



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO:  
INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES  
BILINGÜE**

**AUTORA:  
GÉNESIS INDIRA CATOTA NOROÑA**

**TEMA:  
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA DE TEXTILES A BASE DE LANA MERINO”**

**TUTOR:  
EC. GLENDA MARIANA GUTIÉRREZ CANDELA**

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Catota Noroña Génesis Indira**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

**TUTORA**

\_\_\_\_\_  
**Ec. Glenda Mariana Gutiérrez Candela**

**REVISORES**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

\_\_\_\_\_  
**Econ. Teresa Alcívar**

**Guayaquil, a los 30 días del mes de mayo del 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Génesis Indira Catota Noroña**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TEXTILES A BASE DE LANA MERINO”** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de mayo del 2014**

**LA AUTORA**

---

**Génesis Indira Catota Noroña**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Génesis Indira Catota Noroña**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TEXTILES A BASE DE LANA MERINO”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de mayo del 2014**

**LA AUTORA:**

---

**Génesis Indira Catota Noroña**

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios por darme la fortaleza, el valor y la sabiduría de emprender este proyecto el cual es una muestra del amor a mi familia y una prueba de vital importancia en mi vida.

A mis padres, hermanos, amigos quienes día a día me entregaron su entero apoyo e hicieron posible que esto se haga realidad.

A todos los profesores y personas que de una u otra forma, colaboraron en el desarrollo de esta investigación.

A todos ustedes les doy las gracias de todo corazón, nada de esto fuese posible sin ustedes.

**Génesis Indira Catota Noroña**

## **DEDICATORIA**

Le dedico este proyecto a Dios quien me ha dado paciencia para enfrentar cada uno de los retos de este proyecto, y quien ha sido la guía e iluminación en mi camino.

A mi papi quien ha estado para mí en todo momento.

A mi mami, tu eres mi ejemplo de fortaleza y amor, esto es para ti.

A mis hermanos Marcelo, Jhonatan y mi Marcel, los amo.

Te dedico este proyecto a ti Alex, por todo tu amor, paciencia y apoyo, lo he realizado gracias a ti.

**Génesis Indira Catota Noroña**

## **TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

Ec. Glenda Mariana Gutiérrez Candela  
PROFESOR GUÍA O TUTOR

---



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**CALIFICACIÓN**

---

**EC. GLENDA MARIANA GUTIÉRREZ CANDELA  
PROFESOR GUÍA O TUTOR**



## RESUMEN

El presente trabajo titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TEXTILES A BASE DE LANA MERINO” ha sido diseñado en seis capítulos que se detallan brevemente a continuación:

- **Capítulo 1. Problema.-** hace un recuento de la situación problemática que motivo al desarrollo de la investigación y establece las razones teóricas y prácticas que justifican el origen de este proyecto.
- **Capítulo 2. Marco Teórico del Proyecto.-** hace una recopilación de las principales aportaciones teóricas de varios autores. Teorías que han sido aplicadas dentro del proyecto.
- **Capítulo 3. Análisis del Entorno.-** establece aquellas variables del entorno económico, político, sociocultural y tecnológico que inciden positiva o negativamente en los resultados del proyecto.
- **Capítulo 4. Estudio del Mercado.-** ayuda a identificar el perfil del consumidor, para dirigir estrategias que capten su interés.
- **Capítulo 5. Análisis Organizacional y Técnico.-** fija las directrices del plan estratégico de la empresa a constituirse, así como los procesos de producción de textiles, ubicación geográfica y demás aspectos implícitos en la estructura organizacional.
- **Capítulo 6. Plan Financiero.-** hace un análisis de los costos de inversión, financiamiento, presupuesto de costos, gastos e ingresos, que ayudan a determinar la rentabilidad del proyecto para así comprobar su factibilidad.

### PALABRAS CLAVES:

Lana, Oveja Merino, Producción Textil, Artesanos, Matriz Productiva.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN .....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	III
AUTORIZACIÓN .....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
DEDICATORIA .....	VI
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	VII
CALIFICACIÓN .....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XIV
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPÍTULO 1 .....</b>	<b>3</b>
<b>EL PROBLEMA .....</b>	<b>3</b>
1.2. ANTECEDENTES .....	3
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDAD .....	6
1.3.1. <i>Ubicación del problema dentro de un contexto</i> .....	6
1.3.2. <i>Situación Conflicto</i> .....	8
1.3.3. <i>Delimitación</i> .....	9
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	9
1.4.1. <i>Hipótesis</i> .....	9
1.4.2. <i>Variables</i> .....	10
1.5. JUSTIFICACIÓN .....	11
1.6. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	12
1.5. OBJETIVOS .....	14
1.5.1. <i>Objetivo General</i> .....	14
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	14
<b>CAPÍTULO 2 .....</b>	<b>15</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	15
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	18
2.2.1. <i>Teorías de la Planeación Estratégica</i> .....	18
2.2.2. <i>Teoría de las Cinco Fuerzas de Porter</i> .....	19
2.3. MARCO CONCEPTUAL .....	21
2.3.1. <i>Producción</i> .....	21
2.3.2. <i>Factibilidad</i> .....	21
2.3.3. <i>Calidad</i> .....	22
2.3.4. <i>Capacidad Empresarial</i> .....	22
2.3.5. <i>Infraestructura</i> .....	23
2.3.6. <i>Maquinaria</i> .....	24

