

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TELA RAYADA (HIPPIE) PARA LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE OTAVALO

AUTORAS:

ANRANGO CHIZA ANA LUCÍA

VARGAS YACELGA GABRIELA ALEXANDRA

DIRECTOR:

EDWIN GÓMEZ

Quito, julio del 2013

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL
TRABAJO DE GRADO**

Nosotras, Ana Lucía Anrango Chiza y Gabriela Alexandra Vargas Yacelga autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, julio del 2013.

f: -----

Ana Lucía Anrango Chiza

C.I. 1003044235

f: -----

Gabriela Alexandra Vargas Yacelga

C.I 1722124573

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a aquellas personas que nos dieron la vida: nuestros padres, que con su amor y apoyo incondicional supieron guiarnos en la consecución de esta meta. Y principalmente, a Jehová que cada día ilumina nuestros senderos y nos da la fortaleza y sabiduría necesarias para seguir escalando nuevos peldaños.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Politécnica Salesiana, lugar donde adquirimos los conocimientos necesarios para desenvolvemos en nuestra vida profesional, gracias a todos aquellos docentes que con sus palabras y acciones nos motivaron a culminar esta etapa en la universidad.

Y un agradecimiento especial a nuestro director de tesis, Ing. Edwin Gómez, que con su amistad, paciencia y conocimientos apoyó nuestra formación profesional.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
ESTUDIO DE MERCADO	2
1.1 Antecedentes de la ciudad de Otavalo.....	2
1.2 Análisis del sector turístico	5
1.2.1 Turismo extranjero.....	6
1.2.2 Turismo interno.....	7
1.3 Identificación del producto.....	8
1.4 Investigación de mercado	8
1.4.1 Segmentación.....	8
1.4.2 Variables demográficas.....	9
1.5 Metodología de la investigación de campo	11
1.5.1 Encuesta	11
1.5.2 Tamaño de la muestra	11
1.5.3 Fórmula del cálculo de la muestra	12
1.5.4 Interpretación de resultados	13
1.6 Análisis de la demanda.....	25
1.6.1 Demanda futura.....	28
1.7 Análisis de la oferta.....	28
1.7. 1 Oferta futura.....	33
1.8 Demanda insatisfecha.....	34
CAPÍTULO II	35
ESTUDIO TÉCNICO	35
2.1. Determinación del tamaño del proyecto.....	35
2.2 Análisis de la localización del proyecto	37

2.2.1. Localización del proyecto	38
2.2.2 Plano de microlocalización.....	41
2.2.3 Distribución de la Planta.....	42
2.4 Ingeniería del Proyecto.....	43
2.4.1. Diagrama de Flujo	43
2.5 Programa del producto	47
2.5.1 Requerimiento de mano de obra.	47
2.5.2 Requerimiento de maquinaria.....	48
2.5.3 Requerimiento de equipo de oficina	49
2.5.4 Requerimiento de muebles y enseres.....	49
2.5.5 Requerimiento de equipo de computación.....	49
2.5.6 Requerimiento de materia prima.....	50
2.5.7 Requerimiento de materia prima.....	51
2.5.8 Requerimiento de ropa industrial.....	51
2.5.9 Estimación de costos de inversión en activos fijos.....	51
CAPÍTULO III	52
ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL.....	52
3.1 Tipo de empresa	52
3.2 Estructura legal.....	64
3.3 Requisitos para su constitución	65
3.4 Base Filosófica de la Empresa.....	76
3.4.1 Misión	76
3.4.2 Visión.....	77
3.4.3 Valores	77
3.4.4 Principios	77
3.5 Estrategias de marketing	78
3.5.1 Estrategias de producto.....	78
3.5.2 Estrategia de Precio	80
3.5.3 Estrategia de Plaza	80

3.5.4 Estrategia de Promoción	81
3.6 Análisis FODA	82
3.6.1 Oportunidades	83
3.6.2 Amenazas	83
3.6.3 Fortalezas	84
3.6.4 Debilidades	84
3.7. Estrategias	85
3.8 Organización Administrativa.....	86
3.8.1 Estructura Orgánica	86
3.8.2 Organigrama	87
3.8.3 Descripción de Funciones y perfiles del personal.	88
CAPÍTULO IV	94
ESTUDIO FINANCIERO	94
4.1. Determinación de costos y gastos	95
4.1.1 Costos directos de producción	95
4.1.3 Gastos de administración	97
4.1.4 Depreciaciones.....	98
4.1.4 Gastos de ventas.....	99
4.3 Capital de trabajo.....	100
4.4 Fuentes de financiamiento.....	101
4.4.1 Tabla de amortización de la deuda	101
4.5 Fijación de costos de producción y ventas	102
4.6 Determinación del precio de venta.....	102
4.7 Estados financieros proyectados.....	103
4.7.1 Estado de costos de producción y ventas.....	103
4.7.2 Estado de resultados.....	104
4.7.3 Balance general.....	105
4.8 Evaluación del proyecto	106

4.8.1 Flujo de fondos del proyecto	106
4.8.2 Flujo de fondos del inversionista	107
4.8.3 Tasa de descuento para la evaluación financiera del proyecto	107
4.8.4 Valor Actual Neto (VAN).....	108
4.8.5 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	108
4.8.6 Periodo de recuperación de la inversión	109
4.8.7 Índice beneficio costo	110
4.9 Índices financieros.....	110
4.9.2 Índices de endeudamiento.....	111
4.9.3 Índice de rentabilidad.....	112
4.10 Punto de equilibrio	113
4.11 Análisis de sensibilidad	114
CONCLUSIONES	118
RECOMENDACIONES	120
LISTA DE REFERENCIAS	122
ANEXO.....	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Turismo nacional y extranjero	9
Tabla 2. Resultados de la pregunta piloto	12
Tabla 3. Clase de turistas encuestados	13
Tabla 4. Género	14
Tabla 5. Nivel de aceptación del producto confeccionado	15
Tabla 6. Prendas de vestir preferidas por los consumidores	16
Tabla 7. Colores preferidos en las prendas de vestir	17
Tabla 8. Características consideradas por el consumidor al momento de la compra	18
Tabla 9. Usos del producto confeccionado	20
Tabla 10. Frecuencia de compra	21
Tabla 11. Característica del grosor de la tela preferida	22
Tabla 12. Disposición de pago	23
Tabla 13. Posibilidad de característica adicional en el producto	24
Tabla 14. Demanda histórica	26
Tabla 15. Proyección de la demanda	27
Tabla 16. Demanda futura	28
Tabla 17. Producción histórica anual productor Felix Maldonado	29
Tabla 18. Producción histórica anual productor Magdalena López.	29
Tabla 19. Producción histórica anual productor Magdalena López	30
Tabla 20. Producción histórica anual productor Luis Roberto Anrango	30
Tabla 21. Resumen de oferta histórica	31
Tabla 22. Número de productores de tela rayada	31
Tabla 23. Proyección de la oferta	32
Tabla 24. Oferta futura	33
Tabla 25. Demanda insatisfecha	34
Tabla 26. Tamaño óptimo de proyecto	37
Tabla 27. Información de los terrenos	39
Tabla 28. Determinación de la localización del proyecto	39
Tabla 29. Requerimiento de personal administrativo	48
Tabla 30. Requerimiento de personal área operativa	48

Tabla 31. Requerimiento de maquinaria	48
Tabla 32. Requerimiento de equipo de oficina	49
Tabla 33. Requerimiento de muebles y enseres	49
Tabla 34. Requerimiento de equipo de computación	50
Tabla 35. Requerimiento de materia prima e insumos	51
Tabla 36. Requerimiento de ropa industrial	51
Tabla 37. Activos fijos requeridos	52
Tabla 38. Presupuesto de inversión	95
Tabla 39. Requerimiento de materia prima directa	96
Tabla 40. Requerimiento de mano de obra directa	96
Tabla 41. Mano de obra indirecta	97
Tabla 42. Insumos y otros costos indirectos	97
Tabla 43. Depreciación maquinaria	98
Tabla 44. Sueldos administrativos	98
Tabla 45. Gasto suministros de oficina y limpieza	98
Tabla 46. Servicios administrativos	99
Tabla 47. Depreciaciones	99
Tabla 48. Resumen de gastos de administración	100
Tabla 49. Sueldos de ventas	100
Tabla 50. Área de marketing	100
Tabla 51. Resumen gastos de ventas	101
Tabla 52. Cálculo del capital de trabajo	101
Tabla 53. Financiamiento	102
Tabla 54. Amortización del préstamo	103
Tabla 55. Costo de producción y ventas unitario	103
Tabla 56. Precio de venta	104
Tabla 57. Estado de costo de producción y ventas	104
Tabla 58. Estado de resultados	105
Tabla 59. Balance general	106
Tabla 60. Flujo de fondos del proyecto	107
Tabla 61. Flujo de fondos del inversionista	108

Tabla 62. TMAR 1	109
Tabla 63. TMAR 2	109
Tabla 64. Flujos descontados	110
Tabla 65. Cálculo del índice de prueba ácida	112
Tabla 66. Cálculo del índice de endeudamiento – pasivos	112
Tabla 67. Cálculo del índice de endeudamiento – patrimonio	113
Tabla 68. Margen de utilidad	113
Tabla 69. Punto de equilibrio año 1	114
Tabla 70. Resumen estado de resultados con reducción del nivel de ventas	116
Tabla 71. Resumen flujo de fondos del inversionista reducción del nivel ventas	116
Tabla 72. Indicadores de viabilidad	116
Tabla 73. Resumen del estado de resultados con incremento a los costos	117
Tabla 74. Resumen flujo de fondos del inversionista incremento a los costos	117
Tabla 75. Indicadores de viabilidad	117

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. División territorial del cantón Otavalo	3
Figura 2. Llegada de extranjeros al Ecuador	6
Figura 3. Clase de turistas encuestados	13
Figura 4. Genero personas encuestadas	14
Figura 5. Aceptación del producto confeccionado	15
Figura 6. Prendas de vestir preferidas por los consumidores	16
Figura 7. Colores preferidos en las prendas de vestir	17
Figura 8. Características consideradas del consumidor al momento de la compra	19
Figura 9. Usos del producto confeccionado	20
Figura 10. Frecuencia de compra	21
Figura 11. Característica del grosor de la tela preferida	22
Figura 12. Disposición de pago	23
Figura 13. Posibilidad de característica adicional en el producto	24
Figura 14. Demanda histórica	26
Figura 15. Oferta histórica de tela rayada	32
Figura 16. Demanda insatisfecha	34
Figura 17. Microlocalización	41
Figura 18. Plano de la planta de producción	42
Figura 19. Diagrama del proceso productivo	43
Figura 20. Maquina urdidora	44
Figura 21. Gráfica del proceso de tisaje	47
Figura 22. Producto terminado: tela rayada (Hippie)	79
Figura 23. Etiqueta del producto	80
Figura 24. Organigrama	89
Figura 25. Punto de equilibrio año 1	115

RESUMEN

El presente trabajo considera aspectos comerciales, organizacionales, técnicos y financieros con el objetivo de tener la información necesaria para la toma de decisiones; y, así generar una idea de negocio dentro del sector textil que permita obtener utilidades, satisfaciendo las necesidades del cliente a través de la elaboración de tela rayada (hippie) utilizada para la confección de prendas de vestir en la ciudad de Otavalo.

A través de la recopilación de información primaria y secundaria se determinó las preferencias y gustos de los consumidores, así como, la demanda insatisfecha que al tener una tendencia creciente, representa una guía importante para determinar la viabilidad del proyecto.

El proyecto estará ubicado en una de las comunidades aledañas a Otavalo, que permite estar cerca de clientes y proveedores. Al inicio de sus operaciones cubrirá un pequeño porcentaje de mercado, pero éste continuará incrementando de acuerdo a la capacidad de la planta.

La figura legal bajo la cual se constituye la empresa es la compañía anónima, misma que debe cumplir con los requisitos de las leyes vigentes, y a la vez contar con estrategias que permitan tomar ventaja de las oportunidades y fortalezas; y, disminuir los efectos de las amenazas y debilidades contando con el personal necesario para poder cumplir con la misión y lograr la visión propuestas.

Todo lo anterior involucra desembolsos de dinero en los que la empresa debe incurrir antes y durante su funcionamiento para contar con los recursos tecnológicos, de talento humanos y financieros a fin de lograr el objetivo propuesto.

ABSTRACT

This project considers a collection of data from the marketing, organizational, technical and finance info in order to get the decision-making. And thus generate a business idea in the textile sector to obtain profits, satisfying customer needs through creating a company dedicated to the manufacture of striped fabric (hippie) used in the making garments in the city of Otavalo.

El presente trabajo considera aspectos comerciales, organizacionales, técnicos y financieros con el objetivo de tener la información necesaria para la toma de decisiones; y, así generar una idea de negocio dentro del sector textil que permita obtener utilidades, satisfaciendo las necesidades del cliente a través de la elaboración de tela rayada (hippie) utilizada para la confección de prendas de vestir en la ciudad de Otavalo.

Through the collection of primary and secondary information was determined consumer's likes and preferences and the unsatisfied demand to be a growing trend, represents an important guide in determining the feasibility of the project.

The project will be located in one of the communities surrounding Otavalo and the start of its operations cover a small percentage of the market, which will continue to increase according to the capacity of the plant.

The legal structure the business is getting constituted is the stock company, which must meet the requirements under the applicable laws, and also have strategies to take advantage of the opportunities and strengths, and minimize the effects of the threats and weaknesses having the necessary staff to fulfill the mission and achieve the vision proposed.

All this involves expenditure of money in which the company must incur before and during operation to have the technological, financial and human talent to achieve the objective.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo titulado Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de tela rayada (Hippie) para la confección de prendas de vestir en la ciudad de Otavalo, tiene como finalidad determinar la factibilidad de crear una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de tela rayada (Hippie) en la ciudad de Otavalo ya que es destacado centro turístico muy conocido a nivel mundial por sus artesanías elaboradas por los habitantes de la zona y de las comunidades aledañas.

La investigación directa con los productores de tela rayada y del consumidor final de prendas de vestir permite conocer sus necesidades ya que no existe estadísticas ni información histórica, lo cual permitirá mejorar el producto terminado y a su vez satisfacer el gusto de los clientes tanto internos como externos.

Los productores de este tipo de tela se encuentran en diversas partes de Otavalo sin embargo la poca oferta que existe en el mercado hace que no haya suficiente tela rayada en el sector. Con este antecedente la creación de una nueva empresa ayuda a cubrir parte de la demanda insatisfecha y más aun al contar con la capacidad instalada necesaria y el personal capacitado y experiencia.

Las prendas de vestir con tela rayada se comercializan tanto a nivel nacional como internacional todos los días del año ya que son muy atractivos no solo por la diversidad de hilos de colores con la cual está elaborada, sino también porque estas prendas pueden ser utilizadas para diversas actividades cotidianas.

Con el propósito de continuar manteniendo las tradiciones artesanales de Otavalo así como el mejoramiento de la calidad de los productos elaborados y a la vez realizar una inversión que resulte rentable, se realizó el presente estudio.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de Mercado permite "la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing", con lo que podemos conocer a nuestros potenciales clientes y proveedores a través del levantamiento y análisis de información, que permitirá identificar las oportunidades y problemas de mercado; a fin de idear medidas para la aceptación del producto (Kotler , Bloom , & Hayes , 2004).

Para realizar lo anterior, es necesario también determinar los aspectos generales sobre la geografía y demografía donde se desarrolla el producto.

1.1 Antecedentes de la ciudad de Otavalo

Caracterización general

La ciudad de Otavalo está ubicada en la Sierra norte del Ecuador y al sur oriente de la Provincia de Imbabura, a 110 kilómetros de la capital Quito, y a 26 kilómetros al sur de la ciudad de Ibarra, capital provincial. Su altitud es de 2.565 metros sobre el nivel del mar. Otavalo se encuentra, dentro del corredor turístico más importante y accesible del país, lo que crea una importante ventaja comparativa con respecto a otras ciudades.

Clima: La temperatura promedio es de 14 grados centígrados.

Idioma oficial: Castellano y kichwa

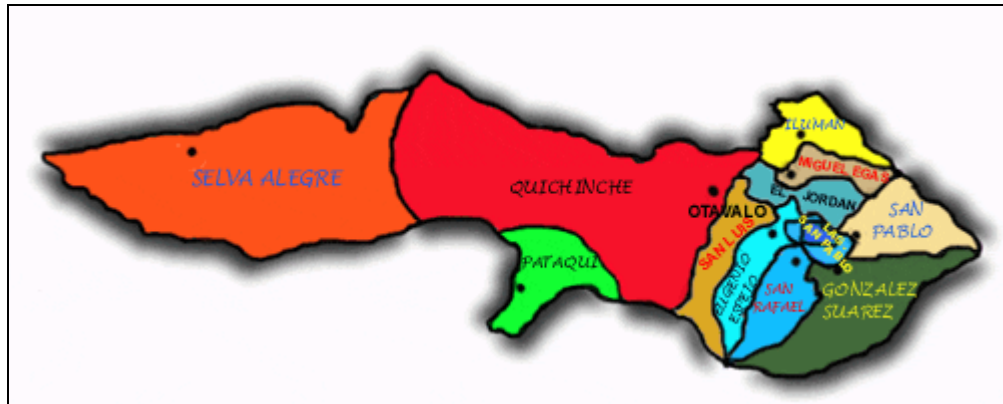


Figura 1. División territorial del cantón Otavalo

Parroquias urbanas

La cabecera cantonal tiene dos parroquias urbanas tomando como referencia a la calle Juan Montalvo, dividiendo a la ciudad por el norte a la parroquia de El Jordán y el sur para San Luis.

La parroquia de San Luis comprende las siguientes comunidades: La Cruz, Monserrate, Cachimbiro, Guananzig, La Compañía, Agato, Camuendo Grande, Imbabuela Alto, Imbabuela Bajo, La Magdalena, Cruz Loma, Mojanda, La Esperanza, Jatunyacu, Arias Pamba.

La parroquia El Jordán incluye las comunidades de El Cardón, La Bolsa, Arias Urco, San Juan, San Pedro, La Quinta, Cuchicullá, Santiaguillo, La Joya, La Rinconada, Rosas Pamba, Ayancha, Cuarapunro, Azama, Pigulca, Patalanga, Río Blanco, Punyaro y Cotama (Dirección de turismo - Gobierno Provincial de Imbabura, 2004).

Parroquias rurales

Otavalo tiene las siguientes parroquias rurales:

Eugenio Espejo

Gonzalez Suarez

San Juan de Ilumán
Miguel Egas Cabezas
San Pedro de Pataquí
San José de Quichinche
San Pablo
San Rafael
Selva Alegre

En el sitio web del Municipio de Otavalo, podemos encontrar la siguiente información con respecto a las características de la población (Municipio de Otavalo).

Población

Según información del último censo de población y vivienda realizado en el 2010 por el INEC, se determinó que en el cantón Otavalo residían 104.874 habitantes, población que representaba el 21,2% del total provincial, el 56% de la población se encuentra ubicada en el sector rural y el 44%, en el sector urbano.

Las parroquias que mayor población concentran son: San Pablo con el 17%, San Juan de Ilumán con el 12,2%, Quichinche con el 10,8% y Eugenio Espejo con el 14,1%. La parroquia con un menor número de habitantes es Pataquí que concentra el 1,1% de la población total cantonal localizada en las áreas rurales.

Realidad socio-cultural y económica

La realidad cultural de Otavalo es diversa, de entre las culturas existentes están la mestiza, representada en su mayoría por la población de las cabeceras parroquiales, la cultura Kichwa Otavalo que tiene su mayor población en las comunidades de las parroquias de San Rafael, Eugenio Espejo, Quichinche, Miguel Egas Cabezas y San Juan de Ilumán, la cultura Kichwa Cayambi cuya población se encuentra asentada en las comunidades de las parroquias de San Pablo y Gonzáles Suárez.

Las parroquias se dedican a actividades productivas de acuerdo a su diversidad cultural así, la población blanco-mestiza que en su mayor porcentaje son empleados públicos o privados, trabajan en la industria o se dedican a la comercialización de bienes o

prestación de servicios profesionales. Los kichwa Cayambi se dedican a actividades agropecuarias debido a que aún cuentan con una cantidad considerable de tierras aptas para esta actividad.

Los Kichwa Otavalo se dedican a actividades artesanales como tejido y producción de artesanías textiles y de esteras como también a la comercialización de ropa y artesanías tanto en el mercado local como internacional. Es este hecho el que ha incentivado el desarrollo del turismo desde hace varias décadas.

La economía de los Otavalos es el comercio nacional e internacional de los productos artesanales, la música, el turismo; en pequeña proporción se dedican a la agricultura.

Otra particularidad es la de ser tejedores. Si bien todos los pueblos indígenas habían desarrollado el conocimiento textil, la mayoría de ellos se limitaba a producir para el autoconsumo; por el contrario, la actividad textil es la principal fuente de ingresos.

Existe una gran cantidad de tejedores que utilizan talleres artesanales, pero en los últimos años los procesos se han modernizado, lo que ha incrementado la productividad; además se ha introducido fibras sintéticas en lugar de lana de oveja y diseños no tradicionales, especialmente en la producción destinada al mercado nacional e internacional.

1.2 Análisis del sector turístico

Según datos del Ministerio de Turismo los atractivos de mayor importancia, en la provincia de Imbabura son dos. Uno de éstos atractivos es la laguna de Cuicocha por su buen estado de conservación y rasgos escénicos sobresalientes. El otro atractivo es el mercado artesanal de Otavalo; ésta feria es el principal centro de producción, acopio y comercialización de artesanías de América Latina. La ciudad de Otavalo constituye la cuarta ciudad más visitada del Ecuador. La bondad del clima de diferentes temperaturas, el paisaje y la diversidad natural, cultural y artesanal, hacen de Imbabura un verdadero atractivo para el turista.

1.2.1 Turismo extranjero

En el año 2012 Ecuador recibió 1'116,369 llegadas de visitantes extranjeros, que significa un incremento del 5% con relación al año 2011 en el que ingresaron 1'059,378 visitantes extranjeros, según los datos entregados al Ministerio de Turismo, por la Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional.

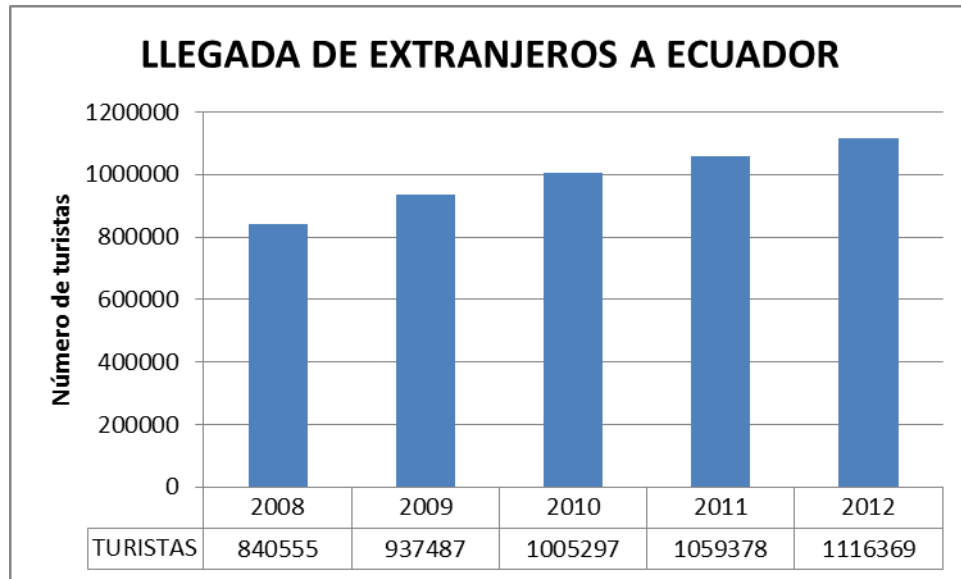


Figura 2. Llegada de extranjeros al Ecuador

Fuente: Anuario de Migración Internacional - INEC.

