las partes tienen entre ellas una relación supranacional, y es por ello que también prefieren que los conflictos se resuelvan en un contexto adecuado como el del Arbitraje Internacional
- ❖ La jurisdicción nacional suele ser lenta, y más en el caso de tener que resolver un conflicto internacional, lo que implicaría viajes de al menos una de las partes del conflicto, imprevisibilidad de los costes del procedimiento judicial, etc.
- ❖ Los árbitros internacionales son personas que conocen a fondo el mundo de los negocios de dicho carácter, sus usos habituales, etc.
- ❖ En un litigio jurisdiccional, éste es objeto de publicidad para llamar a quienes puedan estar interesados en el procedimiento. Es muy probable que esta publicidad moleste a las partes intervinientes, que pueden estar tratando algún secreto comercial mediante su contrato.
- ❖ Por dicho motivo el Arbitraje Internacional recibe respaldo de las jurisdicciones de los países. Lo hacen a través de la ratificación de los tratados y convenios a los cuales respetan como buena base “legal” para los árbitros.

Orientación para la redacción de un contrato de compraventa internacional:

La mayoría de intercambios provenientes de una compraventa internacional se llevan a cabo sin un contrato que los regule. Pero es muy recomendable que éste exista, ya que puede ser definitivo para la resolución de litigios entre las partes.

Se deben estudiar las características concretas de los contratos de compraventa internacional dada la dificultad de sus matices jurídicos, que podrían comportar consecuencias nefastas en caso de desconocimiento por alguna de las partes.

En los contratos de comercio internacional deberían constar los siguientes puntos indispensables:

1)._Identificación de las partes:

Es importante para saber si se trata de empresas con establecimientos en diferentes países.

2)._Antecedentes:

Se describen en esta parte las motivaciones que han llevado a las partes a firmar dicho contrato, con qué objetivos realizan la compraventa, etc. También se pueden incluir aspectos como la descripción de las gestiones que han precedido el acuerdo final entre las partes.

3)._Identificación de las mercaderías:

Descripción de la cantidad a comprar o vender, la calidad, la presentación de la mercancía, la modalidad de entrega, etc.; es decir, todos los datos sobre el objeto de compraventa que puedan afectar a su posterior utilización o reventa. En caso de requerir una mercadería con unas características muy determinadas, es conveniente especificarlas claramente (componentes químicos, tecnología, etc.). Es importante también establecer el plazo máximo en que se pueden hacer reclamaciones respecto a la mercancía, y el plazo de garantía de ésta.

4)._El precio y las condiciones de pago:

Como hemos visto anteriormente, el precio debe ser determinado o determinable. Éste se deberá especificar claramente, haciendo constar la denominación completa de la moneda a utilizar, el plazo de pago, la forma de pago y el medio de pago. Existe la posibilidad de la realización de pagos parciales. En este caso, es posible incluir los gastos y los posibles costes financieros dentro del precio. Si no es el caso, conviene especificar los intereses de demora. Hay que tener en cuenta que si no se especifica precio alguno, se considerará que las partes han acordado el precio generalmente cobrado en contratos similares en el momento de la firma del mismo.

5)._ *La entrega:*

Es esencial la especificación de la fecha de entrega, y hacer constar si ésta es esencial para el comprador, ya que de ello podrían derivar compensaciones por daños y perjuicios. También la transmisión del riesgo es un apartado muy importante que no podemos olvidar en la redacción de un contrato. Para ello es muy recomendable hacer uso de los Incoterms, que lo definirá muy claramente. En caso de no utilizar ningún Incoterm, definir exactamente el momento del traspaso de riesgo.

6)._ *Cláusulas generales:*

Serán aquellas que definan las condiciones en las que se llevará a cabo el contrato: cómo se comunicarán las partes entre ellas, forma de efectuar modificaciones del contrato, posibilidad o no de ceder los derechos del contrato, etc.

7)._ *Legislación aplicable:*

Lo más recomendable es establecer que, en primer lugar, el contrato se regulará por lo que éste mismo establezca; en segundo lugar, y en caso de no quedar clara la decisión a tomar, aplicar los diferentes convenios existentes; en tercer y último lugar, aplicar la legislación de un país concreto a determinar por las partes.

8)._ *Jurisdicción competente:*

En este apartado se debería especificar el Tribunal o la institución arbitral a la que se confía la resolución de las posibles divergencias entre las partes en el cumplimiento del mismo.

9)._ *Firma del contrato:*

Ésta es importante para dar fe de la fecha y el lugar en que el contrato entra en vigor, lo que puede afectar ante una posible divergencia entre las partes.

4.7- Partida Arancelaria

“La Partida Arancelaria es cada uno de los códigos que define en el arancel de aduanas una mercancía determinada o bajo el que se agrupa una categoría de mercancías afines entre sí. Consta de cuatro dígitos: los dos primeros se refieren al capítulo y los otros dos identifican el lugar que ocupa dentro del capítulo”.³⁸

Gracias a los diferentes acuerdos internacionales que posee el Ecuador, más del 90% de las mercancías procedentes de los países de la comunidad Andina tienen una preferencia arancelaria del 100%, a pesar de que el gobierno ecuatoriano había anunciado restricciones para el ingreso de numerosas partidas como sistema para equilibrar la balanza de pagos, poco después el país decidió levantar las restricciones y restableció las preferencias arancelarias a los productos peruanos y andinos, acogiendo así las recomendaciones que emitieron la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

4.7.1-Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria consiste en ubicar una determinada mercancía en la fracción arancelaria que le corresponde dentro de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación, de conformidad con las Notas legales, de Sección, de Capítulo, Notas Explicativas, Reglas Generales y Complementarias, así como de diversos criterios de clasificación que se encuentran en las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior.

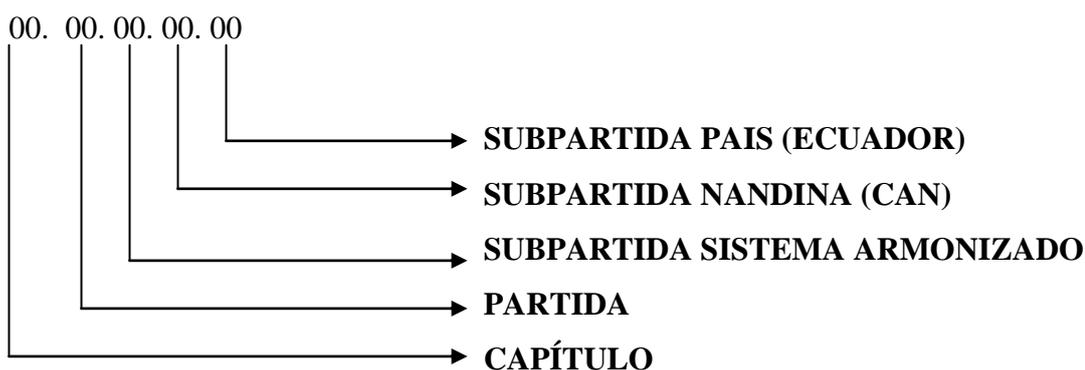
A partir de esta clasificación, se pueden identificar los incentivos gubernamentales que le corresponden a determinado producto. Asimismo, con la posición exacta se puede obtener información sobre el tratamiento que recibirá el producto en el mercado de destino, tanto en materia arancelaria como no arancelaria, eventuales restricciones de acceso y especificaciones técnicas.

DICALTEX conociendo la partida del producto, tiene mayor facilidad de acceso y lectura de ciertos datos estadísticos proporcionados por distintos organismos públicos

³⁸ <http://www.economia48.com/spa/d/partida-arancelaria/partida-arancelaria.htm>

y privados: precios y volúmenes de exportaciones, oportunidades comerciales, perfiles de mercado.

Todo el universo de las mercancías se encuentra clasificado en esta Tarifa a través del Sistema Armonizado que identifica con una serie de números que se leen en pares de la siguiente forma:



Los encargados de realizar la clasificación arancelaria de las mercancías son los agentes y apoderados aduanales, los cuales deberán contar con toda la información necesaria sobre la mercancía para que estén en posibilidad de realizar una correcta clasificación, ya que de ello depende el pago de las contribuciones al comercio exterior así como el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias.

Las principales partidas arancelarias que se utilizaran en el presente proyecto son las siguientes:

Capítulo: 52 - ALGODÓN

5211 - TEJIDOS DE ALGODÓN CON UN CONTENIDO DE ALGODÓN INFERIOR AL 85% EN PESO,
Partida: MEZCLADO EXCLUSIVA O PRINCIPALMENTE CON FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES, DE PESO SUPERIOR A 200 G/M2

Item: 5211420000 - Tejidos de mezclilla ("denim stretch")

Fuente: <http://nt5000.aladi.org/siicomercioesp/>

Capítulo: 52 - ALGODÓN

Partida: 5209 - TEJIDOS DE ALGODÓN CON UN CONTENIDO DE ALGODÓN SUPERIOR O IGUAL AL 85% EN PESO, DE PESO SUPERIOR A 200 G/M2

Item: 5209420000 - Tejidos de mezclilla ("denim rígido")

Fuente: <http://nt5000.aladi.org/siicomercioesp/>

Cabe destacar que estas partidas arancelarias tienen un 100% de preferencia arancelaria para ingreso a nuestro país ya que son materias primas necesarias para el desarrollo industrial de los mercados textiles locales.

4.8- Pasos para importar

Primeramente se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)
- Registrarse como importador en la Aduana del Ecuador
- Identificar el producto, proveedor internacional y posteriormente asesorarse con los agentes afianzados respectivos para importar la mercadería.

Una vez cumplidos los puntos anteriormente mencionados el siguiente paso consiste en realizar la importación del producto para lo cual es necesario cumplir con una serie de procedimientos y entrega de documentos a los organismos regulatorios de la Aduana del Ecuador.

Como resultado de la importación, el Agente de Aduana debe realizar la Declaración Aduanera Única (DAU); enviarla electrónicamente a través del SICE, y presentarla físicamente en el Distrito de Llegada de las mercancías; adjuntando los siguientes documentos exigidos por la Ley Orgánica de Aduanas (LOA):

- Original o copia negociable del Documento de Transporte.
- Factura Comercial.

- Declaración Andina de Valor (DAV).
- Póliza de seguro.

Dependiendo del tipo de producto a importar, también se requerirá:

- Certificados de Origen de los países con los que el Ecuador mantiene acuerdos comerciales. En caso de no presentar dicho certificado el producto no podrá acogerse a la liberación arancelaria.
- Documentos de Control Previo (puede ser al embarque o a la presentación de la declaración aduanera), exigidos por regulaciones del COMEXI y/o del Directorio de la Aduana del Ecuador.

Datos Importantes para importar

- Una vez aceptada la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera Única (DAU) en el SICE, se determinará el canal de aforo mediante la aplicación de criterios de análisis de riesgo; pudiendo ser este: físico, documental, o automático (canal verde).
- Según la LOA: “En las importaciones, la declaración se presentará en la Aduana de destino, desde 7 días antes, hasta 15 días hábiles siguientes a la llegada de las mercancías”. De no presentar la DAU dentro de este plazo, sus mercancías caerán en abandono tácito.

Impuestos de Importación

- El valor CIF de la mercancía, es la *base imponible* para el cálculo de los impuestos y comprende la suma de los siguientes valores.
 - PRECIO FOB* (Valor soportado con facturas)
 - FLETE (Valor del transporte internacional)
 - SEGURO (Valor de la prima)

TOTAL: CIF

• Una vez obtenido el valor CIF, podrá hacer el cálculo de los siguientes impuestos:

- AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)

Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador.

Porcentaje variable sobre el valor CIF, según el tipo de mercancía.

- FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)

Impuesto que administra el INFA. 0.5% del valor CIF.

- ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)

Administrado por el SRI.

Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.

- SALVAGUARDIA POR BALANZA DE PAGOS

Son de 3 tipos:

(Recargo Ad-Valorem, Recargo Arancelario Especial adicional al arancel vigente, y Restricción Cuantitativa de Valor - cupos) Impuesto que administra la Aduana del Ecuador. Restricciones temporales que se aplican solamente a ciertos productos importados.

- IVA (Impuesto al Valor Agregado)

Administrado por el SRI. 12% del resultado de la suma de:

CIF + ADVALOREM + FODINFA + ICE + SALVAGUARDIA

- IMPUESTO DE SALIDA DE DIVISAS

Impuesto que administra el SRI. 2% del CIF + Ajustes de Valor.

EL VALOR TOTAL A CANCELAR POR EL IMPORTADOR, ES LA SUMA DE LOS IMPUESTOS ANTES MENCIONADOS.

“El FOB es igual a la suma del valor de las mercancías, más los gastos internos hasta ubicarlas sobre el medio de transporte que lo llevará a su destino final”.³⁹

4.9- Documentación Internacional

En el inicio de cualquier transacción comercial que se realice dentro del ámbito internacional, previamente a cualquier hecho que se produzca, ha de existir una voluntad o un acuerdo entre el importador (DICALTEX) y su exportador (NUEVO MUNDO S.A.) de efectuar la operación, que para uno será una compra y para el otro una venta.

La diferencia existente entre una compraventa internacional y una nacional reside principalmente en que se relacionan países con leyes distintas y con diferentes monedas.

Para la tramitación de una compraventa internacional intervienen una serie de documentos que agilizan y normalizan la operación, éstos se pueden clasificar así:

- A) Documentos contractuales
- B) Documentos de transporte
- C) Documentos de seguro
- D) Documentos de control y verificación
- E) Documentos aduaneros

A)- Documentos Contractuales

Al relacionarse en la compraventa internacional un importador y un exportador de distintos países, los cuales tienen reglamentaciones oficiales diferentes, hace que dicha relación pueda resultar difícil, sobretodo si se producen incidencias en la operación.

³⁹ <http://www.aduana.gov.ec/contenido/procImportar.html>

Debido a que en muchas ocasiones los litigios que se inician por incumplimientos de contrato son largos en procedimiento y no siempre fáciles en ejecución al intervenir distintos Estados con sus legislaciones propias, es recomendable acceder a vías alternativas. De éstas, la más importante es el sometimiento al arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional que fue creada como elemento de decisión para dirimir las diferencias entre los importadores y exportadores.

Aunque, como se ha expresado, es recomendable establecer un contrato en las transacciones de compraventa, es muy frecuente encontrarse con numerosas operaciones que se tramitan mediante la utilización de documentos cuasicontractuales, los cuales no ofrecen las seguridades del contrato. Los más usuales son:

_ **El pedido**, es un documento a través del cual el importador manifiesta el deseo de efectuar una compra. El pedido suele ser el resultado de una llamada telefónica, un mail o una visita personal. A su recepción el importador puede aceptarlo o no.

_ **La factura proforma**, es un documento que, a modo de orientación o presupuesto, extiende un vendedor a fin de informar a un posible cliente de las condiciones en que está dispuesto a realizar la venta de una mercancía.

La factura proforma es un documento de oferta, informativo y provisional que hace relación a un hecho que se puede producir pero todavía no consumado. La aceptación de una factura proforma por parte de un importador tiene en la práctica comercial el valor de un pedido en firme, sin rechazo por parte del vendedor.

En el caso de DICALTEX la proforma constituirá la confirmación del pedido hacia el proveedor en Perú.

_ **La factura comercial,**” es un documento que describe las mercancías materia de contrato de compra-venta. Este documento le otorga al exportador a nombre del importador detallando todos los datos pertinentes”.⁴⁰

⁴⁰ ESTRADA, Luis, Op.Cit., Pág. 183.

La factura representa el compromiso por parte del vendedor de entregar la mercancía. Si posteriormente el comprador cumple con la obligación de pagar, la factura se convierte en un título de propiedad. Si la factura está firmada tiene la función de recibo, es decir, el vendedor declara haber recibido su importe.

En la factura se describen de forma detallada:

- ❖ Nombre del comprador y vendedor
- ❖ Clase, cantidad, peso de la mercancía
- ❖ Modo de envío
- ❖ Forma de pago
- ❖ Precio unitario
- ❖ Condiciones de entrega
- ❖ Importe total de la mercancía
- ❖ Demás datos de interés

B)-Documentos de Transporte

Una vez se ha formalizado el contrato de compraventa, es necesario transportar la mercancía desde las factorías del proveedor hasta las bodegas de DICALTEX.

El sistema de transporte variará según los distintos factores que pueden aparecer en una compraventa internacional. Los más importantes son:

1)._El medio que se utilice:

- Transporte Terrestre: ferrocarril o carretera
- Transporte Marítimo
- Transporte Aéreo
- Transporte Mixto

2). *El encargado de enviar la mercancía puede ser:*

- El mismo vendedor por sus propios medios
- Un transportista
- Un agente que actúa en representación del vendedor

La elección de un medio u otro de transporte vendrá dado por una serie de circunstancias como pueden ser:

- Complicaciones burocráticas
- Rapidez en el envío
- Coste del envío
- Infraestructura propia del vendedor
- Conocimientos sobre tramitación aduanera
- Conservación y no deterioro de la mercancía
- Naturaleza de la mercancía
- Punto geográfico del lugar de destino

Para efectos del presente proyecto la mercadería se importará vía marítima, del cual se origina el Conocimiento de Embarque (BILL OF LADING), el mismo que tiene las siguientes características:

Conocimiento de embarque (Bill of Lading, B/L):

Debido a la economía de sus precios, el transporte marítimo es todavía el más utilizado, además hay que añadir la gran cantidad de carga que permite este medio de transporte.

Los elementos materiales del transporte marítimo son los buques, los cuales pueden clasificarse en tres tipos básicos: de pasaje, de carga, y mixtos.

El documento que se utiliza para el transporte marítimo en líneas regulares es el conocimiento de embarque. Mediante este documento el capitán del buque, naviero,

armador o su legítimo representante se comprometen a transportar y depositar la mercancía en el puerto indicado por el cargador (fletador).

“El conocimiento de embarque es un documento no negociable que estipula que el embarque debe ser entregado directamente a la parte cuyo nombre aparece como consignatario. El transportista no requiere su entrega exceptuando el caso en que lo necesite para identificar al consignatario”.⁴¹

En el conocimiento de embarque se certifica que la mercancía está en posesión de la compañía que ha de transportarla. Es un recibo de las mercancías y la prueba de un contrato de transporte finalizado. Este documento proporciona al tenedor de todos los ejemplares originales de las mercancías amparadas por el mismo y su derecho a disponer de ellas. Constituye una prueba de contrato de transporte, del recibo de las mercancías por el capitán del barco y del derecho de la empresa naviera a cobrar los fletes y gastos de transporte.