2.3.6. Empresa.....	24
2.3.7. INEN.....	25
2.4. BASE LEGAL.....	26
2.4.1. Plan del Buen Vivir.....	26
2.4.2. Código de la Producción.....	28
2.4.3. Transformación de la Matriz Productiva.....	29
2.4.4. IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual).....	30
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>31</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>31</b>
3.1. Tipo de Investigación.....	31
3.2. Diseño de Investigación.....	31
3.3. Población y Muestra.....	32
3.3.1. Definición de la población objetivo.....	32
3.3.2. Cálculo de la muestra.....	33
3.4. Técnica para la recolección de datos.....	33
3.4.1. Planificación de la investigación de campo.....	34
<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>35</b>
<b>ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>35</b>
4.1. Presentación de resultados.....	35
4.2. Conclusiones de la investigación de mercado.....	49
<b>CAPÍTULO 5.....</b>	<b>50</b>
<b>PROPUESTA DE CREACIÓN DE EMPRESA.....</b>	<b>50</b>
5.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	50
5.1.1. Análisis del Macro Entorno.....	50
5.1.2. Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	57
5.1.2.1. Poder de los proveedores – Medio.....	57
5.1.2.2. Amenaza de sustitución – Media.....	57
5.1.2.3. Grado de Rivalidad de los actuales competidores – Medio.....	58
5.1.2.4. Grado de Amenaza de Nuevos Competidores - Medio.....	58
5.1.2.5. El poder del consumidor – Alto.....	59
5.1.3. Análisis FODA.....	59
5.1.3.1. Fortalezas.....	59
5.1.3.2. Oportunidades.....	59
5.1.3.3. Debilidades.....	60
5.1.3.4. Amenazas.....	60
5.1.3.5. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	61
5.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	62
5.2.1. Industria Textil del Ecuador.....	62
5.2.2. Ubicación geográfica del sector textil en Ecuador.....	63
5.2.3. Producción de Lana en Ecuador.....	64
5.2.4. Empresas Relacionadas al Sector Textil.....	64
5.2.5. Organizaciones Gremiales del Sector Textil.....	66
5.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: COMPORTAMIENTO Y TENDENCIAS DEL CONSUMO DE TEXTILES.....	67

5.3.1. <i>Ámbito Internacional</i> .....	67
5.3.2. <i>Ámbito Local</i> .....	69
5.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y TÉCNICO .....	71
5.4.1. <i>Marco legal de la compañía</i> .....	71
5.4.1.1. <i>Proceso de constitución de la compañía</i> .....	73
5.4.1.2. <i>Gatos de Constitución de la Compañía “LANATEX”</i> .....	79
5.4.1.3. <i>Propiedad Accionaria</i> .....	80
5.4.2. <i>Filosofía empresarial: Misión, Visión y Objetivos</i> .....	82
<i>Misión</i> .....	82
<i>Visión</i> .....	82
<i>Objetivos</i> .....	82
5.4.3. <i>Estructura Organizacional</i> .....	83
5.4.4. <i>Equipo Gerencial</i> .....	84
5.4.4.1. <i>Descripción de los perfiles y funciones</i> .....	84
5.4.4.2. <i>Nómina de Sueldos y Beneficios Sociales</i> .....	98
5.4.5. <i>Plan de Mercadeo</i> .....	99
5.4.5.1. <i>Estrategias de Precio</i> .....	99
5.4.5.2. <i>Estrategias de Producto</i> .....	99
5.4.5.3. <i>Estrategias de Plaza</i> .....	101
5.4.5.4. <i>Estrategias de Promoción</i> .....	101
5.4.6. <i>Proceso de producción</i> .....	103
5.4.6.1. <i>Flujo del proceso productivo</i> .....	103
5.4.6.2. <i>Flujo de proceso de distribución del producto</i> .....	107
5.4.7. <i>Diseño y localización del proyecto</i> .....	108
5.4.7.1. <i>Macro localización</i> .....	108
5.4.7.2. <i>Plano de la fábrica</i> .....	109
5.5. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO .....	110
5.5.1. <i>Inversión Inicial del Proyecto</i> .....	110
5.5.2. <i>Financiamiento del proyecto</i> .....	111
5.5.3. <i>Estados Financieros</i> .....	113
5.5.4. <i>Proyecciones financieras</i> .....	114
5.5.4.1. <i>Costos de producción</i> .....	114
5.5.4.2. <i>PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</i> .....	115
5.5.4.3. <i>PRESUPUESTO DE VENTAS</i> .....	116
5.5.4.4. <i>Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias</i> .....	117
5.5.4.5. <i>Proyección de Balance General Final</i> .....	118
5.5.5. <i>Evaluación Financiera del Proyecto</i> .....	119
5.5.5.1. <i>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</i> .....	119
5.5.5.2. <i>ANÁLISIS DE RENTABILIDAD: TMAR, TIR, VAN Y PAYBACK</i> .....	120
5.5.5.3. <i>Cálculo del PAYBACK</i> .....	122
5.5.5.4. <i>ANÁLISIS DE RAZONES FINANCIERAS</i> .....	122
5.5.6. <i>Análisis de Sensibilidad</i> .....	124
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>126</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>128</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>129</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>132</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ecuador: Estructura de la participación de la industria manufacturera sobre el PIB .....	16
Gráfico 2. Ecuador: Exportaciones de Textiles de acuerdo al tipo de producto.....	17
Gráfico 3. Sexo de los encuestados .....	35
Gráfico 4. Edad de los encuestados .....	36
Gráfico 5. Profesión de los encuestados .....	37
Gráfico 6. Compra productos a base de lana .....	38
Gráfico 7. Productos de lana preferidos.....	39
Gráfico 8. Frecuencia de Compra.....	40
Gráfico 9. Factores de decisión de compra .....	41
Gráfico 10. Conocimiento sobre la lana de oveja merino.....	42
Gráfico 11. Disposición de comprar productos a base de lana.....	43
Gráfico 12. Presupuesto de gastos.....	44
Gráfico 13. Nivel de valoración de la producción nacional .....	45
Gráfico 14. Elección comparativa de productos.....	46
Gráfico 15. Razones de elección de productos extranjeros.....	47
Gráfico 16. Medio de Comunicación más persuasivo.....	48
Gráfico 17. Ecuador: Estructura del gasto mensual de los hogares ecuatorianos (2010).....	70
Gráfico 18. Organigrama de la Empresa LANATEX S.A. ....	83
Gráfico 19. Productos a comercializarse .....	100
Gráfico 20. Canal de Distribución de LANATEX .....	101
Gráfico 21. Diseño Tentativo del Fan Page .....	102
Gráfico 22. Flujograma de procesos de producción de LANATEX S.A..	106
Gráfico 23. Flujograma de Distribución del Producto.....	107
Gráfico 24. Macro localización de la empresa LANATEX S.A. ....	108
Gráfico 25. Diseño tentativo de la fábrica LANATEX S.A. ....	109
Gráfico 26. Variación de la TIR.....	125
Gráfico 27. Variación del VAN .....	125