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas.

Los turistas extranjeros que llegan a Ecuador procedentes de América son de los países de Estados Unidos, Colombia, Perú, Venezuela, Canadá, México, Cuba, Brasil, Chile y Argentina; mientras que los turistas del continente europeo son de España, Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Holanda entre otros.

De acuerdo a la publicación realizada por el Ministerio de Turismo se determinó que el 75% de turistas extranjeros visitan el país por motivos vacacionales, lo que indica que más de la mitad de los que viajan al Ecuador lo hacen por motivos directamente recreacionales, diversión, conocimiento, esparcimiento.

La provincia de Imbabura y la ciudad de Otavalo son puntos estratégicos para la demanda turística nacional. La ciudad de Otavalo recibe un promedio de 250,000 visitantes (turistas y no turistas) al año. El 25% de visitantes que llegan al Ecuador visitan Otavalo.

1.2.2 Turismo interno

Para la obtención de ésta información se tomó como referencia a la encuesta de turismo interno realizada en junio 2002 y julio 2003 (Ministerio de Turismo, 2003), en donde se identifica que el volumen del turismo interno en Ecuador alcanza casi los diez millones de visitantes, de los cuales 3´504.131 (36%) son excursionistas y 6´354.341 (64%) son turistas, con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual. Así mismo, el Ministerio de Turismo determina que los sitios naturales y las playas ocupan el primer lugar y segundo lugar en las preferencias de los turistas nacionales (29,5%), seguidos de lejos por las preferencias de visita a otros sitios y atractivos.

Una razón importante para desarrollar el turismo en Imbabura, es que esta provincia ha sido por tradición turística. Dentro de la misma han destacado sobre todo los cantones de Otavalo y Cotacachi, los cuales han sido principalmente puntos receptivos para el turismo extranjero. Según las empresas turísticas, Otavalo es la localidad más visitada del Ecuador luego de Galápagos y Quito. Al interior del país, la Provincia de Imbabura representa el 13.5% del turismo nacional.

De acuerdo a la Encuesta de Turismo en el año 2002-2003 las Preferencias de actividad de turistas nacionales en ferias y mercados es del 3.8% del turismo nacional.

El turista que visita Imbabura llega atraído por los principales puntos promocionados internacionalmente: mercado artesanal de Otavalo, Cuicocha, Cotacachi y la cultura.

1.3 Identificación del producto

La tela rayada (Hippie) está hecha a base de hilo open end, el cual está elaborado en 100% acrílico, y polialgodón. Este tipo de hilo es elaborado en el Ecuador, principalmente en la ciudad de Quito, en donde se cuenta con las siguientes fabricas: Ponteselva, Ecuahilos y Deltex. El hilo se lo comercializa en Kilos y un kilo de hilo aproximadamente sirve para trece varas de tela.

La característica de este tipo de tela es la combinación de colores que hacen que se pueda obtener un sinnúmero de mezclas con líneas verticales, lo que la hace particular y apreciada sobre todo por turistas extranjeros.

De acuerdo a la investigación realizada en campo, existen aproximadamente diez productores representativos de tela rayada.

La tela es elaborada por pequeños productores de las comunidades de Otavalo y es utilizada como materia prima para la confección de productos como pantalones, camisas y chompas que se comercializan tanto en el mercado local, nacional y extranjero.

La maquinaria utilizada para la fabricación es de segunda mano, la misma que es adquirida de fábricas grandes en donde terminaron su vida útil. Por lo que se observa que no se cuenta con inversión en tecnología nueva.

1.4 Investigación de mercado

1.4.1 Segmentación

El mercado al cual está dirigido el presente proyecto son los productores de prendas de vestir de la ciudad de Otavalo que utilizan como materia prima la tela rayada. En este caso y de acuerdo a información proporcionada por la Asociación de Artesanos de

Otavaló, existen diez microempresas registradas que confeccionan prendas de vestir con dicha tela.

A pesar de que el mercado objetivo ha sido fácilmente identificado, para el presente proyecto se ha determinado la necesidad de estudiar los gustos y preferencias de quienes utilizan el producto final confeccionado, en este caso los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la ciudad de Otavaló durante el año, los mismos que se detallan en la Tabla 1 de acuerdo a lo descrito en el Análisis de Turismo Interno y Externo.

Tabla 1. Turismo nacional y extranjero.

TURISMO NACIONAL	
Turismo Interno	10,000,000
Turismo Imbabura 13.5%	1,350,000
Turismo que visitan mercados 3.8%	51,300
TURISMO EXTRANJERO	
Turismo Extranjero	1,116,369
Turismo Extranjero que llega por vacaciones 75%	837,277
Turistas Extranjeros que visitan Otavaló 25%	209,319
TOTAL DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE OTAVALO	260,619
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas	

La ciudad recibe alrededor de 250,000 turistas anuales (Cámara de Turismo de Otavaló, 2010), y en vista de que sus características son bastante amplias tanto para turistas nacionales como extranjeros de distintos países, no se determinaron las variables geográficas, ni de estatus e ingreso dentro de las variables demográficas. Pero sí se vio factible segmentar a los turistas en las siguientes variables.

1.4.2 Variables demográficas

Edad de consumo:

1 año en adelante

Edad para investigación:

18 - 60 años (personas económicamente

Género:	activas o quienes tienen la decisión de compra en su hogar) (turistas que visitan la ciudad de Otavalo)
	Hombres y Mujeres
Ingresos:	No aplica
Estatus socioeconómico:	No aplica

1.4.3 Variables Psicográficas

Estilo de vida:	Personas que toman vacaciones o realizan viajes de distracción por lo menos una vez al año a la ciudad de Otavalo
------------------------	---

1.4.4 Variables De Comportamiento

Comportamiento:	Personas que acuden a la Plaza de los Ponchos en Otavalo
Sensibilidad al precio:	Baja sensibilidad

Es el caso de las empresas productoras de prendas de vestir a base de tela rayada, las características que deben cumplir a fin de ser considerados como mercado objetivo del presente proyecto son las siguientes:

País:	Ecuador
Provincia:	Imbabura
Ciudad:	Otavalo
Tipo de empresa:	Unipersonal, persona jurídica.
Tamaño de la empresa:	Pequeña, mediana, grande
Tipo de actividad:	Fabricante
Frecuencia de compra:	Constante

1.5 Metodología de la investigación de campo

1.5.1 Encuesta

La encuesta es un instrumento que consiste en obtener información específica mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa.

El uso de esta herramienta será indispensable en el presente trabajo, ya que permitirá conocer los gustos y preferencias de los consumidores finales de los productos elaborados a base de tela rayada. Es por esto que se ha preparado una encuesta de nueve preguntas.

1.5.2 Tamaño de la muestra

Al superar una población de 100.000, se la define como población infinita, conocimiento base para determinar el tamaño de la muestra mediante muestreo probabilístico aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95% y un error del 5%, para lo cual se empleó una prueba piloto de 30 encuestas, realizando la siguiente pregunta:

¿Compra o compraría prendas de vestir confeccionadas con tela rayada?

a) Sí ____

b) No ____

Tabla 2. Resultados de la pregunta piloto.

Cuando visita Otavalo, ¿compra prendas de vestir confeccionadas con tela rayada?			
No.		No.	
1	Si	16	Si
2	Si	17	No
3	Si	18	Si
4	Si	19	Si
5	Si	20	Si
6	Si	21	Si
7	Si	22	Si
8	Si	23	No
9	Si	24	No
10	Si	25	No
11	Si	26	No
12	Si	27	No
13	Si	28	No
14	Si	29	No
15	Si	30	Si
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

Respuestas afirmativas = 22	
Respuestas Negativas = 8	
p = 22/30 = 0.73	
q = 1-p = 0.27	
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas	

1.5.3 Fórmula del cálculo de la muestra

Conociendo que la población es infinita, se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,73)(0,27)}{0,05^2} = 302,87 \cong 303$$

La encuesta fue aplicada en la ciudad de Otavalo, específicamente en la Plaza de Ponchos, lugar donde se realizan compras de los productos artesanales, entre ellas las prendas de vestir; obteniendo la siguiente información.

1.5.4 Interpretación de resultados

Con el propósito de conocer las características demográficas de los encuestados, se establecieron al inicio de ésta, datos informativos como edad, género y tipo de turista. Con lo que pudimos determinar la siguiente información:

Tabla 3. Clase de turistas encuestados.

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
Nacional	194	64%
Extranjero	109	36%
Total	303	100%

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

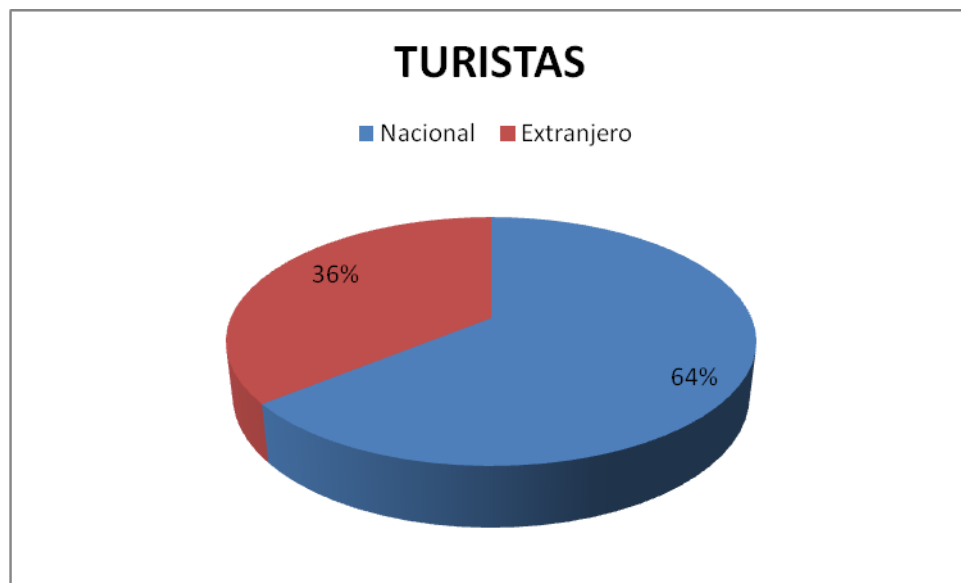


Figura 3. Clase de turistas encuestados.

De las 303 personas encuestadas, 194 personas, que representa el 64%, son turistas nacionales; y 109 personas, que representan al 36%, son personas extranjeras.

Tabla 4. Género de personas encuestadas

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
Femenino	155	51%
Masculino	148	49%
Total	303	100%

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

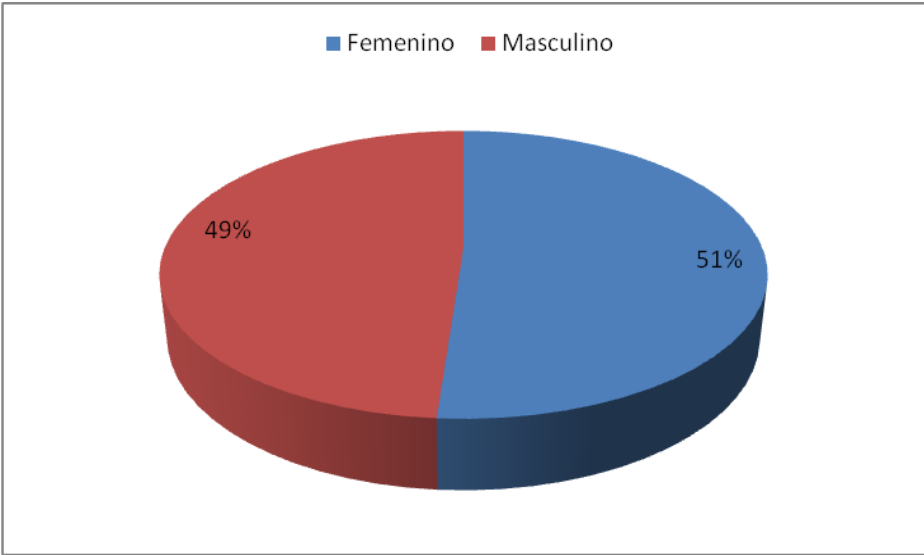


Figura 4. Genero personas encuestadas.

El 51% de personas encuestadas fueron mujeres y el 49%, hombres.

1. ¿Compra o compraría prendas de vestir confeccionados con tela rayada?

Tabla 5. Nivel de aceptación del producto confeccionado.

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
Sí	207	68%
No	96	32%
Total	303	100%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

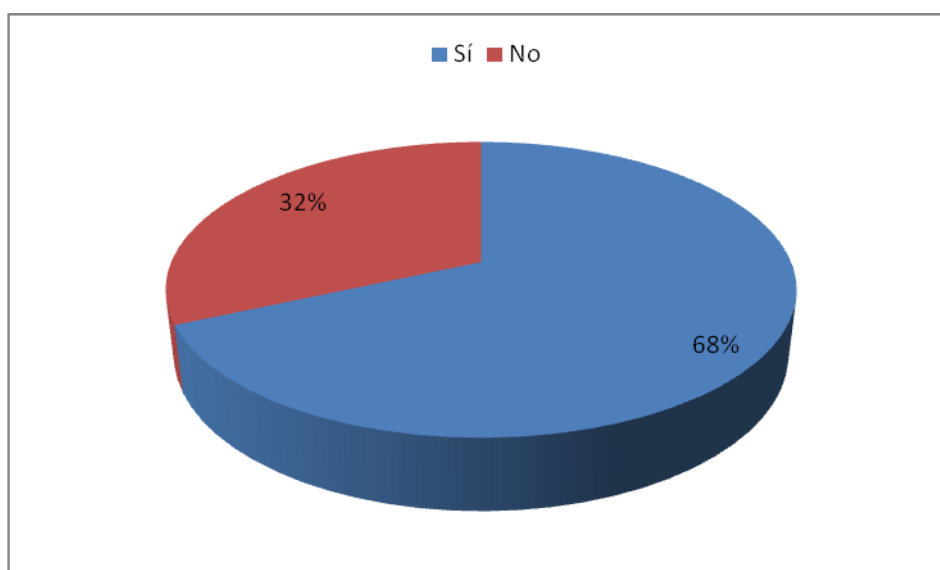


Figura 5. Aceptación del producto confeccionado.

207 Personas, que representan el 68%, respondieron que sí han comprado productos elaborados a base de tela rayada o que si lo harían, mientras que 96 personas no han comprado este tipo de prendas o no están dispuestas a comprarlo. Es decir, que la mayoría de personas que visitan Otavalo adquieren o podrían adquirir productos confeccionados con tela rayada.

2. ¿Qué prendas de vestir ha comprado o desearía comprar confeccionadas con tela rayada?

Tabla 6. Prendas de vestir preferidas por los consumidores.

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
Pantalones	121	45%
Camisas	75	28%
Buzos	54	20%
Pantalinetas	21	8%
Total	271	100%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

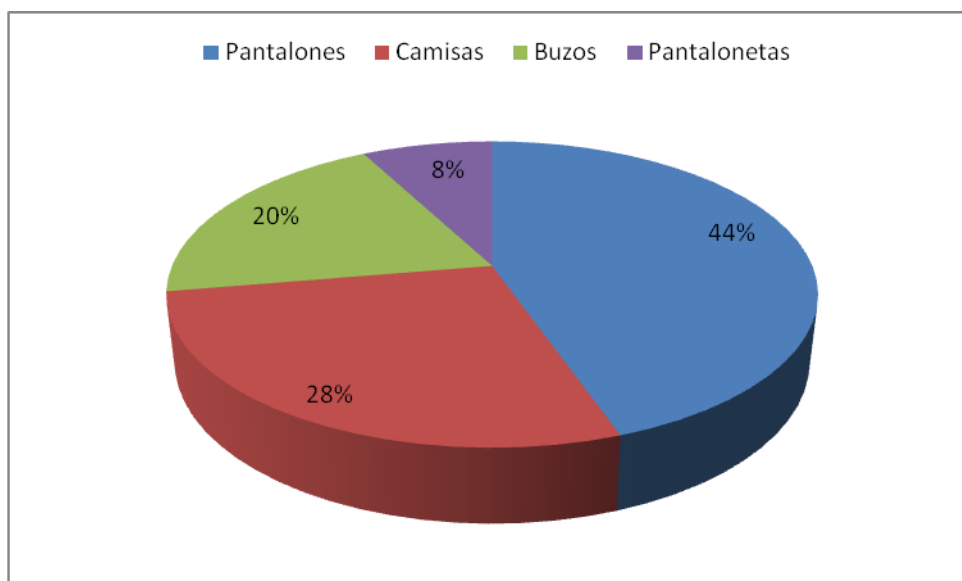


Figura 6. Prendas de vestir preferidas por los consumidores.

De los encuestados, 121 personas han comprado o desearían comprar pantalones confeccionados con tela rayada, 75 personas han comprado o desearían comprar camisas, 54 personas dijeron buzos y finalmente 21 respondieron pantalonetas.

Por lo tanto, podemos decir que el producto con mayor acogida por los consumidores finales son los pantalones, seguido por las camisas, buzos y por último las pantalonetas.

3. De los siguientes, ¿qué color prefiere que resalte en la prenda de vestir elaborada con tela rayada?

Tabla 7. Colores preferidos en las prendas de vestir.

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
Tomate	10	3%
Amarillo	27	7%
Rosa	27	7%
Verde	30	8%
Turquesa	33	8%
Fucsia	35	9%
Rojo	40	10%
Azul	54	14%
Blanco	65	16%
Negro	76	19%
Total	397	100%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

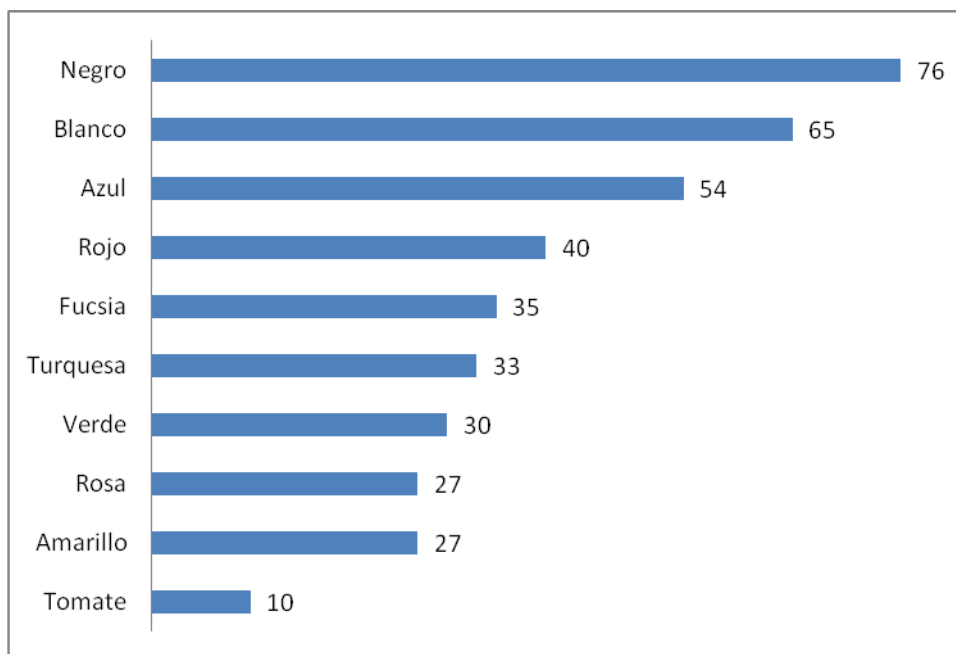


Figura 7. Colores preferidos en las prendas de vestir.

De las opciones presentadas a los encuestados, sobre los colores que prefieren que resalte en las prendas de vestir elaboradas con tela rayada, 76 personas que representan

el 19% prefieren el color negro, 65 personas que representan el 16% eligieron el color blanco, 27 personas que representan el 7% prefieren el amarillo, 40 personas que representan el 10% prefieren el rojo, 54 personas que representan el 14% prefieren el azul, 30 personas que representan el 8% prefieren el verde, 27 personas que representan el 7% prefieren el color rosado, 10 personas que representan el 3% prefieren el color tomate, 35 personas que representan un 9% eligieron el color fucsia y 33 personas que representan el 8% eligieron el turquesa.

Con estos resultados, podemos decir que la mayoría de personas prefiere los colores sobrios como el negro, el blanco, el azul y el rojo al momento de adquirir prendas de vestir elaborados con tela rayada. Así mismo, los colores fuertes como el fucsia, turquesa y verde son preferidos en menor cantidad.

4. ¿Qué características toma en cuenta al momento de comprar este tipo de prendas de vestir?

Tabla 8. Características consideradas por el consumidor al momento de la compra.

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
Combinación de colores	134	48%
Suavidad de la tela	66	24%
Confección	64	23%
Grosor de la tela	13	5%
Total	277	100%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

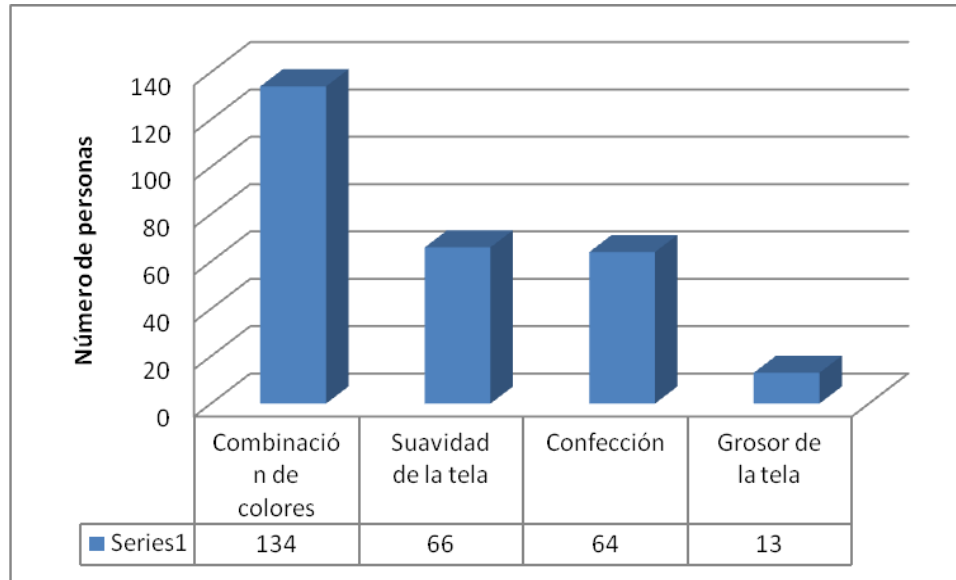


Figura 8. Características consideradas por el consumidor al momento de la compra.

De las personas encuestadas 134 toman en cuenta la combinación de colores, 66 la suavidad de la tela, 64 la confección y 13 el grosor de la tela al momento de comprar prendas de vestir elaboradas con tela rayada.

Con estos resultados podemos observar que uno de los factores más importantes al momento de adquirir el producto son los colores de la prenda, característica que debemos considerar al momento de elaborar la tela. Otro factor importante es la suavidad de la tela, con lo que podemos decir que los materiales a utilizar deben poseer características que den confort al usuario.

5. ¿Para qué ocasión utiliza este tipo de prenda?

Tabla 9. Usos del producto confeccionado.