Los datos imprescindibles que deben aparecer en este documento son:

- ❖ Nombre del capitán del barco
- ❖ Nombre del buque
- ❖ Matrícula y porte del buque
- ❖ Puerto de carga y descarga
- ❖ Cantidad y descripción de la mercancía
- ❖ Importe del flete, indicando si está pagado o no
- ❖ Nombre del cargador
- ❖ Nombre del consignatario, si el conocimiento es nominativo

El juego completo del conocimiento consta de cuatro ejemplares:

- Ejemplar original para el capitán
- Ejemplar para el cargador

⁴¹ EDICIONES LEGALES, Op.Cit., Pág. 1.

- Ejemplar para el destinatario (que se entrega al cargador para que éste lo envíe al destinatario)
- Ejemplar para el armador

Usualmente se suele extender un quinto ejemplar para que el cargador lo envíe al destinatario por un medio diferente al otro.

Este documento puede extenderse:

- De forma nominativa, de esta manera identifica al destinatario. En este caso no es negociable, ya que no se puede transferir ni por simple entrega ni por endoso.
- A la orden de determinada persona (del cargador o del destinatario). Extendido así, el conocimiento es negociable ya que se puede transferir mediante endoso del mismo.
- Al portador, sin expresar nombre alguno. Es documento negociable, ya que es transferible por simple entrega.

Algunas de las expresiones más importantes que aparecen en un conocimiento de embarque son:

- *Shipped B/L* (conocimiento a bordo), es prueba de que la mercancía está a bordo del buque. También se puede decir “On board B/L”.
- *Direct B/L* (conocimiento sin transbordo).
- *Received for shipment B/L*, prueba que la mercancía ha sido recibida, pero no prueba que esté cargada.
- *Clean on board* (limpio y a bordo) significa que no existe reserva alguna sobre el estado de la mercancía, del embalaje, etc.

C)- Documentos de seguro:

En el transporte de mercancías siempre existe un riesgo importante de que, por diversas causas, se puedan perder o estropear las mismas. Este riesgo se incrementa en gran manera cuando el envío se realiza a través de distintos países. Las causas más importantes de riesgo son:

*Despachos de aduanas: en las operaciones de compraventa internacional las mercancías tendrán que pasar, como mínimo, por dos Aduanas (dependerá del sistema de transporte). Los trámites en éstas son lentos y, en ocasiones, las mercancías permanecen durante largo tiempo en depósitos aduaneros o zonas francas. Además, en las inspecciones existirán manipulaciones de las mercancías; todo esto conlleva un riesgo de mermas, extravíos, roturas o robos de las mismas.

*Tránsito por distintos países: debido a que en muchas ocasiones las mercancías que se envían a otro país deben atravesar varias fronteras, aparece un riesgo adicional ya que puede resultar que algunas de esas naciones estén en conflicto, existan revueltas, haya huelgas, etc.

*Manipulaciones de las mercancías: según el sistema de transporte que se utilice, las mercancías tendrán más o menos manipulaciones debido a transbordos o paradas y las consiguientes cargas y descargas, con el inherente riesgo de desperfectos y roturas.

*Distancia entre origen y destino: al ser mayor normalmente la distancia en las operaciones de comercio internacional, también aumenta el riesgo de accidente sea cual sea el sistema de transporte utilizado.

Como es lógico pensar, en la compraventa internacional el mayor riesgo que existe está en el transporte, y este riesgo no lo deben de correr tan sólo el expedidor y el receptor de la mercancía, sino que las compañías transportistas deben aceptar una serie de responsabilidades que ya están previstas en las cláusulas del contrato de

transporte y, en consecuencia, serán éstas las que tendrán que resarcir los posibles daños de la expedición.

Debido a que las compañías de transporte no aseguran todos los casos y vicisitudes que pueden ocurrir en una expedición, dependerá del INCOTERM utilizado para definir responsabilidades sobre riesgos inherentes a la mercadería transportada.

La contratación de una póliza de seguro entre el vendedor y el comprador (según la cláusula INCOTERMS), asegura la percepción de una cantidad de dinero correspondiente al valor de la mercancía en el caso de que se dañe o pierda, de forma rápida y ajustada a su valor real.

En ocasiones el asegurado posee una póliza flotante con una compañía de seguros. En estos casos, por cada expedición se emite un certificado de seguro que ampara la mencionada póliza y que sirve tan sólo para asegurar un solo embarque determinado, y aunque no contiene en su texto todo el articulado de la póliza que lo cubre, sí debe demostrar todos los datos sobre el seguro.

Los datos que deben especificarse en toda póliza de seguro son:

- Los identificativos del asegurador y del asegurado.
- Relación de riesgo que cubre. Los más normales son: naufragio, incendio, desperfectos en la carga o descarga, pérdidas o extravío, robos, mermas, derramas, oxidación, guerra, huelgas, motines, sabotajes.
- Importe de la prima.

Dado que la mercadería se va a importar con el incoterm CFR la empresa ha optado por contratar un seguro nacional a través de la compañía COOPSEGUROS S.A., la misma que asegurara nuestro producto emitiendo una póliza por cada importación.

D)- Documentos de control y verificación:

En la compraventa internacional siempre se relacionan dos países como mínimo. Esto produce un menor conocimiento y relación entre comprador y vendedor debido a la distancia y al desconocimiento del otro país. Ello, añadido al hecho de que normalmente el comprador de la mercancía no puede ver ésta hasta que la ha pagado, aconsejan que el vendedor le remita al comprador documentos expedidos o certificados por organismos oficiales competentes o especializados que le ofrezcan garantía de que recibirá el producto que realmente ha solicitado y pagado.

Para estos menesteres existen toda una serie de documentos llamados de control y verificación. En ocasiones, estos documentos también son necesarios al ser las leyes de determinado país las que los hagan obligatorios para poder efectuar la transacción.

En el caso de la materia prima textil los documentos necesarios son una lista de empaques con las características del producto, los mismos que son analizados y en muchos casos verificados físicamente por las autoridades de aduanas de nuestro país.

Certificado de pesos o lista de contenidos y pesos:

“Este documento se expide por el representante del comprador o por un organismo pesador oficial. Certifica el número de bultos, el peso bruto y neto de cada uno de éstos, el peso total, relaciona los bultos por orden de numeración, etc., de la mercancía expedida”.⁴²

Sirve para acreditar el peso de la mercancía cargada en el punto de expedición; para poder comprobar después si se han producido diferencias, y calcular las mermas, averías, etc., que hayan podido ocurrir durante el transporte.

Este documento también lo solicita, según la clase de mercancía de que se trate, el inspector o valorador de Aduanas para evitar la manipulación de toda la mercancía en la inspección física en la Aduana.

⁴² https://www.cajastur.es/empresas/productos/archivos/fichero300_2.pdf

E) -Documentos aduaneros:

Para despachar las mercancías en las Aduanas de cualquier país es necesaria la presentación de determinados documentos, sin los cuales las autoridades no entregarán la mercancía a DICALTEX o cualquier otro comprador.

Por lo general la documentación mínima que se debe presentar es la siguiente:

- Factura comercial por triplicado, firmada.
- Documento de transporte por duplicado (original y copia).
- Certificado de origen o documento equivalente.

Asimismo, cuando la expedición se compone por numerosos bultos, es aconsejable aportar una lista de contenidos y pesos, que simplifique la labor de verificación y control por parte de la Aduana; además en nuestro caso se deberá presentar la póliza de seguro nacional para que Aduana verifique que la mercadería está asegurada.

Uno de los documentos más importantes para DICALTEX es el certificado de origen emitido en Perú, ya que este será el principal requisito que pedirá la Aduana para eximirnos del pago de aranceles, ya que en este constan los acuerdos que avalan a la mercadería a ingresar a nuestro país con 0% de advalorem.

Certificado de origen

“El certificado de origen es el documento que garantiza el origen de la mercadería; estos son exigidos por los países en razón de los derechos preferenciales que existen según convenios bilaterales o multilaterales. Y además, es un documento por el cual se certifica que la mercancía es producida o fabricada en el país del exportador”.⁴³

Este documento es muy necesario cuando se trata de régimen de Zona de Libre comercio ya que hace posible que el comprador en el extranjero no pague ciertos tributos a la importación, de los cuales esta exento si presenta este Certificado de

⁴³ ESTRADA, Luis, Op.Cit., Pág. 186.

Origen valido cuyas firmas han sido reconocidas por las autoridades de los países firmantes de convenios o acuerdos de origen, con los cuales se realiza el intercambio comercial al que se refiere dicho certificado.

4.10- Medios de Pago

El comercio Internacional genera tanto la necesidad de efectuar pagos a distancia y recíprocamente cobranzas a distancia entre partes ubicadas en distintos países, como la de realizar operaciones cambiarias vale decir efectuar el cambio de la moneda correspondiente.

Los pagos en los contratos de compraventa Internacional se materializan a través de Bancos, básicamente mediante dos formas:

A) Los Bancos intervienen para PAGAR (Cartas de Crédito o Créditos Documentarios), ORDEN DE PAGO generado por el Importador en favor del Exportador

B) Los Bancos intervienen para COBRAR (Documentos en Cobranza o Cobranza Documentada), ORDEN DE COBRO, generada por el Exportador con cargo al Importador.

La intermediación bancaria en ambos casos es independiente del contrato de compraventa internacional pues los Bancos sólo trabajan con documentos de embarque (factura comercial, conocimiento de embarque, póliza de seguro, packing list, etc.), sin asumir responsabilidad alguna por la presentación de documentación fraguada. Se entiende que el vendedor ya ha determinado si va a exportar valiéndose de una carta de crédito o si utilizará el servicio de cobranza documentaria.

Se utiliza más los Documentos en Cobranza (COBRO) que la Carta de Crédito (PAGO) debido al menor costo y aún cuando hay mayor riesgo existe confianza entre el Exportador y el Vendedor. De no existir absoluta confianza se debe preferir la Carta de Crédito. Tanto las órdenes de pago como las órdenes de cobro pueden ser simples y documentarías. Las simples no requieren de la presentación de documentos

comerciales de ninguna naturaleza, mientras que las documentarías están condicionadas a la presentación de los documentos indicados, lo que significa un mayor costo pues el Banco debe entregarlos conforme a las instrucciones recibidas.

Los usos y prácticas internacionales de medios de pago se estandarizan mediante un conjunto de normas flexibles elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional que si bien no son de obligatorio cumplimiento, se aplican pues están basados en la experiencia de los bancos comerciales y de las empresas exportadoras e importadoras.

Los créditos documentarios como los documentos en cobranza consiguen conciliar los intereses del comprador y del vendedor. El comprador quiere tener la seguridad que no pagará hasta tener la certeza documental que el vendedor ha cumplido con la obligación de entrega y el vendedor por su parte, quiere tener la seguridad que recibirá el pago en el plazo convenido.

Entre los medios de pago más conocidos se puede mencionar:

- Carta de Crédito
- Orden de Cobranza de Exportación
- Transferencia Bancaria

Si bien es cierto la mayoría de empresas exportadoras para su seguridad en cuanto al pago de la mercancía utilizan la Carta de Crédito, pero en los últimos años gracias a las diversas herramientas tecnológicas se han establecido nuevas normas de pago para los importadores y exportadores de cada país.

En el caso exclusivo de Perú se goza de la confianza para poder exportar a nuestro país al ser parte de un mismo bloque económico, por lo que cientos de empresarios estipulan sus propias formas de pago basadas en la confianza y las leyes vigentes en cuanto a cobros y pagos internacionales aunque estas generalmente se especifican en los respectivos contratos de compra-venta.

La empresa Nuevo Mundo S.A. se maneja a través de giros bancarios directos, pero dado que nuestra empresa es nueva en el mercado y para evitar los litigios que

representa utilizar una Carta de Crédito se estipulo que DICALTEX deberá realizar un adelanto del 30% de la factura a la vista para que el exportador despache la mercadería, dejando un plazo de 120 días para depositar la diferencia sea en partes o un solo pago.

El Banco que se utilizara para esos efectos será el PRODUBANCO, institución financiera que es la más eficiente en cuanto a pagos internacionales debido a sus facilidades y beneficios en cuanto a cambios de moneda.

Una de las últimas actualizaciones creadas para mejorar las transferencias internacionales ha sido el CASH MANAGEMENT, herramienta que no solo permite transferir rápidamente los montos requeridos a nivel internacional sino que también ofrece total seguridad a través de manejo de claves únicas para los usuarios.

Transferencia Bancaria

“Es una operación por la que una persona (el ordenante) da instrucciones a su entidad bancaria para que con cargo a una cuenta suya envíe una determinada cantidad de dinero a la cuenta de otra persona (el beneficiario de la transferencia) en la misma o en otra entidad”.⁴⁴

Cash Management

“Es un proceso que abarca la administración y óptimo control de los flujos de efectivo que ingresan y salen de las cuentas de una Empresa, permitiendo una correcta planificación financiera y un eficiente manejo de todos los procesos dentro de la cadena de valor de las organizaciones usuarias”.⁴⁵

⁴⁴ <http://www.bde.es/clientebanca/productos/cambio/transferencia.htm>

⁴⁵ <http://cash.pichincha.com/quees.htm>

4.11- Aduana

4.11.1- Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE)

La Corporación Aduanera Ecuatoriana es una persona jurídica de derecho público, de duración indefinida, patrimonio del Estado, con autonomía técnica, administrativa, financiera y presupuestaria, domiciliada en la ciudad de Guayaquil y con jurisdicción en todo el territorio nacional.

“La CAE es un organismo con competencias técnico-administrativas, necesarias para llevar adelante la planificación y ejecución de la política aduanera del país y para ejercer, en forma reglada, las facultades tributarias de determinación, resolución y sanción en materia aduanera”.⁴⁶

Estructura Orgánica

La estructura organizativa de la Corporación Aduanera Ecuatoriana está integrada por los siguientes niveles:

Nivel Político, Normativo y de Control, integrado por:

- El Directorio
- La Presidencia del Directorio

Nivel Directivo y de Control Técnico Operativo, integrado por:

- La Gerencia General
- La Subgerencia Regional

Nivel Operativo, integrado por:

- Las Gerencias Distritales

⁴⁶ EDICIONES LEGALES, Op.Cit., Pág. 24.

Funciones de la CAE

La Corporación Aduanera tiene entre sus funciones las siguientes:

- Ejecutar y Coordinar la política aduanera;
- Ejercer la facultad coactiva que le da la Ley para el cobro de tributos del comercio exterior y otras obligaciones;
- Establecer, modificar o suprimir mediante Resolución las tasas por servicios aduaneros, fijar sus tarifas y regular sus cobros;
- Dictar las normas básicas sobre el valor en aduanas de las mercancías de acuerdo a las normativas de la Organización Mundial del Comercio (OMC);
- Delimitar las áreas de tráfico fronterizo;
- Resolver los casos de duda sobre exenciones tributarias previstas en la Ley Orgánica de Aduanas y demás leyes especiales;
- Fijar las bases sobre las que se pueden concesionar los servicios aduaneros;
- Crear o suprimir las Gerencias Distritales;
- Ejercer en forma reglada, las facultades tributarias de determinación, resolución y sanción en materia aduanera;
- Presentar reformas o proyectos de ley relacionados con el servicio aduanero;
- Aplicar los derechos antidumping o compensatorios, de acuerdo a las Resoluciones del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) o los Acuerdos del Ministerio de Economía y Finanzas.

4.11.2- Agente Afianzado

Es la empresa o persona autorizada por el órgano regulador de Aduanas de cada país para tramitar las importaciones o exportaciones, para cuyos efectos la Aduana les otorga una calificación, de la misma que dependerá la agilidad y rapidez en sus trámites.

Para facilitar el proceso de nacionalización de las mercaderías DICALTEX va a contratar los servicios de la empresa “REBAL”, que son agentes afianzados autorizados por la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE).

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1-Objetivo General

Desarrollar un estudio financiero para definir la viabilidad económica del proyecto, a través del análisis de variables financieras como los gastos, costos e ingresos que se generaran durante la implementación del proyecto.

5.2-Objetivos específicos

- Determinar los costos de administración, ventas y financieros del proyecto para establecer el monto de inversión que necesitara Dicaltex.
- Establecer las fuentes de financiamiento que tendrá la empresa para poder cubrir con todos los costos, gastos y demás responsabilidades financieras para con terceros.
- Conocer el punto de equilibrio de Dicaltex para determinar el número mínimo de metros que la empresa deberá vender para poder sobrevivir dentro del mercado nacional.
- Elaborar los estados financieros iniciales con los que la empresa iniciara sus actividades para conocer la situación real de la empresa dentro del mercado.

5.3-Definición

El estudio financiero es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto; lo objetivos de este estudio consisten en ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.⁴⁷

⁴⁷ SAPAG CHAIN, Nassir; Op.Cit., Pág.30.

5.4-Inversiones

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en tres tipos: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

“Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaran en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto”.⁴⁸

Constituyen activos fijos, entre otros, los terrenos, obras físicas, (edificios industriales, sala de venta, oficinas administrativas, vías de acceso, estacionamientos, bodegas, etc); el equipamiento de planta, oficinas y sala de venta (en maquinarias, muebles, herramientas, vehículos) y la infraestructura de servicios de apoyo (agua potable, electricidad, comunicaciones, etc). Para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciación, la cual afectara el resultado de la evaluación por su efecto sobre el cálculo de impuestos.

La empresa decidió adquirir un Camión GH Hino cuyo costo total es de 70000 dólares (incluido IVA), el cual se cancelará de contado gracias al crédito de 85000 dólares que se hará al banco.

1) Detalle

Compra de contado

Precio del Camión: **\$70,000.00 USD** (incluido IVA)

SERIE 500 GH1JMUA

Cabe también mencionar que dentro de las inversiones en activos fijos se dispone de una camioneta Luv D-Max año 2010, que fue aportada por uno de los socios de la compañía.

DICALTEX tendrá la siguiente inversión en activos fijos:

⁴⁸ SAPAG CHAIN, Nassir; Op.Cit., Pág.233.