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ecuador: Balanza Comercial Textil 2000-2013.....	5
Tabla 2. Delimitación .....	9
Tabla 3. Variables de Investigación .....	10
Tabla 4. Determinación de la Población Objetivo .....	32
Tabla 5. Distribución de la Muestra .....	34
Tabla 6. Sexo de los encuestados.....	35
Tabla 7. Edad de los encuestados.....	36
Tabla 8. Profesión de los encuestados.....	37
Tabla 9. Compra productos a base de lana .....	38
Tabla 10. Productos de lana preferidos .....	39
Tabla 11. Frecuencia de Compra .....	40
Tabla 12. Factores de decisión de compra.....	41
Tabla 13. Conocimiento sobre la lana de oveja de merino .....	42
Tabla 14. Disposición de comprar productos a base de lana .....	43
Tabla 15. Presupuesto de gastos .....	44
Tabla 16. Nivel de valoración de la producción nacional .....	45
Tabla 17. Elección comparativa de productos .....	46
Tabla 18. Razones de elección de productos extranjeros .....	47
Tabla 19. Medio de Comunicación más persuasivo .....	48
Tabla 20. Análisis PEST .....	50
Tabla 21. Ecuador: Producción de Lana.....	64
Tabla 22. Empresas del Sector Textil .....	65
Tabla 23. Organizaciones Gremiales del Sector Textil.....	66
Tabla 24. Exportaciones Ecuatorianas de Prendas y Complementos de Vestir (2009-2012).....	67
Tabla 25. Destino de las Exportaciones del Sector Textil y Confecciones (2009-2012) .....	68
Tabla 26. Ecuador: Hogares que gastaron en artículos relacionados al sector textil.....	71
Tabla 27. Pasos para la Constitución de una Sociedad Anónima .....	72
Tabla 28. Gastos de Constitución de LANATEX.....	80
Tabla 29. Propiedad Accionaria de LANATEX.....	81
Tabla 30. Funciones del Gerencia General .....	84
Tabla 31. Funciones del Jefe de Producción .....	85
Tabla 32. Funciones del Jefe Financiero .....	86
Tabla 33. Funciones del Jefe de Marketing y Ventas .....	87
Tabla 34. Funciones del Coordinador de Talento Humano.....	88
Tabla 35. Funciones del Diseñador .....	89
Tabla 36. Funciones del Asistente de Gerencia .....	90

Tabla 37. Funciones del Asistente Contable.....	91
Tabla 38. Funciones del Vendedor .....	92
Tabla 39. Funciones del Community Manager .....	93
Tabla 40. Funciones del Asistente de Nómina.....	94
Tabla 41. Funciones del Operario.....	95
Tabla 42. Funciones del Bodeguero .....	96
Tabla 43. Funciones del Chofer .....	97
Tabla 44. Nómina de Sueldos y Beneficios Sociales .....	98
Tabla 45. Detalle de inversiones.....	110
Tabla 46. Fuentes de Financiamiento.....	111
Tabla 47. Condiciones de Financiamiento .....	111
Tabla 48. Tabla de Amortización del Préstamo .....	112
Tabla 49. Balance General Inicial – Empresa LANATEX S.A.....	113
Tabla 50. Presupuesto de Materias Primas .....	114
Tabla 51. Presupuesto de Mano de Obra .....	114
Tabla 52. Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación.....	114
Tabla 53. Determinación del Costo Unitario de Producción.....	115
Tabla 54. Presupuesto de Gastos de Administración .....	115
Tabla 55. Presupuesto de Gastos de Ventas .....	116
Tabla 56. Presupuesto de Ventas.....	116
Tabla 57. Presupuesto de Ventas.....	117
Tabla 58. Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias .....	118
Tabla 59. Proyección del Balance General Final .....	119
Tabla 60. Flujo de Caja Proyectado.....	120
Tabla 61. Cálculo de la TMAR .....	121
Tabla 62. Análisis de Rentabilidad.....	121
Tabla 63. Análisis del PAYBACK.....	122
Tabla 64. Análisis de Rentabilidad.....	123
Tabla 65. Razones de Liquidez .....	123
Tabla 66. Razones de Endeudamiento.....	124

## INTRODUCCIÓN

El Ecuador se ha caracterizado por ser una economía que basa su matriz productiva en la extracción de sus recursos naturales, específicamente del petróleo y ciertos productos del sector agrícola como el banano, cacao, rosas, camarón, entre otros; situación que lo pone en desventaja frente a otros países de la región como Perú y Colombia que se destacan por su mayores niveles de competitividad especialmente en el campo textil.

Entrando específicamente en la industria textil ecuatoriana, expertos en esta rama manifiestan que aún no despega este sector, especialmente porque hacen falta ciertos mecanismos estatales que lo incentiven. Si bien en calidad, el país tiene un recurso muy rico de textiles bien elaborados, como por ejemplo los artesanos textiles de Otavalo y fábricas de ropa como Pinto y Pasa, que se han desarrollado con éxito en el mercado local; es cierto también que en cuestiones de precios es donde se refleja la pérdida de competitividad.

Esto se debe a que la producción de textiles es uno de los sectores que emplea gran cantidad de mano de obra, y por tanto, su contribución en la disminución del desempleo es evidente, pero manejar sueldos fijos por mes y no por horas como era en el pasado, más todos los beneficios sociales, dificulta un poco disminuir los precios del producto final.