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
Para la casa	62	22%
Para hacer deporte	36	13%
Para dormir	54	20%
Para la playa	62	22%
Todas las anteriores	62	22%
Total	276	100%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

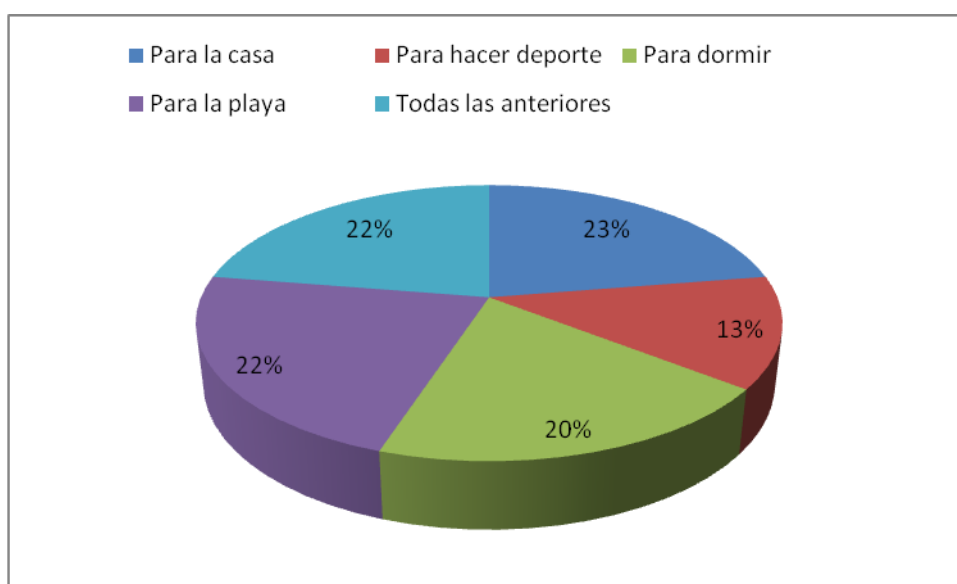


Figura 9. Usos del producto confeccionado.

Con respecto a los usos que el consumidor da a las prendas de vestir elaboradas a base de tela rayada, obtuvimos que: un 22% de las personas las utilizan para la casa y la playa, respectivamente; un 20% utiliza las prendas para dormir, un 13% para hacer deporte; y finalmente un 22% seleccionó todas las opciones propuestas al uso de la prenda.

Las respuestas obtenidas en esta pregunta frente a las opciones presentadas han sido en proporciones similares, lo que nos indica que la tela debe ser de una calidad tal que brinde confort y comodidad al usuario.

6. ¿Con qué regularidad compra usted prendas de vestir confeccionadas con tela rayada?

Tabla 10. Frecuencia de compra

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
Mensual	7	3%
Trimestral	29	14%
Semestral	79	38%
Anual	92	44%
Total	207	100%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

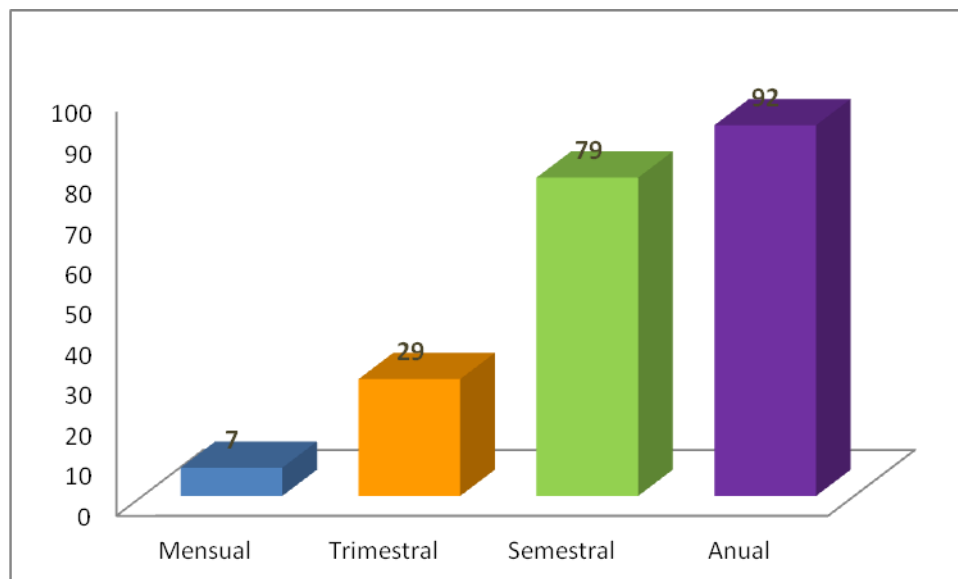


Figura 10. Frecuencia de compra

De las 207 personas que compran prendas de vestir elaboradas con tela rayada, en lo referente a la frecuencia de compra, obtuvimos que el 3% de las personas encuestadas adquieren el producto de forma mensual, un 14% lo adquiere de forma trimestral, un 38% lo adquiere de manera semestral y un 44% adquiere el producto una vez al año.

En base a los resultados obtenidos podemos decir que, el producto es adquirido en su gran mayoría de forma anual, considerando que los turistas extranjeros y nacionales visitan Otavalo por lo menos una vez al año. De igual manera existe un gran porcentaje de consumidores que adquieren el producto dos veces al año, lo cual nos indica que existe demanda de las prendas de vestir.

7. ¿Considera que la tela debe ser más gruesa?

Tabla 11. Característica del grosor de la tela preferida.

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
Sí	51	25%
No	156	75%
Total	207	100%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

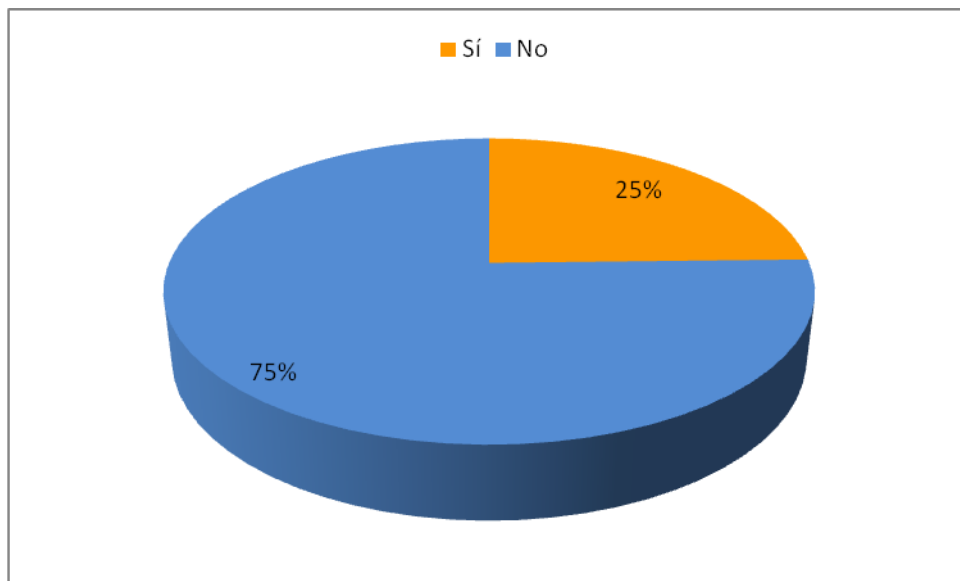


Figura 11. Característica del grosor de la tela preferida.

Esta pregunta fue formulada con la finalidad de conocer si los consumidores requerían un producto de conformación más gruesas de acuerdo a los usos.

De los encuestados 156 personas que representan el 75% contestaron que no requerían que la tela sea más gruesa y 51 personas que representan el otro 25% respondieron que la tela debería der más gruesa.

Con esto podemos decir que la mayoría de la gente está de acuerdo con el grosor de la tela, por lo que no es necesario cambiarlo para poderlo comercializar.

8. ¿Estaría dispuesto a pagar más si la prenda de vestir estuviera confeccionada con una tela más gruesa?

Tabla 12. Disposición de pago.

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
Sí	41	80%
No	10	20%
Total	51	100%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

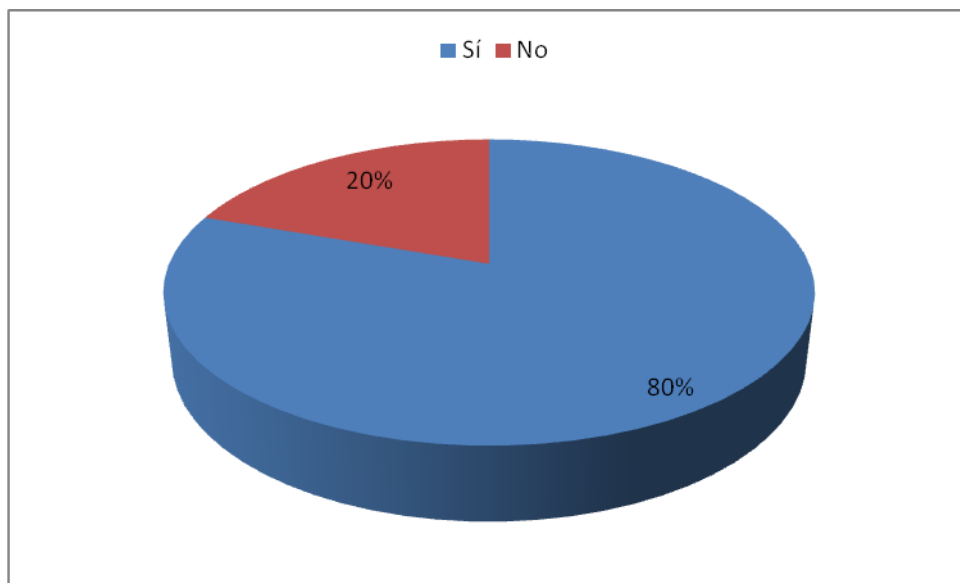


Figura 12. Disposición de pago.

De las 51 personas que consideraron que la tela rayada debe ser más gruesa, el 80% que representa a 41 personas estarían dispuestos a pagar un valor más alto por el producto, en cambio, el 20% restante no pagaría más por un producto confeccionado con una tela más gruesa.

9. ¿Existe alguna característica adicional que le gustaría en la tela rayada?

Tabla 13. Posibilidad de característica adicional en el producto.

Respuestas	Resultados	
	Sumatoria	Porcentaje
No	188	91%
Sí	19	9%
Total	207	100%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

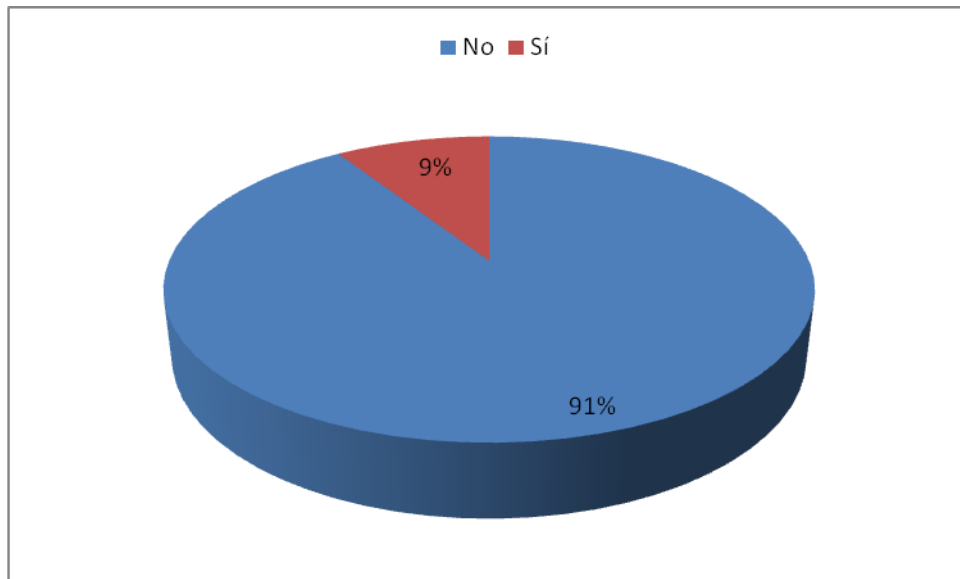


Figura 13. Posibilidad de característica adicional en el producto.

Frente a la pregunta de si existe alguna otra característica que el usuario desearía en la prenda de vestir, 188 personas que representan un 91% respondieron que no requieren de otro tipo de propiedad en el producto, mientras que 19 personas respondieron que sí requieren que la tela presente otras características como:

- Que sea más suave
- Que lleve letras, estampados o brillos
- Que para su elaboración sean utilizados tintes naturales.
- Creación de diseños como cuadrados o simplemente de un solo color
- Mayor combinación de colores

Si bien es cierto que las personas que requieren mayores características en la tela representan a una parte pequeña de los encuestados, las sugerencias realizadas al producto podrían ser consideradas para ofertar más variedad del mismo.

1.6 Análisis de la demanda

La demanda es la cantidad de un bien o servicio que un individuo o grupo está dispuesto a adquirir a un determinado precio en un momento determinado. Además, refleja la voluntad y capacidad económica de adquirir un bien por parte de las personas que tienen una necesidad a ser satisfecha por el consumo de dicho bien.

La demanda de un producto puede ser determinada a través de una función matemática, para lo cual es necesario contar con información y datos históricos.

Para el presente trabajo se determinó la demanda a partir de los datos proporcionados por una empresa productora de prendas de vestir en tela rayada, que proporcionó información sobre las compras de tela realizadas en varas, desde el año 2008 al 2012.

De igual manera, de acuerdo a la Asociación de Artesanos de Otavalo, se obtuvo información del número de productores de prendas de vestir en base a tela rayada.

Tabla 14. Demanda histórica.

Año	Cantidad (En numero de varas)	Número empresas confeccion adoras	Total demanda (En numero de varas)
2008	78,154	6	468,924
2009	99,315	6	595,890
2010	138,780	7	971,460
2011	203,457	9	1,831,113
2012	186,537	10	1,865,369

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

Fuente: Entrevista Juana Chiza

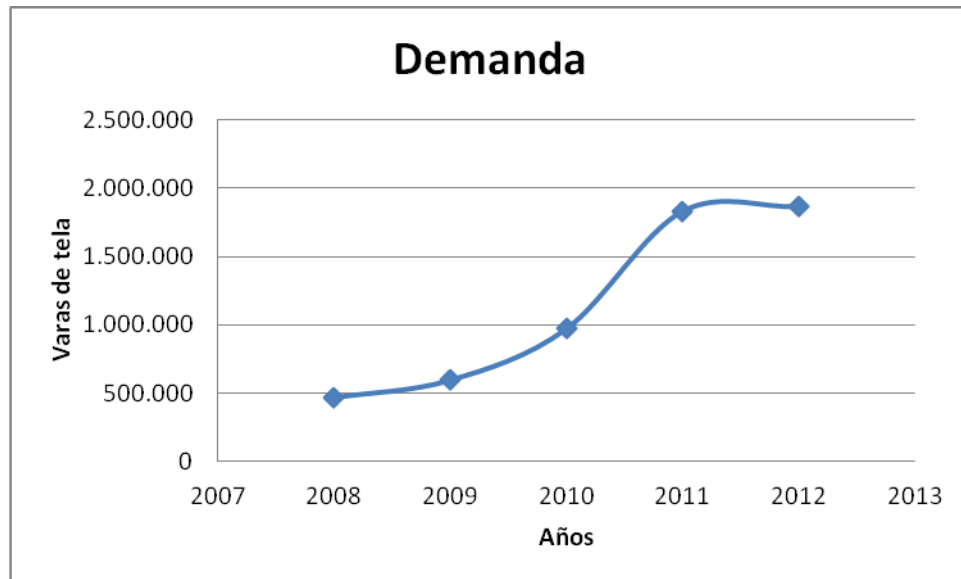


Figura 14. Demanda histórica.

Con la información, se determinó la demanda con el método de regresión lineal.

$$\sum Y = aN + b \sum X$$

$$\sum XY = a \sum X + b \sum X^2$$

Tabla 15. Proyección de la demanda

DEMANDA				
AÑO	X	Y	XY	X2
2008	1	468,924	468,924	1
2009	2	595,890	1,191,780	4
2010	3	971,460	2,914,380	9
2011	4	1,831,113	7,324,452	16
2012	5	1,865,369	9,326,844	25
Sumatoria	15	5,732,756	21,226,380	55
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas				

$$5,732,756 = 5a + 15b \quad (-3)$$

$$\underline{21,226,380 = 15a + 55b}$$

$$-17,198,268 = -15a - 45b$$

$$\underline{21,226,380 = 15a + 55b}$$

$$4,028,112 = 10b$$

$$b = 402,811.20$$

$$5,732,756 = 5a + 15b$$

$$5,732,756 = 5a + 15 (402,811.20)$$

$$a = \frac{15 (402,811.20) - 5,732,756}{5}$$

$$a = 61,883$$

$$y = a + bx$$

$$y = 61,883 + 402,811.20x$$

1.6.1 Demanda futura

Tabla 16. Demanda futura

AÑO	X	Y
2013	6	2,478,750
2014	7	2,881,561
2015	8	3,284,373
2016	9	3,687,184
2017	10	4,089,995

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

1.7 Análisis de la oferta

Se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado.

Ésta se determinó a través de visitas a cuatro productores de tela rayada en las comunidades de Cachicollao, San Juan Alto y Banda; quienes debido a la falta de una organización adecuada, no cuentan con registros de la producción de años anteriores, por lo que se tuvo que levantar información y se determinó las cantidades anuales producidas a partir del año 2007 considerando los siguientes factores:

- a) Una máquina de tejer produce entre 80 y 120 varas diarias, esta cantidad varía en cada caso, por lo que para cada productor se determinó un promedio por día.
- b) Las máquinas operan 5 días a la semana, de lunes a viernes, es decir que al año la producción es de 264 días.
- c) Los productores iniciaron sus operaciones con dos o tres máquinas de tejer, pero cada año incrementaron esta cantidad con nuevas adquisiciones.

Lo anterior se refleja en la información de los siguientes cuadros.

Productor: Félix Maldonado.

Producción promedio diaria: 100 varas por máquina (Maldonado, 2012)

Tabla 17. Producción histórica anual productor Felix Maldonado.

Año	Producción anual c/máquina	No. Máquinas	Producción anual total
2006	26,400	2	52,800
2007	26,400	2	52,800
2008	26,400	3	79,200
2009	26,400	4	105,600
2010	26,400	4	105,600

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

Productor: Magdalena López

Producción promedio diaria: 90 varas por máquina (López, 2012)

Tabla 18. Producción histórica anual productor Magdalena López.

Año	Producción anual c/máquina	No. Máquinas	Producción anual total
2006	23,760	4	95,040
2007	23,760	4	95,040
2008	23,760	4	95,040
2009	23,760	7	166,320
2010	23,760	7	166,320

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

Productor: Segundo Cachimuel

Producción promedio diaria: 110 varas por máquina (Cachimuel, 2012)

Tabla 19. Producción histórica anual productor Magdalena López.

Año	Producción anual c/máquina	No. Máquinas	Producción anual total
2006	29,040	3	87,120
2007	29,040	3	87,120
2008	29,040	3	87,120
2009	29,040	3	87,120
2010	29,040	3	87,120
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

Productor: Luis Roberto Anrango

Producción promedio diaria: 100 varas por máquina (Anrango, 2012)

Tabla 20. Producción histórica anual productor Luis Roberto Anrango.

Año	Producción anual c/máquina	No. Máquinas	Producción anual total
2006	26,400	4	105,600
2007	26,400	4	105,600
2008	26,400	4	105,600
2009	26,400	8	211,200
2010	26,400	8	211,200
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

La información obtenida en las Tablas 17, 18, 19 y 20 se resume de la siguiente manera. Pero debido a que los datos con los que se contaba eran hasta el año 2011, fue necesario proyectar el dato del año 2012, mediante el método de regresión lineal.

Tabla 21. Resumen de oferta histórica.

AÑO	PROVEEDOR A FELIX MALDONADO	PROVEEDOR B MAGDALENA LOPEZ	PROVEEDOR C SEGUNDO CACHIMUEL	PROVEEDOR D LUIS ROBERTO ANRANGO	TOTAL
2008	52,800	95,040	87,120	105,600	340,560
2009	79,200	95,040	87,120	105,600	366,960
2010	105,600	166,320	87,120	211,200	570,240
2011	105,600	166,320	87,120	211,200	570,240
2012	107,174	168,799	88,419	214,348	578,741

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

La Tabla 21 muestra la producción de cuatro proveedores durante los últimos cinco años, pero para poder estimar información más real, se determinó la producción mediante una regla de tres, considerando el número de productores en cada año, de la siguiente manera:

Tabla 22. Número de productores de tela rayada.

Año	Número de Productores tela	Oferta
2008	4	340,560
2009	5	458,700
2010	7	997,920
2011	9	1,283,040
2012	10	1,446,852

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

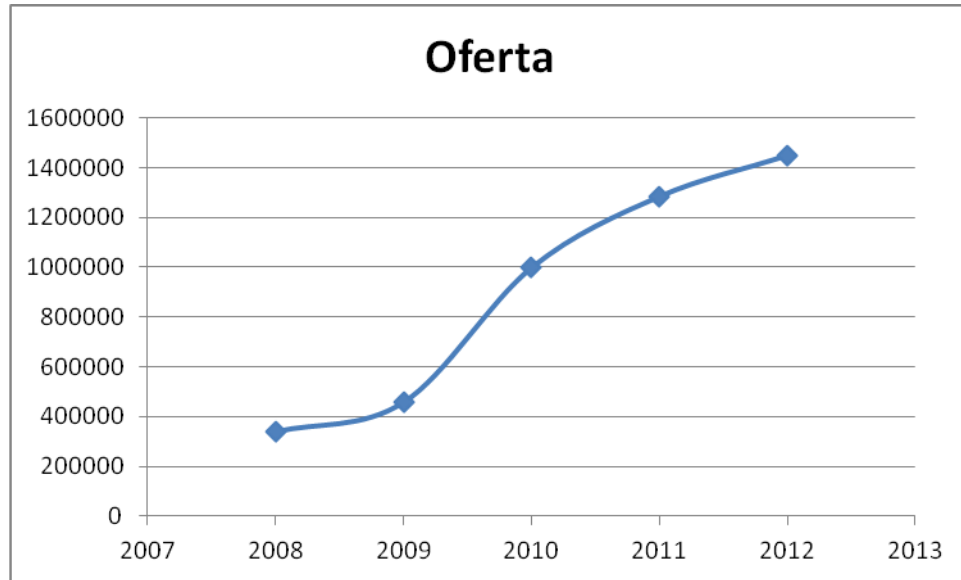


Figura 15. Oferta histórica de tela rayada

Con los datos obtenidos, se proyectó la oferta para los próximos 5 años, como se indica en la Tabla 24.

Tabla 23. Proyección de la oferta.