CUADRO N°32.- INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/TOTAL
SILLA EJECUTIVA	8	70	560
ESCRITORIO SEMI CIRCULAR	3	300	900
ESCRITORIO GERENCIAL	1	450	450
MESA DE REUNION	1	600	600
MUEBLES RECEPCION	1	750	750
ARCHIVEROS	4	200	800
			4060
EQUIPO DE OFICINA			
TELÉFONO	6	60	360
FAX	1	140	140
COPIADORA	1	350	350
			850
EQUIPO DE COMPUTO			
	CANT,	V/UNIT	TOTAL
COMPUTADORA	4	450.00	1800.00
IMPRESORA	3	180.00	540.00
			2340.00
VEHÍCULO (Transporte Pesado)			
CAMIÓN GH HINO	1	70000.00	70000.00
VEHÍCULO (Transporte Liviano)			
CAMIÓNETA LUV D-MAX	1	18000.00	18000.00

Elaborado por: Autor

Las inversiones en activos diferidos son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Constituyen inversiones diferidas susceptibles de amortización, y al igual que la depreciación al flujo de caja; los principales gastos que pueden originarse son: gastos

organización, patentes y licencias, gastos de puesta en marcha, capacitación, base de datos y sistemas de información o computación.

Dicaltex va a adquirir la licencia para manejar un sistema contable, además de los gastos legales para la puesta en marcha del proyecto, así tenemos:

CUADRO N°33.- INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS CONSTITUCIÓN	1	3000	3000
PAQUETE CONTABLE	1	1000	1000

Elaborado por: Autor

5.5- Presupuesto de Inversión

Este presupuesto no es más que la definición de todas las inversiones iniciales del proyecto, del cual se determinara no solo el capital monetario necesario para la puesta en marcha del proyecto, sino también el monto de dinero que debe financiarse a través de las entidades bancarias pertinentes.

En este informe se calculan todos los desembolsos inmediatos que la empresa debe hacer para constituirse, aquí también constará un rubro referente al capital de trabajo que no es más que el circulante o efectivo que la empresa necesitará para desarrollar sus actividades normales hasta que se empiecen a obtener ganancias que permitan no solo recuperar la inversión realizada sino también generar réditos importantes para cumplir con nuestras obligaciones con terceros (proveedores de materia prima e insumos).

Cabe también indicar que el vehículo objeto de capital patrimonial (camioneta) también ingresa en este presupuesto ya que representa una inversión que se ha destinado para el uso exclusivo de la empresa; así tenemos:

CUADRO N°34
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

DETALLE	INVERSION
ACTIVOS FIJOS	
DEPRECIABLES	
Camioneta Luv D-Max	18000
Camión GH	70000
Muebles Y enseres	4060
Equipo de Oficina	850
Equipo de Computo	2340
TOTAL ACTIVO FIJO	95250
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	3000
Paquete Contable	1000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	4000
Capital de Trabajo	53927.83
TOTAL AF+AI+CT	153177.83
Imprevistos 2%	3063.56
TOTAL INVERSION	156241.39

Elaborado por: Autor

5.6-Determinación de los Gastos

“El gasto se define como expiración de elementos del activo en la que se han incurrido voluntariamente para producir ingresos”.⁴⁹

Dado que el presente proyecto es de importación de mercadería, no existen costos de producción, por lo que los gastos que se originarían son los siguientes:

⁴⁹ <http://www.monografias.com/trabajos10/rega/rega.shtml#ga>

5.6.1-Gastos Administrativos

Son aquellos gastos indispensables y necesarios para realizar la función administrativa de la empresa, sin embargo; tomados en un sentido mas amplio no solo significan los sueldos de los empleados o los gastos de oficina ya que en varias empresas se han establecido gastos de investigación, planeación u organización para mejorar los resultados obtenidos en cada periodo.

Los principales gastos que se generarían en Dicaltex son los siguientes:

1._ DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos depreciables incluyen los muebles y enseres, equipos de computo, equipo de oficina y el vehiculo que aunque es parte del capital patrimonial de la empresa también sufre desgaste cada año, esa así que al terminar el quinto año se deberá recapitalizar este activo adquiriendo un vehiculo nuevo.

MÉTODO

LINEA RECTA

$$DEPRECIACIÓN = \frac{COSTO - VALOR DE DESECHO}{VIDA UTIL}$$

El valor de desecho para el cálculo es cero.

CUADRO N°35 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACIÓN	VALOR	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MUEBLES Y ENSERES	4060.00	33.83	406.00	406.00	406.00	406.00	406.00
EQUIPO DE COMPUTO	2340.00	65.00	780.00	780.00	780.00	-----	-----
EQUIPO DE OFICINA	850.00	7.08	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00
CAMIONETA LUV D-MAX	18000.00	300.00	3600.00	3600.00	3600.00	3600,00	3600.00
CAMION GH HINO	70000.00	1166.67	14000.00	14000.00	14000.00	14000.00	14000.00
		1572.58	18871.00	18871.00	18871.00	18091.00	18091.00

Elaborado por: Autor

2.-AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Dentro de los diferidos podemos mencionar los gastos de constitución (gastos legales, abogados, etc.) y el software contable que es indispensable para cumplir con las normas exigidas por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

CUADRO N° 36
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS

AMORTIZACIÓN	VALOR	MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTO DE CONSTITUCIÓN	3000.00	50.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
PAQUETE CONTABLE	1000.00	16.67	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
		66.67	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00

Elaborado por. Autor

3.- UTILES Y SUMINISTROS DE OFICINA

Se estima que los útiles y suministros de oficina aumentaran en un 5% cada año.

CUADRO N° 37
UTILES Y SUMINISTROS DE OFICINA

UTILES Y SUMINISTROS DE OFICINA								
ARTICULO	CAN.	V/U	MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PAPEL BOND A4 (RESMA)	6	3.00	18	216.00	226.8	238.14	250.05	262.55
ESFEROS	15	0.25	3.75	45.00	47.25	49.61	52.09	54.70
CARPETAS	10	0.50	5.00	60.00	63.00	66.15	69.46	72.93
GRAPADORAS	4	1.80	7.20	7.20	-----	-----	-----	-----
PERFORADORAS	4	1.50	6.00	6.00	-----	-----	-----	-----
CORRECTOR LIQUIDO	8	1.00	8.00	96.00	99.80	105.84	111.13	116.69
CUADERNO ESPIRAL 100 H	10	2.20	220	264.00	277.20	291.06	305.61	320.89
REGLA	5	0.80	4.00	48.00	50.40	52.92	55.57	58.34
LAPIZ	10	0.60	6.00	72.00	75.60	79.38	83.35	87.52
BORRADOR	10	0.20	2.00	24.00	25.20	26.46	27.78	29.17
CLIPS (CAJA)	5	0.20	1.00	12.00	12.60	13.23	13.89	14.59
VINCHAS (CAJA)	5	1.20	6.00	72.00	75.60	79.38	83.35	87.52
TOTAL			88.95	922.20	954.45	1002.17	1052.28	1104.90

Elaborado por: Autor

4.-SERVICIOS PÚBLICOS

Se establece que los servicios públicos se incrementarán en un 1% cada año.

CUADRO N° 38
SERVICIOS PÚBLICOS

SERVICIOS	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
AGUA	60.00	720.00	727.20	734.47	741.81	749.23
LUZ	150.00	1800.00	1818.00	1836.18	1854.54	1873.09
TELEFONO	70.00	840.00	848.40	856.88	865.45	874.11
INTERNET	30.00	360.00	363.60	367.24	370.91	374.62
	260.00	3720.00	3757.20	3794.77	3832.71	3871.05

Elaborado por: Autor

5.-MANTENIMIENTO VEHÍCULO

Como es lógico cada año el mantenimiento del vehiculo aumenta por lo que se estima que este incremento será del 5% cada año.

CUADRO N°39
MANTENIMIENTO VEHÍCULOS

MANTENIMIENTO	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CAMIONETA LUV D-MAX	120.00	1440.00	1512.00	1058.40	1111.32	1166.89
CAMIÓN GH HINO	500.00	6000.00	6300.00	6615.00	6945.75	7293.38
TOTAL	620.00	7440.00	7812.00	7673.40	7057.07	8460.27

Elaborado por: Autor

6.- ARRIENDO

Se estableció que los primeros 3 años el arriendo mensual será de 1000 dólares y partir del cuarto año se incrementara a 1100 dólares.

CUADRO N° 40
ARRIENDO

GASTO ARRIENDO	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BODEGA 2 PLANTAS	1000.00	12000.00	12000.00	12000.00	13200.00	13200.00

Elaborado por: Autor

7.- OTROS GASTOS

Estos tipos de gastos representan desembolsos urgentes o adicionales en los que la empresa incurre para desenvolverse normalmente dentro del mercado, por lo que es un rubro que generalmente aparece en los balances de toda empresa; se estima que estos gastos se incrementarían un 1% cada año.

CUADRO N° 41 **OTROS GASTOS**

	MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
OTROS GASTOS	100.00	1200.00	1212.00	1224.12	1236.36	1248.72

Elaborado por: Autor

8.-SUELDOS Y SALARIOS

Dentro de este tipo de gasto administrativo hay que tomar en cuenta todos los rubros que según la ley se debe pagar a los trabajadores (sueldo básico, décimo tercer sueldo y décimo cuarto sueldo, comisiones en caso de ser vendedores y los beneficios sociales); para los décimos del primer año se hará un retroactivo para los trabajadores tomando en cuenta que se iniciara actividades el 01 de Enero del año en curso.

Décimo tercer sueldo: (01 de Diciembre del año anterior al 31 de Noviembre del año en curso), representa un sueldo completo comprendido por la suma de todo lo recibido durante el año dividido por los 12 meses.

Décimo Cuarto Sueldo: (01 de Agosto del año anterior al 31 de Julio del año en curso), representa un sueldo básico unificado.

También se tomaron en cuenta los Fondos de Reserva, Vacaciones y los aportes individuales y patronales que representan una obligación de la empresa.

Cabe destacar que se tiene como meta corporativa incrementar los sueldos de los trabajadores un 5% cada año.

CUADRO N°42
SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

PERSONAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO Año 1	SUELDO Año 2	SUELDO Año 3	SUELDO Año 4	SUELDO Año 5
GERENTE GENERAL	1500	18000	18900	19845	20837,25	21879,11
ASISTENTE DE GERENCIA	500	6000	6300	6615	6945,75	7293,04
JEFE FINANCIERO	750	9000	9450	9922,5	10418,63	10939,56
JEFE DE LOGISTICA	500	6000	6300	6615	6945,75	7293,04
AUXILIAR DE LOGISTICA 1	350	4200	4410	4630,5	4862,025	5105,13
AUXILIAR DE LOGISTICA 2	350	4200	4410	4630,5	4862,025	5105,13
AUXILIAR DE LOGISTICA 3	350	4200	4410	4630,5	4862,025	5105,13
TOTALES	4300	51600	54180	56889	59733,45	62720,12
(+) DÉCIMOS (TERCERO Y CUARTO)		4921,67	6195	6420,75	6657,79	6906,68
(+) BENEFICIOS SOCIALES (VACACIONES Y FONDO DE RESERVA)		0,00	6772,50	7111,13	7466,68	7840,02
(+) APOORTE PATRONAL (11.15%+0.5%IECE+0.5 SECAP)		6269,40	6582,87	6912,01	7257,61	7620,49
(-) APOORTE INDIVIDUAL (9.35%)		4824,60	5065,83	5319,12	5585,08	5864,33
TOTAL SUELDO		57966,47	68664,54	72013,77	75530,46	79222,98

Elaborado por: Autor

5.6.2- Gastos de Venta

En ocasiones el departamento de gerencia de ventas también es llamado mercadotecnia; en este sentido vender no significa solo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho mas amplia.

Independientemente de las ventas que se realizan, hay que tomar en cuenta los desembolsos extras que resultan indispensables para alcanzar un determinado monto de ganancia, por lo que dicho en otras palabras para vender se necesita gastar.

En el caso de Dicaltex los principales gastos de ventas que se van a presenta son los siguientes:

1.- PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Se va a instalar un letrero en la ciudad de Pelileo como publicidad de la empresa, cabe destacar que este será un gasto único y solo se presentara durante el primer año; además se va a contratar los servicios de la Radio cuyo costo mensual es de cómo se presenta a continuación.

CUADRO N° 43

PUBLICIDAD

GASTO PUBLICIDAD	CANTIDAD	V/UNIT	MENSUAL	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
RADIO	28	5.00	140.00	1680.00	1764.00	1852.20	1944.81	2042.05
LETRERO	1	150.00	150.00	150.00	-----	-----	-----	-----
			290.00	1830.00	1764.00	1852.20	1944.81	2042.05

Elaborado por: Autor

Se estima que este gasto se incrementara un 5% cada año.

2._ MATERIAL DE MUESTRAS

La entrega de muestras representa uno de los motores básicos de la venta ya que son el soporte de calidad de nuestro producto, a pesar de que nuestro proveedor nos entrega un determinado número de muestras estas no son suficientes para satisfacer el gran nicho de mercado existente en Pelileo.

Este rubro no solo representa la entrega de cortes de tela sino también implica procesar nuestros productos y mandar a elaborar un determinado número de prendas de vestir para que los clientes conozcan el producto final que se obtiene de nuestra materia prima.

CUADRO N°44

MATERIAL DE MUESTRA

MATERIAL DE MUESTRA	MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CORTES Y PRENDAS	600.00	7200.00	7560.00	7938.00	8334.90	8751.65

Elaborado por: Autor

Este gasto se incrementara un 5% ya que se espera que cada año se aumenten las ventas y esto representa a la par un mayor número de clientes a atender.

3._ SUELDOS Y SALARIOS

El sector de ventas se caracteriza por recibir su remuneración de acuerdo al logro de ventas acumulado durante el mes, por lo que se fija un porcentaje del precio o del total de la venta como parte de la comisión

Los vendedores recibirán sus sueldos de la siguiente manera:

PORCENTAJE	CONDICIONES DE LA COMISIÓN
1%	VENTAS DE 0 A 5000 METROS (CRÉDITO)
2%	VENTAS DE 0 A 5000 METROS (CONTADO) VENTAS DE 5000 EN ADELANTE (CRÉDITO)
3%	VENTAS DE 5000 EN ADELANTE (CONTADO)

Para efectos del caculo de sueldos en el proyecto se va a establecer una base del 2% de comisión para poder proyectar este costo administrativo.

CUADRO N°45
SUELDOS PERSONAL DE VENTAS

	SUELDO BASICO	VENTA DE 2 CONTENEDORES MENSUALES	COMISION 2%	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO 1	SUELDO AÑO 2	SUELDO AÑO 3	SUELDO AÑO 4	SUELDO AÑO 5
VENDEDOR 1	240	57565.26	1151.31	1391.31	16695.66	17530.45	18406.97	19327.32	20293.68
VENDEDOR 2	240	57565.26	1151.31	1391.31	16695.66	17530.45	18406.97	19327.32	20293.68
VENDEDOR 3	240	57565.26	1151.31	1391.31	16695.66	17530.45	18406.97	19327.32	20293.68
TOTAL	720	172695.78	3453.92	4173.92	50086.99	52591.34	55220.90	57981.95	60881.05
DECIMOS (TERCERO Y CUARTO)					4246.09	5102.61	5321.74	5551.83	5793.42
BENEFICIOS SOCIALES (VACACIONES Y FONDO DE RESERVA)					0.00	6573.92	6902.61	7247.74	7610.13
APORTE PATRONAL (11.15%+0,5%IECE+0,5%SECAP)					6085.57	6389.85	6709.34	7044.81	7397.05
APORTE INDIVIDUAL (9.35%)					4683.13	4917.29	5163.15	5421.31	5692.38
TOTAL SUELDO					55735.51	65740.42	68991.44	72405.02	75989.27

Elaborado por: Autor

5.6.3- Gastos Financieros

“Este tipo de gastos se relacionan con los intereses que paga la empresa a los bancos o entidades financieras por los préstamos concedidos en calidad de financiamiento”.⁵⁰

Como se va a revisar en el apartado de financiamiento, la empresa pedirá un préstamo de \$85.000 dólares para financiar las operaciones iniciales, de los cuales se originaran los siguientes intereses:

CUADRO N°46 **INTERÉSES POR PRÉSTAMO**

INTERÉSES				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10055.50	8467.31	6691.24	4705.06	2483.91

Elaborado por: Autor

De esta forma tenemos el PRESUPUESTO DE GASTOS de la siguiente manera:

CUADRO N°47 **PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SUELDOS Y SALARIOS	57966.47	68664.54	72013.77	75530.46	79222.98
DEPRECIACION	18871	18871	18871	18091	18091
AMORTIZACION	800	800	800	800	800
UTILES DE OFICINA	922.2	954.45	1002.17	1051.28	1104.9
SERVICIOS PÚBLICOS	3720	3757.2	3794.77	3832.71	3871.05
ARRIENDO	12000	12000	12000	13200	13200
MANTENIMIENTO DE VEHICULO	7440	7812	7673.4	7057.07	8460.27
OTROS GASTOS	1200	1212	1224.12	1236.36	1248.72
TOTAL	102919.67	114071.19	117379.23	120798.88	125998.92
IMPREVISTOS (2%)	2058.39	2281.42	2347.58	2415.98	2519.98
TOTAL GTOS. ADMINISTRATIVOS	104978.06	116352.61	119726.81	123214.86	128518.90

Elaborado por: Autor

⁵⁰ BRAVO, Mercedes, Contabilidad General, Cuarta Edición, 2001, Pág.169.

CUADRO N°48
PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA					
GASTOS DE VENTA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SUELDOS Y SALARIOS	55735.51	65740.42	68991.44	72405.02	75989.27
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	1830	1764	1852.2	1944.81	2042.05
MATERIAL DE MUESTRAS	7200	7560	7938	8334.9	8751.65
TOTAL	64765.51	75064.42	78781.64	82684.73	86782.97
IMPREVISTOS (2%)	1295.31	1501.29	1575.63	1653.69	1735.66
TOTAL GTO. VENTA	66060.82	76565.71	80357.27	84338.42	88518.63

Elaborado por: Autor

CUADRO N°49
PRESUPUESTO GASTOS FINANCIEROS

PRESUPUESTO DE GASTO FINANCIERO					
INTERESES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	10055.50	8467.31	6691.24	4705.06	2483.91
TOTAL	10055.50	8467.31	6691.24	4705.06	2483.91

Fuente: Tabla de pago de amortización, Pág. 165

En el caso de los gastos financieros, dentro de estos no es viable adicionar un rubro por imprevistos ya que al ser costos fijos se debe pagar el valor ya establecido sin ningún tipo de cambios.