Sin embargo, no toda la situación es adversa para el sector textil porque de a poco están viendo cambios que podrían mejorar su nivel de competitividad. Por ejemplo, en la actualidad el sector ovejero del país está recibiendo apoyo del Gobierno Nacional, ya que en los últimos años se ha importado más de 4.000 ovejas desde Uruguay, especialmente de la raza merina, para potenciar el crecimiento de este sector en la producción de lana y productos cárnicos. Además es importante entender



que la lana que se produce de este tipo de ovejas de raza merino es muy cotizada en mercados internacionales, debido a que tiene mayor suavidad, calidad y además posee ciertas propiedades favorables para la piel. Todos estos factores hacen de la lana de oveja merina, un producto que debe ser aprovechado para producir textiles de mayor calidad para el país, especialmente ahora que existen poco competidores a nivel local.

En base a esto, en el presente trabajo se hará un estudio de las principales características del entorno nacional y del sector textil para determinar su evolución en los últimos años y además, conocer posibles competidores directos o indirectos, ya que todo esto es importante para determinar estrategias que ayuden a captar al mercado meta.

Finalmente, vale destacar que este proyecto se alinea con lo dispuesto por el Plan Nacional del Buen Vivir y el cambio de la Matriz Productiva, porque se busca crear productos con valor agregado, como prendas de vestir de gran calidad y propiedades favorables para la piel (que no irriten y que sean antibacteriales), así como incentivar a la generación de nuevas plazas de trabajo y el desarrollo del conocimiento técnico en las labores artesanales de textiles, para en un futuro tener una producción textil de calidad y a precios razonables de acuerdo al mercado meta.

# **CAPÍTULO 1**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1. Tema**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TEXTILES A BASE DE LANA MERINO”

### **1.2. Antecedentes**

La ganadería ovina es una actividad altamente valorada en el Ecuador por los excelentes recursos que ofrece, tales como su lana, piel, leche y carne. La oveja es un animal cuadrúpedo que vive regularmente en terrenos áridos o semiáridos y es criado a fin de poder esquilarse su lana para la elaboración de textiles, esta actividad constituye un pilar fundamental en el estilo de vida de los ecuatorianos ya que representa ingresos para personas y empresas dedicadas a la crianza de este ganado.

La oveja merina es conocida por ofrecer una lana resistente y de mejor calidad para el procesamiento de textiles, alta en rendimiento y logrando prendas finas. Sin embargo, años atrás el ganado ovino merino mantuvo fuertes problemas en sus métodos de reproducción, pues el ganado criollo produce lana de baja calidad. Actualmente, con la ayuda de la Asociación Nacional de Criadores de Ovejas se efectúan métodos de reproducción con finalidad de obtener crías puras para ser comercializadas a ovejeros, a precios subsidiados por el gobierno y así transferir esta tecnología rural a quienes lo necesiten a fin de mantener a largo plazo un rubro positivo en la balanza comercial. En Ecuador, la confección de productos textiles a base de la lana merina se presenta como una labor de bajo alcance, por tratarse de una fibra novedosa

dentro de las actividades textiles tradicionales, debido a que su producción lleva desarrollándose desde hace pocos años en el país.


La industria de textiles en Ecuador representa uno de los sectores más dinámicos de la última década, destacándose principalmente por sus acabados de gran calidad, debido al origen de sus materias primas y el tratamiento que los artesanos emplean. Bajo este contexto, estudios económicos del INEC (2010) revelan que en las provincias del Guayas, Pichincha y Tungurahua se asientan el mayor número de establecimientos del sector textil; el mismo que se subdivide en tres grandes grupos: la manufactura, el comercio y los servicios. (Peña & Pinta, 2012).

En lo que respecta a las actividades de manufactura de textiles, este sector cuenta con 11.006 establecimientos, de los cuales la mayoría se especializa en la producción de prendas de vestir (74.2%). En el plano del comercio, existen 31.983 establecimientos, donde el 80% se enfoca en la venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero. Finalmente, las actividades de servicios representan 4.054 establecimientos de los cuales el 56% se dedica a la reparación de calzado y artículos de cuero, mientras que el 44% restante, se dedica al lavado y limpieza de productos textiles.

Por otra parte, en el contexto del personal ocupado en actividades textiles, las estadísticas del INEC son bastante claras, ya que el sector comercial es el que mayor personal emplea (68%), mientras que apenas el 23% se dedica a la manufactura y el 9% al sector de servicios. Esta situación refleja el bajo nivel de competitividad que tiene la industria manufacturera del país frente a otros países de la región, como Colombia y Perú, donde al igual que en Ecuador se fabrican productos textiles de gran calidad, pero a costos muy inferiores y con diseños más innovadores, como consecuencia de una industria textil más desarrollada.

(Diario El Comercio, 2011). Los bajos niveles de competitividad regional se deben a varios aspectos: el empresario que busca obtener ingresos y la falta de interés del consumidor. Desafortunadamente, la balanza comercial textil entre 2000-2013 ha presentado saldos negativos, donde el nivel de importaciones supera el nivel de exportaciones, tal como lo muestra el siguiente cuadro:

**Tabla 1. Ecuador: Balanza Comercial Textil 2000-2013**

			
AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
2000	67.802	183.998	-116.196
2001	73.568	224.005	-150.437
2002	66.035	215.618	-149.584
2003	77.878	231.536	-153.658
2004	88.603	306.229	-217.626
2005	84.251	350.944	-266.693
2006	82.811	373.101	-290.290
2007	93.989	448.906	-354.917
2008	144.984	554.213	-409.229
2009	179.681	415.008	-235.327
2010	229.293	561.701	-332.408
2011	194.896	736.605	-541.709
2012	155.261	714.212	-558.951
2013*	116.218	575.596	-459.378

FUENTE: Banco Central del Ecuador  
ELABORACION: Departamento Técnico  
AITE ISC29/11/2013