OFERTA				
AÑO	X	Y	XY	X²
2007	1	340,560	340,560	1
2008	2	458,700	917,400	4
2009	3	997,920	2,993,760	9
2010	4	1,283,040	5,132,160	16
2011	5	1,446,852	7,234,260	25
Sumatoria	15	4,527,072	16,618,140	55
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas				

$$\sum Y = aN + b \sum X$$

$$\sum XY = a \sum X + b \sum X^2$$

$$4,527,072 = 5a + 15b \quad (-3)$$

$$\underline{16,618,140 = 15a + 55b}$$

$$-13,581,216 = -15a - 45b$$

$$\underline{16,618,140 = 15a + 55b}$$

$$3,036,924 = 10b$$

$$b = 303,692.40$$

$$4,527,072 = 5a + 15(303,692.40)$$

$$5,732,756 = 5a + 15(303,692.40)$$

$$a = \frac{15(303,692.40) - 5,732,756}{5}$$

$$a = 5,662.80$$

$$y = a + bx$$

$$y = 5,662.80 + 303,692x$$

1.7. 1 Oferta futura

Tabla 24. Oferta Futura

Año	X	Y
2013	6	1,827,817
2014	7	2,131,510
2015	8	2,435,202
2016	9	2,738,894
2017	10	3,042,587

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

1.8 Demanda insatisfecha

Tabla 25. Demanda Insatisfecha

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	1,827,817	2,478,750	650,933
2014	2,131,510	2,881,561	750,052
2015	2,435,202	3,284,373	849,171
2016	2,738,894	3,687,184	948,289
2017	3,042,587	4,089,995	1,047,408

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

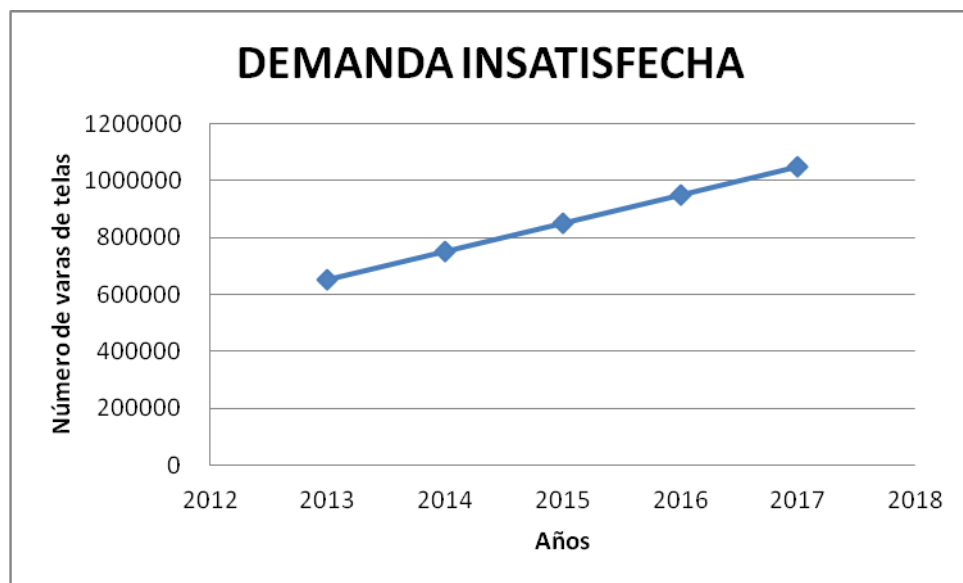


Figura 16. Demanda Insatisfecha.

CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO

A través del estudio técnico se busca conocer la localización, el tamaño óptimo del proyecto y la descripción del proceso de producción, que permitan el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de la tela rayada. A la vez que, permite tener una valoración económica de las variables técnicas y una apreciación aproximada de los recursos necesarios para el proyecto, e información necesaria para el estudio económico.

2.1. Determinación del tamaño del proyecto

Siempre que se trate de establecer el tamaño más adecuado de un proyecto se deberá apelar a la información disponible en torno al mercado, al proceso productivo, a la localización, a la disponibilidad de insumos y otros factores que serán considerados más o menos relevantes dependiendo del proyecto de que se trate; de todos modos, a la dimensión definitiva se llegará mediante un proceso de aproximaciones sucesivas. (Miranda Miranda, 2005)

De acuerdo a los siguientes factores se irá limitando y planteando la mejor alternativa para definir el tamaño del proyecto:

Mercado

A través del estudio de mercado, se determina si existe o no una demanda potencial y en qué cantidad, para determinar el tamaño del proyecto.

Para el año 2013 la demanda insatisfecha es de 650,933 varas de tela, capacidad que puede o no cubrirse de acuerdo a los recursos disponibles, tales como son los económicos, materiales y técnicos.

Disponibilidad de insumos

La disponibilidad del insumo principal para la producción de tela rayada es el hilo open end el mismo que está hecho a base de acrílico y polialgodón. Este tipo de hilo es elaborado principalmente en la ciudad de Quito, en donde se cuenta con las siguientes fábricas: Indutexma, Ecuahilos y Delltex. Sin embargo para la facilidad de almacenaje, transporte y cercanía en la obtención de la materia prima se prefiere comprar en la ciudad de Otavalo, ya que existen almacenes distribuidoras de las empresas indicadas anteriormente.

De acuerdo a datos proporcionados por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, la empresa Delltex produce de 30 a 40 toneladas de hilo acrílico al mes, la misma que varía de acuerdo al número de pedidos que los clientes realizan a la empresa; por lo tanto la disponibilidad de insumos es constante durante todo el año. Sin embargo, con los proveedores se puede llegar a un acuerdo para la obtención de buenos precios, disponibilidad de materia prima e incluso promociones especiales. (Baldeón, 2012)

Financiamiento y aspectos técnicos

Para iniciar las actividades de la empresa, mediante un enfoque conservador y teniendo en cuenta el limitante económico para invertir en el negocio, se planificó cubrir el 11.06% de la demanda insatisfecha tomando como base el año 2013, produciendo 100 varas diarias, los 240 días del año, teniendo un aproximado de producción anual de 72,000 varas, trabajando de lunes a viernes.

Tamaño óptimo de proyecto

Tabla 26. Tamaño Óptimo de Proyecto.

Año	Demanda Insatisfecha	Produccion Anual con 3 maquinas	% de la Demanda Insatisfecha
1	650,933	72,000	11.06
2	750,052	144,000	19.20
3	849,171	216,000	25.44
4	948,289	216,000	22.78
5	1,047,408	216,000	20.62

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

Una vez analizados los factores de mercado, disponibilidad de insumos, financiamiento y aspectos técnicos, se consideró que “cada telar de marca Picayol puede producir 100 varas de tela por día” (Guerini, 2012). Por lo que se obtendrá una producción anual de 72,000 varas de tela rayada, la misma que representa el 11.06% de la demanda insatisfecha.

Manteniendo un escenario conservador, el primer año se trabajará al 33% de la capacidad instalada con 8 horas de trabajo, cinco días a la semana, lo que representa una producción de 72,000 varas al año, para el segundo año se planifica trabajar en dos turnos y de esta forma utilizar el 66% de la capacidad instalada, obteniendo así una producción anual de 144,000 varas; y, finalmente el tercer año producir 216,000 varas, trabajando con tres turnos, utilizando el 100% de la capacidad instalada.

2.2 Análisis de la localización del proyecto

La localización de la planta obedece a un estudio preliminar para determinar el sitio viable, seleccionando aquellas opciones que parezcan compatibles con los requerimientos generales a tomar en cuenta en este tipo de empresas para luego, gracias al análisis detallado realizar la selección más apropiada.

El objetivo que se persigue investigar en la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia, lo que constituye un elemento fundamental y de consecuencias a largo plazo ya que una vez instalada la empresa es difícil cambiar de domicilio.

Por tanto se deben tomar en cuenta variables de costos, técnica, legal, social, logística y ambiental como las que se mencionan a continuación:

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costos de mano de obra.
- Cercanía a las fuentes de abastecimiento.
- Factores Ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.

En la localización de la empresa se consideran dos aspectos básicos:

- Localización a nivel macro
- Localización a nivel micro

2.2.1. Localización del proyecto

Para la ubicación de la fábrica se cuenta con dos opciones de localización, en Peguche y Quichinche, donde se cuenta con terrenos de características similares. Mediante un análisis de las condiciones de los sectores dónde se encuentran los terrenos y, a través del método cualitativo por puntos, se realizará la calificación de factores influyentes en la localización y la determinación de la mejor alternativa.

Tabla 27. Información de los terrenos.

País	Ciudad	Sector	Barrio	Dimensiones	Avalúo
Ecuador	Otavaló	Noroeste	Peguche	300 m ²	9000
Ecuador	Otavaló	Oeste	Quichinche	300 m ²	4500
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

Tabla 28. Determinación de la localización del proyecto.

FACTORES	PONDERACIÓN	PUNTAJE	PEGUCHE	PUNTAJE	QUICHINCHE
Cercanía a los proveedores de materia prima	0.25	8	2	5	1.25
Cercanía a los clientes	0.2	9	1.8	6	1.2
Disponibilidad de mano de obra	0.15	10	1.5	10	1.5
Costo del terreno	0.05	7	0.35	10	0.5
Disponibilidad de servicios básicos	0.18	9	1.62	7	1.26
Infraestructura adecuada (vías, comunicaciones, etc.)	0.14	9	1.26	7	0.98
Seguridad	0.03	10	0.3	7	0.21
TOTAL	1		8.83		6.9
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

2.2.1.1 Factores de localización

Cercanía de los proveedores de materia prima

La materia prima es el hilo acrílico, fabricado en la ciudad de Quito, la misma que es distribuida en Otavaló a través de sus distribuidoras ubicadas a 5 minutos de la comunidad de Peguche y a 15 minutos de la comunidad de Quichinche. (Baldeón, 2012)

Cercanía a los mercados

De acuerdo a la cadena de distribución determinada anteriormente, el objetivo es llegar a los productores de prendas de vestir a base de tela rayada, que se encuentran situados en la ciudad de Otavaló, así como a posibles compradores, que dan a la tela otros usos, como cortinas o manteles en hosterías o lugares turísticos.

Debido a que es una empresa nueva y a pesar de que algunos de los actuales compradores acostumbran adquirir el producto directamente en los lugares de

fabricación de la tela, es necesario ofrecer el producto directamente hasta que éste sea conocido entre los clientes.

Con estos antecedentes podemos decir que la distribución del producto se dará únicamente en la ciudad de Otavalo, de forma que, la cercanía al mercado objetivo es un factor importante.

Disponibilidad de mano de obra

La mano de obra para la producción de tela rayada debe tener experiencia en procesos de tejeduría similares. En vista de que tanto Otavalo como Quichinche son sectores en los que por tradición se han dedicado a la tejeduría, ambos sectores cuentan con personas con conocimientos en el tipo de producción que nos interesa.

La ubicación en cualquiera de las dos alternativas permite contar con personas que viven en la misma zona.

Costo del terreno

El avalúo del terreno en la parroquia de Peguche es de 30 dólares el metro cuadrado, para el presente proyecto se requiere un total de 300 m², lo que constituye una inversión de 9000 dólares. En cambio, en la zona de Quichinche el valor del metro cuadrado es de 15 dólares, por lo que la inversión requerida sería de 4500 dólares. (Tarquino, 2012)

Disponibilidad de servicios

La parroquia de Peguche cuenta con los siguientes servicios: alcantarillado, luz, teléfono e internet. La zona de Quichinche cuenta con alcantarillado y luz.

Infraestructura adecuada (vías, comunicaciones, etc.)

La parroquia de Peguche cuenta con tres vías de acceso y el terreno está ubicado en una de las vías, por dónde cada veinte minutos circulan dos líneas de buses. Mientras que Quinchinche cuenta con una vía de acceso y existe una línea de buses, pero que no realiza recorridos frecuentes.

Seguridad

Cerca a la comunidad existe una Unidad de Policía Comunitaria, en donde hay vigilancia y agentes de policía permanentes.

De acuerdo al análisis realizado, conforme a los factores considerados, podemos decir que la comunidad de Peguche es la mejor opción para la ubicación del proyecto.

2.2.2 Plano de microlocalización

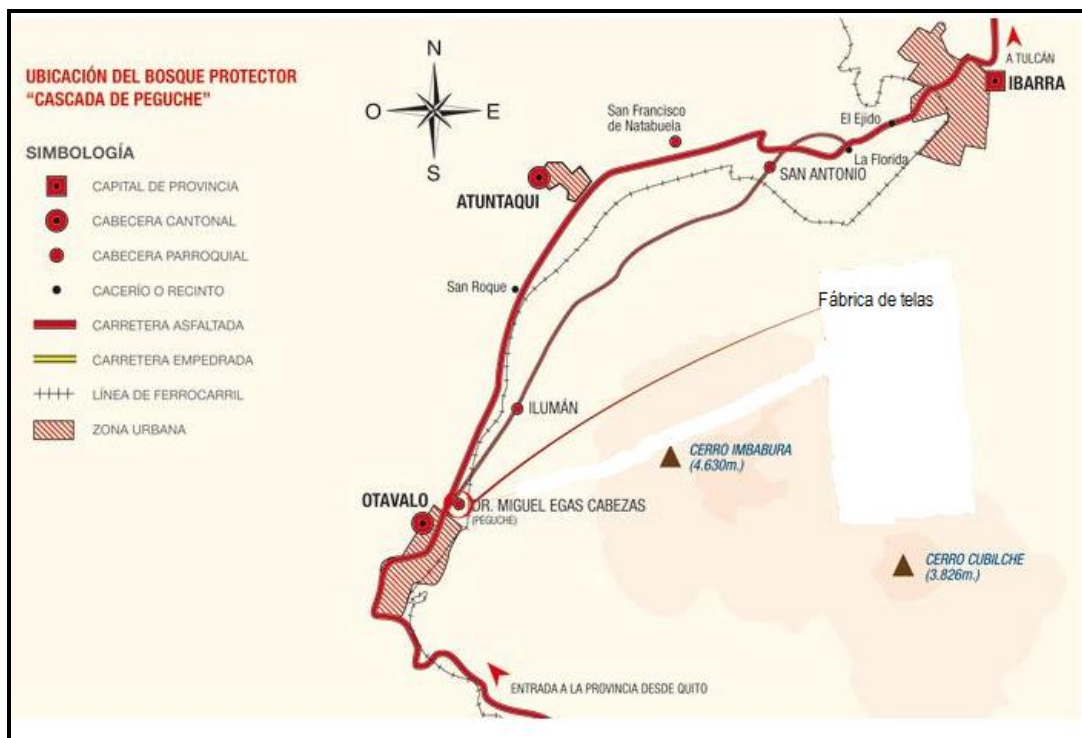


Figura 17. Microlocalización

2.2.3 Distribución de la Planta

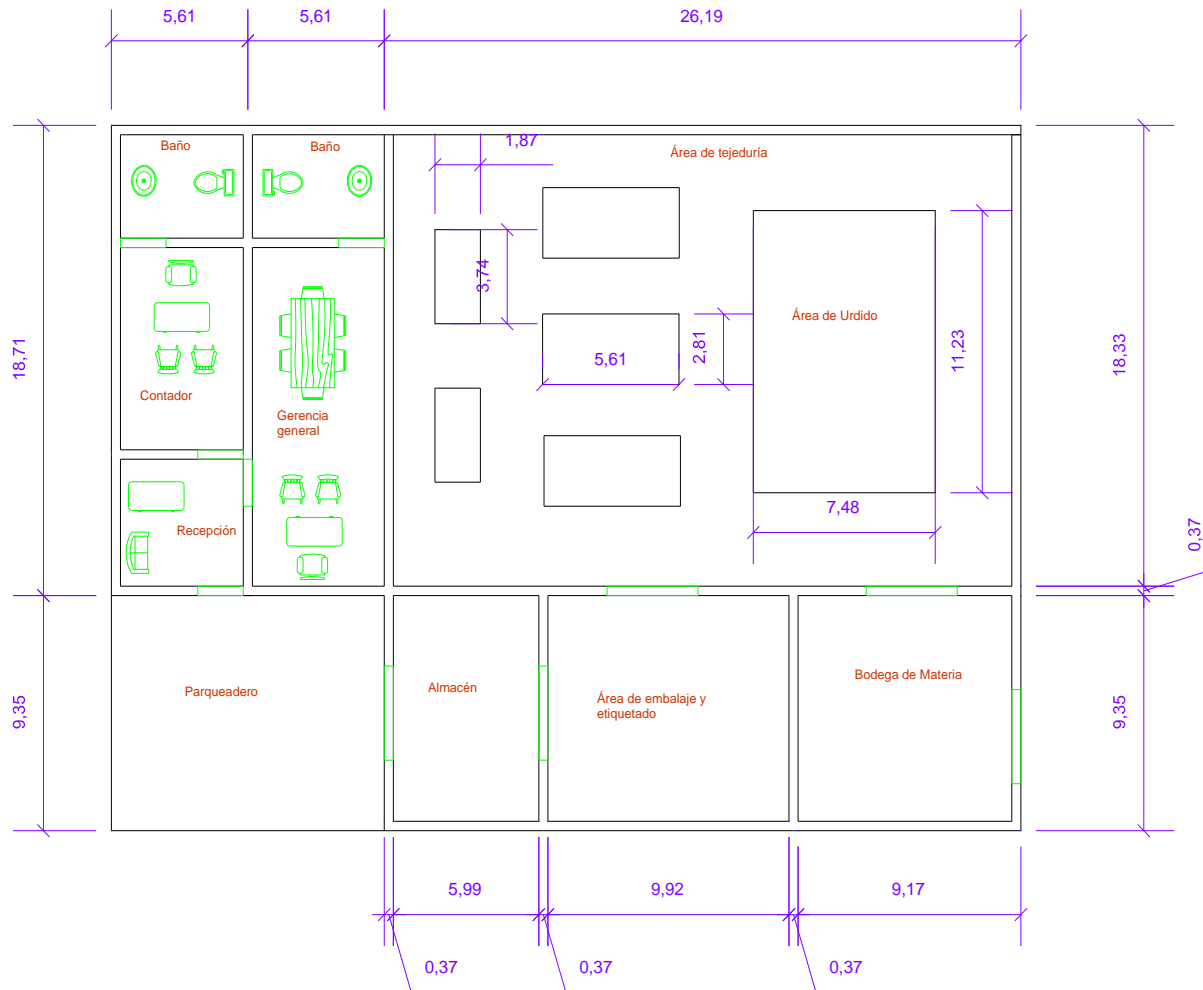


Figura 18. Plano de la planta de producción.

2.4 Ingeniería del Proyecto

2.4.1. Diagrama de Flujo

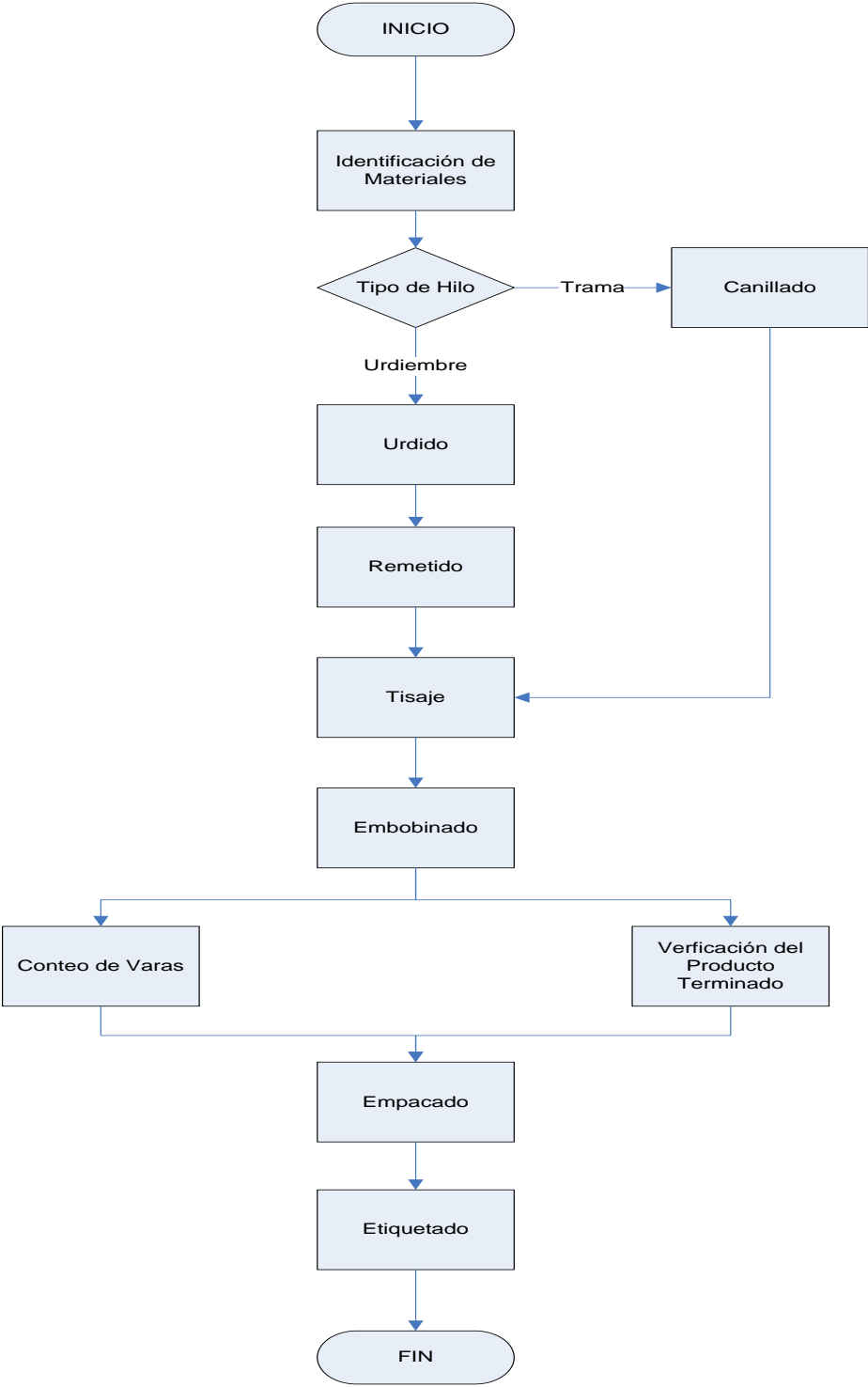


Figura 19. Diagrama del proceso productivo.

2.4.2 Descripción del proceso de producción

La reproducción de un tejido no puede realizarse de una manera rigurosa, porque los métodos de análisis son más empíricos que científicos. Aun así, es necesario tener en cuenta la identificación de la cara del mismo y luego poder diferenciar los hilos de urdimbre de los de trama.

El proceso productivo de tela rayada está conformado, principalmente, por los procesos de urdido, remetido, embobinado y tisaje. A continuación se detalla el proceso.

Selección de color de hilos.

Este paso consiste en seleccionar los colores de los hilos que forman el diseño de la tela, que puede ser desde dos colores o más. (Maldonado, 2012)

Urdido



Figura 20. Máquina urdidora.

Consiste en el arrollamiento de hilos en paralelo sobre el plegador en el deseado número y densidad. Estos, conformarán la urdimbre para el tisaje (tejido).

La máquina consta de dos partes principales:

- Fileta
- Cabezal de recogida

En la fileta se colocan las bobinas de hilo que han de ser sometidas a dicho proceso. El número de ellos es variable, pero normalmente oscila entre 1,170 y 1,530.

El hilo de cada bobina se hace pasar por tensores y guía- hilos, hasta hacerlos juntar en “peines”, de forma que se sitúen todos ellos en paralelo y que de esta manera se pase al cabezal de recogida, que tiene forma de un carrete.

En la máquina se puede urdir de 1,000 a 1,200 varas de tela en tres horas (Maldonado, 2012)

Canillado

Los hilos que se utilizan para la trama deben pasar por el canillado, que consiste en pasar del cono de hilo a un cono más pequeño, que será colocado en la máquina tejedora (Maldonado, 2012)

Remetido

Llamado también pasadura, es un conjunto de operaciones que consisten en pasar los hilos de urdimbre a través de los elementos del telar, este proceso lleva un día para realizarse, por un obrero así tenemos: (Maldonado, 2012)

- El pase del hilo a través del ojal de los lizos.
- El pase del hilo a través de los dientes del peine.
- El colocado de las horquillas u horquillado.

Tisaje

Este proceso consiste en la transformación de series de hilos en una superficie uniforme, por el entrecruzamiento de 2 hilos ortogonales (trama y urdimbre), de acuerdo con un patrón o modelo prefijado.

Durante el tisaje (tejeduría plana o de calada), los hilos de la urdimbre están sujetos a esfuerzos de tracción, flexión y abrasión, por diferentes elementos y órganos del telar.