5.7- Capital de Trabajo

“La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados”.⁵¹

La teoría financiera se refiere normalmente al capital de trabajo que se denomina activos de corto plazo, es decir, es el desembolso necesario para cancelar los insumos de operación hasta que se percibe el producto de la venta y queda disponible un determinado monto (generalmente de 30 días) para cancelar nuevos insumos; de esta forma Dicaltex establecerá como Capital de Trabajo el siguiente valor:

⁵¹ SAPAG CHAIN, Nassir; Op.Cit., Pág.236.

GASTOS	VALOR
ADMINISTRATIVOS	104978.06
VENTAS	66060.82
FINANCIEROS	10055.50
TOTAL	181094.38

$$ICT = \frac{Ca}{365} * n_d$$

Donde;

ICT= Inversión en Capital de Trabajo

Ca= Costo anual

Nd=Días de recapitalización

$$ICT = \frac{181094.38}{365} * 30$$

$$ICT = 14884.47$$

Como podemos observar la empresa necesitara invertir en capital de trabajo un monto de \$14884.47 USD para cubrir los gastos generales, pero a este valor debemos sumarle el 30% de adelanto de la primera importación ya que este valor debe cancelarse de manera inmediata para poder contar con la mercadería a comercializarse, así tenemos:

$$ICT = 14884.47 + 39043.36 = 53927.83$$

El valor de 3943.36 esta constituido por el 30% de adelanto de la factura CRF (\$24601.95), los gastos de importación que son pagos inmediatos (\$4341.39) y el IVA de la importación que se declara en el DAV (\$10100.02).

5.8- Fuentes de Financiamiento

La principal fuente de financiamiento es el aporte de los 3 socios de Dicaltex, los cuales se detallan a continuación

CUADRO N°50 **APORTES DE LOS SOCIOS**

APORTES SOCIOS	
RAÚL VITERI	35000
EVELYN VITERI	25000
FERNANDO CARRILLO	15000 Y UN VEHICULO

Elaborado por: Autor

De este valor se procederá a realizar el respectivo análisis económico para determinar el monto que deberá cubrirse a través de un préstamo bancario; este análisis consiste en restar al capital total en efectivo el valor a pagar por las importaciones y la inversión inicial del proyecto; así tenemos:

CUADRO N°51 **ANÁLISIS DE FINANCIAMIENTO**

ANÁLISIS DE FINANCIAMIENTO	
CAPITAL (EFECTIVO)	75000
(-) INVERSIÓN	156241.39
SALDO A FINANCIAR	-81241.39

Elaborado por: Autor

Este análisis nos permite observar que la empresa tendría que financiar un saldo de 81241.39 dólares, por lo que se realizará un préstamo bancario de 85000 dólares que será detallado en el apartado de Formas de Financiamiento y Tabla de pago de la deuda; cabe destacar que la empresa traerá un segundo contenedor a finales del primer mes y se estima que para esta fecha ya se hayan obtenido los réditos suficientes para financiar el 30% de adelanto que se debe hacer al proveedor.

5.9- Determinación del Precio de Venta

Para poder calcular el precio de venta al público del producto es necesario elaborar la liquidación de importaciones, así como también tener establecido los gastos generales de la empresa que intervendrán directamente en la determinación del P.V.P (PRECIO DE VENTA).

Hay que tomar en cuenta cada uno de los gastos en que se incurrirán desde que se realiza el pedido al proveedor hasta que el producto llega a las bodegas de la empresa, muchas veces existen valores a pagar extras que corresponden a la agilización del trámite o multas por problemas de pesaje o demora en los pagos pertinentes.

Definición del Precio de DICALTEX

Para establecer el precio del producto que fijara la empresa para el mercado del cantón Pelileo se deben analizar los resultados de la encuesta realizada a los clientes potenciales y la disponibilidad de mercadería del proveedor. Para la primera importación se traerá la mercadería de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta en cuanto a los tipos de tela que mas se consumen así tenemos:

CUADRO N° 52

PORCENTAJE DE DEMANDA POR TIPO DE TELA

TIPO DE TELA	% DEMANDA
DENIM RIGIDA (7-10 ONZAS)	3%
DENIM RIGIDA (11-15 ONZAS)	45%
DENIM STRETCH (7-10 ONZAS)	44%
DENIM STRETCH (11-15 ONZAS)	8%

Elaborado por: Autor

Una vez determinados estos datos, los artículos de la primera factura de importación serian los siguientes:

CUADRO N°53

ARTÍCULOS DE LA PRIMERA FACTURA

# ROLLOS	ARTICULO	COSTO/ METRO	METROS	TOTALES
10	DENIM AKITA (10 ONZAS-100% ALGODÓN)	1.95	1203	2345.85
181	URBAN RIGIDA DIESEL (11 ONZAS- 100% ALGODÓN)	2.15	18042	38790.3
176	URBAN STRETCH DIESEL (9 ONZAS-80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	1.9	17640	33516
31	BAHAMA DIESEL (11 ONZAS- 80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	2.05	3207	6574.35
398	TOTAL GUAYAQUIL, ECUADOR	TOTAL FOB		81226.5

Elaborado por: Autor

Con esta información se procederá a realizar la liquidación de importaciones que es necesaria para establecer el costo real de la mercadería y posteriormente poder establecer el precio de venta del producto.

LIQUIDACIÓN DE IMPORTACIÓN

DICALTEX CIA.LTDA.

PARTIDA:

1)._ 5209420000

CUADRO N°54

DETALLE PARTIDA DENIM RÍGIDA

Sección XI :	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
Capítulo 52 :	Algodón
Partida Sist. Armonizado 5209 :	Tejidos de algodón con un contenido de algodón superior o igual al 85% en peso, de peso superior a 200 g/m2.
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 52094200 :	-- Tejidos de mezclilla (`denim`)
Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 5209420000-0000 :	
Codigo Producto Nacional (TNAN) 5209420000-0000- 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 %
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	Metro Cuadrado (M2)
Observaciones	
Es Producto Perecible	NO

Fuente: <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>

PARTIDA:

2)._ 5211420000

CUADRO N°55

DETALLE PARTIDA DENIM STRETCH

Sección XI :	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
Capítulo 52 :	Algodón
Partida Sist. Armonizado 5211 :	Tejidos de algodón con un contenido de algodón inferior al 85% en peso, mezclado exclusiva o principalmente con fibras sintéticas o artificiales, de peso superior a 200 g/m2
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 52114200 :	-- Tejidos de mezclilla (`denim`)
Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 5211420000-0000 :	
Codigo Producto Nacional (TNAN) 5211420000-0000-0000 :	

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 %
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	Metro Cuadrado (M2)
Observaciones	
Es Producto Perecible	NO

Fuente: <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>

Ambas partidas tienen de una preferencia arancelaria del 100% para su ingreso al Ecuador cuando provienen de los países de la Comunidad Andina (Acuerdo 2 CAN), este sustento se encuentra reflejado en el certificado de origen que avala la exención del impuesto correspondiente.

LIQUIDACIÓN DE IMPORTACIÓN

ARTÍCULO	FOB	FLETE	CFR	SEGURO	CIF	ADV	FODINFA	CORPEI	IVA
DENIM AKITA	2347.45	22.54	2369.99	9.95	2379.94	0	11.89	0.59	286.83
URBAN RÍGIDA DIESEL	38793.78	372.53	39166.31	164.50	39330.81	0	196.63	9.70	4742.87
URBAN STRETCH DIESEL	33514.05	321.83	33835.88	142.11	33977.99	0	169.90	8.38	4097.98
BAHAMA DIESEL	6571.22	63.10	6634.32	27.87	6662.19	0	33.33	1.64	803.84
	81226.5	780	82006.5	344.43	82,350.93	0	411.75	20.31	9931.52

ARTÍCULO	SEGURO	IVA	THC	IVA	ALMACENAJE	IVA	TRANSPORTE	IVA	CUSTODIA
DENIM AKITA	0.43	1.25	7.66	0	6.65	0.80	17.34	0	11.56
URBAN RÍGIDA DIESEL	7.05	20.58	126.56	0	109.85	13.18	286.56	0	191.04
URBAN STRETCH DIESEL	6.09	17.78	109.34	0	94.90	11.39	247.56	0	165.04
BAHAMA DIESEL	1.19	3.49	21.44	0	18.61	2.23	48.54	0	32.36
	14.77	43.1	265	0	230	27.6	600	0	400

ARTÍCULO	NAVIERA	IVA	AGENTE	IVA	INSPECCIÓN	IVA	SALIDA DE DIVISAS	COSTO BODEGA	IVA TOTAL
DENIM AKITA	5.35	0.64	5.78	0.69	0.87	0.10	47.40	2495.45	291.89
URBAN RÍGIDA DIESEL	88.36	10.60	95.52	11.46	14.33	1.72	783.33	41239.75	4823.77
URBAN STRETCH DIESEL	76.33	9.16	82.52	9.90	12.38	1.49	676.72	35627.14	4167.27
BAHAMA DIESEL	14.97	1.80	16.18	1.94	2.43	0.29	132.69	6985.55	817.09
	185	22.2	200	24	30	3.6	1,640.13	86,347.89	10100.02

CÁLCULO DE SEGURO DE TRANSPORTE

BASE IMPONIBLE =	CFR	82,006.50	PRIMA	<input type="text" value="0.42%"/>	344.43
			C.S.B.	3.5% PRIM.	12.05
			SEG. CAM.	0,5% PRIM.	1.72
			D.EMISION		1
			IVA	12%	43.1
			TOTAL		<input type="text" value="402.31"/>

CÁLCULO IMP. SALIDA CAPITALES

VALOR NEGOCIABLE:	<input type="text" value="82,006.50"/>
TASA INTERES:	2.00%
TIEMPO DIAS:	0
TOTAL ISD:	<input type="text" value="1,640.13"/>

Una vez que se ha determinado el costo total podemos prorratear este valor para definir el costo total por producto y posteriormente establecer el precio de venta.

CUADRO N°56

PORCENTAJE DE COSTO FOB POR ARTÍCULO

ARTÍCULO	COSTO FOB	PORCENTAJE
DENIM AKITA (10 ONZAS-100% ALGODÓN)	2345.85	2,89%
URBAN RIGIDA DIESEL (11 ONZAS- 100% ALGODÓN)	38790.3	47,76%
URBAN STRETCH DIESEL (9 ONZAS-80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	33516	41,26%
BAHAMA DIESEL (11 ONZAS- 80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	6574.35	8,09%
TOTALES	81226.5	100%

Elaborado por: Autor

En el cuadro anterior podemos observar el porcentaje que representa cada tipo de materia prima textil dentro del costo FOB de importación, obtenidos estos datos podemos prorratearlos con el costo total establecido en la liquidación de la importación.

Para determinar el precio de venta se deben sumar los gastos existentes al costo total de la importación, es decir, los gastos administrativos, de ventas y financieros que el producto también debe cubrir para obtener una utilidad neta (para esto se tomara como base el gasto mensual promedio).

DICALTEX empleara un tipo de precio enfocado en la competencia, es decir, dado que en el mercado existe un precio promedio similar entre la mayoría de empresas resulta preponderante la opción de penetrar en el mercado ofreciendo el producto al precio mas bajo de la competencia; de esta manera se puede ganar clientes en el mercado de Pelileo y con la confianza de los mismos poder incrementar paulatinamente el precio del producto hasta equipararnos con los competidores mas sólidos y representativos.

CUADRO N°57
CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA DE DICALTEX

ARTICULO	(A) COSTO TOTAL (FOB + GTOS. IMP.)	(B) GASTOS (ADM., VTAS. Y FINANCIERO)	(C)=(A+B) COSTO TOTAL A PRORRATEAR	(D) METROS A IMPORTAR	(C/D) PRECIO FINAL	PVP (PRECIO MAS BAJO DE LA COMPETENCIA)	% DE UTILIDAD NETA POR PRODUCTO
DENIM AKITA (10 ONZAS-100% ALGODÓN)	2495.45	436.14	2931.59	1203	2.44	3.3	35.30%
URBAN RIGIDA DIESEL (11 ONZAS- 100% ALGODÓN)	41239.75	7207.56	48447.31	18042	2.69	3.6	33.90%
URBAN STRETCH DIESEL (9 ONZAS-80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	35627.14	6226.63	41853.77	17640	2.37	3.2	35.00%
BAHAMA DIESEL (11 ONZAS- 80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	6985.55	1220.88	8206.43	3207	2.56	3.5	36.80%
	86347.89	15091.20	101439.09	40092			

Elaborado por: Autor

5.10- Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables”.⁵²

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios, ya que si los costos de una empresa solo fueran variables no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

A pesar de que este método tiene varias desventajas como la dificultad para delimitar con exactitud si ciertos costos son fijos o variables o la inflexibilidad en el tiempo; muchas empresas lo utilizan para calcular el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias estas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

Para determinar el punto de equilibrio es indispensable reconocer los costos fijos y variables del proyecto, ya que de estos dependerá el número de producto o artículos que se deban producir o vender para alcanzar el equilibrio.

Costo Fijo

Los Costos Fijos son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

Por definición, los Costos Fijos no cambian durante un periodo específico. Por lo tanto, a diferencia de los variables, no dependen de la cantidad de bienes o servicios producidos durante el mismo periodo (Por lo menos dentro de un rango de producción).

⁵² BACA URBINA, Op.Cit., Pág., 171.

Costo Variable

“Un costo variable o coste variable es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos”.⁵³

Salvo en casos de cambios estructurales, en las unidades económicas o unidades productivas, los costos variables tienden a tener un comportamiento lineal, lo que le confiere la característica de poseer un valor promedio por unidad que tiende a ser constante.

CUADRO N°58

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS Y VARIABLES			
	FIJO	VARIABLE	TOTAL
COSTO MERCANCÍA		2314749.84	2314749.84
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
SUELDOS Y SALARIOS	57966.47		57966.47
DEPRECIACION	18871		18871
AMORTIZACION	800		800
UTILES DE OFICINA		922.2	922.2
SERVICIOS PÚBLICOS	3720		3720
ARRIENDO	12000		12000
MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO		7440	7440
OTROS GASTOS		1200	1200
GASTOS DE VENTA			
SUELDOS Y SALARIOS		55735.51	55735.51
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	1830		1830
MATERIAL DE MUESTRA		7200	7200
GTO FINANCIERO			
INTERESES	10055.5		10055.5
IMPREVISTOS			
		3353.7	3353.7
TOTAL	105242.97	2390601.25	2495844.22

Elaborado por: Autor

⁵³ http://es.wikipedia.org/wiki/Costo_variable

A continuación procedemos a prorratear los costos fijos y variables para determinar a través de la fórmula el punto de equilibrio por cada tipo de producto.

CUADRO N°59
PRORRATEO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

ARTICULO	PORCENTAJE COSTO FOB	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
DENIM AKITA (10 ONZAS-100% ALGODÓN)	2.89%	3041.52	69088.38
URBAN RIGIDA DIESEL (11 ONZAS- 100% ALGODÓN)	47.76%	50264.04	1141751.16
URBAN STRETCH DIESEL (9 ONZAS-80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	41.26%	43423.25	986362.08
BAHAMA DIESEL (11 ONZAS- 80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	8.09%	8514.16	193399.64
	100%	105242.97	2390601.25

Elaborado por: Autor

Q= CANTIDAD

CF= COSTO FIJO

Cvu= COSTO VARIABLE UNITARIO (COSTO VARIABLE POR PRODUCTO/CANTIDAD DE PRODUCTO ANUAL)