**Fuente:** (Banco Central del Ecuador-AITE, 2013)

**Elaborado por:** Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2013

Alfredo Yague, representante de la AITE<sup>1</sup>, manifiesta que el sector textil del país todavía no despega debido al periodo de inestabilidad política y económica que se vivió en el país luego de los años 1999 y 2000, donde el quiebre de la banca afectó a otros sectores productivos como el textil. Además, a esta situación se sumó a la falta de capacitación del criador de ganado ovino que por su falta de conocimiento de cría, llevó al ganado ovino de raza pura a una raza criolla poco rentable para el productor textil

<sup>1</sup> Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, es una entidad gremial sin fines de lucro, con personería jurídica propia, constituida mediante aprobación conferida por el Acuerdo Ejecutivo No. 222 de 30 de septiembre de 1943, se rige por la norma legal anotada, por el ordenamiento jurídico de la República del Ecuador.

del Ecuador. El sector textil también fue afectado por el volumen de importaciones de textiles chinos que prácticamente dañaron el mercado local, al ofrecer productos a costos muy bajos, preferidos pese a su inferior calidad, aspecto que le resultó imposible de sobrellevar al productor nacional que no era capaz de competir en esas condiciones. (Diario El Telégrafo, 2013). No obstante, pese a lo adverso que pudiera parecer el panorama, es importante que las fábricas de textiles en Ecuador trabajen más en la reducción efectiva de sus costos, en la credibilidad de sus prendas y en el desarrollo de una marca de prestigio, que en lo posible evite el incremento de importaciones que afecten la balanza comercial. En la actualidad, se están haciendo esfuerzos por generar una mayor promoción y capacitación del sector textil manufacturero, pero aún falta que más empresas se sumen y mediante eventos, como las Ferias de Modas, se logre dar mayor realce a la producción nacional en los mercados internacionales.

### **1.3. Planteamiento del problema o necesidad**

#### **1.3.1. Ubicación del problema dentro de un contexto**

El sector textil ecuatoriano normalmente demanda el uso excesivo de mano de obra, razón por la cual sus tejidos son de gran calidad; especialmente en ciudades de la región andina como Otavalo, que se destaca por sus tejidos elaborados a mano, siendo un referente para los principales productores y exportadores textiles del país, pero se trata de un trabajo tradicional, es decir, que pasa de generación en generación, muchas veces los artesanos no encuentran los mecanismos adecuados (financiamiento) que le ayuden a expandir sus fronteras comerciales y por tanto, se dedican únicamente a la producción local, obteniendo ingresos que en el peor de los casos sólo les ayudan para su sustento diario.

En ese contexto, Alfredo Yague manifiesta que en el país se están haciendo esfuerzos por fortalecerlo y dinamizarlo, pero lastimosamente es una tarea compleja por la falta de continuidad en los procesos de mejora. Por otra parte, está el comportamiento del consumidor local que en primera instancia tiene mayor afinidad por los productos extranjeros por considerarlos de mejor calidad; los ecuatorianos no se identifican con la producción nacional, ya que no existe un compromiso de adquirir una prenda que lleve la leyenda “Hecho en Ecuador”. Asimismo, las exigencias del comprador local se han incrementado en la medida que el ingreso promedio familiar también ha ido mejorando, por tanto demandan mayor calidad, mejores diseños y precios más competitivos. (Mendoza, 2012).

Desde el año 2011 el Gobierno Nacional Ecuatoriano, a través del MAGAP, importó 4.200 ovinos desde Uruguay para entregarlos a 200 beneficiarios de la Asociación de Criadores de Ovinos de Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Bolívar, situación que ha permitido mejores niveles de producción en este campo. Un boletín de prensa del MAGAP indica que a la fecha se cuenta con 1.800 corderos o pies de cría, lo que representa una reproducción del 43% del total de los animales recibidos. En el aspecto comercial, estas ovejas han sido vendidas a doscientos dólares las hembras y doscientos cincuenta dólares los machos; situación que ha permitido que los campesinos de la Sierra central sean beneficiarios directos al contar con una mejor raza de oveja, que les genere mayores ganancias, y que al mismo tiempo mejore su autoestima como pequeños y medianos productores. (Zambrano & Calvache, 2012).

De igual forma se debe destacar que la reproducción en las ovejas tiene un tiempo de cinco meses de gestación, por lo general la oveja pare una o dos crías, a las que se les llama cordero, aunque algunas razas como la Romanof pueden llegar a tener hasta 9 crías. En el Ecuador, el pequeño y mediano productor no tenía buena producción, situación que obligó a que

el Gobierno importara ovejas desde Uruguay, aspecto que hizo posible la recuperación del sector ovejero del país, que anteriormente era muy deficiente. (Zambrano & Calvache, 2012).

Datos difundidos por el Ministerio de Ganadería, Agricultura, Acuicultura y Pesca -MAGAP-, dan a conocer que ahora el precio por carne y lana, ha subido por su calidad. La producción de lana tiene ahora mayor acogida por parte del mercado consumidor; ya que antes el kilo era vendido en \$ 0.60 y en la actualidad este supera los \$ 2.00; mientras que la carne se comercializa en \$ 3.50 por kilo. (Cotopaxi Noticias, 2012).

### **1.3.2. Situación Conflicto**

Es importante mencionar que la producción de lana de oveja en el Ecuador es una actividad que poco a poco está reactivándose, y en la actualidad se estima que cada oveja esquilada es capaz de producir aproximadamente 4.5 kilogramos de lana color beige, suave y fácil de hilar. De esta forma si considera que en el país existen cerca de 6.000 ovejas que en promedio produjeron 4.5 kilos en 2013, dejando una producción total de 27 toneladas y un total de ingresos estimados en \$ 54.000 para el sector ovejero. (Diario El Comercio, 2013).