Al desenrollarse del plegador de urdimbre A, los hilos pasan primero por el rodillo guía-hilo B. Luego, pasan por la zona de las horquillas del mecanismo para urdimbre, donde cada hilo pasa por una horquilla. En esta zona, los hilos sufren alguna fricción, aunque ligera, contra las horquillas metálicas. De las horquillas, los hilos pasan a la zona de los cuadros y lizos. Cada hilo pasa por el ojal de un lizo metálico. Los hilos tensados sufren en esta zona los bruscos movimientos de los lizos necesarios para la formación de la calada el roce con el ojal de su lizo y el roce con los lizos adyacentes (Maldonado, 2012)

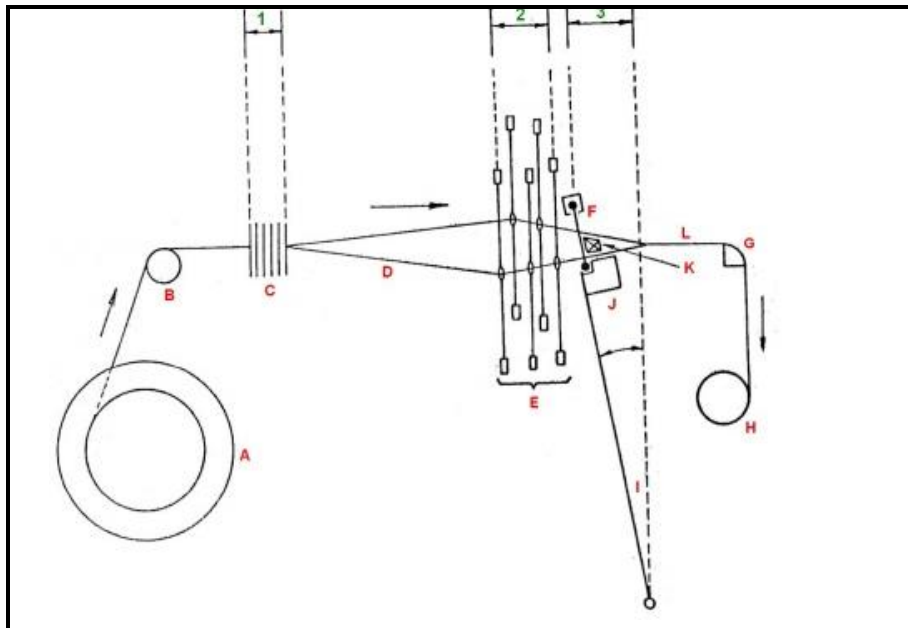


Figura 21. Grafica del proceso de tisaje.

Embobinamiento

Mientras la tela se va formando, ésta se enrolla en un tubo metálico.

Conteo y verificación control de calidad

Una vez que la tela está lista, se cuenta el número de varas elaboradas, cabe indicar que una vara corresponde a 0.85 centímetros. Mientras se realiza este proceso se verifica si el tejido es correcto, en caso de que no sea así, se corta la parte que corresponda. (Maldonado, 2012)

Procesos de empaque

Y finalmente, la tela será doblada y etiquetada para su comercialización.

2.5 Programa del producto

2.5.1 Requerimiento de mano de obra.

Para poner en marcha la planta, se requiere personal tanto para las áreas administrativas como operativas, conforme al siguiente detalle:

Tabla 29. Requerimiento de personal administrativo.

Cargo	Nro.	Sueldo	Total Anual
Gerente General	1	800	9,600
Responsable de Ventas	1	500	6,000
Asistente Administrativa Financiera	1	380	4,560
Conserje	1	318	3,816
TOTAL	4	1998	23976
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

Tabla 30. Requerimiento de personal área operativa.

Cargo	Nro.	Sueldo	Total Anual Sueldos
Supervisor de Producción	1	550	6,600
Operario 1	1	400	4,800
Operario 2	1	400	4,800
TOTAL	3	1350	16,200
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

2.5.2 Requerimiento de maquinaria

La maquinaria que se requiere para cubrir la demanda a satisfacer se detalla en la Tabla 31.

Tabla 31. Requerimiento de maquinaria

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Canilladora	2	500	1,000
Urdidora	1	2,500	2,500
Tejedoras	3	2,000	6,000
TOTAL	6	5,000	9,500
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

2.5.3 Requerimiento de equipo de oficina

Tabla 32. Requerimiento de equipo de oficina.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Teléfonos	3	65	195
TOTAL	3	65	195
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

2.5.4 Requerimiento de muebles y enseres

Tabla 33. Requerimiento de muebles y enseres.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorios	5	150	750
Sillas Giratorias	5	70	350
Archivadores aéreos	5	95	475
Sillas	5	100	500
TOTAL			2,075
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

2.5.5 Requerimiento de equipo de computación

Tabla 34. Requerimiento de equipo de computación.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computador	5	845	4,225
Impresora Multifunción	1	70	70
TOTAL			4,295
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

2.5.6 Requerimiento de materia prima

Nuestra principal materia prima es el hilo, en nuestro país la producción de hilados sirve para autoconsumo de las empresas del sector textil y para la provisión de productores de tejido.

Las empresas productoras de hilados se encuentran en las provincias de:

Pichincha:

DELLTEX INDUSTRIAL S.A
ENKADOR S.A
HILACRYL S.A.,
HILTEXPOY S.A.
PONTE SELVA INDUSTRIA PIOLERA S.A.
TEXTILES GUALILAHUA S.A.
TEXTILES LA ESCALA S.A.
TEXTILES TEXSA S.A.

Tungurahua:

TEXTIL SANTA ROSA C.A.
TEXTILES INDUSTRIALES AMBATEÑOSTEIMSA S.A.
EL PERAL.

Azuay:

PASAMANERIA S.A.

Guayas:

HILANDERIAS UNIDAS S.A.

2.5.7 Requerimiento de materia prima

Tabla 35. Requerimiento de materia prima e insumos

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Hilo (kg)	5,538	6.85	37,938.46
Aceite de máquinas	12	15.00	180.00
TOTAL		21.85	38,118.46
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

2.5.8 Requerimiento de ropa industrial.

Tabla 36. Requerimiento de ropa industrial.

Descripción	Cantidad	Precio Unit.	Total
Mandiles de trabajo	3	20	60
Gafas protectoras	4	3	12
Protector auditivo	4	50	200
TOTAL			272
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

2.5.9 Estimación de costos de inversión en activos fijos

Tabla 37. Activos fijos requeridos.

Detalle	Precio
Maquinaria	9,500.00
Muebles y enseres	2,075.00
Equipo de oficina	195.00
Equipo de computación	4,295.00
Terreno	9,000.00
Edificio	45,000.00
Total	70,065.00
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas	

CAPÍTULO III

ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

Toda empresa debe acogerse a las normas establecidas en la legislación ecuatoriana vigente y funcionar de manera lícita, y a la vez puede acceder a ciertos beneficios de protección estatal, tales como incentivos crediticios, arancelarios, tributarios, entre otros.

Cuando se crea una empresa existe una serie de requisitos que se deben cumplir, en los que es necesario detallar: razón social, domicilio fiscal, socios, objetivo de la empresa, volumen de capital social inicial, número de acciones o participaciones en los que se divide el capital social, tiempo de duración de la empresa, normas estatutarias de la sociedad, entre otros.

En la constitución legal de una empresa intervienen varias entidades como la Superintendencia de Compañías, el Servicio de Rentas Internas, las Notarías, los Municipios y otros organismos que conceden permisos. Para lo cual en la ciudad de Otavalo, se cuenta con la Ventanilla Única Empresarial como apoyo al sector empresarial, y que facilita la constitución de compañías, al integrar en un solo lugar, el Municipio de Otavalo, a la mayoría de los organismos relacionados con la creación de empresas.

3.1 Tipo de empresa

De acuerdo a la Ley de Compañías en el país existen cinco especies de compañías de comercio, que se encuentran bajo la vigilancia de la Superintendencia de Compañías:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,

- La compañía de economía mixta.

De los tipos de compañías indicadas, la constitución de la empresa se realizará bajo las leyes, normas y reglamentos que rigen a las compañías anónimas o sociedades anónimas. La elección de este tipo de empresa es debido a que se maneja por acciones, el número de socios es ilimitado y la responsabilidad de cada uno de ellos es por el monto de sus aportaciones. Lo que permitirá incrementar los socios de acuerdo al crecimiento del negocio y es una manera económica y práctica de reunir capitales para ampliar este proyecto en los siguientes años.

SECCIÓN I

Disposiciones generales

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. Si las compañías tuvieren sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 13.- Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en

el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto. La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones. Sin embargo, la falta de inscripción no podrá oponerse a terceros, por quien hubiere obrado en calidad de administrador.

En el contrato social se estipulará el plazo para la duración del cargo de administrador que, con excepción de lo que se refiere a las compañías en nombre colectivo y en comandita simple, no podrá exceder de cinco años, sin perjuicio de que el administrador pueda ser indefinidamente reelegido o removido por las causas regales.

En caso de que el administrador fuere reelegido, estará obligado a inscribir el nuevo nombramiento y la razón de su aceptación.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Sección VI

a) De la compañía anónima

Concepto, características, nombre y domicilio

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

b) De la capacidad

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere la capacidad civil para contratar.

Las personas jurídicas nacionales pueden ser fundadoras o accionistas en general de las compañías anónimas, pero las compañías extranjeras solamente podrán serlo si sus capitales estuvieren representados únicamente por acciones, participaciones o partes sociales nominativas, es decir, expedidas o emitidas a favor o a nombre de sus socios, miembros o accionistas, y de ninguna manera al portador.

c) De la Fundación de la Compañía

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de fundación o de constitución definitiva, según el caso, será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezca a una entidad del sector público. En los casos de la constitución simultánea, todos los socios fundadores deberán otorgar la escritura de fundación y en ella estará claramente determinada la suscripción íntegra del capital social.

Tratándose de la constitución sucesiva, la Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución definitiva de una compañía, comprobará la suscripción formal de las acciones por parte de los socios, según los términos de los correspondientes boletines de suscripción.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada en numerario del capital social se incorporará a la escritura de fundación o de constitución definitiva, según el caso.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;

2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

En caso de que una sociedad extranjera fuere fundadora de una compañía anónima, en la escritura de fundación deberán agregarse una certificación que acredite la existencia legal de dicha sociedad en su país de origen y una lista completa de todos sus miembros, socios o accionistas, con indicación de sus nombres, apellidos y estados civiles, si fueren personas naturales, o la denominación o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, sus nacionalidades y domicilios. La antedicha certificación será concedida por la autoridad competente del respectivo país de origen y la lista referida será suscrita y certificada ante Notario Público por el secretario, administrador o funcionario de la prenombrada sociedad extranjera, que estuviere autorizado al respecto, o por un apoderado legalmente constituido. La certificación mencionada será apostillada o autenticada por Cónsul ecuatoriano, al igual que la lista antedicha si hubiere sido suscrita en el exterior.

Art. 151.- Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución.

La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 152.- El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

Art. 153.- Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse.

La escritura contendrá además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;

- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h) El domicilio de la compañía.

Art. 156.- Suscrito el capital social, un notario dará fe del hecho firmando en el duplicado de los boletines de suscripción.

Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía.

Dicha junta general se ocupará de:

- a) Comprobar el depósito bancario de las partes pagadas del capital suscrito;
- b) Examinar y, en su caso, comprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubieren obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a votar con relación a sus respectivas aportaciones en especie;
- c) Deliberar acerca de los derechos y ventajas reservados a los promotores;
- d) Acordar el nombramiento de los administradores si conforme al contrato de promoción deben ser designados en el acto constitutivo; y,
- e) Designar las personas que deberán otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.

Art. 157.- En las juntas generales para la constitución de la compañía cada suscriptor tendrá derecho a tantos votos como acciones hayan de corresponderle con arreglo a su aportación. Los acuerdos se tomarán por una mayoría integrada, por lo menos, por la cuarta parte de los suscriptores concurrentes a la junta, que representen como mínimo la cuarta parte del capital suscrito.

f) Del capital y de las acciones

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso deberá ser informado a la Superintendencia de Compañías.

Art. 161.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Art. 166.- La suscripción se hará constar en boletines extendidos por duplicado, que contendrán:

1. El nombre de la compañía para cuyo capital se hace la suscripción;
2. El número de registro del contrato social;
3. El nombre, apellido, estado civil y domicilio del suscriptor;
4. El número de acciones que suscribe, su clase y su valor;

5. La suma pagada a la fecha de suscripción, forma y términos en que serán solucionados los dividendos para integrar el valor de la acción;
6. La determinación de los bienes en el caso de que la acción haya de pagarse con éstos y no con numerario;
7. La declaración expresa de que el suscriptor conoce los estatutos y los acepta; y,
8. La fecha de suscripción y la firma del suscriptor y del gerente o promotor autorizado.

g) De la junta general

Art. 231.- La junta general tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.

Es de competencia de la junta general:

1. Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía, comisarios, o cualquier otro personero o funcionario cuyo cargo hubiere sido creado por el estatuto, y designar o remover a los administradores, si en el estatuto no se confiere esta facultad a otro organismo;
2. Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores o directores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar la resolución correspondiente. Igualmente conocerá los informes de auditoría externa en los casos que proceda. No podrán aprobarse ni el balance ni las cuentas si no hubieren sido precedidos por el informe de los comisarios;
3. Fijar la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo o funcionario;
4. Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales;
5. Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones;
6. Resolver acerca de la amortización de las acciones;

7. Acordar todas las modificaciones al contrato social; y,
8. Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía; nombrar liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación.

h) De la administración y de los agentes de la compañía

Art. 251.- El contrato social fijará la estructura administrativa de la compañía.

Art. 253.- La representación de la compañía se extenderá a todos los asuntos relacionados con su giro o tráfico, en operaciones comerciales o civiles, incluyendo la constitución de prendas de toda clase. El contrato podrá limitar esta facultad. Se 93 necesitará autorización de la junta general para enajenar o hipotecar los bienes sociales, salvo el caso en que ello constituya uno de los objetos sociales principales o conste expresamente en los estatutos.

Art. 256.- Los administradores son solidariamente responsables para con la compañía y terceros:

1. De la verdad del capital suscrito y de la verdad de la entrega de los bienes aportados por los accionistas;
2. De la existencia real de los dividendos declarados;
3. De la existencia y exactitud de los libros de la compañía;
4. Del exacto cumplimiento de los acuerdos de las juntas generales; y,
5. En general, del cumplimiento de las formalidades prescritas por la Ley para la existencia de la compañía.

Art. 263.- Los administradores están especialmente obligados a:

1. Cuidar, bajo su responsabilidad, que se lleven los libros exigidos por el Código de Comercio y llevar los libros a que se refiere el Art. 440 de esta Ley;

2. Llevar el libro de actas de la junta general;
3. Llevar el libro de actas de las juntas de administradores o directorios, consejos de administración o de vigilancia, si los hubiere;
4. Entregar a los comisarios y presentar por lo menos cada año a la junta general una memoria razonada acerca de la situación de la compañía, acompañada del balance y del inventario detallado y preciso de las existencias, así como de la cuenta de pérdidas y ganancias. La falta de entrega y presentación oportuna del balance por parte del administrador será motivo para que la junta general acuerde su remoción, sin perjuicio de las responsabilidades en que hubiere incurrido;
5. Convocar a las juntas generales de accionistas conforme a la ley y los estatutos, y, de manera particular, cuando conozcan que el capital de la compañía ha disminuido, a fin de que resuelva si se la pone en liquidación, conforme a lo dispuesto en el Art. 198; y,
6. Intervenir en calidad de secretarios en las juntas generales, si en el estatuto no se hubiere contemplado la designación de secretario.

7. De los balances

Art. 289.- Los administradores de la compañía están obligados a elaborar, en el plazo máximo de tres meses contados desde el cierre del ejercicio económico anual, el balance general, el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y la propuesta de distribución de beneficios, y presentarlos a consideración de la junta general con la memoria explicativa de la gestión y situación económica y financiera de la compañía.

Art. 300.- Si la Superintendencia de Compañías estableciere que los datos y cifras constantes en el balance y en los libros de contabilidad de una compañía no son exactos o contienen errores comunicará al representante legal y a los comisarios de la compañía respectiva las observaciones y conclusiones a que hubiere lugar, concediendo el plazo de hasta treinta días para que se proceda a las rectificaciones o se formulen los descargos

pertinentes. El Superintendente de Compañías, a solicitud fundamentada de la compañía, podrá ampliar dicho plazo. (Superintendencia de Compañías)

Adicionalmente, conforme al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, vigente desde diciembre de 2010, también existen tres niveles empresariales que se derivan de las cifras de ventas, niveles de activos y cantidad de recurso humano utilizados para definirlos, estas son la micro, pequeña y mediana empresas (MIPYMES).

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones definen a la microempresa como aquella que posee de 1 a nueve empleados incluidos el dueño, a la pequeña empresa la comprendida entre 11 y 50 empleados y mediana empresa como aquella que se ocupa de 51 a 100 personas (Registro Oficial Suplemento # 351)

3.2 Estructura legal

Para el inicio de sus actividades como sociedad anónima contará con los siguientes requisitos:

Escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil.

1. Escritura Pública de Constitución de la Compañía.
2. Una vez aprobada la constitución de la compañía mediante resolución de la Superintendencia de Compañías, se publicará por una vez, un extracto de la demanda y de la escritura de formación, a través de la prensa escrita de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía.
3. Se inscribe la Escritura Constitutiva en el Registro Mercantil de la ciudad Otavalo.

4. El domicilio de la organización estará ubicado en la comunidad de Peguche.
5. El número de socios fundadores son tres.
6. La empresa tendrá por razón social “TEXTILES CROMACOLOR S.A.”
7. “TEXTILES CROMACOLOR S.A.”, tiene como objeto la producción y comercialización de tela rayada (hippie) en la República del Ecuador.
8. El plazo de duración de “TEXTILES CROMACOLOR S.A.”, es de 5 años contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil, pudiendo la Junta General de Accionistas disolverla en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración prevista en el Estatuto de Ley de Compañías.
9. El Capital Social es de \$ 800 dólares íntegramente suscrito y pagado.

3.3 Requisitos para su constitución

Para que la empresa entre en funcionamiento es necesario realizar los trámites de inscripciones y registros en las distintas dependencias públicas, estas se detallan a continuación:

a) Servicio de Rentas Internas

Registro Único de Contribuyentes (RUC): Es el sistema mediante el cual el Estado registra e identifica a los contribuyentes a través de la asignación de un número a las personas naturales y sociedades, públicas o privadas que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias en el país.

Requisitos para obtener el RUC:

Para obtener el RUC de una sociedad anónima se debe presentar los siguientes documentos:

- ✓ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- ✓ Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)
- ✓ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
- ✓ Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación del representante legal.
- ✓ Original del documento que identifique el domicilio principal en el que se desarrolla la actividad de la sociedad.

Una vez que se tiene el Registro Único de Contribuyentes respectivo la empresa debe cumplir con las siguientes obligaciones:

- ✓ Facturar todo lo emitido emitiéndose en la moneda oficial y con cifras.
- ✓ Llevar contabilidad, la misma que permitirá verificar el correcto manejo de la empresa.
- ✓ Presentar las declaraciones de impuestos correspondientes según la legislación ecuatoriana. (Servicios de Rentas Internas)

b) Municipio de Otavalo.

En el Municipio de Otavalo se deben obtener los siguientes documentos para poder realizar la construcción de la fábrica:

- Certificado de uso de suelo.- por medio de una solicitud dirigida al Director de Planificación con timbre Municipal. El valor de este documento es de 6 dólares.
- Permiso de cerramiento.- para construir el cerramiento de un predio, sea frontal, lateral o posterior. El trámite demora ocho días laborables.

Requisitos:

- ✓ Formulario de cerramiento con el registro de datos y timbres
 - ✓ Informe de Regulación Municipal
 - ✓ Copia de la escritura inscrita en el Registro de la Propiedad
 - ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario
- Permiso de habitabilidad y devolución del fondo de garantía.- para autorizar que una construcción entra en servicio. Este documento permite retirar el fondo de garantía. El trámite demora ocho días laborables.

Requisitos:

- ✓ Formulario de permiso de habitabilidad con el registro de timbres y datos.
- ✓ Una copia de los planos arquitectónicos aprobados.
- ✓ Informe de aprobación de planos.
- ✓ Permiso de construcción.
- ✓ Original del comprobante de recepción del fondo de garantías
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario.
- ✓ Para devolución del fondo de garantía en efectivo debe solicitar a la Dirección General Financiera por escrito y con timbres.

- ✓ Permiso de construcción.- para obtener la autorización de ejecución de la construcción. El trámite demora quince días laborables.

Requisitos:

- ✓ Formulario de permiso de construcción con el registro de timbres y datos
 - ✓ Informe de aprobación de planos arquitectónicos (original o copia certificada)
 - ✓ Un juego de los planos arquitectónicos aprobados (original o copia certificada)
 - ✓ Dos juegos de planos estructurales con el registro de firmas de profesionales.
 - ✓ Dos juegos de planos de instalaciones eléctricas e hidrosanitarias con el registro de firmas de profesionales
 - ✓ Comprobante de pago por construcción, a los colegios de profesionales
 - ✓ Comprobante de depósito por fondo de garantías
 - ✓ Comprobante de pago por aprobación de planos
 - ✓ Comprobante de pago de la Empresa Municipal de Agua Potable de Otavalo por instalación de los servicios
 - ✓ Hoja estadística de construcción
 - ✓ Copia del carnet del registro municipal y registro profesional /constructor y calculista.
 - ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario
 - ✓ Para 4 pisos o más, informe de estudio de suelo y subsuelo de más de 2.5mh.
Memoria del cálculo estructural
 - ✓ Carta de pago del impuesto predial correspondiente al presente año.
- Aprobación de planos arquitectónicos para edificaciones, propiedad horizontal, ampliatorias y modificatorias. El valor del trámite es de 4 dólares.
 - Patente municipal para actividades nuevas, tiene un valor aproximado de 7,50 dólares.

Requisitos:

- ✓ 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 (Municipio de Otavalo)
- Permiso de funcionamiento (Bomberos).- según la Ley de Defensa Contra Incendios en su “Art. 35.- Facultades especiales de los Primeros Jefes de los Cuerpos de Bomberos.- Los primeros jefes de los cuerpos de bomberos del país, concederán permisos anuales, cobrarán tasas de servicios, ordenarán con los debidos fundamentos, clausuras de edificios, locales e inmuebles en general y adoptarán todas las medidas necesarias para prevenir flagelos, dentro de su respectiva jurisdicción, conforme a lo previsto en la Ley y en su Reglamento.”

Requisitos:

- ✓ Solicitud de Inspección
- ✓ Inspección aprobada por personal del Cuerpo de Bomberos de Otavalo.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Pago de la especie correspondiente al Permiso de Funcionamiento solicitado.

c) Superintendencia de Compañías y Registro Mercantil

Para que la empresa sea debidamente registrada y constituida a fin de funcionar en el mercado ecuatoriano, debe observar los siguientes requisitos a cumplir ante la Superintendencia de Compañías y Registro Mercantil:

1. Reservar el nombre de la organización en la Superintendencia de Compañías; Si no existe en el mercado otra empresa con el mismo nombre, la razón social “TEXTILES CROMACOLOR S.A.” será aceptado y tendrá una vigencia de treinta días para ser registrado debidamente por parte del representante legal de la misma.
2. Elaboración de la minuta, la que contendrá el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración de capital. Llevando la firma de un abogado para cumplimiento de la ley.
3. Depósito de un monto de dinero en una cuenta bancaria a nombre de la compañía en formación. El certificado de depósito emitido por el banco, con el detalle del aporte que corresponda a cada socio, se incorporará a la escritura de constitución. Deberá estar pagado por lo menos el 50% del capital social.
4. Presentar en una Notaría para que se eleve a escritura pública, los documentos descritos;
5. Si se aportan bienes muebles o inmuebles, serán valuados por los socios o peritos designados por ellos. El avalúo se agregará a la escritura;
6. Solicitud de aprobación de la constitución de la compañía, dirigida al Superintendente de Compañías, adjuntando tres copias certificadas de la escritura respectiva;
7. Aprobación, mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías;
8. Publicación del extracto de la escritura en uno de los periódicos de amplia circulación en el Cantón del domicilio de la compañía;
9. El Notario que autorizó la escritura de constitución toma nota al margen de la matriz de dicho instrumento del contenido de la resolución aprobatoria;
10. Inscripción en el Registro Mercantil de la escritura y de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
11. Emisión e inscripción de los nombramientos de los representantes legales en el Registro Mercantil;
12. Autorización de la Superintendencia de Compañías para que los fondos de la Cuenta de “Integración de Capital”, sean retirados.