$$Q = \frac{CF}{P - Cvu}$$

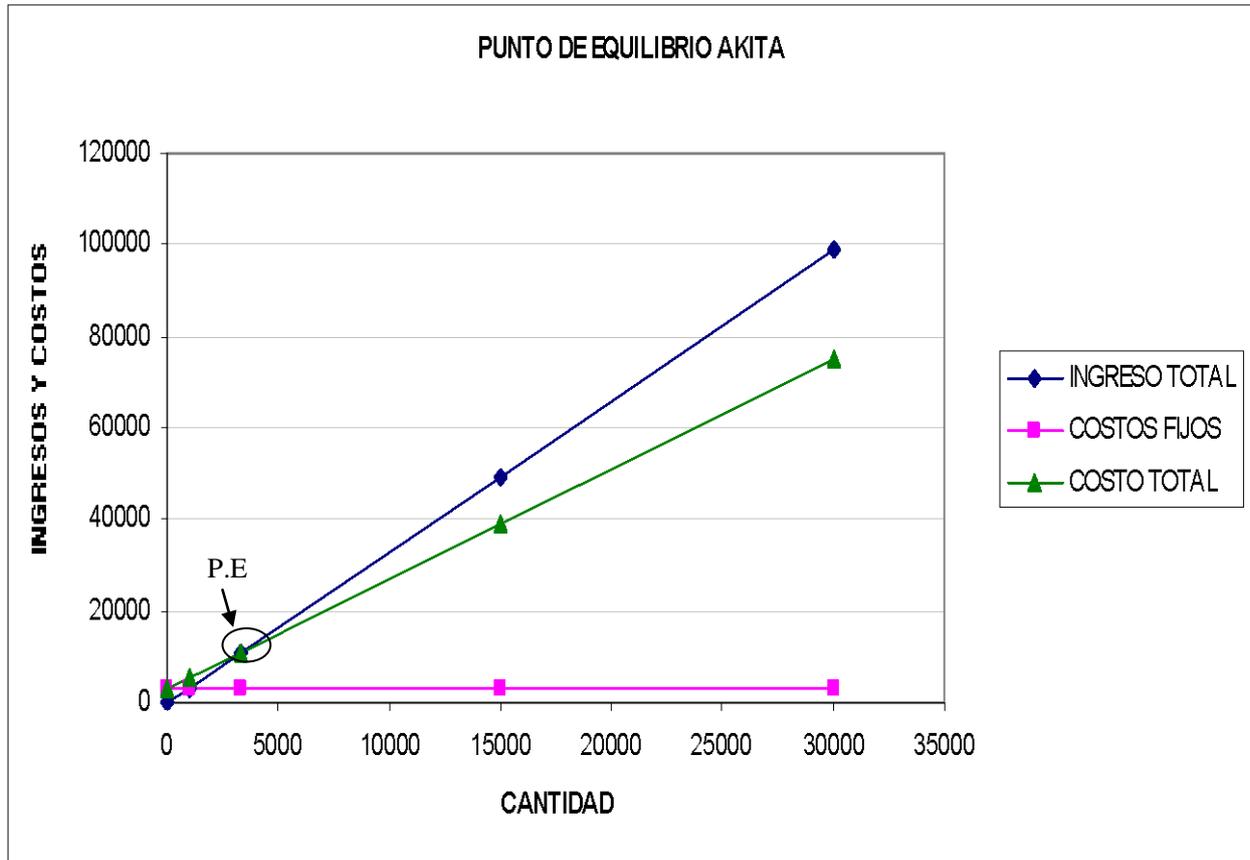
DENIM AKITA

$$Q = \frac{3041.52}{3.3 - 2.39}$$

$$Q = \frac{3041.52}{0.91}$$

$$Q = 3342.33 \text{ metros}$$

GRÁFICO N° 28
PUNTO DE EQUILIBRIO DENIM AKITA



Elaborado por: Autor

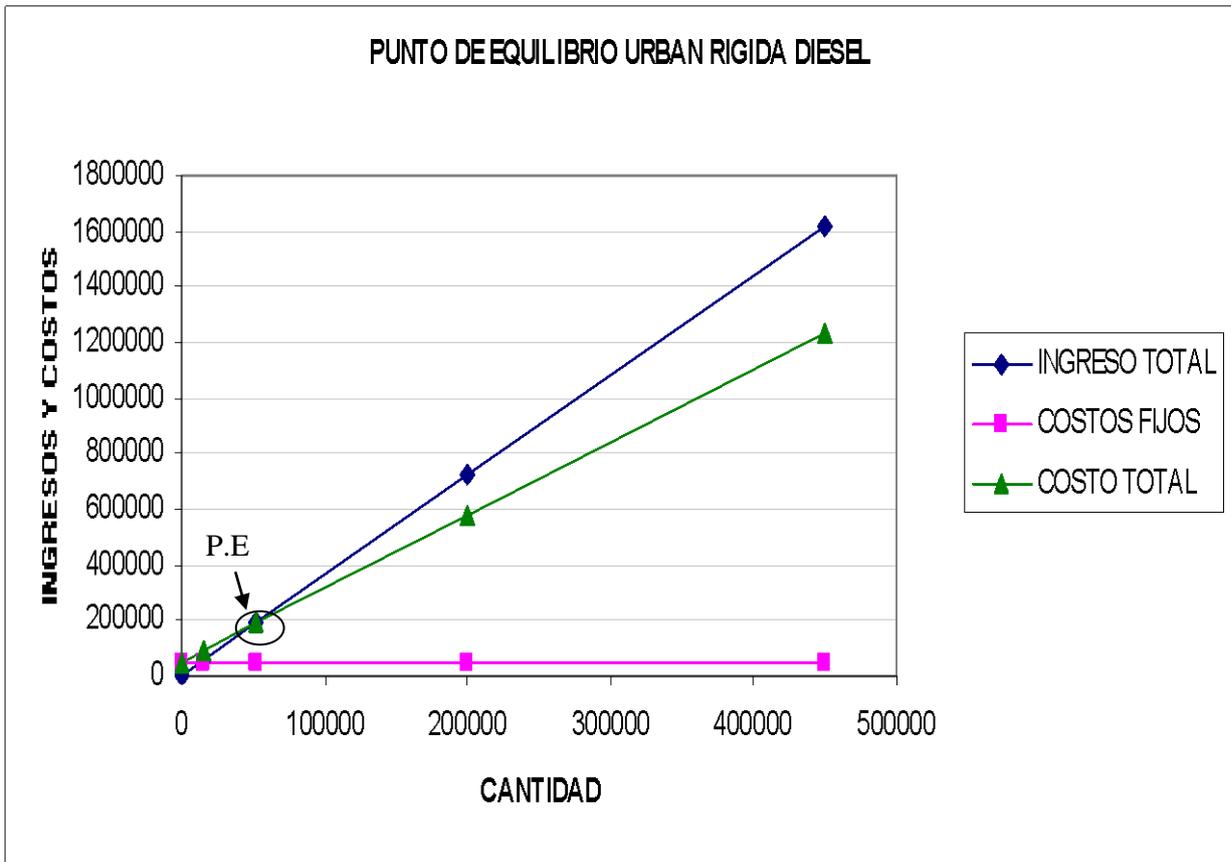
URBAN RÍGIDA DIESEL

$$Q = \frac{50264.04}{3.6 - 2.64}$$

$$Q = \frac{50264.04}{0.96}$$

$$Q = 52358.38 \text{ metros}$$

GRÁFICO N° 29
PUNTO DE EQUILIBRIO URBAN RÍGIDA DIESEL



Elaborado por: Autor

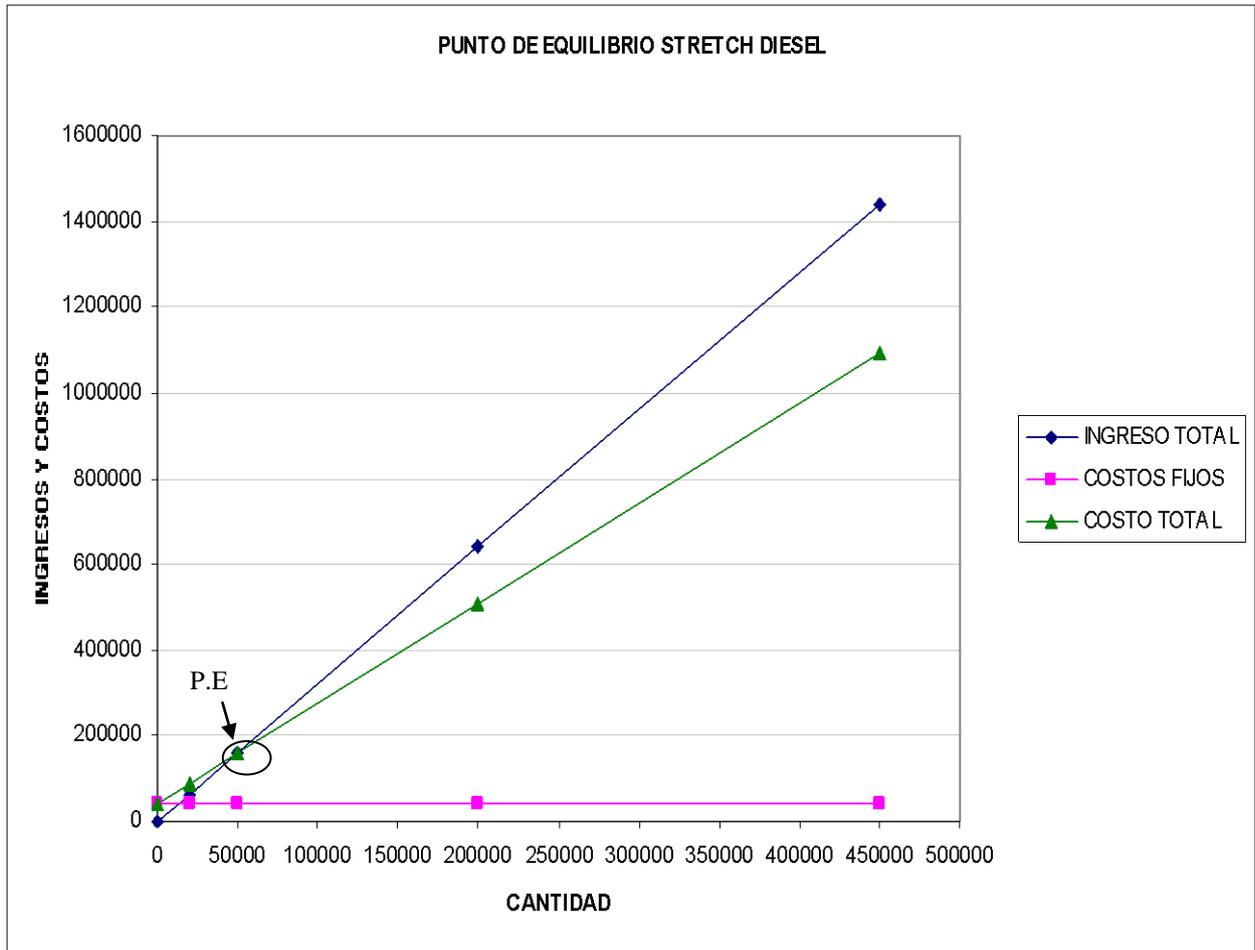
URBAN STRETCH DIESEL

$$Q = \frac{43423.25}{3.2 - 2.33}$$

$$Q = \frac{43423.25}{0.87}$$

$$Q = 49911.78 \text{ metros}$$

GRÁFICO N°30
PUNTO DE EQUILIBRIO URBAN STRETCH DIESEL



Elaborado por: Autor

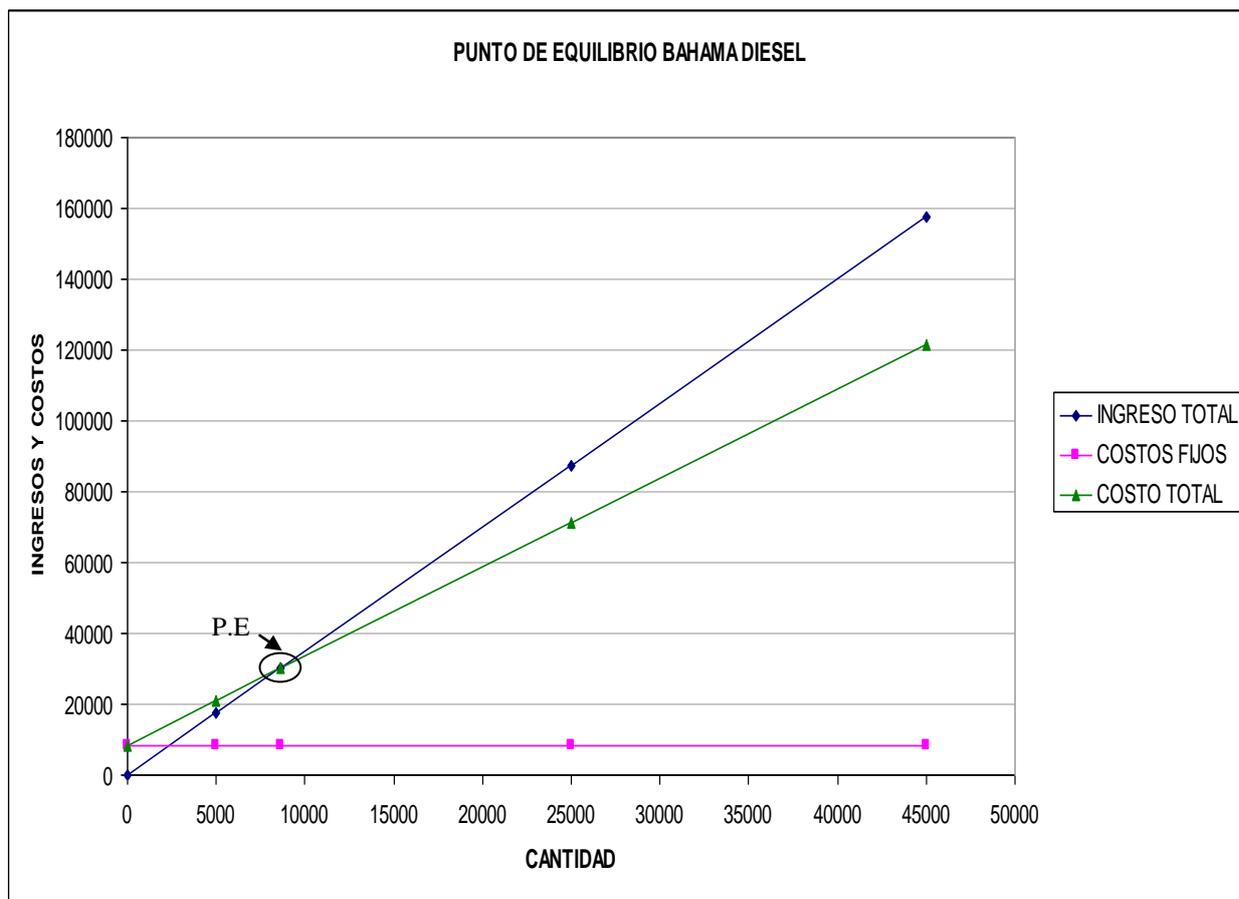
BAHAMA DIESEL

$$Q = \frac{8514.16}{3.5 - 2.51}$$

$$Q = \frac{8514.16}{0.99}$$

$$Q = 8600.16 \text{ metros}$$

GRÁFICO N° 31
PUNTO DE EQUILIBRIO BAHAMA DIESEL



Elaborado por: Autor

Como podemos observar los puntos de equilibrio de cada artículo a importar son relativamente bajos en comparación con el volumen de mercadería que se importa anualmente, por lo que el presente proyecto es altamente factible y rentable.

El gran margen de recuperabilidad del capital invertido así como el alto índice de rentabilidad del producto se debe no solo al gran porcentaje de demanda existente sino también al número de contenedores que se piensa traer cada mes tomando en cuenta que es un producto de rápida circulación en el mercado textil.

CUADRO N° 60

PUNTO DE EQUILIBRIO POR ARTÍCULO

ARTÍCULO	PUNTO DE EQUILIBRIO (METROS)
DENIM AKITA (10 ONZAS-100% ALGODÓN)	3342.33
URBAN RÍGIDA DIESEL (11 ONZAS- 100% ALGODÓN)	52358.38
URBAN STRETCH DIESEL (9 ONZAS-80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	49911.78
BAHAMA DIESEL (11 ONZAS- 80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	8600.16
	114212.65

Elaborado por: Autor

El valor que se debe vender para el punto de equilibrio son 114212.65 metros que representan alrededor de 3 contenedores (40.000 metros por contenedor), lo que quiere decir que la empresa puede empezar a generar rentabilidad neta a partir del tercer mes.

5.11- Ingresos

“Es todo aquello que la empresa ha obtenido en calidad de efectivo o documentos de carácter corriente a corto plazo como resultado de la venta de un producto o la prestación de un servicio”.⁵⁴

El presente proyecto posee un ángulo muy lucrativo una vez que se logre penetrar en el mercado textil del cantón Pelileo, ya que el producto a la venta es de rápida circulación y de alto precio; esto quiere decir que es uno de los mercados con más potencial en nuestro país, empresas como IMPORDENIM que es el mayor

⁵⁴ BRAVO, Mercedes, Op.Cit., Pág. 168.

importador de denim en el país han triplicado sus ingresos en un solo año (2009-2010) gracias a las nuevas reglamentaciones en cuanto a Comercio Exterior.

Se estima que las ventas crecerán un 10% cada año, por lo que el resumen de ingresos de Dicaltex sería el siguiente:

CUADRO N°61

INGRESOS

ARTÍCULO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DENIM AKITA (10 ONZAS-100% ALGODÓN)	95277,60	104805,36	115285,90	126814,49	139495,93
URBAN RÍGIDA DIESEL (11 ONZAS- 100% ALGODÓN)	1558828,80	1714711,68	1886182,85	2074801,13	2282281,25
URBAN STRETCH DIESEL (9 ONZAS-80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	1354752,00	1490227,20	1639249,92	1803174,91	1983492,40
BAHAMA DIESEL (11 ONZAS- 80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	269388,00	296326,80	325959,48	358555,43	394410,97
	3278246,40	3606071,04	3966678,14	4363345,96	4799680,55

Elaborado por: Autor

5.12- Forma de Financiamiento y Tabla de Pago de la Deuda

Como se menciona en el apartado de los gastos financieros, la empresa va a pedir un préstamo a la entidad financiera PRODUBANCO S.A., ya que como se demostró en las fuentes de financiamiento la empresa debe financiar un desfase de \$81241.39, Dicaltex tiene planificado traer 2 contenedores mensuales aprovechando el enorme y progresivo nivel de demanda de materia prima textil en el cantón Pelileo.

Dado que la prenda comercial para garantizar el pago de la deuda no es viable según el banco por la rapidez de circulación del producto en inventarios, los socios en

calidad de garantes solidarios dejaran bajo prenda 3 vehículos (avaluados por un total de \$75000) y un departamento (avaluado en \$38000) fuera del capital patrimonial para obtener el préstamo por un valor de 85000 dólares ya que la entidad financiera exige de un 30% a 40% más del valor a conceder en calidad de préstamo para otorgar el mismo.

ANUALIDAD

$$A = 85000 \left[\frac{0.1183(1.1183)^5}{(1.1183)^5 - 1} \right] = 23480.60$$

A continuación se detalla la tabla de pago de la deuda:

GRÁFICO N° 32
TABLA DE AMORTIZACIÓN



Capital	<input type="text" value="85000"/>	Interés	<input type="text" value="11.83"/>
Forma de pago	<input type="text" value="Anual"/>	Plazo	<input type="text" value="5"/>

Año	Interés	Anualidad	Pago a Capital	Deuda después de pago
0	-----	-----	-----	85000
1	10055.50	23480.60	13425.10	71574.90
2	8467.31	23480.60	15013.29	56561.61
3	6691.24	23480.60	16789.36	39772.25
4	4705.06	23480.60	18775.54	20996.70
5	2483.91	23480.60	20996.70	0

5.13-Estado de Resultados

“Denominado también Estado de Situación Económica, Estado de Rentas y Gastos, Estado de Operaciones, etc, se elabora al finalizar el periodo contable con el objetivo de determinar la situación económica de la empresa”.⁵⁵

La finalidad del análisis del estado de resultados o pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que debe pagar.

En los ingresos debe considerarse el monto total de las ventas sin importar el dinero ingreso a la empresa o si están pendientes de cobro (ventas a crédito). Cuando una venta se realiza parte a crédito y parte de contado, el total de la venta se refleja en pérdidas y ganancias. La cantidad que le deben a la empresa debe ser registrada como un activo, y el dinero restante que es cancelado de contado entra inmediatamente a la organización, por tanto, conformara lo que se conoce como flujo de caja de tesorería.

El resultado de la operación puede ser positivo o negativo; es positivo cuando las ventas superan los gastos, es decir hay utilidades o beneficios, en caso contrario existirán pérdidas.