Por otra parte, en el país existe diversidad de razas. Estas se encuentran divididas en productoras de carne y lana, y son: Corriedale, Suffolk, Hampshire, Dorper, Texel, Pelibuey, Katahdin, Rambouillet, South down, East Friesian (Frisona), Cheviot, Blackbelly, Dorset, Biotipo Criollo y Merino. Las razas descritas, en el país tienen la capacidad de producir carne y lana de muy buena calidad, según lo indicado por el Ing. Diego Toledo, Director del departamento de Ganadería, del MAGAP. (Zambrano & Calvache, 2012)

### 1.3.3. Delimitación

La delimitación del problema se ha elaborado tomando como parámetros principales el espacio, segmento de mercado y esencia del problema, tal como se muestra a continuación:

Tabla 2. Delimitación

ASPECTO	DESCRIPCIÓN
<b>Campo</b>	Desarrollo socioeconómico.
<b>Ubicación Geográfica:</b>	Provincia de Cotopaxi. Asociación de Criaderos de Ovino.
<b>Segmento de mercado:</b>	Residentes de la ciudad de Quito.
<b>Actividad económica:</b>	Producción y comercialización de prendas de vestir a base de lana merino.
<b>Problemas a combatir:</b>	Déficit en la balanza comercial textil como consecuencia de los bajos niveles de competitividad que presenta el sector manufacturero textil.

Fuente: La Autora

Elaboración: La Autora

### 1.4. Formulación del problema

Por tal motivo y tras el análisis antes expuesto el problema de investigación se plantea de la siguiente manera: “los déficits en la balanza comercial textil se deben a los bajos niveles de competitividad que presenta el sector manufacturero, como consecuencia de su elevado costo, la falta de compromiso local y la escasa credibilidad que tienen las marcas locales para convencer al consumidor ecuatoriano respecto a la relación precio-calidad de sus productos finales”.

#### 1.4.1. Hipótesis

Los bajos niveles de competitividad que presenta el sector manufacturero textil, se debe a la inadecuada infraestructura y capacidad empresarial



para potenciar los niveles de producción, especialmente con valor agregado.

### 1.4.2. Variables

**Tabla 3. Variables de Investigación**

<b>Variable Independiente (CAUSA)</b>	<b>Variable Dependiente (EFECTO)</b>
Infraestructura y capacidad empresarial	Baja producción

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

La falta de competitividad de los microempresarios nacionales que obliga al incremento de importaciones textiles extranjeras, generando un déficit en la balanza comercial del país.

- Falta de maquinaria especializada para la elaboración de textiles a base de lana de merino.
- Falta de estructuras organizacionales.
- Falta de concientización del mercado ecuatoriano sobre las propiedades de la lana de merino.

Es por ello que la propuesta de analizar la factibilidad de producir textiles a base de lana merino se establece como una respuesta a la necesidad de innovar en el sector manufacturero para ofrecer productos con mayor valor agregado, ya que se conoce que este tejido es muy cotizado en los mercados internacionales por su suavidad y gran calidad, pero además por poseer ciertas características que no afectan a la piel y evitan la manifestación de enfermedades cutáneas como la dermatitis, al poseer lanolina considerada como antibacterial.

## 1.5. Justificación

Este proyecto se alinea a normativas que impulsan el desarrollo productivo del país, enmarcado en los siguientes campos:

**1. Constitución:** En este contexto, el proyecto es importante porque se basa en un modelo económico de libre mercado donde el Estado se convierte en el planificador del desarrollo económico y es el garante de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios que se consagran en la Constitución. Asimismo, el proyecto se basa en el artículo 276 que manifiesta la construcción de un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario, sostenible y basado en la distribución equitativa de los medios de producción y generación de empleo digno y estable.

**2. Plan Nacional del Buen Vivir:** El proyecto se relaciona con los objetivos 9 y 10 que establecen la garantía del trabajo digno en todas sus formas y el impulso de la transformación de la matriz productiva. De esta forma, se busca trabajar con la Asociación de Criadores de Ovino en la compra de su lana para la confección de prendas de vestir a base de este material. Así se le da mayor valor agregado a estos productos textiles y se generan fuentes de trabajo directa e indirectamente.

**3. Código Orgánico de la Producción:** Está ligado al Código Orgánico de la Producción porque abarca procesos productivos para transformar a la lana en prendas de vestir con acabados de gran calidad, generando un aporte para el cambio de la matriz productiva.

**4. Matriz Productiva:** El cambio de la matriz productiva es de vital importancia porque de esta forma se busca la generación de mayor valor agregado, para alcanzar una matriz potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente; Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales.

**5. Línea de investigación de la carrera:** Finalmente, el presente trabajo responde a la necesidad de desarrollar proyectos innovadores que potencien los sectores productivos a nivel local, aprovechando los recursos naturales del país y la calidad de la mano de obra en el campo textil.

## **1.6. Descripción del Proyecto**

De esta manera, la propuesta de analizar la factibilidad económica de producir textiles a base de lana merina representa un gran aporte en primera instancia a la industria textil, debido a que es importante innovar y crear productos con mayor valor agregado para que el consumidor local se comprometa en adquirir producción nacional, y sea capaz de romper viejos paradigmas que establecen que “lo local es de mala calidad y lo extranjero es mejor”, para crear conciencia de que en el país existe mano

de obra calificada muy dispuesta a diseñar y fabricar textiles de gran calidad. Por esta razón, el compromiso de este trabajo se centra en el esfuerzo por crear textiles a base de lana merina para aprovechar sus beneficios, entre los cuales se pueden mencionar los siguientes:

- Estos tejidos son excelentes para regular la temperatura corporal,
- La lana ofrece un poco de calor, sin sobrecalentar al usuario.
- Se extrae la humedad (sudor) de la piel.
- La tela es un poco repelente de humedad, permitiendo al usuario evitar la sensación de humedad.
- La lana absorbe el agua (hasta 1 / 3 de su peso), pero a diferencia del algodón, la lana retiene el calor cuando está mojada y ayuda al usuario a evitar la hipotermia después de arduos entrenamientos o los fenómenos meteorológicos.
- La lana de oveja merina contiene lanolina, que tiene propiedades antibacterianas.
- Su textura es suave. (Estaciones del Ovino, 2012).