Además de lo anterior, será inscrita en la Asociación de Artesanos de Otavalo y a la Cámara de Comercio, para acceder a los beneficios que ofrece.

d) Ministerio de Relaciones Laborales

Los trabajadores tendrán relación de dependencia y estarán regidos por la Ley del Código de Trabajo.

Régimen Laboral Ecuatoriano

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 1.- **Ámbito de este Código.**- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Art. 2.- **Obligatoriedad del trabajo.**- El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- **Libertad de trabajo y contratación.**- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

Título I

Del Contrato Individual de Trabajo

Capítulo I

De su naturaleza y especies

Parágrafo 1ro.

Definiciones y reglas generales

Art. 8.- Contrato individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Art. 11.- Clasificación.- El contrato de trabajo puede ser:

- a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal;
- b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto;
- c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional;
- d) A prueba;
- e) Por obra cierta, por tarea y a destajo;
- f) Por enganche;
- g) Individual, de grupo o por equipo; y,
- h) Por horas.

Art. 15.- Contrato a prueba.- En todo contrato de aquellos a los que se refiere el inciso primero del artículo anterior, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que faltare para completar el año. Tal contrato no podrá celebrarse sino una sola vez entre las mismas partes.

Durante el plazo de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente.

El empleador no podrá mantener simultáneamente trabajadores con contrato a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores. Sin embargo, los empleadores que inicien sus operaciones en el país, o los existentes que amplíen o diversifiquen su industria, actividad o negocio, no se sujetarán al porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de operaciones, ampliación o diversificación de la actividad, industria o negocio. Para el caso de ampliación o diversificación, la exoneración del porcentaje no se aplicará con respecto a todos los trabajadores de la empresa sino exclusivamente sobre el incremento en el número de trabajadores de las nuevas actividades comerciales o industriales.

La violación de esta disposición dará lugar a las sanciones previstas en este Código, sin perjuicio de que el excedente de trabajadores del porcentaje arriba indicado, pasen a ser trabajadores permanentes, en orden de antigüedad en el ingreso a labores.

Art. 44.- Prohibiciones al empleador.- Prohíbese al empleador:

- a) Imponer multas que no se hallaren previstas en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobado;
- b) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- c) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- d) Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo, o por cualquier otro motivo;
- e) Cobrar al trabajador interés, sea cual fuere, por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración;
- f) Obligar al trabajador, por cualquier medio, a retirarse de la asociación a que pertenezca o a que vote por determinada candidatura;
- g) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- h) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- i) Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo;

- j) Inferir o conculcar el derecho al libre desenvolvimiento de las actividades estrictamente sindicales de la respectiva organización de trabajadores;
- k) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren; y,
- l) Recibir en trabajos o empleos a ciudadanos remisos que no hayan arreglado su situación militar. El empleador que violare esta prohibición, será sancionado con multa que se impondrá de conformidad con lo previsto en la Ley de Servicio Militar Obligatorio, en cada caso.

En caso de reincidencia, se duplicarán dichas multas.

Art. 45.- Obligaciones del trabajador.- Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;
- d) Observar buena conducta durante el trabajo;
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;
- g) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores;

- h) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;
- i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades; y,
- j) Las demás establecidas en este Código (Codificación del Código de Trabajo)

e) Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

- Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral: (solicitud de clave para Empleador)
 - ✓ Ingresar a la página web www.iess.gob.ec Servicios por Internet,
 - ✓ Escoger Empleadores- Actualizar datos del registro patronal.
 - ✓ Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico)
 - ✓ Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco
 - ✓ Digitar el número de RUC y (En caso de doméstica digitar número de cédula).
 - ✓ Seleccionar el tipo de empleador
 - ✓ En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.

Una vez registrados los datos solicitados, tiene que acercarse a las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IEISS a solicitar la clave de empleador, con los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- ✓ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- ✓ Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.

- ✓ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- ✓ Copia de pago de un servicio básico (agua, luz o teléfono)
- ✓ Calificación artesanal si es artesano calificado.
- ✓ Original de la cédula de ciudadanía (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)

- **Inscripción del trabajador con relación de dependencia**

El empleador está obligado a registrar al trabajador, a través de la página web del IESS y mediante el aviso de entrada, desde el primer día de labor y dentro de los 15 días siguientes al inicio de la relación laboral o prestación de servicios, según corresponda.

- **Pago de aportes**

Para el cálculo del aporte de los trabajadores con relación de dependencia, se entiende como materia gravada a todo ingreso regular y susceptible de apreciación pecuniaria, percibido por el trabajador, que en ningún caso será inferior a la establecida por el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)

3.4 Base Filosófica de la Empresa

3.4.1 Misión

Somos una empresa textil sólida y estable, fabricamos y comercializamos tela rayada (hippie) para la confección de prendas de vestir en la ciudad de Otavalo, reflejo del

esfuerzo del talento humano, brindando el más alto grado de satisfacción a nuestros clientes.

3.4.2 Visión

Para el 2018 ser una empresa industrial textil líder en Otavalo en continuo crecimiento, que se distinga por fabricar tela rayada (hippie) y con la más alta calidad y con valor agregado.

3.4.3 Valores

Integridad: Mantenemos ética y moral, reflejamos honestidad, integridad, fiabilidad y franqueza en todas nuestras relaciones.

Compromiso con el cliente: al ser lo más importante de la empresa, ofrecemos más de lo que espera el cliente.

Mejora Continua: buscamos excelencia en todo lo que somos y hacemos.

Innovación: Mejoramos y nos diferenciamos en nuestros servicios mediante la aplicación de nuevas ideas, conceptos, procesos y prácticas.

3.4.4 Principios

Trabajo en Equipo: Es la capacidad que tienen los individuos para interactuar con otros en la consecución de un objetivo o fin común. El trabajo en equipo es la base para la consolidación de un equipo.

Calidad: Corresponde al nivel de satisfacción personal y social que genera un para sus demandantes.

Cuidado del Ambiente: Es necesario desarrollar y poner en prácticas competencias que los lleve a actuar acorde en la construcción de ambientes sanos tanto pensados en el presente como en el futuro generando así la base fundamental para un desarrollo sostenible y sustentable.

Capacitación permanente.- Importante herramienta de transformación, de la mano de la mejora e innovación continua va la capacitación permanente.

Compromiso: Cumplimos con nuestros roles, funciones y responsabilidades dentro de la organización.

Efectividad: Somos eficaces (en el logro de los objetivos) y eficientes (en el uso óptimo y adecuado de los recursos).

3.5 Estrategias de marketing

Los lineamientos que se estructurarán para llegar a cumplir con los objetivos planteados por la empresa se enfocarán en las 4p del marketing que no son otra cosa que Producto, Precio, Plaza y Promoción.

3.5.1 Estrategias de producto



Figura 22. Producto Terminado: Tela Rayada (Hippie)



Figura 23. Etiqueta del producto

Para presentar el producto al consumidor de la manera más convincente al momento de la decisión de compra, se establecerán las siguientes estrategias con el propósito de lograr un mejor posicionamiento y ventajas sobre la competencia:

- Se buscará diferenciar el producto, su consiguiente ventaja competitiva y un fuerte posicionamiento en la mente de los consumidores, a través de la observación de la reacción de los confeccionistas de prendas de vestir al apreciar la calidad de la tela.
- La presentación de la tela rayada tiene la forma adecuada para su mejor uso, es necesario considerar que las personas están acostumbradas a comparar la tela doblada y empaquetada.
- Enfocar el diseño del producto a la satisfacción del cliente, obedeciendo a las siguientes condiciones:

- ✓ Cumplir con prácticas de fabricación que permitan optimizar tiempo y recursos.
 - ✓ Mantener un precio justo.
 - ✓ Procurar que los márgenes garanticen rentabilidad a la empresa.
 - ✓ Priorizar la calidad como naturaleza del producto.
- Diversificar el tipo de productos a distribuir de acuerdo a las exigencias del consumidor.

3.5.2 Estrategia de Precio

Existen dos tipos de factores para la determinación de precios, los internos y los externos, los externos son mucho más determinantes, ya tratamos de ingresar a un mercado muy sensible al precio, por lo tanto inicialmente se partirá con una estrategia de mantenimiento del precio frente a la competencia. En este tipo de estrategia la idea principal es la de mantener los precios para evitar reacciones imprevistas de los consumidores ante una subida de precios.

La fijación de precio para Textiles Cromacolor S.A., se determinará con dos puntos básicos, los costos y las condiciones del mercado. La correcta definición del precio del producto se encuentra detallada en el Estudio Financiero.

3.5.3 Estrategia de Plaza

La propiedad de un producto debe transferirse de alguna manera de la organización al consumidor que lo necesita. Además, los bienes deben ser transportados físicamente de donde se producen a donde se necesitan. Normalmente los intermediarios realizan las funciones de promoción, distribución y venta final.

Actualmente la forma de distribución es directa, sin intermediarios, en muchos casos son los consumidores quienes van a los centros de producción en busca del producto, o también el productor ofrece sus telas a los fabricantes de prendas de vestir.

Al constituir Textiles Cromacolor S.A. una empresa nueva y como se desea captar a los clientes finales y no a intermediarios, por lo tanto se optó por el canal directo de distribución a través de un medio de transporte aportado por uno de los socios.

Además, al ser pocos los clientes potenciales, se utilizará la propia fuerza de ventas de la empresa para llegar a los consumidores. Esta forma de distribución permitirá tener mayor contacto con el cliente para conocer sus necesidades y requerimientos frente al producto.

En la distribución de la tela se procurará entregar el producto al cliente de manera oportuna y en las cantidades que requiera para generar fidelidad para con la empresa. Para lo cual se debe mantener una política eficiente de inventarios y de logística que permita el correcto manejo del sistema de despacho y distribución.

3.5.4 Estrategia de Promoción

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o hacer recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su compra, adquisición, consumo o uso. Algunas estrategias que podemos aplicar relacionadas a la promoción son:

- Realizar la venta personal como una condición prioritaria para lograr una venta efectiva, porque es la manera más eficaz para entrar en contacto directo con el confeccionista de prestar de vestir de tela rayada.
- Capacitar al personal de ventas para dar respuestas a los potenciales clientes, desarrollando sus habilidades de comunicación, para contribuir a incrementar su nivel de lealtad hacia los productos de la empresa

- Ofrecer descuentos por cantidad o descuentos en temporada alta.
- La creación de un catálogo de los diferentes colores de tela para una mejor apreciación del producto.
- Creación de una cuenta en una red social, para informar a nuestros clientes y potenciales clientes de nuestros productos, ofertas y demás información que requieran.
- Enviar obsequios a los mejores clientes en ocasiones como navidad y cumpleaños.

3.6 Análisis FODA

El Análisis FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades). Proviene de las siglas en inglés SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats).

De la combinación de fortalezas con oportunidades surgen las potencialidades, las cuales señalan las líneas de acción más prometedoras para la organización.

Las limitaciones, determinadas por una combinación de debilidades y amenazas, colocan una seria advertencia.

Mientras que los riesgos (combinación de fortalezas y amenazas) y los desafíos (combinación de debilidades y oportunidades), determinados por su correspondiente combinación de factores, exigirán una cuidadosa consideración a la hora de marcar el rumbo que la organización deberá asumir hacia el futuro deseable como sería el Desarrollo de un nuevo producto.

A continuación se detallan las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas del sector textil:

3.6.1 Oportunidades

- Capacitación y entrenamiento a los operarios textiles por parte de la Cámara de Industrias de Antonio Ante.
- Otavalo tiene una oferta muy importante sobre todo de prendas artesanales dirigidas al sector turístico.
- Negociación de tratados comerciales con mercados objetivos: Venezuela y Unión Europea. Negociar tratado en el largo plazo con USA.
- Acuerdos y convenios comerciales con países y Comunidades de naciones.
- Fuentes de financiamiento a través de líneas de crédito de la CFN y el Banco Nacional de Fomento.
- Protección arancelaria que limita la entrada de prendas de terceros países.
- Estabilidad monetaria.

3.6.2 Amenazas

- Clientes satisfechos con el producto actual.
- Falta de cultura de calidad por parte de los consumidores, que prefieren los productos baratos a productos duraderos y de calidad.
- Falta de personal especializado en diseño y producción de tela.
- Altos índices de contrabando.
- Países vecinos como Perú y Colombia han desarrollado su industria gracias a los acuerdos comerciales con USA, y por su cercanía son una amenaza para el desarrollo de exportaciones a este mercado.

- Incumplimiento de leyes de propiedad intelectual y de marcas registradas vigentes.
- Informalidad que compite con estructura de costos muy bajas, generando desventajas significativas para la industria formal: Empresas que no pagan impuestos, no afilian a sus empleados al IESS, no capacitan a sus empleados.

3.6.3 Fortalezas

- Cercanía a mercados internacionales: Colombia, Perú, Venezuela y USA.
- Capacidad instalada para cubrir en buena medida la demanda interna, que permite una mejora significativa de sus productos al sector de confecciones.
- Buen conocimiento del mercado interno y externo, el cual permite el desarrollo del sector.
- Acceso a tecnologías de la información y comunicación que tienen un mayor impacto en la productividad del sector, especialmente entre las Pymes: Internet, páginas web, catálogos en línea, software de contabilidad, etc.

3.6.4 Debilidades

- Falta de integración de las empresas que les permitan relacionarse para procesos de asociatividad con miras a enfrentar el mercado externo y con otros sectores.
- Falta de integración de los gremios: de textiles y confecciones para conseguir objetivos comunes, especialmente en la relación con el Gobierno Nacional para la formulación de políticas que fortalezcan el sector.

- Falta de impulso de las áreas de investigación, desarrollo e innovación, ejemplo: telas inteligentes, productos verdes, optimización de procesos, adopción de mejores prácticas industriales, etc.
- Bajos niveles de formación y capacitación de los recursos humanos: hay que establecer mecanismos que alineen los programas académicos formales y no formales con las necesidades del sector.

3.7. Estrategias

Fortalezas + Oportunidades: Potencialidades

- Las capacitaciones que brinda la Cámara de Industrias de Antonio Ante pueden ser aprovechadas, gracias a que las empresas textiles cuentan con planes de capacitación, lo cual permite que cuente con mano de obra calificada.
- La ayuda de financiamiento para nuevos emprendimientos, permitirá contar con apoyo para la compra de tecnología, lo que permitirá contar con maquinaria nueva para la elaboración de textiles.
- La tecnología con la que se cuenta hace posible que se puedan crear nuevas variedades de productos, lo que permite que se puedan ofertar productos con mayor valor agregado.

Fortalezas + Amenazas: Riesgos

- Al tener un plan de capacitación se puede contrarrestar la falta de mano de obra y especializar a los operarios en el diseño y producción de tela.

- Trabajar con tecnología significa más costo sin embargo mejora en la calidad de los productos, los mismos que los consumidores pueden apreciar.

Debilidades + Oportunidades: Desafíos

- Dar mayor valor agregado a los productos que se realizan en Otavalo en especial a las artesanías, prendas de vestir y así acceder a nuevos mercados.

Debilidades + Amenazas: Limitaciones

La dificultad de acceso a nuevos mercados puede incrementar debido a que los clientes están conformes con los proveedores actuales. Lo cual indica que se deben fortalecer las estrategias de promoción y plaza para poder acceder y competir en el mercado.

3.8 Organización Administrativa

3.8.1 Estructura Orgánica

Uno de los pasos para establecer el sistema de organización en la empresa es revisar que los objetivos de esta y de las áreas funcionales se complementen y concuerden; para ello es necesario definir varios aspectos tales como:

- Los procesos operativos, de igual manera las funciones de la empresa.
- La descripción de puestos, agrupando las funciones por similitud, crear los puestos por actividades, diseñar el organigrama de la empresa.

- La definición del perfil, características físicas, habilidades mentales, preparación académica, habilidades técnicas, experiencia laboral.

El sistema administrativo de la empresa debe ser humanizado, es decir, llevar un liderazgo de manera democrática a fin de crear un agradable ambiente de trabajo, y así, al obtener una interacción armoniosa y de mutuo apoyo, lograr entre otras cosas un personal motivado para un eficaz desempeño de sus funciones, proporcionando un sentido de fidelidad y pertenencia al sentir a la organización como parte importante de su desarrollo personal y profesional.

La organización ofrecerá programas de capacitación a todos los empleados para mejorar destrezas específicas para cada área de trabajo.

3.8.2 Organigrama

Un organigrama es un gráfico que ayuda a visualizar la organización que tiene la empresa. En él se indican los distintos cargos y dependencias, unidos a través de líneas horizontales y verticales que muestran relaciones de autoridad, responsabilidad y coordinación de las distintas unidades de la empresa.

Mediante un esquema gráfico secuencial, esta herramienta del administrador permite conocer cómo se maneja la empresa y sus integrantes.

La estructura organizacional de la empresa TEXTILES CROMACOLOR S.A. se presenta en el siguiente organigrama:

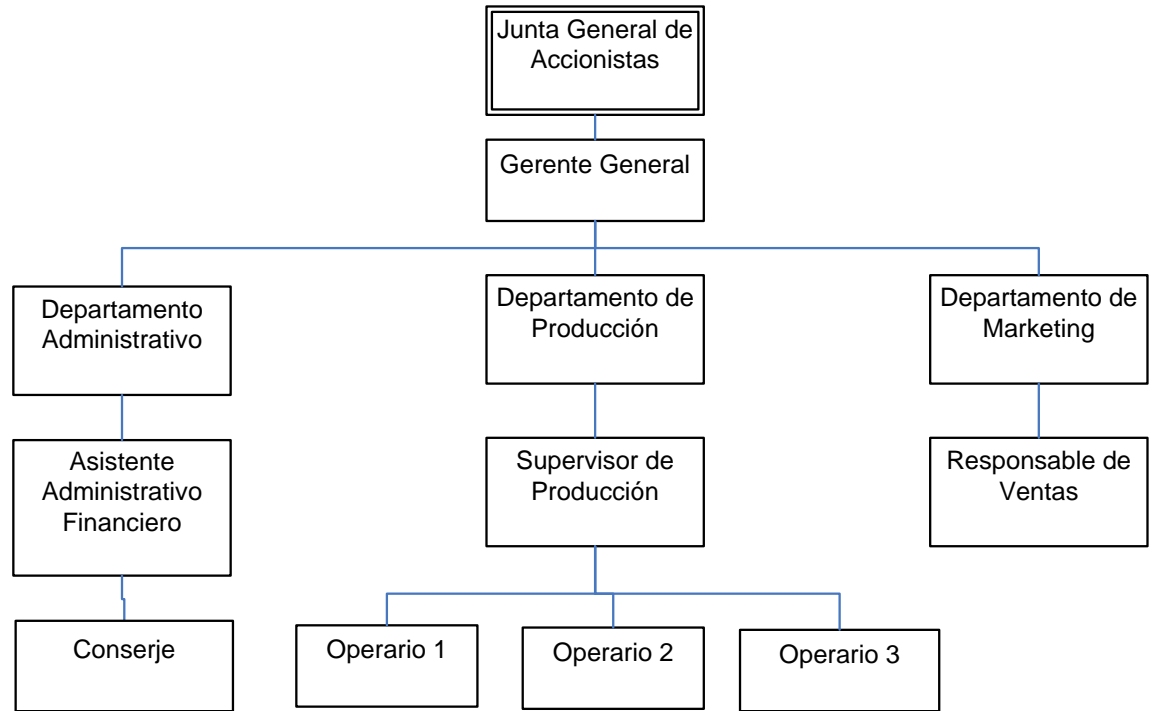


Figura 24. Organigrama

3.8.3 Descripción de Funciones y perfiles del personal.

- **Junta de Accionistas**

Es la encargada de la aprobación de los proyectos de mejoramiento y financiamiento de la empresa, así como de la toma de decisiones de las operaciones de la empresa.

A continuación se presenta el detalle de las funciones del personal.

- **Gerente general**

Nivel: Directivo

Unidad o proceso: Gerencia General

Nivel de instrucción: Tercer Nivel

Título requerido: Administración de Empresas, Finanzas y/o Economía.

Experiencia: 3 años de experiencia en cargos similares

Área de conocimientos: Administración de Proyectos, Gerencia de Operaciones, Procesos Industriales, Planificación, Estrategia Tecnológica y Ventaja Competitiva en el sector industrial

Destrezas y habilidades: Pensamiento estratégico, planificación y gestión, Negociación.

Funciones:

1. Coordinación de planes de trabajo y ejecución con todas las áreas de la organización.
2. Fijar políticas, normas, objetivos, planes, estrategias, metas.
3. Organizar tareas, actividades y personas; a la par controlar, evaluar, motivar y desarrollar al personal.
4. Resolver los problemas cuando se presentan.

- **Asistente administrativa financiera**

Nivel: Administrativo

Unidad o proceso: Departamento Administrativo

Nivel de instrucción: Bachiller

Título requerido: Contabilidad

Experiencia: 2 años de experiencia en cargos similares

Área de conocimientos: Archivo, servicio al cliente externo e interno, sistemas de gestión documental, paquetes informáticos y contables.

Destrezas y habilidades: Trabajo en Equipo, Servicial, Disciplina y Lealtad.

Funciones:

1. Llevar un registro de los documentos que ingresan a la empresa y su respectivo seguimiento.
2. Coordinar las relaciones con los proveedores y gestionar sus pagos.
3. Elaborar los roles de pago de los integrantes de la organización de forma mensual.
4. Apoyar en las actividades en la institución en las que sea requerido.

- **Supervisor de producción**

Nivel: Coordinación y Supervisión de Procesos

Unidad o proceso: Departamento de Producción

Nivel de instrucción: Tercer Nivel

Título requerido: Ingeniero Industrial, Ingeniero Textil y/o Administración de Procesos.

Experiencia: 2 años de experiencia en cargos similares

Área de conocimientos: Administración de procesos en la industria textil, calidad, producción y control de inventarios.

Destrezas y habilidades: Innovación, Pensamiento Analítico, Planificación, Predisposición al cambio, Monitoreo y Control.

Funciones:

1. Coordinar con el Director financiero en lo que concierne a la compra de materia prima e insumos.
2. Coordinar y ejecutar las actividades de procesamiento del producto.
3. Manejo de cada uno de los procesos de la empresa.
4. Proporcionar apoyo técnico a todos los operarios.

• **Operario 1**

Nivel: Técnico

Unidad o proceso: Departamento de Producción

Nivel de instrucción: Bachiller

Título requerido: Bachiller en ciencias generales.

Experiencia: 2 años de experiencia en cargos similares

Área de conocimientos: Procesos productivos en el área de producción de telas, manejo de máquinas industriales.

Destrezas y habilidades: Cumplimiento de tiempos y procesos, Trabajo en Equipo, Comunicación.

Funciones:

1. Cumplir con responsabilidad los procesos productivos asignados.
2. Cooperar en la obtención de un producto final de calidad.
3. Responder por los implementos de trabajo asignados.
4. Responder por los implementos de trabajo asignados.

5. Limpiar la maquinaria usada en el día

- **Operario 2**

Nivel: Técnico

Unidad o proceso: Departamento de Producción

Nivel de instrucción: Bachiller

Título requerido: Bachiller en ciencias generales.

Experiencia: 2 años de experiencia en cargos similares

Área de conocimientos: Procesos productivos en el área de producción de telas, manejo de máquinas industriales.

Destrezas y habilidades: Cumplimiento de tiempos y procesos, Trabajo en Equipo, Comunicación.

Funciones:

1. Cumplir con responsabilidad los procesos productivos asignados.
2. Cooperar en la obtención de un producto final de calidad.
3. Responder por los implementos de trabajo asignados.
4. Responder por los implementos de trabajo asignados.
5. Limpiar la maquinaria usada en el día.