Para efectos del presente proyecto solo se va a calcular el estado de resultados con financiamiento ya que este informe no influye directamente para determinar los valores finales del proyecto calculados en la evaluación económica.

A continuación se presenta el estado de resultados proforma de Dicaltex:

⁵⁵ BRAVO, Mercedes, Op.Cit., Pág. 167.

ESTADO DE RESULTADOS					
DICALTEX CIA.LTDA.					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	3278246.4	3606071.04	3966678.14	4363345.96	4799680.55
(-) COSTO DE VENTAS	2314749.84	2546224.82	2800847.306	3080932.037	3389025.241
COMPRAS (IMPORTACION)					
UTILIDAD BRUTA	963496.56	1059846.22	1165830.834	1282413.923	1410655.309
(-) GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	104978.06	116352.61	119726.81	123214.86	128518.9
GASTOS DE VENTA	66060.82	76565.71	80357.27	84338.42	88518.63
GASTOS FINANCIEROS	10055.5	8467.31	6691.24	4705.06	2483.91
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	782402.18	858460.59	959055.51	1070155.58	1191133.87
(-) 15% P.U.T.	117360.33	128769.09	143858.33	160523.34	178670.08
UTILIDAD NANTES DE IMPUESTOS	665041.85	729691.50	815197.19	909632.25	1012463.79
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	166260.46	182422.87	203799.30	227408.06	253115.95
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	498781.39	547268.62	611397.89	682224.18	759347.84

GERENTE

CONTADOR

5.14- Estado de Situación Financiera

“Es la foto de la empresa en un momento dado; dice que tiene la empresa, que le deben (cuentas por cobrar) y que debe. Los dos primeros corresponden a los activos (bienes y derechos que posee la empresa), y el último a los pasivos (obligaciones adquiridas por la empresa para financiar el proyecto o parte del mismo)”.⁵⁶

Este estado de Situación Financiera denominado también Balance General se elabora al finalizar el periodo contable para determinar la situación financiera de la empresa en un ciclo productivo determinado, los balances tienen como objetivo principal determinar anualmente cual se considera que es el valor real de la empresa en ese momento.

Para el caso de una empresa que nace, los activos del balance de inicio están compuestos por el monto de la inversión, es decir, la maquinaria que se requiere para producir los bienes o servicios necesarios para satisfacer el mercado objetivo; el valor de las obras civiles, si se piensa tener un lugar propio para operar. Y el dinero que se requiere para iniciar el negocio.

Un balance inicial (en tiempo cero) presentado en la evaluación de un proyecto, dado que los datos asentados son muy recientes, es probable que si revele el valor real de la empresa en el momento de inicio de sus operaciones.

A continuación se detalla el balance general inicial de Dicaltex:

⁵⁶ ROSILLO, Jorge, Op.Cit., Pág. 208.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA											
DICALTEX CIA.LTDA.											
	Año 0	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
ACTIVO											
ACTIVO											
CORRIENTE											
Caja Bancos	78750		873853.58		949381.51		1047482		1153111.34		1266162.78
ACTIVOS FIJOS											
Vehículo (GH)	70000	70000	56000	56000	42000	42000	28000	28000	14000	14000	0
(-) Depreciación		-14000		-14000		-14000		-14000		-14000	
Acumulada											
Vehículo (D-Max)	18000	18000	14400	14400	10800	10800	7200	7200	3600	3600	0
(-) Depreciación		-3600		-3600		-3600		-3600		-3600	
Acumulada											
Muebles y Enseres	4060	4060	3654	3654	3248	3248	2842	2842	2436	2436	2030
(-) Depreciación		-406		-406		-406		-406		-406	
Acumulada											
Equipos de Oficina	850	850	765	765	680	680	595	595	510	510	425
(-) Depreciación		-85		-85		-85		-85		-85	
Acumulada											
Equipo de											
Computo	2340	2340	1560	1560	780	780	0	0	0	0	0
(-) Depreciación		-780		-780		-780		0	0	0	0
Acumulada											
ACTIVOS											
DIFERIDOS											
Gastos de											
Constitución	3000	3000	2400	2400	1800	1800	1200	1200	600	600	0
(-)Amortización		-600		-600		-600		-600		-600	
Acumulada											
Paquete Contable	1000	1000	800	800	600	600	400	400	200	200	0
(-)Amortización		-200		-200		-200		-200		-200	
Acumulada											
TOTAL											
ACTIVOS	178000		953432.58		1009289.51		1087719		1174457.34		1268617.78
PASIVOS											
PASIVO											
CORRIENTE											
15% P.U.T	0		117360.33		128769.09		143858.33		160523.34		178670.08
Impuestos por	0		166260.46		182422.87		203799.30		227408.06		253115.95
pagar											
Intereses por pagar	0		10055.50		8467.31		6691.24		4705.06		2483.91
PASIVO NO											
CORRIENTE											
Prestamos por	85000	85000	71574.9	71574.9	56561.61	56561.61	39772.25	39772.25	20996.7	20996.7	0
pagar		-13425.1		-15013.29		-16789.36		-18775.54		-20996.7	
Total Pasivo	85000		365251.19		376220.88		394121.11		413633.16		434269.94
Corriente											
TOTAL PASIVO	85000		365251.19		376220.88		394121.11		413633.16		434269.94
PATRIMONIO											
Capital Social	93000		89400		85800		82200		78600		75000
Utilidad del											
Ejercicio	0		498781.39		547268.62		611397.89		682224.18		759347.84
TOTAL											
PATRIMONIO	93000		588181.39		633068.62		693597.89		760824.18		834347.84
TOTAL PASIVO											
+ PATRIMONIO	178000		953432.58		1009289.51		1087719		1174457.34		1268617.78

GERENTE

CONTADOR

5.15- Flujo de Fondos

El flujo de fondos nos sirve para proyectar las necesidades futuras de efectivo antes de que surjan; este es un estado de resultados que abarca períodos de tiempo futuros y que ha sido modificado para mostrar solamente el efectivo tales como: ingresos y egresos de efectivo así como el saldo de efectivo al final de períodos de tiempo determinados.

El comportamiento del flujo de fondos de una empresa es uno de los puntos centrales del análisis financiero. La *generación de dinero* se origina en la diferencia entre el precio al que la empresa vende los bienes que compra y el precio que debe pagar por esas compras;

El ciclo de caja o fondos que posee una empresa por lo general es el siguiente: se utiliza dinero para comprar (y pagar) bienes, que se venderán, recibiendo en definitiva dinero, que se utilizará para pagar otros bienes, y así sucesivamente.

El flujo de fondos o flujo de caja básicamente consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año (o período por período). Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, etc. Por lo tanto, el flujo de fondos puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión (para la evaluación ex - ante) o como parte de la etapa de ejecución

“El objetivo de este estado es presentar información pertinente y concisa relativa a los recaudos y desembolsos de efectivo de un ente durante un periodo económico”.⁵⁷

Para conocer la valoración económica del proyecto real, se va a presentar un flujo con financiamiento y sin financiamiento.

A continuación se detalla el flujo de fondos base de Dicaltex:

⁵⁷ ESTUPIÑAN, Rodrigo, Estados de Flujos de Efectivo, Editora Roesga, Pág. 10.

FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO						
DICALTEX CIA.LTDA.						
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS DE OPERACIÓN		3278246.4	3606071.04	3966678.14	4363345.96	4799680.55
(-) COSTO DE OPERACIÓN		2485788.72	2739143.14	3000931.39	3288485.32	3606062.77
(-)DEPRECIACIÓN		18871	18871	18871	18091	18091
(-) AMORTIZACIÓN		800	800	800	800	800
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		772786.68	847256.90	946075.75	1055969.64	1174726.78
(-) 15% P.U.T		115918.00	127088.54	141911.36	158395.45	176209.02
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		656868.68	720168.37	804164.39	897574.19	998517.76
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		164217.17	180042.09	201041.10	224393.55	249629.44
(=) UTILIDAD NETA		492651.51	540126.27	603123.29	673180.65	748888.32
(+) DEPRECIACIÓN		18871.00	18871.00	18871.00	18091.00	18091.00
(+) AMORTIZACIÓN		800	800	800	800	800
(-) COSTO DE INVERSIÓN	-156241.39					
(=) FLUJO DE FONDOS	-156241.39	512322.51	559797.27	622794.29	692071.65	767779.32

FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO						
DICALTEX CIA.LTDA.						
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS DE OPERACIÓN		3278246.4	3606071.04	3966678.14	4363345.96	4799680.55
(-) COSTO DE OPERACIÓN		2485788.72	2739143.14	3000931.39	3288485.32	3606062.77
(-)DEPRECIACIÓN		18871	18871	18871	18091	18091
(-) AMORTIZACIÓN		800	800	800	800	800
(-) PAGO DE INTERESES PRÉSTAMO		10055.5	8467.31	6691.24	4705.06	2483.91
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		762731.18	838789.59	939384.51	1051264.58	1172242.87
(-) 15% P.U.T		114409.68	125818.44	140907.68	157689.69	175836.43
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		648321.50	712971.15	798476.83	893574.89	996406.44
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		162080.38	178242.79	199619.21	223393.72	249101.61
(=) UTILIDAD NETA		486241.13	534728.36	598857.63	670181.17	747304.83
(+) DEPRECIACIÓN		18871.00	18871.00	18871.00	18091.00	18091.00
(+) AMORTIZACIÓN		800	800	800	800	800
(-) COSTO DE INVERSIÓN	-71241.39					
(-) AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO		13425.1	15013.29	16789.36	18775.54	20996.7
(=) FLUJO DE FONDOS	-71241.39	492487.03	539386.07	601739.27	670296.63	745199.13

32403.02

85000

CAPÍTULO VI

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1- Objetivo General

Valorar cada una de las variables económicas obtenidas durante la elaboración del proyecto a través del análisis de las proyecciones futuras, rentabilidad, recuperación del capital invertido, relación costo-beneficio, para de esta forma definir la viabilidad económica del estudio,

6.2-Objetivos Específicos

- Determinar el Valor Actual Neto de las variables obtenidas en el Flujo de Fondos
- Identificar cual es la Tasa Interna de Retorno de la empresa para definir la viabilidad del proyecto a través de la comparación con la TMAR.
- Establecer el periodo de Recuperación de la Inversión para determinar el tiempo en el que la inversión realizada genera los flujos suficientes para igualar el monto inicial.

6.3- Definición

*La evaluación económica del proyecto es la parte final de toda la secuencia del análisis de factibilidad del proyecto. Si no han existido contratiempos se habrá de definir la existencia de un mercado atractivo, un lugar optimo de localización, los costos en que se incurrirá y la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto; a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta sea viable por lo que el método de análisis de evaluación permite definir y comprobar la rentabilidad económica del proyecto.*⁵⁸

⁵⁸ BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit., Pág.212

6.4- Tasa de Interés para la Evaluación Financiera del Proyecto

Por lo general para calcular el VPN que es el método mas asociado para evaluar económicamente un proyecto se necesita una tasa minima de rendimiento denominada TMAR la cual permite determinar con exactitud la viabilidad del estudio en marcha,

TMAR (Tasa minima aceptable de Rendimiento)

Antes de invertir una persona siempre tiene en mente una tasa minima de ganancia sobre la inversión propuesta llamada tasa minima aceptable de rendimiento o TMAR.

Una creencia común es que la TMAR de referencia debe ser la tasa máxima que ofrecen los bancos por una inversión a plazo fijo, realizando un balance neto entre el rendimiento bancario y la inflación, siempre habrá una perdida neta del poder adquisitivo o valor real de la moneda si se mantiene el dinero invertido en un banco; hay que tomar en cuenta que el dinero invertido en las instituciones bancarias no tiene riesgo y es por eso es que ofrece el interés mas bajo de todas las posibles alternativas de inversión.

Debido a que no se puede fijar una tasa basada en el banco la posibilidad más real es utilizar el índice inflacionario que puede ayudar a presentar resultados más exactos y de acuerdo al comportamiento del mercado global de cada país.

Otro de los elementos de la TMAR es el premio al riesgo que se lo considera como la tasa de crecimiento real del dinero invertido, habiendo compensado los efectos inflacionarios.⁵⁹

⁵⁹ BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit., Pág.176

El premio al riesgo por lo general debe ser del 10% al 15%, esto depende del riesgo de la inversión del proyecto. La formula general para calcular la TMAR es la siguiente:

CALCULO TMAR SIN FINANCIAMIENTO

$$\text{TMAR} = i + f + (i * f)$$

i = premio al riesgo

f = inflación

$$I = -156241,39$$

$$i = 15\%$$

$$f = 3.46\% \text{ inflacion anual } 2010^{60}$$

$$\text{Inversionista} = 0,15 + 0,0346 + (0,15 * 0,0346) = 0.189$$

$$\text{TMAR}(\text{sin financiamiento}) = 18.9\%$$

CALCULO TMAR CON FINANCIAMIENTO

$$TmarMixta = \frac{85000}{156241.39} (0.1183) + \frac{71241.39}{156241.39} (0.189) = 0.15$$

$$\text{TMAR}(\text{con financiamiento}) = 15\%$$

⁶⁰ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

6.5- Valor presente neto (VPN)

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.⁶¹

Todos aquellos flujos de efectivos netos alcanzados en el estudio económico formaran parte del valor presente neto que es la base para realizar la evaluación económica del proyecto,

El método es simple, se suman los flujos descontados en el presente y se resta la inversión inicial que equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en ese momento o tiempo cero; es claro que para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará por resultado que el VPN sea mayor que cero

Como se había mencionado en el apartado anterior para calcular el VPN se utiliza el costo de capital o TMAR

Con un $VPN = 0$, no se aumenta el patrimonio de la empresa durante el horizonte de planeación estudiado, si el costo de capital o TMAR es igual al promedio de la inflación en ese periodo; pero aunque $VPN = 0$ habrá un aumento en el patrimonio de la empresa si la TMAR aplicada para calcularlo fuera superior a la tasa inflacionaria promedio de ese periodo.

Por otro lado, si el resultado es $VPN > 0$, sin importar cuanto se supere a cero ese valor, esto solo implica una ganancia extra después de ganar la TMAR aplicada a lo largo del periodo considerado.

La ecuación para calcular el VPN para el periodo de cinco años es:

⁶¹ BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit., Pág.213

$$VPN = -P + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

CRITERIOS DEL MÉTODO:

- Se interpreta fácilmente su resultado en términos monetarios
- Supone una reinversión total de todas las ganancias anuales, lo cual no sucede en la mayoría de empresas
- Su valor depende exclusivamente de la *i* aplicada
- Los criterios de evaluación son: $VPN \geq 0$, acepte la inversión; $VPN < 0$, recházela.

CUADRO N° 62
FLUJOS NETOS

INVERSIÓN	-156241.39
n	5
i	0.189
FLUJO NETO (AÑOS)	VALOR
1	512322,51
2	559797,27
3	622794,29
4	692071,65
5	767779,32

Elaborado por: Autor

A continuación se va a calcular el VPN tanto de los flujos proyectados con financiamiento como con los flujos sin financiamiento.

VPN SIN FINANCIAMIENTO

$$VPN = -156241.39 + \frac{512322.51}{(1 + 0.189)^1} + \frac{559797.27}{(1 + 0.189)^2} + \frac{622794.29}{(1 + 0.189)^3} + \frac{692071.65}{(1 + 0.189)^4} + \frac{767779.32}{(1 + 0.189)^5}$$

$$VPN = -156241.39 + \frac{512322.51}{1.189} + \frac{559797.27}{1.41} + \frac{622794.29}{1.68} + \frac{692071.65}{1.99} + \frac{767779.32}{2.37}$$

$$VPN = 1'714,106.26$$

VPN CON FINANCIAMIENTO

$$VPN = -71241.39 + \frac{492487.03}{(1 + 0.15)^1} + \frac{539386.07}{(1 + 0.15)^2} + \frac{601739.27}{(1 + 0.15)^3} + \frac{670296.63}{(1 + 0.15)^4} + \frac{745199.13}{(1 + 0.15)^5}$$

$$VPN = -71241.39 + \frac{492487.03}{1.15} + \frac{539386.07}{1.32} + \frac{601739.27}{1.52} + \frac{670296.63}{1.74} + \frac{745199.13}{2.01}$$

$$VPN = 1'917,488.90$$

Análisis: DICALTEX posee un VAN positivo de esta forma la empresa recibirá todo los excedentes o réditos del flujo de fondos, y también se definió que el proyecto es viable.

6.6- Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Es la tasa de descuento por la cual el VPN se iguala a cero; también se la considera como la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial del proyecto”.⁶²

En el apartado anterior se menciona que si se hace crecer la TMAR aplicada en el cálculo del VPN, este último llegaría a adoptar un valor de cero; también se menciona que si el VPN es positivo esto significa que se obtienen ganancias a lo largo de los cinco años de estudio por un monto igual a la TMAR aplicada más el valor del VPN,

Es claro que si el $VPN = 0$, solo se estará ganando la tasa de descuento aplicada, o sea la TMAR, y un proyecto debería aceptarse con ese criterio, ya que se está ganando lo mínimo fijado como rendimiento.

La ecuación que se aplica es la misma del VPN:

$$VPN = -P + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

$$i = ?$$

La diferencia se centra en encontrar aquella tasa que supera a la TMAR y que nos permite establecer que el proyecto es viable al igualar toda la ecuación a cero,

Se llama tasa interna de retorno o rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad, es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión.