Asimismo, el proyecto se justifica porque se enmarca dentro de los lineamientos del cambio de la matriz productiva y el plan del buen vivir, ya que en primera instancia busca la creación de productos con valor agregado a través de los textiles de lana merina, lo que implica mayor tecnificación de la mano de obra y mejores niveles de rentabilidad enfocada específicamente en el conocimiento y desarrollo del talento humano; y por otra parte, porque busca convertirse en un generador socioeconómico que garantice el acceso a un empleo digno y con el pago de salarios justos en condiciones de trabajo óptimas, sin causar mayores daños al medio ambiente y a las comunidades, sino que más bien se trabajaría con el compromiso de disminuir los impactos negativos.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de prendas de vestir en la provincia de Cotopaxi a base de lana de merino para su comercialización en la ciudad de Quito.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

1. Realizar una investigación de mercado para definir el perfil del consumidor y estrategias para captar su interés.
2. Determinar la situación actual del mercado quiteño.
3. Definir los requerimientos de infraestructura y operativos para la producción de textiles a base de lana de merino.
4. Desarrollar un estudio de factibilidad que demuestre la viabilidad económica del proyecto.

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes del Estudio**

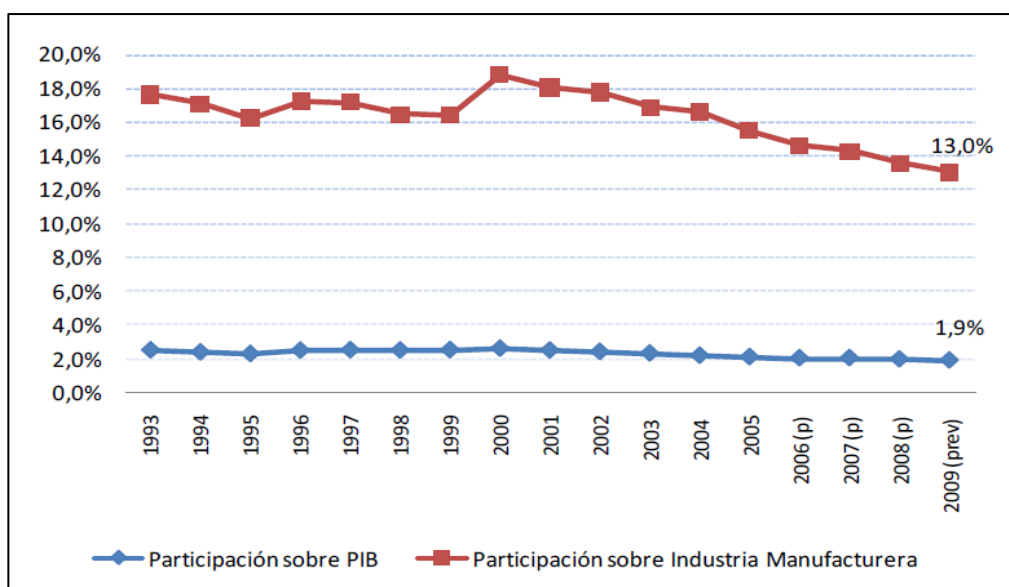
La producción de lana en el Ecuador, un proceso que conlleva desde la esquila de la oveja hasta realizar el tejido de prendas de vestir, es una actividad artesanal y es fundamentalmente realizada en sectores de la sierra del país. Hasta el año 2011 fue una actividad que estuvo a punto de desaparecer pues se contaba con un ganado ovino criollo de mala calidad, lo cual no era rentable tras la esquila del mismo.

La actividad textil represente uno de los sectores económicos más importantes para el Ecuador, debido a que es una importante fuente generadora de empleo, puesto que no sólo demanda mano de obra no calificada, sino que además es una industria que está integrada con otros sectores como el agrícola, ganadero, industria de plásticos, industria química, etc., de los que requiere de materia prima para la elaboración de los productos finales.

La industria textil favorece al crecimiento del sector manufacturero con su valioso aporte, debido a que las exportaciones de artículos relacionados a esta industria han mostrado en los últimos años un aumento significativo el cual oscila entre un 5% y 10% por año. Sin embargo, el desafío de mayor peso es competir dentro y fuera del país con artículos de origen externo, especialmente aquellos de procedencia china, donde resulta casi imposible competir por su bajo precio. De ahí que mejorar la competitividad es el principal desafío de la industria, hacerlo permitirá ingresar y posicionarse en mercados foráneos, incentivar la producción y por lo tanto generar importantes plazas de empleo.

De acuerdo a la Clasificación Internacional Uniforme CIIU<sup>2</sup>, la fabricación de productos textiles y prendas de vestir forma parte de la industria manufacturera. Según las previsiones del Banco Central del Ecuador (BCE), en 2009 este sector aportó con cerca de dos puntos porcentuales al Producto Interno Bruto (PIB), contribución que se ha mantenido similar desde la década anterior.

**Gráfico 1. Ecuador: Estructura de la participación de la industria manufacturera sobre el PIB**



**Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo**

**Elaborado por: (Carrillo, 2010) – INEC**

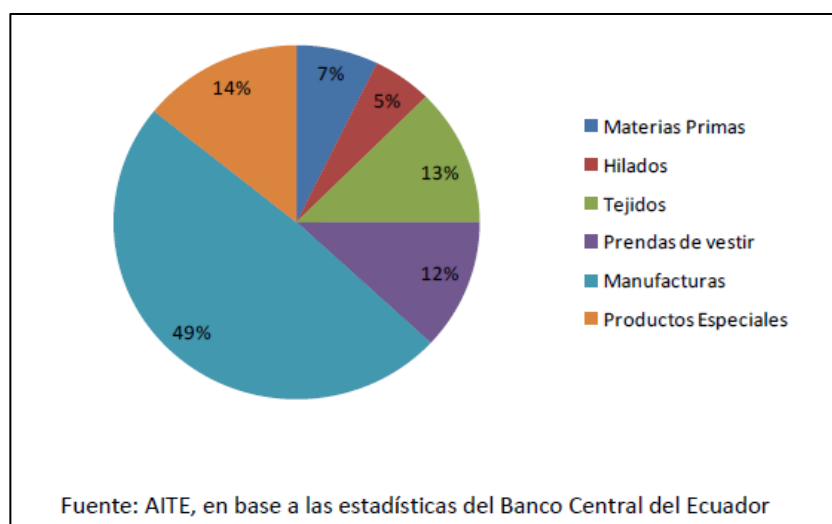
En el contexto internacional, la exportación de manufacturas de textiles ecuatorianos ha tenido un crecimiento significativo durante los últimos tres años (30,5% en promedio). En 2009 el crecimiento de las exportaciones textiles fue de 23,6% y su participación dentro de las exportaciones totales fue de 1,3%, dicha participación fue mayor a la registrada en 2008 en 0,5 puntos porcentuales.