- **Responsable de marketing y ventas**

Nivel: Directivo

Unidad o proceso: Departamento de Marketing

Nivel de instrucción: Tercer Nivel

Título requerido: Ingeniero en Marketing/ Mercadeo

Experiencia: 2 años de experiencia en cargos similares

Área de conocimientos: Publicidad y promoción, técnicas de ventas, manejo de paquetes utilitarios y conocimiento de mercado de la industria textil.

Destrezas y Habilidades: Ingenio, Innovación, Creatividad, Planificación, Trabajo en Equipo.

Funciones:

1. Excelente manejo de relaciones comerciales
2. Encargado de ejecución de planes de marketing y ventas.
3. Coordinar y verificar el cumplimiento de los objetivos del área de ventas y de marketing.
4. Debe dar reconocimiento positivo a la empresa con campañas agresivas de mercadeo.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

Por medio del estudio financiero se analiza la capacidad del proyecto para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, en base a la información recolectada en los estudios anteriores.

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos del personal, costos de financiamiento, etc. De esta manera se determinará el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto; así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. El estudio se integra generalmente con la formulación de los presupuestos de ingresos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación del proyecto.

En los siguientes cuadros se desarrollan los presupuestos de costos, gastos e inversión que se requieren para el proyecto, la Tabla 38 contiene el presupuesto total del proyecto.

Tabla 38. Presupuesto de Inversión

Detalle	Valor
Maquinaria	9,500.00
Muebles y enseres	2,075.00
Equipo de oficina	195.00
Equipo de computación	4,295.00
Terreno	9,000.00
Obra Civil	45,000.00
Capital de trabajo	11,516.67
Total	81,581.67
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas	

4.1. Determinación de costos y gastos

4.1.1 Costos directos de producción

La materia prima requerida se determinó de acuerdo al tamaño óptimo del proyecto determinado en el capítulo II.

Tabla 39. Requerimiento de materia prima directa.

Año	Detalle	Cantidad (kg)	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
1	Hilo	5,538	6.85	37,938.46	37,938.46
2	Hilo	11,077	6.85	75,876.92	75,876.92
3	Hilo	16,615	6.85	113,815.38	113,815.38
4	Hilo	16,615	6.85	113,815.38	113,815.38
5	Hilo	16,615	6.85	113,815.38	113,815.38
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

Para el área productiva, se contratará a dos operarios para el primero y segundo años, mientras que a partir del tercer año se contará con un operario adicional. Se rotarán los horarios para el turno nocturno.

Tabla 40. Requerimiento de mano de obra directa.

Cargo	Cantidad	Valor Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operario 1	1	400	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
Operario 2	1	400	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
Operario 3 (años 3,4 y5)	1	500			6,000	6,000	6,000
TOTAL			9,600.00	9,600	15,600	15,600	15,600
Beneficios y Aporte Patronal							
Operario 1	1		1301.20	1701.20	1701.20	1701.20	1701.20
Operario 2	1		1301.20	1701.20	1701.20	1701.20	1701.20
Operario 3	1				1547.00	2047.00	2047.00
TOTAL			2602.40	3402.40	4949.40	5449.40	5449.40
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA			12202.40	13002.40	20549.40	21049.40	21049.40
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas							

4.1.2 Costos indirectos de producción.

Tabla 41. Mano de obra indirecta

Mano de Obra Indirecta	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Supervisor de Producción	1	1	550.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00
Supervisor de Producción (Beneficios y aporte patronal)	1			1,669.90	2,219.90	2,219.90	2,219.90	2,219.90
Total				8,269.90	8,819.90	8,819.90	8,819.90	8,819.90
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas								

Tabla 42. Insumos y otros costos indirectos.

Insumos	Cantidad horas	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Energía Eléctrica Kwh	160	0.09	120	1,440.00
Grasas y aceites	1	15	15	180.00
Total				1,620.00
Costos Varios	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Depreciación Obra Civil				720
Depreciación maquinaria				325
Mantenimiento y reparaciones				280
Flete				150
Ropa Industrial				272
Total				1,747
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas				

Para el proceso de producción se adquieren tres máquinas usadas que ya cumplieron su vida útil en empresas textiles, a un costo de 1500 dólares cada una. Se tomó esta decisión ya que la maquinaria nueva tiene un valor elevado que no podría cubrir la inversión de la misma, además conforme a las entrevistas mantenidas con dos importadores de maquinaria textil, uno de ellos AROMCOLOR; para el tipo de tela que se produce, no es necesaria maquinaria nueva de alta tecnología, incluso muchas de las empresas a nivel nacional emplean maquinaria remanufacturada importada de Europa.

Al ser maquinaria usada, es necesaria una remanufactura, a fin de tener máquinas en buen estado y prolongar su vida útil. En este caso, la depreciación contempla solamente el valor en el que incurre dicha remanufactura, y al tratarse de maquinaria que culminó su vida útil, no se consideró un valor residual.

Tabla 43. Depreciación maquinaria.

Descripción	Valor de Compra	Año					Depreciación Acumulada	Valor en Libros
		1	2	3	4	5		
Maquinaria (tejedoras)	1,500	150	150	150	150	150	750	750
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas								

4.1.3 Gastos de administración

Tabla 44. Sueldos administrativos.

Cargo	Nro.	Sueldo	Sueldos Total Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Beneficios Sociales	Aporte Patronal 12.15%	Aporte Patronal Anual	Total Anual
Gerente General	1	800	9600	800	318	800	1118	97.20	1,166.40	11,884.40
Asistente Administrativo Contable	1	380	4560	380	318	380	698	46.17	554.04	5,812.04
Conserje	1	318	3816	318	318	318	636	38.64	463.64	4,915.64
TOTAL	3	1498	17976	1498	954	1498	2452	182.01	2184.084	22612.084
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas										

Tabla 45. Gasto suministros de oficina y limpieza.

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Suministros de oficina	12	15	180
Suministros de limpieza	12	25	300
Total			480
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

Tabla 46. Servicios administrativos.

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Energía Eléctrica	12	15	180
Agua Potable	12	15	180
Teléfono	12	30	360
Internet	12	20	240
Servicios contables	12	50	600
Total			1,560
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

4.1.4 Depreciaciones

Tabla 47. Depreciaciones.

Bien	Valor de Compra	Año					Depreciación Acumulada	Valor en Libros
		1	2	3	4	5		
Obra Civil	45,000	900	900	900	900	900	4,500	40,500
Maquinaria (tejedoras)	1,500	150	150	150	150	150	750	750
Maquinaria (urdidora, canilladora)	3,500	175	175	175	175	175	875	2,625
Equipo de Oficina	195	52	52	52			156	39
Muebles y Enseres	2,075	291	291	291	291	291	1,453	623
Equipo de Computación	4,295	1,145.33	1,145.33	1,145.33			3,436	859
Total		2,712.83	2,712.83	2,712.83	1,515.50	1,515.50	11,169.50	45,395.50
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas								

Tabla 48. Resumen de gastos de administración

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos administrativos	17,976.00	17,976.00	17,976.00	17,976.00	17,976.00
Aporte Patronal	2,184.08	2,184.08	2,184.08	2,184.08	2,184.08
Beneficios sociales	2,452.00	3,950.00	3,950.00	3,950.00	3,950.00
Suministros de oficina	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Suministros de limpieza	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Energía Eléctrica	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Agua Potable	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Teléfono	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Internet	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
Servicios contables	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Gastos de constitución (Patente municipal, trámites notariales y demás)	1,500.00				
Depreciación	135.00	135.00	135.00	135.00	135.00
Total	26,287.08	26,285.08	26,285.08	26,285.08	26,285.08
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

4.1.4 Gastos de ventas

Tabla 49. Sueldos de ventas

Cargo	Nro.	Sueldo	Total Anual Sueldos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Beneficios Sociales	Aporte Patronal 12.15%	Aporte Patronal Anual	Total Anual
Responsable de Ventas	1	500	6,000	500	318	500	818	60.75	729	7,547.00
TOTAL	1	500	6,000	500	318	500	818	60.75	729	7,547.00
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas										

Tabla 50. Área de marketing

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor anual
Catálogos	2	500	1,000
Flete	36	10	360
Depreciación	1	45.00	45
Total			1,405
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas			

Tabla 51. Resumen gastos de ventas.

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos de Ventas	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Aporte Patronal	729.00	729.00	729.00	729.00	729.00
Beneficios sociales	818.00	1,318.00	1,318.00	1,318.00	1,318.00
Publicidad	1,405.00	1,475.25	1,428.00	1,428.00	1,428.00
Depreciación	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00
Total	8,997.00	9,567.25	9,520.00	9,520.00	9,520.00
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

4.3 Capital de trabajo

Tabla 52. Cálculo del capital de trabajo.

Mes 1		Mes 2		Mes 3	
Ingreso	Egreso	Ingreso	Egreso	Ingreso	Egreso
0	7,772.33	4,027.99	7,772.33	20,139.97	7,772.33
-	7,772.33		- 3,744.34		12,367.64
-	7,772.33		- 11,516.67		850.97
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

Para conocer el capital de trabajo, se consideró que el primer mes no se reciben ingresos debido al inicio de las operaciones; en el segundo mes se estimaron ingresos por la venta del cincuenta por ciento de la producción de dicho mes y el inventario del primero y, finalmente para el tercer mes se espera tener un mayor posicionamiento y vender casi la totalidad de la producción, ya que se estima que de la producción total un 5% estará como producto remanente en bodega.

Los egresos representan los valores del costo de producción, gastos administrativos y ventas en un periodo mensual.

Al realizar los cálculos respectivos, se determinó que el capital de trabajo que requiere el proyecto es de 11,516.67 USD, para sus operaciones en los dos primeros meses.

4.4 Fuentes de financiamiento

Para el proyecto se requiere un total de 80,033 USD, los mismos que se decide financiar de la siguiente manera.

Tabla 53. Financiamiento.

Descripción	Monto	Porcentaje
Accionista 1	12,237.25	15%
Accionista 2	12,237.25	15%
Accionista 3	12,237.25	15%
Accionista 4	12,237.25	15%
Crédito (Préstamo Bancario)	32,633	40%
Total	81,582	100%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

4.4.1 Tabla de amortización de la deuda

Analizadas las tasas que oferta el mercado financiero para préstamos a nuevos emprendimientos, se determinó conveniente el endeudamiento con la Corporación Financiera Nacional, accediendo a un crédito de la categoría PYMES a un plazo de cinco años con un porcentaje de interés referencial del 10,85%.

Cuota

$$C = \frac{P}{\frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}}$$

Dónde:

P = Préstamo

i = interterés

n = plazo

Tabla 54. Amortización del préstamo

Préstamo: 32,632.67		Plazo: 5 años	Interés anual: 10,85%		
AÑO	VALOR INICAL	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	VALOR FINAL
1	32,632.67	8,796.14	3,540.64	5,255.49	27,377.17
2	27,377.17	8,796.14	2,970.42	5,825.72	21,551.46
3	21,551.46	8,796.14	2,338.33	6,457.81	15,093.65
4	15,093.65	8,796.14	1,637.66	7,158.48	7,935.17
5	7,935.17	8,796.14	860.97	7,935.17	0.00
	104,590.13	43,980.70	11,348.03	32,632.67	
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

4.5 Fijación de costos de producción y ventas

Tabla 55. Costo de producción y ventas unitario

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UNIDADES DE PRODUCCION	72,000.00	144,000.00	216,000.00	216,000.00	216,000.00
Costo de Producción y Ventas	55,084.72	97,284.29	143,451.73	148,237.24	146,029.32
Costo de Producción y Ventas Unitario	0.77	0.68	0.66	0.69	0.68
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

4.6 Determinación del precio de venta

Una vez determinado el costo de venta del producto, podemos establecer un precio para el producto, para lo cual se consideró también los gastos administrativos, los gastos de ventas, los gastos financieros y un margen de utilidad.

En la Tabla 53 se detalla los valores que involucra el precio de venta.

Tabla 56. Precio de venta.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UNIDADES DE PRODUCCION	72,000	144,000	216,000	216,000	216,000
Costo de Produccion y Ventas unit	0.77	0.68	0.66	0.69	0.68
Gastos Adm, Vtas y financieros	0.50	0.25	0.16	0.16	0.16
Margen Utilidad	0.08	0.37	0.47	0.45	0.47
Precio de Ventas	1.34	1.30	1.30	1.30	1.30
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

4.7 Estados financieros proyectados

4.7.1 Estado de costos de producción y ventas

Tabla 57.
 “Empresa CROMACOLOR S.A.”
 Estado de costo de producción y ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inv. Inicial de MP	-	3,793.85	7,587.69	11,381.54	11,381.54
(+) Compras Netas	37,938.46	75,876.92	113,815.38	113,815.38	113,815.38
(=)Materiales Disponibles para la producción	37,938.46	79,670.77	121,403.08	125,196.92	125,196.92
(-) Inv. Final de MP	3,793.85	7,587.69	11,381.54	11,381.54	11,381.54
(=)Materia Prima Utilizada	34,144.62	72,083.08	110,021.54	113,815.38	113,815.38
(+)MANO DE OBRA UTILIZADA	12,202.40	13,002.40	20,549.40	21,049.40	21,049.40
(=) COSTO PRIMO [MD+ MOD]	46,347.02	85,085.48	130,570.94	134,864.78	134,864.78
(+) COSTOS INDIRECTOR DE FABRICACION	11,636.90	12,218.75	12,829.68	13,471.17	14,144.72
(=) COSTO DE PRODUCCION [CP+ CIF]	57,983.92	97,304.22	143,400.62	148,335.95	149,009.51
(+) Inv. Inicial de Artículos Terminados	-	2,899.20	2,919.13	2,868.01	2,966.72
(-) Inv. Final de Artículos Terminados	2,899.20	2,919.13	2,868.01	2,966.72	2,980.19
(=) COSTO DE PRODUCCION Y VENTAS	55,084.72	97,284.29	143,451.73	148,237.24	146,029.32
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

El Estado de Costo de Producción y Ventas se determinó para el nivel de producción de unidades que se requieren para cubrir de la demanda insatisfecha, determinada en el

capítulo III; sin embargo, manteniendo una postura conservadora se estima un inventario final de productos terminados del 5, 3, 2, 2, 2% durante los cinco años, respectivamente.

4.7.2 Estado de resultados

Tabla 58.
“Empresa CROMACOLOR S.A.”
Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES					
VENTAS	91,838.27	181,088.39	274,970.71	275,054.71	275,011.29
(-) COSTOS DE VENTAS	55,084.72	97,284.29	143,451.73	148,237.24	146,029.32
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	36,753.56	83,804.10	131,518.97	126,817.47	128,981.98
GASTOS OPERACIONALES	32,607.73	32,991.73	32,991.73	32,991.73	32,991.73
GASTOS ADMINISTRATIVOS	26,287.08	26,285.08	26,285.08	26,285.08	26,285.08
Sueldos administrativos	17,976.00	17,976.00	17,976.00	17,976.00	17,976.00
Aporte Patronal	2,184.08	2,184.08	2,184.08	2,184.08	2,184.08
Beneficios sociales	2,452.00	3,950.00	3,950.00	3,950.00	3,950.00
Suministros de oficina	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Suministros de limpieza	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Energía Eléctrica	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Agua Potable	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Teléfono	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Internet	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
Servicios contables	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Gastos de constitución	1,500.00	-	-	-	-
Depreciación	135.00	135.00	135.00	135.00	135.00
GASTOS DE VENTAS	6,320.64	6,706.64	6,706.64	6,706.64	6,706.64
Sueldos de Ventas	3,816.00	3,816.00	3,816.00	3,816.00	3,816.00
Aporte Patronal	463.64	463.64	463.64	463.64	463.64
Beneficios sociales	636.00	954.00	954.00	954.00	954.00
Publicidad	1,360.00	1,428.00	1,428.00	1,428.00	1,428.00
Depreciación	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00
UTILIDAD OPERATIVA	4,145.83	50,812.37	98,527.24	93,825.74	95,990.25
GASTOS NO OPERACIONALES	3,470.95	2,906.69	2,288.16	1,602.52	842.49
Gastos Financieros	3,470.95	2,906.69	2,288.16	1,602.52	842.49
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	674.88	47,905.69	96,239.08	92,223.22	95,147.75
15% Participación Trabajadores	101.23	7,185.85	14,435.86	13,833.48	14,272.16
UTILIDAD ANTES DE IR	573.65	40,719.83	81,803.22	78,389.74	80,875.59
22 % Impuesto la Renta	126.20	8,958.36	17,996.71	17,245.74	17,792.63
UTILIDAD DEL EJERCICIO	447.44	31,761.47	63,806.51	61,143.99	63,082.96
10% Reserva Legal	44.74	3,176.15	6,380.65	6,114.40	6,308.30
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	402.70	28,585.32	57,425.86	55,029.60	56,774.67
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

4.7.3 Balance general

Tabla 59.
“Empresa CROMACOLOR S.A.”
Balance General

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES	14,961.75	56,518.49	102,606.49	102,992.89	107,919.52
Caja- Bancos	8,268.71	46,011.67	88,356.94	88,644.63	93,557.79
Inventario Final de MP	3,793.85	7,587.69	11,381.54	11,381.54	11,381.54
Inventario Final de Artículos Terminados	2,899.20	2,919.13	2,868.01	2,966.72	2,980.19
ACTIVOS NO CORRIENTES	67,352.17	64,639.33	61,926.50	59,513.00	57,997.50
Terreno	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00
Obra Civil	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00
(-)Depreciación de Obra Civil	900.00	1,800.00	2,700.00	3,600.00	4,500.00
Maquinaria	9,500.00	9,500.00	9,500.00	9,500.00	9,500.00
(-)Depreciación de Maquinaria	325.00	650.00	975.00	1,300.00	1,625.00
Muebles y Enseres	2,075.00	2,075.00	2,075.00	2,075.00	2,075.00
(-)Depreciación de Muebles y Enseres	290.50	581.00	871.50	1,162.00	1,452.50
Equipo de Oficina	195.00	195.00	195.00	-	-
(-)Depreciación de Equipo de Oficina	52.00	104.00	156.00	-	-
Equipo de Computación	4,295.00	4,295.00	4,295.00	-	-
(-)Depreciación de Equipo de Computación	1,145.33	2,290.67	3,436.00	-	-
TOTAL ACTIVOS	82,313.92	121,157.83	164,532.99	162,505.89	165,917.02
PASIVOS CORRIENTES	630.13	44,729.54	89,858.43	86,108.82	88,839.46
15% Trabajadores por Pagar	101.23	7,185.85	14,435.86	13,833.48	14,272.16
Impuesto a la Renta por Pagar	126.20	8,958.36	17,996.71	17,245.74	17,792.63
Dividendos por pagar	402.70	28,585.32	57,425.86	55,029.60	56,774.67
PASIVOS NO CORRIENTES	32,632.67	27,377.17	21,551.46	15,093.65	7,935.17
Documentos por Pagar	32,632.67	27,377.17	21,551.46	15,093.65	7,935.17
TOTAL PASIVOS	33,262.80	72,106.71	111,409.89	101,202.47	96,774.63
PATRIMONIO	49,051.11	49,051.11	53,123.10	61,303.42	69,142.39
CAPITAL					
Capital Social	48,949.00	48,949.00	48,949.00	48,949.00	48,949.00
Reserva Legal	44.74	102.11	4,174.09	12,354.41	20,193.39
Utilidad del Ejercicio	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	82,313.92	121,157.83	164,532.99	162,505.89	165,917.02

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

4.8 Evaluación del proyecto

A través de métodos matemáticos financieros se busca tomar una decisión sobre la viabilidad o no del presente proyecto, para lo cual es necesario determinar el flujo de efectivo al que se aplicarán las siguientes herramientas (Ramirez, Garcia , Pantoja, & Zambrano):

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno
- Periodo de Recuperación de la Inversión
- Índice Beneficio - Costo

4.8.1 Flujo de fondos del proyecto

Tabla 60.
“Empresa Cromacolor S.A.”
Flujo de Fondos del Proyecto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES						
VENTAS		91,838.27	181,088.39	274,970.71	275,054.71	275,011.29
(-) COSTOS OPERACIONALES		84,979.61	127,563.19	173,730.63	179,713.47	177,505.55
(-) DEPRECIACIÓN		2,712.83	2,712.83	2,712.83	1,515.50	1,515.50
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PART. TRABAJ.		4,145.83	50,812.37	98,527.24	93,825.74	95,990.25
15% Participación Trabajadores		621.87	7,621.86	14,779.09	14,073.86	14,398.54
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		3,523.95	43,190.52	83,748.16	79,751.88	81,591.71
% Impuesto la Renta		775.27	9,501.91	18,424.59	17,545.41	17,950.18
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCIO		2,748.68	33,688.60	65,323.56	62,206.47	63,641.53
(+) DEPRECIACIÓN		2,712.83	2,712.83	2,712.83	1,515.50	1,515.50
(-) ACTIVO FIJO	70,065.00					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	11,516.67					
(+) RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO						11,516.67
FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO	-81581.67	16978.19	36401.44	68036.40	63721.97	76673.71

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

4.8.2 Flujo de fondos del inversionista

Tabla 61.
“Empresa Cromacolor S.A.”
Flujo de Fondos del Inversionista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES						
VENTAS		91,838.27	181,088.39	274,970.71	275,054.71	275,011.29
(-) COSTOS OPERACIONALES		84,979.61	127,563.19	173,730.63	179,713.47	177,505.55
(-) DEPRECIACIÓN		2,712.83	2,712.83	2,712.83	1,515.50	1,515.50
(-) GASTO INTERÉS		3,470.95	2,906.69	2,288.16	1,602.52	842.49
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PART. TRABAJ.		674.88	47,905.69	96,239.08	92,223.22	95,147.75
15% Participación Trabajadores		101.23	7,185.85	14,435.86	13,833.48	14,272.16
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		573.65	40,719.83	81,803.22	78,389.74	80,875.59
% Impuesto la Renta		126.20	8,958.36	17,996.71	17,245.74	17,792.63
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		447.44	31,761.47	63,806.51	61,143.99	63,082.96
(+) DEPRECIACIÓN		2,712.83	2,712.83	2,712.83	1,515.50	1,515.50
(-) ACTIVO FIJO	70,065.00					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	11,516.67					
(+) RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO						11,516.67
(+) PRÉSTAMO	32,632.67					
(-) AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO		5,255.49	5,825.72	6,457.81	7,158.48	7,935.17
FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO	- 48,949.00	9,421.45	28,648.59	60,061.54	55,501.02	68,179.96
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas						

4.8.3 Tasa de descuento para la evaluación financiera del proyecto

Previo al cálculo de la Tasa Interna de Retorno y el Valor Actual Neto se requiere conocer la TMAR con la que se descontarán los flujos (Hernández Hernández , Hernández Villalobos, & Hernández Suárez, 2005).

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) es una tasa de descuento que incluye el costo de Oportunidad del capital, y se utiliza para traer los flujos de efectivo a Valor Presente, es decir, una tasa que valore la inflación y los ingresos que el inversionista deja de percibir por haber elegido una mejor alternativa para sus recursos. Se ha considerado el 15,76% y el 16,39% como valores razonables para cubrir los costos de oportunidad de la inversión.

Tabla 62. TMAR 1.

Tasa pasiva (Banco Central)	4.53%
Riesgo país (Banco Central)	6.77%
Bonos del tesoro USA	4.46%
	15.76%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas	

Tabla 63. TMAR 2.