⁶² BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit., Pág.216

Cabe destacar una determinación de que en determinado periodo de tiempo y dependiendo de las circunstancias del mercado exista una perdida para lo cual no se recomienda utilizar este método como evaluación y en respuesta solo usar el VPN para evitar cualquier tipo de desventaja

TIR SIN FINANCIAMIENTO

$$VPN = -156241.39 + \frac{512322.51}{(1 + 3.3731)^1} + \frac{559797.27}{(1 + 3.3731)^2} + \frac{622794.29}{(1 + 3.3731)^3} + \frac{692071.65}{(1 + 3.3731)^4} + \frac{767779.32}{(1 + 3.3731)^5}$$

$$VPN = -156241.39 + \frac{512322.51}{4.3731} + \frac{559797.27}{19.124} + \frac{622794.29}{83.631} + \frac{692071.65}{365.727} + \frac{767779.32}{1599.36}$$

$$VPN(1) = 0$$

$$TIR(\text{sin financiamiento}) = 337.31\%$$

TIR CON FINANCIAMIENTO

$$VPN = -71241.39 + \frac{492487.03}{(1 + 7.0105)^1} + \frac{539386.07}{(1 + 7.0105)^2} + \frac{601739.27}{(1 + 7.0105)^3} + \frac{670296.63}{(1 + 7.0105)^4} + \frac{745199.13}{(1 + 7.0105)^5}$$

$$VPN = -71241.39 + \frac{492487.03}{8.0105} + \frac{539386.07}{64.168} + \frac{601739.27}{514.018} + \frac{670296.63}{4117.546} + \frac{745199.13}{32983.60}$$

$$VPN(2) = 0$$

$$TIR(\text{con financiamiento}) = 701.05\%$$

Análisis: El proyecto DICALTEX es viable pues el valor actual neto (1 y 2) es cero y el porcentaje de la TIR es mucho mayor a la tasa TMAR tanto con financiamiento como sin financiamiento.

6.7-Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

“Se define como el tiempo necesario para que los beneficios netos del proyecto, amorticen el capital invertido, o sea, se utiliza para conocer cuanto tiempo una inversión genera recursos suficientes para igualar el monto de dicha inversión”.⁶³

Formula:

$$PRI = N - 1 + \left[\frac{(FA)n - 1}{(F)n} \right]$$

Donde;

PRI = Periodo de Recuperación de la Inversión
(FA)n-1 = Flujo de Efectivo acumulado previo al año “n”
N = Año en el que el flujo acumulado cambia de signo
(F)n = Flujo neto de efectivo en el año “n”

Ventajas:

- Los resultados obtenidos son fáciles de interpretar
- Es de gran utilidad cuando el factor más importante del proyecto es el tiempo de recuperación.

Desventajas

⁶³ HERNANDEZ, Abraham, Op. Cit., Pág. 160

- No considera la magnitud de los flujos de efectivo luego de la amortización
- Considera el valor del dinero en el tiempo
- Hace caso omisote la rentabilidad de un proyecto de inversión.

CUADRO N° 63
FLUJOS ACUMULADOS

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO ACUMULADO
0	-71241.39	-71241.39
1	492487.03	421245.64
2	539386.07	960631.71
3	601739.27	1562370.98
4	670296.63	2232667.61
5	745199.13	2977866.74

Elaborado por: Autor

$$PRI = N - 1 + \left[\frac{(FA)n - 1}{(F)n} \right]$$

$$PRI = 1 - 1 + \left[\frac{71241.39}{492487.03} \right]$$

$$PRI = 1 - 1 + 0.14$$

$$PRI = 0.14 \Rightarrow 1.4 \text{ meses}$$

Como podemos observar en el cálculo del PRI la empresa recuperara su capital dentro del primer mes y medio ya que con la venta total de los tres primeros contenedores ya se podrá contar con fondos suficientes para realizar una reinversión oportuna.

Al ser un proyecto ambicioso la fuerza del mismo se concentra en la capacidad de venta del producto que en si es muy alta debido al gran margen de demanda actual del mercado de Pelileo.

6.8- Relación Costo/Beneficio

El método de la razón beneficio-costos (B/C) se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés social, tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada sino que muchas veces se toman en cuenta criterios sociales.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presente neto se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

Variables:

- $B/C > 1$ indica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es viable
- $B/C = 1$ indica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente

- $B/C < 1$ indica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es viable.

CUADRO N°64
INGRESOS Y EGRESOS

INGRESOS	EGRESOS
$VPN(1) = \frac{3278246.40}{1.15} = 2'850,649.04$	$VPN(1) = \frac{2495844.22}{1.15} = 2'170,299.32$
$VPN(2) = \frac{3606071.04}{1.32} = 2'731,872.00$	$VPN(2) = \frac{2747610.45}{1.32} = 2'081,523.07$
$VPN(3) = \frac{3966678.14}{1.52} = 2'609,656.67$	$VPN(3) = \frac{3007622.63}{1.52} = 1'978,699.10$
$VPN(4) = \frac{4363345.96}{1.74} = 2'507,670.09$	$VPN(4) = \frac{3293190.38}{1.74} = 1'892,638.15$
$VPN(5) = \frac{4799680.55}{2.01} = 2'387,900.77$	$VPN(5) = \frac{3608546.68}{2.01} = 1'795,296.86$

Elaborado por: Autor

$$R \frac{b}{c} = \frac{13'087,748.57}{9'918,456.50} = 1.32$$

Análisis: El proyecto de la empresa DICALTEX es viable ya que los beneficios superan a los costos en un 32%.

6.9._ Índices Financieros

6.9.1. Razones de Liquidez. Estos miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo; entre ellas tenemos:

a)._ Tasa Circulante._ Se obtiene dividiendo los activos circulantes sobre los pasivos circulantes. Los activos circulantes incluyen efectivo, acciones vendibles, cuentas por cobrar e inventarios; los pasivos circulantes incluyen cuentas por pagar, notas por pagar a corto plazo, vencimientos a corto plazo de deudas a largo plazo, así como impuestos y salarios retenidos.

$$RAZON\ CIRCULANTE = \frac{ACTIVO\ CIRCULANTE}{PASIVO\ CIRCULANTE}$$

$$RAZON\ CIRCULANTE = \frac{873853.58}{293676.29}$$

$$RAZON\ CIRCULANTE = 2.98$$

Significa que por cada dólar que la empresa adeuda, se dispone de \$2.98 para pagar la deuda a corto plazo.

b)._ Capital de Trabajo._ Está dada por la diferencia entre el activo corriente menos el pasivo corriente, indica el capital con que la empresa cuenta para el desarrollo de sus actividades operativas.

$$CAPITAL\ DE\ TRABAJO = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$CAPITAL\ DE\ TRABAJO = 873853.58 - 293676,29 = 580177,29$$

La empresa cuenta con un capital de \$580177,29 para realizar sus actividades operativas.

6.9.2. Razones de Rotación. Estas miden la efectividad de la actividad empresarial, así tenemos:

a).Rotación de Activos Totales. Esta razón indica el número de veces que la empresa ha utilizado sus activos para generar sus ventas.

$$RAZON DE ACTIVOS TOTALES = \frac{VENTAS}{ACTIVOS TOTALES}$$

$$RAZON DE ACTIVOS TOTALES = \frac{3278246,4}{953432.58}$$

$$RAZON DE ACTIVOS TOTALES = 3.44$$

Indica que por cada dólar de activos, se facturan \$3.44 en ventas; por lo que se puede concluir que la empresa tendrá más ingresos que gastos generados por inversiones realizadas en infraestructura y equipos.

6.9.3. Razones de Apalancamiento. Miden el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda, están incluidas:

a).Nivel de Endeudamiento. Este índice muestra la cantidad del activo total de la empresa que han financiado terceras personas (acreedoras).

$$NIVEL ENDEUDAMIENTO = \frac{PASIVO TOTAL * 100\%}{ACTIVOS TOTALES}$$

$$NIVEL ENDEUDAMIENTO = \frac{365251.19 * 100\%}{953432.58}$$

$$NIVEL ENDEUDAMIENTO = 38.31$$

El 38.31% del total del activo de la empresa está financiado por créditos, es decir que cada dólar del activo está financiado de la siguiente manera: 0.38ctvs por terceras personas y 0.62ctvs por los dueños.

b)._ Apalancamiento Total._ Esta razón muestra la cantidad del patrimonio neto de la empresa que corresponde a fuentes de financiamiento externas.

$$APALANCAMIENTO\ TOTAL = \frac{PASIVO\ TOTAL * 100\%}{PATRIMONIO\ NETO}$$

$$APALANCAMIENTO\ TOTAL = \frac{365251.19 * 100\%}{588181.39}$$

$$APALANCAMIENTO\ TOTAL = 62.10$$

El Patrimonio empresarial está comprometido en un 62.10% por deudas; vista de otra forma, cada dólar que adeude la empresa tiene \$1.61 de Patrimonio que lo sustenta; esto quiere decir que las obligaciones de la empresa están totalmente cubiertas.

6.9.4. Razones de Rentabilidad. La rentabilidad es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones. En realidad, la tasas de este tipo revelan que tan efectivamente se administra la empresa.

a)._ Margen Neto de Utilidad._ Demuestra el porcentaje de las utilidades que la empresa ha generado luego de haber deducido los gastos operativos y no operativos, es decir, la utilidad luego de descontar impuestos y participaciones, así tenemos:

$$MARGEN\ NETO\ DE\ UTILIDAD = \frac{UTILIDAD\ NETA * 100\%}{VENTAS\ NETAS}$$

$$MARGEN\ NETO\ DE\ UTILIDAD = \frac{492487.03 * 100\%}{3278246,40}$$

$$MARGEN\ NETO\ DE\ UTILIDAD = 15,02$$

La utilidad neta que Dicaltex posee luego de deducir costos y gastos es de 15,02%, este porcentaje supera el promedio aceptado que oscila entre el 5% y 10%.

b)._ Rentabilidad sobre el capital._ Indica el rendimiento obtenido durante el período en relación con los aportes del capital accionario.

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL} = \frac{\text{UTILIDAD NETA} * 100\%}{\text{CAPITAL ACCIONARIO}}$$

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL} = \frac{492487.03 * 100\%}{75000}$$

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL} = 656.65$$

La inversión de los accionistas en la empresa produce 656,65% anual, que si se compara con las tasas de interés bancarias (11,83%) es un resultado positivo.

c)._ Rentabilidad sobre el patrimonio._ Esta razón relaciona la utilidad neta de la empresa con todos los haberes patrimoniales, es decir; denota el porcentaje de rentabilidad obtenido en relación con la inversión total.

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO} = \frac{\text{UTILIDAD NETA} * 100\%}{\text{PATRIMONIO}}$$

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO} = \frac{492487.03 * 100\%}{588181,39}$$

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO} = 83.73$$

Al relacionar la utilidad con el patrimonio total podemos determinar que existe un margen de rendimiento del 83.73%.

CONCLUSIONES

- El estudio de mercado permitió diagnosticar las variables de demanda y oferta a través de las 200 encuestas realizadas, para de esta manera establecer las posibilidades reales de ingresar al mercado meta.
- A través del estudio técnico se pudo determinar la localización estratégica de la empresa, la misma que estará ubicada en el conjunto de bodegas Parkenor.
- La empresa utilizara el incoterm CFR (Costo y Flete) para negociar, así mismo se definió que se debe depositar el 30% de cada importación para que esta sea despachada de origen.
- El estudio económico reflejo la situación real a nivel financiero de la empresa, dado el alto nivel de rentabilidad desde el año 1 el proyecto es viable a corto plazo.
- La inversión inicial 156241.39, la misma que se recuperara en el segundo mes con la venta de los 3 primeros contenedores.
- Los resultados obtenidos de la evaluación del proyecto indican que el mismo es viable ya que se obtuvo un VPN positivo, una TIR mayor a la TMAR y un porcentaje de 32% de rédito sobre los egresos.
- La elaboración del presente proyecto nos ha permitido conocer el gran potencial de algunos mercados como el textil que al haber sido reactivado es una gran oportunidad de inversión para muchos empresarios y emprendedores.

RECOMENDACIONES

- Sería muy importante que se fomenten los proyectos de importación ya que pueden solventar de manera eficaz las necesidades de muchas industrias que por falta de tecnología no pueden fabricar sus propias materias primas.
- Es vital que durante el estudio técnico se defina una localización cerca de los principales proveedores y clientes para de esta manera no solo disminuir costos, sino también dar un excelente servicio post-venta.
- Es fundamental definir el tipo de incoterm a utilizar durante la negociación internacional, ya que de este depende las responsabilidades y alcances de la empresa.
- La viabilidad económica del proyecto debe reflejarse en la información que arrojan los flujos y balances del proyecto, estos son de gran importancia ya que definen las probabilidades de sobrevivir en el mercado objetivo.
- Es de vital importancia que durante la evaluación del proyecto se establezcan cada una de las variables de comprobación como son el VPN, la Tasa Interna de Retorno y la Relación Costo-Beneficio, ya que de esta manera se puede determinar la factibilidad y probabilidad de éxito de cualquier proyecto.
- El apoyo del país a las pequeñas y medianas empresas es importante ya que de esta manera el sector productivo y empresarial se beneficiaría y además se generarían como valor agregado mas fuentes de empleo y riqueza para el Ecuador.

GLOSARIO

ACTIVO.- Conjunto integrado por los bienes y derechos y valores de propiedad de una empresa ($A = P + C$)

AFORO.- Valuación de mercaderías y otros bienes para el pago de gravámenes fiscales. El caso más común es el aforo establecido para la liquidación de los derechos aduaneros

AMORTIZACIÓN.- Porcentaje mediante los cuales se calcula el importe de la amortización anual de los activos intangibles. Redimir una cuenta

ARANCEL.- Tarifa de impuestos, derechos u honorarios.

CALIDAD.- El concepto técnico de calidad representa más bien una forma de hacer las cosas en las que, fundamentalmente, predominan la preocupación por satisfacer al cliente y por mejorar, día a día, procesos y resultados.

CONTENEDOR.- Podemos definir a los contenedores como recipientes de carga capaces de ser utilizados en el transporte aéreo, terrestre o marítimo, los contenedores poseen dimensiones normalizadas para poder facilitar su manipulación.

CRÉDITO.- El crédito es una operación financiera en la que se pone a nuestra disposición una cantidad de dinero hasta un límite especificado y durante un período de tiempo determinado.

DEPRECIACIÓN.- Pérdida de valores y bienes del activo fijo, que se produce por las siguientes causas:

- Desgaste por el uso.
- Envejecimiento por la mera acción del tiempo
- Deterioros de diverso orden
- Defectos de construcción
- Falta de una apropiada conservación o mantenimiento
- Obsolescencia

FLETE.- Precio que se paga para transportar mercaderías u otros efectos.

INVERSIÓN.- Se entiende por inversión a toda vinculación de recursos líquidos a cambio de la expectativa de obtener beneficios durante un período de tiempo futuro.

MARKETING.- Es una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores.

MATERIA PRIMA.- Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final

MUESTRA.- En estadística una muestra estadística (también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra) es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística

MERCADO.- Es el lugar físico o virtual (como el caso del Internet) donde se encuentran dos fuerzas que generan procesos de intercambio: 1) La "oferta" y 2) la "demanda".

ORGANIGRAMA.- es un esquema de organización de una empresa. Entidad o una actividad El término también se utiliza para nombrar la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático.

PRORRATEO.- Repartición de una cosa en determinada proporción.

PROVEEDORES.- Cuenta del Pasivo Exigible o grupo de Deudas o compromisos de la empresa con terceras personas.

PROYECCIÓN.- Formación de un plan para lograr un objetivo.

PLUSVALÍA.- Designa un incremento de valor generado y obtenido en una operación económica (de tipo bursátil o inmobiliaria, por ejemplo). Una segunda definición de plusvalía correspondería al incremento de valor creado en un bien o derecho cuando se realiza una transmisión en la propiedad de éstos.

RESTRICCIÓN.- Limitación impuesta en el suministro de productos de consumo, generalmente por escasez de estos

ZONA FRANCA.- Es el área geográfica del país sometido a los controles aduaneros o fiscales especiales en donde se permite la instalación de empresas que destinan su producción o servicios hacia un mercado externo, mediante el otorgamiento de los incentivos necesarios para fomentar su desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

Textos:

- BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill.
- BRAVO, Mercedes, Contabilidad General, Cuarta Edición, 2001.
- EDICIONES LEGALES, Régimen de Comercio Exterior, 2003.
- ESTRADA, Luis, Como hacer Importaciones, Edición 2008, Editorial Mendieta.
- ESTUPIÑAN, Rodrigo, Estados de Flujos de Efectivo, Editora Roesga.
- HERNANDEZ, Abraham, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Cuarta Edición.
- ROSILLO, Jorge, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, CENGAGE Learning,.
- SAPAG CHAIN, Nassir; Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill.
- STANTON, William, Fundamentos de Marketing, Undécima Edición, McGraw Hill.

Revistas y otros:

- Diario EL UNIVERSO, Publicado el 03 de Agosto del 2009, Pág. 11

Paginas de Internet:

- <http://www.elcomercio.com>
- <http://es.wikipedia.org>
- <http://www.megatexsa.com>
- <http://www.textilespanamericanos.com>
- <http://www.aite.com.ec>
- <http://www.micip.gov.ec>
- <http://www.comexperu.org.pe>
- <http://www.monografias.com>
- <http://cymatunlz.blogspot.com>
- <http://www.eluniverso.com>
- <http://www.inec.gov.ec>
- <http://sistemas.itlp.edu.mx>
- <http://www.tumercadeo.com>
- <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com>
- <http://www.pequenaindustria.com.ec>
- <http://www.sri.gov.ec>
- <http://www.aduana.gov.ec>
- <http://www.economia48.com>
- <https://www.cajastur.es>
- <http://www.bde.es>
- <http://cash.pichincha.com>
- <http://www.bce.fin.ec>

ANEXO N° 01

ENCUESTA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA A MERCADO OBJETIVO

1._INTRODUCCIÓN

El presente cuestionario ha sido elaborado para recibir sus opiniones acerca de la tela denim utilizada en el país. Se trata de introducir una nueva materia prima textil procedente de Perú para la elaboración de prendas de vestir en el cantón Pelileo.

2._ OBJETIVO

Identificar los gustos y preferencias de los confeccionistas de prendas de vestir y distribuidores del cantón Pelileo con el propósito de determinar la demanda del producto y establecer estrategias de ingreso al mercado.

3._POBLACIÓN

Pequeños, medianos y grandes distribuidores y confeccionistas de prendas de vestir del cantón Pelileo.

4._ PREGUNTAS

- a)._ Lea detenidamente cada pregunta
- b)._ Marque con una X o un ✓ la opción que usted considere se ajusta a su experiencia.
- c)._ En caso de que sea una pregunta abierta responda de la manera mas sencilla y clara posible
- d)._ Las preguntas pueden tener más de una respuesta.

7._ ¿Es usted importador directo de su materia prima o compra a través de intermediarios nacionales?

IMPORTADOR DIRECTO ___
INTERMEDIARIO NACIONAL ___

8._ ¿Cuál es su proveedor de materia prima?