Tasa pasiva (Banco Central)	4.53%
Riesgo país (Banco Central)	6.77%
Inflación	5.09%
	16.39%
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas	

4.8.4 Valor Actual Neto (VAN)

El cálculo del Valor Actual del dinero permite evaluar la inversión, considerando el ajuste en el tiempo de todos los flujos de efectivo esperados al porcentaje de rendimiento requerido por la administración. Si el valor presente neto es cero o positivo, significa que el proyecto debería ser aceptado y si el resultado es negativo este debería ser rechazado, la fórmula es la siguiente:

$$VAN = \sum \left[\frac{VF}{(1+i)^n} \right] - Inversión$$

$$VAN (15.76\%) = \mathbf{82,994.41}$$

$$VAN (16.39\%) = \mathbf{80,552.30}$$

4.8.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno puede utilizarse como indicador de la rentabilidad del proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad.

$$TIR = d_2 - VAN_2 \left[\frac{d_2 - d_1}{VAN_2 - VAN_1} \right]$$

$$TIR = 37.17\%$$

El TIR del proyecto es de 37.17%, lo que significa que los inversionistas tendrán una rentabilidad de 37.17% (durante los 5 años que dura el proyecto), y al ser mayor a la tasa de descuento de 16.39%, podemos decir que el proyecto es viable.

4.8.6 Periodo de recuperación de la inversión

En este método se pretende conocer el tiempo en el que se recuperará la inversión realizada al inicio del proyecto, para lo cual también se utilizarán los flujos de fondo descontados.

Tabla 64. Flujos descontados.

Año	Flujos descontados	Sumatoria
0	- 48.949,00	
1	8.138,78	8.138,78
2	21.378,94	29.517,72
3	38.718,71	68.236,44
4	30.907,71	99.144,15
5	32.799,27	131.943,42
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas		

$$PRI = 2 + \frac{48,949 - 29,517.72}{38,718.71}$$

$$PRI = 2,5$$

De acuerdo a la sumatoria, el tiempo de recuperación de la inversión se encuentra entre los años dos y tres. Una vez aplicado el cálculo respectivo se determina que el periodo en el que la inversión se recuperará es de 2 años y 6 meses.

4.8.7 Índice beneficio costo

Este método de evaluación consiste en determinar la relación entre el valor presente de los ingresos y la inversión, con la finalidad de determinar su rentabilidad. Conforme a este análisis si el resultado es mayor a uno, es rentable.

$$IBC = \frac{\Sigma VP}{Inversión}$$

$$IBC = \frac{131,943.43}{48,949}$$

$$IBC = 2,70$$

El resultado obtenido es de 2.70, lo que significa que por cada dólar invertido se obtienen 1.70 dólares como ganancia.

4.9 Índices financieros

4.9.1 Índice de liquidez

➤ **Prueba ácida**

$$PA = \frac{ActivoCorriente - Inventario}{PasivoCorriente}$$

Tabla 65. Cálculo del índice de prueba ácida.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	13,12	1,03	0,98	1,03	1,05
Activo Corriente	14.961,75	56.518,49	102.606,49	102.992,89	107.919,52
Inventarios	6.693,04	10.506,82	14.249,55	14.348,26	14.361,73
Pasivo Corriente	630,13	44.729,54	89.858,43	86.108,82	88.839,46
Elaborado por: Anan Anrango y Gabriela Vargas					

Interpretación: durante el año 2013 cada dólar que la empresa Coromacolor S.A. adeuda en el corto plazo es cubierto en su totalidad, y le sobra 1,20 centavos para atender necesidades del giro del negocio, mientras que en el 2014 solamente alcanza a cubrir la deuda a corto plazo, y en el 2015 le falta para cubrir y en el 2016 y 2017 le quedan 0,02 y 0,05 centavos adicionales.

4.9.2 Índices de endeudamiento

➤ **Deuda total a activo**

$$\frac{PasivoTotal}{ActivoTotal}$$

Tabla 66. Cálculo del índice de endeudamiento - Pasivos.

Deuda Total a Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	0,40	0,60	0,68	0,62	0,58
Pasivo Total	33.262,80	72.106,71	111.409,89	101.202,47	96.774,63
Activo Total	82.313,92	121.157,83	164.532,99	162.505,89	165.917,02
Elaborado por: Anan Anrango y Gabriela Vargas					

➤ **Patrimonio a activo**

$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$$

Tabla 67. Cálculo del índice de endeudamiento - Patrimonio.

Patrimonio a Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		0,60	0,40	0,32	0,38
Patrimonio	49.051,11	49.051,11	53.123,10	61.303,42	69.142,39
Activo Total	82.313,92	121.157,83	164.532,99	162.505,89	165.917,02
Elaborado por: Anan Anrango y Gabriela Vargas					

Interpretación: En el 2013 el 40% el Total de los Activos ha sido financiado con préstamo bancario y el 60% ha sido financiado con recursos de los accionistas, en los siguientes años el financiamiento con recursos de terceros es menor.

4.9.3 Índice de rentabilidad

➤ **Margen de utilidad neta**

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

Tabla 68. Margen de utilidad.

Margen de Utilidad Neta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		0,00	0,16	0,21	0,20
Utilidad Líquida	402,70	28.585,32	57.425,86	55.029,60	56.774,67
Ventas Netas	91.838,27	181.088,39	274.970,71	275.054,71	275.011,29

Interpretación: Por cada dólar que la Empresa Cromacolor S.A. vendió durante los años 2013 al 2017 obtuvo 0,00; 0,16; 0,21; 0,20 y 0,21 centavos respectivamente como utilidad neta para los accionistas.

4.10 Punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio es aquel en el que los ingresos totales son iguales a los costos totales. Esta información es utilizada para determinar el número de unidades vendidas a partir de la cual la empresa empieza a tener utilidades. Para su cálculo es necesario conocer los ingresos totales, el precio, la cantidad de unidades producidas y vendidas, los costos fijos y el costo variable unitario.

La fórmula para su cálculo en unidades, es el siguiente:

$$INGRESO\ TOTAL = COSTOS\ TOTALES$$

$$IT = CT$$

$$P * Q = (CVu * Q) + CF$$

P = Precio

Q = Cantidad de Equilibrio

CVu = Costo Variable Unitario

CF = Costos Fijos

Tabla 69. Punto de equilibrio año 1.

PUNTO DE EQUILIBRIO (IT=CT)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UNIDADES A PRODUCIR	72.000,00	144.000,00	216.000,00	216.000,00	216.000,00
COSTOS VARIABLES	56.938,92	96.259,22	142.355,62	147.290,95	147.964,51
COSTO VARIABLE UNITARIO	0,79	0,67	0,66	0,68	0,69
COSTOS FIJOS	37.123,68	36.943,41	36.324,89	35.639,25	34.879,22
Cantidad de equilibrio en Número de unidades vendidas	67.271,74	58.828,50	56.763,08	57.716,63	56.791,45
PRECIO DE VENTA UNITARIO	1,34	1,30	1,30	1,30	1,30
INGRESO DE EQUILIBRIO	90.323,39	76.268,31	73.734,81	74.996,37	73.782,55
COSTO DE EQUILIBRIO	90.323,39	76.268,31	73.734,81	74.996,37	73.782,55
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

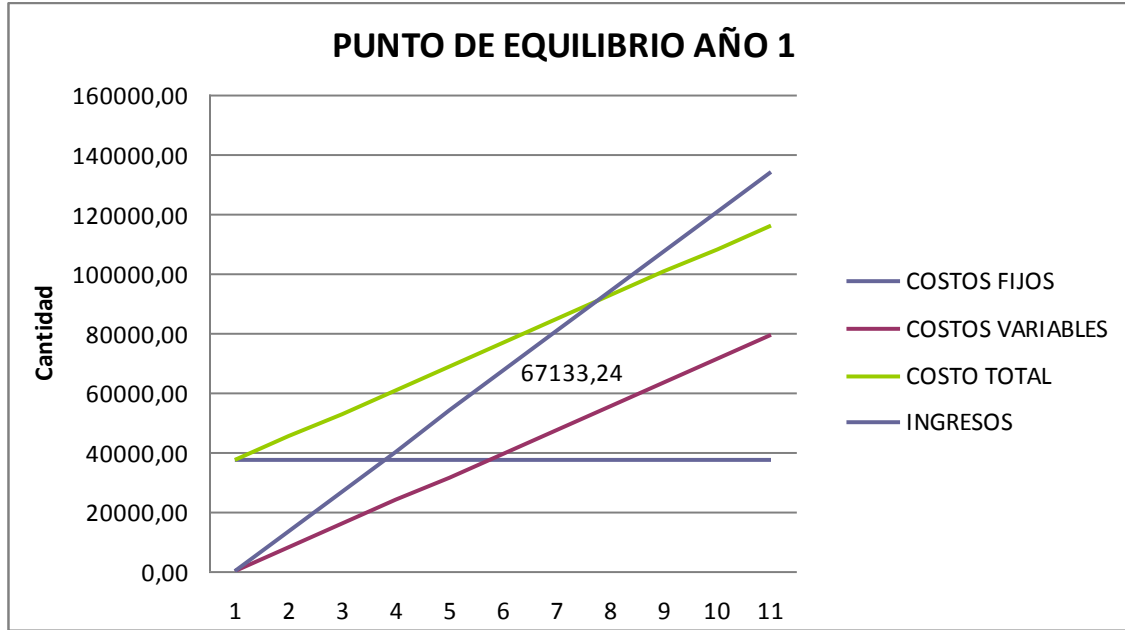


Figura 25. Punto de Equilibrio año 1.

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas.

4.11 Análisis de sensibilidad

A través de este análisis se pretende demostrar, bajo escenarios pesimistas, la factibilidad del proyecto. Para lo cual se ha tomado como referencia a dos variables importantes como son: el nivel de ventas y los costos de producción.

Afectación a las ventas

Para el nivel de ventas se ha considerado que en un escenario pesimista, las unidades a comercializar pueden reducirse en un 20% del número que se tenía pronosticado vender; esto puede darse debido a factores como malas estrategias de marketing, crisis económicas, nuevos competidores o competencia actual fortalecida, clientes que se resisten al cambio de proveedor, etc.

Tabla 70. Resumen Estado de Resultados con reducción del nivel de ventas.

Cantidad vendida (-20%)	57.600	115.200	172.800	172.800	172.800
VENTAS	77.337,49	149.351,25	224.465,88	224.534,46	224.499,02
UTILIDAD LIQUIDA O PERDIDA DEL EJERCICIO (Escenario pesimista)	- 13.825,90	9.647,77	27.289,63	24.884,16	26.633,99
UTILIDAD LIQUIDA O PERDIDA DEL EJERCICIO (Escenario normal)	402,70	28.585,32	57.425,86	55.029,60	56.774,67
Porcentaje de Decrecimiento de la Utilidad	- 3.533,30	- 66,25	- 52,48	- 54,78	- 53,09
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas					

Una vez disminuido el nivel de ventas, el estado de resultados sufre un decremento en su resultado final, por lo que podemos observar pérdida en el primer año, pero si existen ganancias en los años siguientes.

Tabla 71. Resumen del Flujo de Fondos del Inversionista con reducción del nivel de ventas.

Unidades a vender		57.600	115.200	172.800	172.800	172.800
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO	-48949,00	-192,56	7606,86	26576,84	22006,09	34690,32
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas						

En base al flujo obtenido se pueden observar en la Tabla 72, los siguientes resultados en cuanto a los valores para la viabilidad del proyecto.

Tabla 72. Indicadores de viabilidad.

VAN (15.76%)	2.637,34
VAN (16.39%)	1.590,27
TIR	17,35%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	4,54
INDICE BENEFICIO COSTO	1,05
Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas.	

Con un decremento de las ventas en un 20%, el proyecto continua siendo factible, ya que el VAN es positivo, el TIR es mayor a la Tasa Mínima de Aceptación Rentable, el periodo de recuperación es de 4 años, 6 meses; y, el índice beneficio costo 1.05, es decir que por cada dólar que la empresa vende adeuda le quedan 0.05 centavos para los accionistas.

Afectación a los costos de producción.

En un escenario pesimista, se afectó el costo de la materia prima, simulando un incremento del 5% en la misma, y que se refleja en el incremento del costo de ventas total en la Tabla 73. Esto puede darse debido a la especulación en los precios de abastecimiento de petróleo, restricciones arancelarias a importaciones, escasez de materia prima, etc.

Tabla 73. Resumen del Estado de resultados con incremento a los costos.

Cantidad vendida	68.400	139.680	211.680	211.680	211.680
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES					
VENTAS	91.656,00	181.584,00	275.184,00	275.184,00	275.184,00
(-) COSTOS DE VENTAS (Escenario pesimista)	56.886,80	101.059,17	149.142,50	153.928,01	151.606,27
(-) COSTOS DE VENTAS (Escenario normal)	55.084,72	97.284,29	143.451,73	148.237,24	146.029,32
Porcentaje de Incremento	3,27%	3,88%	3,97%	3,84%	3,82%
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	- 1.309,47	26.628,58	54.157,45	51.711,06	53.549,95

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

Tabla 74. Resumen del Flujo de Fondos del Inversionista con incremento a los Costos.

Unidades a vender		68.400	139.680	211.680	211.680	211.680
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES						
VENTAS		91.656,00	181.584,00	275.184,00	275.184,00	275.184,00
(-) COSTOS OPERACIONALES		86.781,69	131.338,06	179.421,40	185.404,24	183.082,50
FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO	- 49.143,49	8.409,10	26.451,28	56.404,31	51.785,31	64.889,56

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

En base al flujo obtenido se pueden observar los siguientes resultados en cuanto a los valores para la viabilidad del proyecto.

Tabla 75. Indicadores de Viabilidad.

VAN (15.76%)	74.275,90
VAN (15.91%)	71.981,12
TIR	36,15%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2,61
INDICE BENEFICIO COSTO	2,51

Elaborado por: Ana Anrango y Gabriela Vargas

Con un incremento del 5% en el costo de la materia prima, el proyecto continúa siendo rentable, ya que el VAN es positivo, el TIR es mayor la Tasa Mínima de Aceptación

Rentable, el periodo de recuperación es de 2 años, 7 meses y, el índice beneficio costo es de 2.51, es decir que por cada dólar que la empresa vende tiene 1.51 para los accionistas. Con lo que podemos decir, que la empresa puede asumir un incremento en el costo de su insumo principal y aun así seguir siendo un proyecto atractivo para los accionistas.

CONCLUSIONES

- La ciudad de Otavalo se caracteriza por su variedad de artesanías siendo una de ellas las prendas de vestir elaboradas con tela rayada (hippie), la misma que es apreciada por los cientos de turistas nacionales y extranjeros que anualmente visitan la ciudad.
- Una vez realizado el estudio de mercado se determinó que existe mercado potencial para la comercialización de tela rayada (hippie) en la ciudad de Otavalo, ya que de acuerdo a los datos recolectados de demanda y oferta existentes y proyectados, se obtuvo una demanda insatisfecha de 650,933 varas para el primer año, misma que incrementa en cada año hasta llegar a 104,7408 varas para el año cinco del proyecto.
- A través de 303 encuestas dirigidas al consumidor de productos elaborados en base a tela rayada, se pudo determinar un 68% de aceptación de las prendas de vestir elaboradas con dicha tela, adicionalmente se encontró que existe satisfacción con el producto ya que la mayoría de usuarios considera que la contextura de la tela no debe ser cambiada, no así la variedad de diseños y combinación de colores.
- Con respecto a la parte técnica del proyecto, bajo un escenario conservador, se determinó el tamaño óptimo en 72,000 varas para el primer año, que representa un 11.06% del total de demanda insatisfecha, y llegando a cubrir en el quinto año un 20.62%.
- La mejor opción de localización es la comunidad de Peguche, debido principalmente a su cercanía con clientes y proveedores, así como por los servicios con los que se cuenta y la mano de obra calificada que existe en el sector.
- La infraestructura necesaria para la producción de la tela requiere una inversión en activos fijos de 70,065 dólares, los mismos que incluyen terreno, obra civil, maquinaria, equipos de computación; y, muebles y enseres. La maquinaria para la producción es remanufacturada debido a que una nueva tiene un costo muy elevado,

y además la capacidad de la misma sería subutilizada para la producción de dicha tela.

- Conforme al análisis realizado en el Estudio Legal, se determinó como mejor opción la constitución de la empresa como Sociedad Anónima bajo la razón social CROMACOLOR S.A., misma que se sujeta a las disposiciones de la Superintendencia de Compañías, con el aporte de cuatro socios con igual participación del 15%.
- La determinación de los costos de producción permitió establecer el costo unitario del producto y el precio del mismo es de \$1.34 para el primer año, y \$1.30 por cada vara para los siguientes años; dicho precio contempla un margen de ganancia y al mismo tiempo permite competir con los precios del mercado actual. Cabe indicar que, debido al incremento de unidades a producir, se logra reducir los costos de producción y por ende el precio.
- Al realizar el análisis financiero de la empresa CROMACOLOR S.A. en base a los estados financieros proyectados y el flujo de fondos del inversionista se estableció que el VAN es de 80,552.30, el TIR es de 37,17% que comparado con las tasas pasivas promedio del mercado resulta atractivo para el inversionista. El periodo de recuperación es de 2 años 6 meses y el índice beneficio costo es de 2.70. Con lo que podemos decir que el proyecto es rentable y viable.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner en marcha el presente proyecto ya que las prendas de vestir confeccionadas con tela rayada tienen acogida, principalmente por los turistas, tanto nacionales como del extranjero que aprecian los productos artesanales de la ciudad de Otavalo.
- En cuanto al producto en sí, y conforme a la información obtenida a través de la encuesta, es recomendable que se elaboren nuevos diseños y combinaciones de colores a los ya existentes, a fin de ofertar un producto con innovación y evitar la pérdida de interés del consumidor final.
- Al existir una utilidad que incrementa en cada año, se puede analizar alternativas de compra de un vehículo para el traslado de la materia prima y el producto final, o maquinaria a fin de cubrir un porcentaje más alto de la demanda insatisfecha.
- Se recomienda diversificar los productos, ya que la misma maquinaria puede ser utilizada para la producción de otros tipos de telas que se utilizan para la elaboración de otro tipo de artesanías.
- Implementar sistemas o parámetros que permitan medir la calidad en cada etapa del proceso productivo a fin de tener un producto final de mejor calidad y que brinde satisfacción al cliente.
- Realizar un levantamiento de información sobre productores informales que existen en la ciudad de Otavalo a fin de ofertar el producto a un mercado que no está considerado dentro de las fuentes o bases de datos reconocidas.

- Establecer políticas de crédito a los clientes, una vez que se tenga fidelizado a un grupo de ellos y a la par, medir la satisfacción del cliente de manera frecuente a fin de conocer sus nuevas necesidades que podrían enfocarse como oportunidades para el negocio.

LISTA DE REFERENCIAS

Anrango, L. (Noviembre de 2012). (A. Anrango, & G. Vargas, Entrevistadores) Otavalo.

Cachimuel, S. (noviembre de 2012). (A. Anrango, & G. Vargas, Entrevistadores)
Otavalo.

Cámara de Turismo de Otavalo. (2010). Estadísticas de turismo. Otavalo.

Dirección de turismo - Gobierno Provincial de Imbabura. (s.f.). Gobierno Provincial de Imbabura. Recuperado el 2012, de
<http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=495>

Hernández Hernández , A., Hernández Villalobos, A., & Hernández Suárez, A. (2005).
Formulación y evaluación de proyectos de inversión (Quinta ed.). Mexico: Thomson.

Kotler , P., Bloom , P., & Hayes , T. (2004). El Marketing de Servicios Profesionales
(Primera ed.). Ediciones Paidós Ibérica S.A.

López, M. (noviembre de 2012). (A. Anrango, & G. Vargas, Entrevistadores) Otavalo.

Maldonado, F. (noviembre de 2012). (A. Anrango, & G. Vargas , Entrevistadores)
Otavalo.

Ministerio de Turismo. (2003). Encuesta de turismo interno.

Municipio de Otavalo. (s.f.). Municipio de Otavalo. Recuperado en 2012, de
http://www.otavalo.gob.ec/web/?page_id=38

Ramirez, C., Garcia , M., Pantoja, C., & Zambrano, A. (s.f.). Recuperado en marzo de
2013, de

http://www.unilibrectg.edu.co/Descarga/PDF/Ciencias_Admon_y_Contables/MATEMATICAS_FINANCIERAS.pdf

Baldeón, K. (22 de Diciembre de 2012). Producción de hilo acrílico. (A. Anrango, & G. Vargas, Entrevistadores) Quito, Pichincha, Ecuador.

Codificación del Código de Trabajo. (s.f.). Régimen Laboral Ecuatoriano, 16 de Diciembre del 2005. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 167 .

Gestión de Proyectos2005MC Editores

Guerini, P. (26 de Diciembre de 2012). Producción del telar Picayol. (A. Anrango, & G. Vargas, Entrevistadores) Quito, Pichincha, Ecuador.

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (s.f.). Recuperado el 18 de Marzo de 2013, de <http://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/avisos-de-entrada-y-salida>

Maldonado, F. (26 de Diciembre de 2012). Proceso Producción. (A. Anrango, & G. Vargas, Entrevistadores) Quito, Pichincha, Ecuador.

Municipio de Otavalo. (s.f.). Recuperado el 5 de Marzo de 2013, de <http://www.otavalo.gob.ec/web/>

Registro Oficial Suplemento # 351. (s.f.). Recuperado el 10 de Febrero de 2013, de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf>

Servicios de Rentas Internas. (s.f.). Recuperado el 18 de Febrero de 2013, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/obligaciones-tributarias>

Superintendencia de Compañías. (s.f.). Recuperado el 10 de Febrero de 2013, de <http://www.supercias.gob.ec/home.php?blue=c4ca4238a0b923820dcc509a6f75849b&modal=1&ubc=Inicio>

Tarquino, S. (27 de Diciembre de 2012). Avalúo de terrenos en Peguche y Quichinche. (A. Anrango, & G. Vargas, Entrevistadores) Quito, Pichincha, Ecuador.

UNAM

Universidad Autónoma de México

ANEXO

Diseño de Encuesta

ENCUESTA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OBJETIVO: Conocer las características que prefiere el consumidor final al momento de comprar prendas de vestir elaboradas con de tela rayada.

Las respuestas que usted proporcione en esta encuesta son de gran importancia para nuestro estudio el cual tiene fines académicos.

Edad: _____ años

Turista: Nacional Ciudad _____

Extranjero País _____

Sexo: F M

PREGUNTAS:

1. ¿Compra o compraría prendas de vestir confeccionados con tela rayada?

a) Sí _____

b) No _____

Si su repuesta es No la encuesta ha finalizado.

2. ¿Qué prendas de vestir ha comprado o desearía comprar confeccionadas con tela rayada?

- a) Camisas _____
- b) Buzos _____
- c) Pantalones _____
- d) Pantalinetas _____

3. De los siguientes, ¿qué color prefiere que resalte en la prenda de vestir elaborada con tela rayada?

- a) Negro _____
- b) Blanco _____
- c) Amarillo _____
- d) Rojo _____
- e) Azul _____
- f) Verde _____
- g) Rosado _____
- h) Tomate _____
- i) Fucsia _____
- j) Turquesa _____

4. ¿Qué características toma en cuenta al momento de comprar este tipo de prendas de vestir?

- a) Suavidad de la tela _____
- b) Grosor de la tela _____
- c) Confección _____
- d) Combinación de colores _____

5. ¿Para qué ocasión utiliza este tipo de prenda?

- a) Para la casa _____
- b) Para hacer deporte _____
- c) Para dormir _____
- d) Para la playa _____
- e) Todas las anteriores _____

6. ¿Con qué regularidad compra usted prendas de vestir confeccionadas con tela rayada?

- a) Mensual _____
- b) Trimestral _____
- c) Semestral _____
- d) Anual _____

7. ¿Considera que la tela debe ser más gruesa?

- a) Sí _____
- b) No _____, por favor pase a la pregunta 9.

8. ¿Estaría dispuesto a pagar más si la prenda de vestir estuviera confeccionada con una tela más gruesa?

- a) Sí _____
- b) No _____

9. ¿Existe alguna característica adicional que le gustaría en la tela rayada?

- a) No _____
 - b) Sí _____
- ¿Cuál? _____

¡Gracias por su colaboración!