DISTRITEX ___
IMPORDENIM ___
ULLOATEX ___
LA INTERNACIONAL ___
OTRO (Especifique) _____

9._ ¿Cree usted que el servicio y los productos de su actual proveedor cumplen con sus expectativas y necesidades?

SI ___
NO ___

10._ ¿Ha adquirido usted materia prima procedente de Perú?

SI ___
NO ___

11._ ¿Conoce usted las telas rígidas y stretch de la empresa Nuevo Mundo de Perú?

SI ___
NO ___

12._ ¿Le gustaría adquirir estos productos peruanos que no tienen encogimiento y son de primera calidad?

SI ___
NO ___

13._ ¿Cree usted que es necesario distribuir el producto desde una bodega localizada en Pelileo?

SI ___
NO ___

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO N°02
CONTRATO PROFORMA

CÍA INDUSTRIAL NUEVO MUNDO S.A.

Jr. José Celendón 750, Lima 1/ P.O. BOX 3095 - PERU

Telf: 51.1.4154000 Fax: 51.1.3366880

E-Mail: rmiranda@nuevomundosa.com

Web: www.nuevomundosa.com

CONTRATO DE VENTA DE EXPORTACION N° 001

1. VENDEDOR: Lima, 30 de Julio de 2010
2. COMPRADOR: Cía. Industrial Nuevo Mundo S.A.
Dicaltex Cia.Ltda.

Panamericana Norte Km.6.1/2,
Parkenor
QUITO - ECUADOR

3.ART.	4.DESCRIPCION	5.METROS	6.P.UNIT	7.TOTAL C&F
	Denim Akita	1203 metros	\$1.95	\$2345.85
	Urban Rifida Diesel	18042 metros	\$2.15	\$38790.30
	Urban Stretch Diesel	17640 metros	\$1.90	\$33516.00
	Bahama Diesel	3207 metros	\$2.05	\$6574.35
	TOTAL			\$81226.50

8. COMPOSICION: 100% algodón -80% algodón,17% polyester,3% elastano
9. CANTIDAD TOTAL: 40092 metros
10. VALOR TOTAL DEL CONTRATO: **US\$ 81226.50 C&F**
11. DESTINO: **GUAYAQUIL - ECUADOR**
12. FECHA DE EMBARQUE: **AGOSTO 2010**
13. MARCAS: Según indicaciones del comprador
14. FORMA DE PAGO: 30% a la vista y el 70% mediante transferencia a 120 días fecha BL, a nombre de Cía. Industrial Nuevo Mundo S.A.
En caso el comprador no cancele la(s) factura(s) referidas al presente contrato en el plazo convenido incurrirá en mora automática, facultando al vendedor el cobro de los intereses moratorios respectivos, a una tasa anual de Libor +2%.
Se entiende que el término del presente contrato es C&F, por lo cual el seguro debe ir por cuenta del Comprador

15. TERMINOS DE SEGURO: NINGUNA

16. INDICACIONES ADICIONALES: NINGUNA

17. ESTE CONTRATO NO ESTA SUJETO A LA APROBACION DE MUESTRAS DE CALIDAD.

18. FUERZA MAYOR: Este contrato puede ser demorado o cancelado por razones de fuerza mayor que deberán ser demostradas fehacientemente.

19. JURISDICCION: Este contrato tendrá jurisdicción contractual al Perú y se registrá por la Leyes y normas de derecho que rigen la Republica del Perú.

20. ARBITRAJE: En caso de desacuerdos, ambas partes están de acuerdo a someterse al arbitraje del Centro de Conciliación y Arbitraje Nacional e Internacional de la Cámara de Comercio del Perú.

FIRMADO EN SEÑAL DE ACUERDO:
VENDEDOR: _____
COMPRADOR: _____

CIA. IND. NUEVO MUNDO S.A.
Celendón 750- Lima - Perú

DICALTEX CIA.LTDA.
QUITO - ECUADOR

ANEXO N°03
BILL OF LADING



COMBINED TRANSPORT BILL OF LADING
CONOCIMIENTO DE EMBARQUE

SHIPPER EXPORTER (2) Remitente CIA. INDUSTRIAL NUEVO MUNDO S.A. JR. JOSE CELENDON 750 ZONA INDUSTRIAL LIMA - PERU RUC 20385353406		DOCUMENT NO. (5) Número de Documento B.L. No. CAO/GYE/03042/01	DATE	BOOKING No.(5A) VIAJE
CONSIGNEE (3) Consignado a A LA ORDEN DE DICALTEX CIA. LTDA. PANAMERICANA NORTE KM.6 1/2 PARKENOR QUITO - ECUADOR		EXPORT REFERENCES (6) Referencias de Exportación RLP REF :303042-01		
NOTIFY PARTY (4) Dirigir Notificación de Llegada a A LA ORDEN DE DICALTEX CIA. LTDA. PANAMERICANA NORTE KM.6 1/2 PARKENOR QUITO - ECUADOR		FORWARDING AGENT - REFERENCES (7) Agente Embarcador - RUSH TRANSPORT DEL PERU S.A.C.		
PIER (10) Muelle		POINT AND COUNTRY OF ORIGIN (8) Lugar y País de Origen		
INTENDED VESSEL VOYAGE (11) Nave MADELEINE V. 114		PORT OF LADING(12) Puerto de carga CALLAO	ONWARD INLAND ROUTING (15) Ruta Terrestre Final	
SEA PORT OF DISCHARGE(13) Puerto de Descarga GUAYAQUIL		ULTIMATE DESTINATION(14) Destino GUAYAQUIL		
FOR DELIVERY APPLY TO: PACIFIC LINK SA AV.QUITO 806 Y 9 DE OCTUBRE EDIFLINDUAUTO PISO 7 RUC.0991261435001-DIANA GONZALES TEL. 593 422 90370 FAX. 593 422 91296				

PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER / Descripción de los Artículos dad por el Remitente

MARKS AND NUMBERS (16) Marcas y Números	No OF PKGS (17) No. de Bultos	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS (18) Contenido según Embarcador	GROSS WEIGHT (19) Lbs. Libras Kilos	MEASUREMENT(20) Medidas
DICALTEX CIA. LTDA. HECHO EN PERU NO USAR GANCHOS		01 x 40' HC SAID TO CONTAIN : 398 ROLLOS DE TELA STC: 10 Rollos de DENIM AKITA (10 ONZAS-100% ALGODÓN) 181 Rollos de URBAN RIGIDA DIESEL (11 ONZAS- 100% ALGODÓN) 176 Rollos de URBAN STRETCH DIESEL (9 ONZAS-80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO) 31 Rollos de BAHAMA DIESEL (11 ONZAS- 80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)	24,080.00 KGS	
D.R. No. FCL/FCL		FREIGHT PREPAID LOCAL DESTINATION CHARGES FOR ACCOUNT OF CNEE VESSEL : MADELEINE V. 114 // DATE : 7-08-2010 Changes are to be paid unless other stated. Costo del embarque deberá ser pagado por adelantado y antes de entrega		
Equipment No. FSCU 633768-3 x 40 HC				
Seals Nos. 008098				

OCEAN RATES AND CHARGES
RATES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS SUBJECTS TO CORRECTION

	PREAPID	COLLECT
FLETE PREPAID USD	780.00	
TOTAL USS	780.00	

Dated at 7-08-2010
RUSH OCEAN LINES
As Carrier
By LIMA - PERU
B/L No. CAO/GYE/03042/01

ANEXO N°04

CERTIFICADO DE ORIGEN



CERTIFICADO DE ORIGEN
Asociación Latinoamericana de Integración
Associaçao Latino-Americana de Integraçao

Certificado
CCLI N° **031701**

País Exportador: PERU		País Importador: ECUADOR	
Nº de Orden(1)	NALADISA	Denominación de las Mercaderías	
1	520942 0000	DENIM AKITA	(10 ONZAS-100% ALGODÓN)
2	5209420000	URBAN RIGIDA DIESEL	(11 ONZAS- 100% ALGODÓN)
3	52 1142 0000	URBAN STRETCH DIESEL	(9 ONZAS-80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3% ELASTANO)
4	52 1142 0000	BAHAMA DIESEL	(11 ONZAS- 80% ALGODÓN, 17% POLYESTER, 3%ELASTANO)

DECLARACION DE ORIGEN
(Declaración Jurada)

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura comercial N° 001-0000006228 cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de conformidad con el siguiente desglose:

Nº de Orden	Normas (3)
1	DECISION 416, CAPITULO II, ARTICULO 2, LITERAL C.
2	DECISION 416, CAPITULO II, ARTICULO 2, LITERAL C.
3	DECISION 416, CAPITULO II, ARTICULO 2, LITERAL C.
4	DECISION 416, CAPITULO II, ARTICULO 2, LITERAL C.

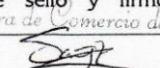
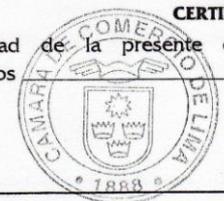
Fecha **Lima, 05/08/2010**

Razón Social, sello y firma del exportador o productor:

CIA. IND. NUEVO MUNDO S.A.

Observaciones

MERCADERIA ORIGINARIA DE PERÚ
FACTURA N° 000 1-0000006228

CERTIFICACION DE ORIGEN	
LIMA, 05 AGO. 2010	
Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de _____ a los _____	 SANTIAGO LUIS REYES Coordinador del Centro de Certificaciones
	Nombre, sello y firma Entidad Certificadora

- Nota: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente
- (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de registro.
- (3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.
-El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmendaduras.

ANEXO N°05
PÓLIZA DE SEGURO



COOPSEGUROS S.A.
COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS
...Excelencia en el Servicio

QUITO: Noruega 210 y Suiza 600. piso Telfs.: PBX: 2921-669 / 2921-670 / 2921-671
Fax: 2921-668 • Casilla: 17-15-0084-B E-mail: atencionalcliente@coopseguros.com
GUAYASQUIL: Av. Juan Tanco Marengo y Joaquín Orrantía, 1er. Piso.
Edif. Professional Center Telf: 04 601 8003 / 04 / 05 Fax: 04 601 8002

SEGURO DE TRANSPORTE

POLIZA N°: **1198** APLICACION N°: **000517**
La siguiente mercadería se declara en aplicación a la POLIZA DE TRANSPORTE N°
para el viaje desde: **Quito - Ecuador**, emitida a favor de: **Dicaltex Cia.Ltda.**
sobre el: **vapor - camión** hasta: **Quito - Ecuador**
de: a declarar anunciado para el día:
(vapor - camión - avión)
Dicaltex Cia.Ltda. (Bandera - Agencia - Cia.)

LUGAR Y FECHA: **Quito, 30 de Julio de 2010**

MARCA	Nos.	PESO BRUTO kigs.	CANTIDAD BULTOS	CONTENIDO	VALOR ASEGURADO \$	%	PRIMA	OBSERVACIONES
		26.114,54	40.092 mts.	Tejidos de mezclilla denim Tejidos estampados con un... CyF. US\$. 82.006,50	82.006,50	0,42 C. Sup. P.E. Seg. Camp. Iva Total	344,43 12,05 1,00 1,72 43,10 US\$. 402,31	Cobertura: Todo riesgo de bodega a bodega Deducible: 20% V. siniestro mínimo 1.3% V. embarque, no menor a US\$. 2.000,-
				Nota de pedido # 120-2010 Pro - forma # 1155/1157/1160				

Embarcado por: **Cia. Ind. Nuevo Mundo S.A. - Lima - Perú**
EL ASEGURADO *[Signature]*
AUTORIZADA
ACEPTADO POR COOPSEGUROS DEL ECUADOR S.A. *[Signature]*
COOPSEGUROS S.A.

NOTA: De conformidad con las condiciones de la Póliza, los Asegurados o sus Embarcadores, llenarán este formulario en duplicado y lo remitirán a Coopseguros del Ecuador S.A. en **Quito** o a sus Agentes autorizados antes de efectuado el embarque o despacho. La Compañía o el Agente devolverá debidamente sellado y firmado.

El presente formulario ha sido aprobado por la Superintendencia de Bancos, con Resolución No. 6928-S del 09/06/16

ANEXO N°06
FACTURA PROFORMA

COPY



CIA. INDUSTRIAL NUEVO MUNDO S.A.
COMMERCIAL INVOICE
EXPORT / EXPORTACION

R.U.C. N° 20385353406
FACTURA / INVOICE
N° 001

BILL TO / CLIENTE DICALTEX CIA.LTDA. PANAMERICANA NORTE KM 6 1/2 PARKENOR BODEGA 34 - 35 QUITO - ECUADOR		DATE OF INVOICE / FECHA DE FACTURA 31/07/2010 CFR GUAYAQUIL, ECUADOR				
CONSIGNEE - CONSIGNATARIO / NOTIFY - NOTIFICAR. DICALTEX CIA.LTDA. PANAMERICANA NORTE KM 6 1/2 PARKENOR QUITO - ECUADOR		METHOD OF PAYMENT / FORMA DE PAGO 120 DIAS FECHA DE B/L				
CLEAN ON BOARD-LIMPIO A BORDO/COUNTRY OF ORIGIN-PAIS DE ORIGEN CALLAO, PERU SHIP TO / EMBARCAR A GUAYAQUIL, ECUADOR		FINAL DESTINATION / DESTINO FINAL GUAYAQUIL, ECUADOR				
GROSS WEIGHT / PESO BRUTO 24,080.00KGS	NET WEIGHT / PESO NETO 23,980.00 KGS	HTS N° / CATEGORY / DUTY MN MADELEINE V. 114				
SHIPPING MARKS / MARCAS DICALTEX CIA.LTDA. Made in Peru / Use no hooks Contrats N° 1155/1157/1160		DUI / RUC XXXXXXXXXXXX				
PIECES PIEZAS	ARTICLE ARTICULO	DESCRIPTION OF GOODS DESCRIPCION DE MERCANCIAS	MEASURE UNIT UNID. DE MED.	QUANTITY CANTIDAD	UNIT PRICE PRECIO UNIT	AMOUNT MONTO
10	7307	5209420000 DENIM AKITA (100% ALGODON-10 ONZAS)	MTS	1203.00	1.95	\$2345.85
181	7701	5298420000 URBAN RIGIDO DIESEL (100% ALGODON-11 ONZAS)	MTS	18042.00	2.15	\$38790.30
176	8371	5211420000 URBAN STRETCH DIESEL (80% ALG., 17% POL., 3% ELAST-9 ONZAS)	MTS	17640.00	1.90	\$33516.00
31	7213	5211420000 BAHAMA DIESEL (80% ALG.,17% POL., 3% ELAST-11 ONZAS)	MTS	3207.00	2.05	\$6574.35
<p align="center">CIA. IND. NUEVO MUNDO S.A.</p> <p align="center">TOTAL CFR GUAYAQUIL, ECUADOR</p>						\$81226.50
SON: OCHENTA Y DOS MIL SEIS 50/100 DOLARES AMERICANOS					US\$ F.O.B.	81226.50
					US\$ FREIGHT	780.00
					US\$ INSURANCE	0.00
					US\$ TOTAL CFR	82006.50

Jr. José Celendón 750 Lima 01 - Perú
T. 415.40.00 F. 336.68.80
www.nuevomundosa.com

ANEXO N°07
CARTA DE INFORMACIÓN SRI

Oficio No.: 917012010OPLN001688
Trámite No.: 117012010061509
Asunto: Información



Quito, 27 AGO. 2010

Señor
Raúl Viteri
Presente

De mi consideración:

En atención al trámite No.117012010061509, en el cuadro 1 usted encontrará la información requerida sobre el número de personas y empresas registradas en los códigos CIU al nivel de desagregación 6:

- D181000 Fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés: ropa exterior, interior, de dormir, ropa de diario y de etiqueta, ropa de trabajo (uniformes) y para practicar deportes (calentadores, buzos de arquero, pantalonetas, etc)
- G513104 Venta al por mayor de productos textiles
- G523203 Venta al por menor de productos textiles

Cuadro 1.
Número de registros por código CIU

ACTIVIDAD ECONÓMICA CIU6	CÓDIGO CIU	NÚMERO DE REGISTROS	
		PERSONAS NATURALES	SOCIEDADES
FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES: ROPA EXTERIOR, INTERIOR, DE DORMIR; ROPA DE DIARIO Y DE ETIQUETA, ROPA DE TRABAJO (UNIFORMES) Y PARA PRACTICAR DEPORTES (CALENTADORES, BUZOS DE ARQUERO, PANTALONETAS, ETC.)	D181000	10.205	660
VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS TEXTILES.	G513104	886	475
VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES.	G523203	5.638	426

Fecha de corte: 24 de agosto de 2010

Fuente: Base de Datos SRI

Elaboración: Previsiones y Estadísticas

Sin otro particular aprovecho la oportunidad para expresarle mi respeto y estima.

Atentamente,

Byron Vásquez V.
DIRECTOR NACIONAL DE
PLANIFICACION Y COORDINACION
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

SRI.gov.ec

ANEXO N°08

CARTA DE INFORMACIÓN MUNICIPIO DE PELILEO



TELEF: 2871125 – 2871207
FAX: 2871207

Ilustre Municipalidad del
Cantón San Pedro de Pelileo

PELILEO-TUNGURAHUA-ECUADOR



PELILEÑOS ACTIVOS,
CONSTRUYENDO EL DESARROLLO LOCAL

Quito, 17 de Julio del 2010

Señor

Raúl Santiago Viteri

Presente

De acuerdo a su pedido N°. 334-D894, emitido el 02 de Julio del presente año, adjunto para su información el cuadro de detalle de los códigos CIU :

REGISTROS POR CODIGO CIU

CODIGO CIU	ACTIVIDAD ECONOMICA CIU	REGISTROS
D1810005	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR PARA TRABAJO Y UNIFORMES PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES.	55
D1810004	FABRICACION DE PRENDAS PARA VESTIR DE DIARIO Y ETIQUETA PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES.	330
G51310401	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS TEXTILES.	15
G52320301	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES.	16
TOTAL		416

Fuente: Base de datos SRI (Regional Pelileo)

Elaboración: Rentas del Municipio de Pelileo

Por la atención a la presente anticipo mis sinceros agradecimientos

Atentamente,

Ing. Mariana Murgueitio

JEFE DE RENTAS

ILUSTRE MUNICIPIO DE PELILEO