De acuerdo a información tomada de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), en 2009 los principales productos exportados

<sup>2</sup> Es la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas

fueron las manufacturas (48,9%) y productos especiales (14,2%) y los destinos más importantes fueron Venezuela (55,81%) y los países miembros de la Comunidad Andina (24,25%). A continuación se presente una gráfica que explica estos resultados:

**Gráfico 2. Ecuador: Exportaciones de Textiles de acuerdo al tipo de producto**



**Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo**

**Elaborado por: (Carrillo, 2010) – INEC**

El Gobierno Nacional tuvo que aplicar salvaguardias a las importaciones implantadas en 2009, con la finalidad de proteger la industria local; como consecuencia se pudo apreciar una **disminución** de importaciones antes mencionada. En relación al 2008 la importación de prendas de vestir, materias primas, manufacturas e hilados mostraron una considerable reducción.

A pesar del incremento registrado en las exportaciones textiles y la reducción de las importaciones en 2009, el saldo de la balanza comercial se ha mantenido negativo. Si bien las medidas adoptadas por el gobierno en defensa de la producción nacional consiguieron mejorar la situación de la balanza comercial, el sector sigue enfrentándose a la competencia de



productos importados y a nivel internacional tiene el reto de disputar nuevos mercados, lo cual exige productos más competitivos.

## **2.2. Fundamentación Teórica**

Para efectos del desarrollo del presente trabajo de investigación se aplicarán las metodologías orientadas a la planificación estratégica e investigación de mercados. Bajo este contexto las principales teorías a utilizarse para el modelo de negocios propuesto son:

### ***2.2.1. Teorías de la Planeación Estratégica***

La planeación estratégica establece los distintos ámbitos en que interviene la institución o en los que se desea intervenir, estableciendo los pasos a seguir para abordar de manera adecuada los objetivos a lograr en cada uno de ellos; puede considerarse también como una reacción ante las amenazas y oportunidades externas, y debilidades y fortalezas internas, a fin de lograr una ventaja competitiva. A través de esta perspectiva, la estrategia permite definir una política organizacional para enfrentar la dinámica que se produce en el entorno, con el fin de detectar constantemente tanto las amenazas como oportunidades que el mismo trae consigo, buscando adquirir ventajas competitivas por sobre sus competidores.

El estudio de la planificación estratégica requiere de una herramienta conocida como el análisis FODA, la cual se fundamenta en el análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. En lo concerniente al FODA, es importante distinguir lo siguiente:

- **Fortalezas:** son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.
- **Oportunidades:** son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.
- **Debilidades:** son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.
- **Amenazas:** son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

### ***2.2.2. Teoría de las Cinco Fuerzas de Porter***

La teoría de las cinco fuerzas de Porter, denominada así por su autor Michael Porter (1985), es una herramienta muy útil para la planificación estratégica de una empresa, debido a que hace un análisis de las principales fuerzas competitivas que se mueven dentro de una industria, todo esto con la finalidad de definir el nivel de negociación entre proveedores y clientes, el grado de amenaza de productos sustitutos y nuevos competidores; y finalmente, el grado de rivalidad de la competencia existente.

De esta forma, el autor Porter establece que a través de esta investigación una empresa podrá considerar el grado de atractivo de una industria basado en las barreras de entrada o salida que esta pudiera presentar, de ahí que para lo que cada fuerza propone es lo siguiente:

### **1. Grado de amenaza de los nuevos competidores**

En el contexto de esta fuerza, es posible definir que un mercado o nicho no son atractivos si las barreras de entrada son fáciles de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevas propuestas y capacidades para apoderarse de una porción del mercado y por ende, reste participación a la competencia existente.

### **2. Grado de rivalidad entre los actuales competidores**

En el plano de esta fuerza se busca establecer la manera en que los actuales competidores dirigen sus estrategias de promoción y publicidad hacia su mercado. Por lo general, si ya están posicionados resulta complejo para un nuevo competidor captar clientes por la poca confianza que existe hacia la empresa que incursiona, por tanto si la rivalidad es muy alta, hay muchas pocas probabilidades de permanecer en esta industria, resultado poco atractivo.

### **3. Poder de negociación de los proveedores**

Si los proveedores están bien organizados en la industria no será atractivo para la empresa porque podrán definir precios y cantidades a su conveniencia.

### **4. Poder de negociación de los compradores**

El poder de negociación de los compradores es importante, ya que son ellos quienes generan la actividad comercial, normalmente una empresa tiene un alto poder de negociación cuando la oferta del producto o servicio es baja.

### **5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Se analiza productos o servicios que pudieran reemplazar o satisfacer momentáneamente una necesidad específica.

## **2.3. Marco Conceptual**

### **2.3.1. Producción**

“La función de la producción o de las operaciones de una empresa tiene por objeto la producción de materiales, bien sea de consumo, de inversión o de servicio. Estos productos se generan por que aumentan la satisfacción del consumidor, y por tanto tienen más utilidad en sí mismos que el conjunto de recursos por separados. Es decir el sistema productivo es un generador de riqueza en tanto el mercado pague más por lo transformado que por los recursos primarios” (Montserrat González Riesco, 2005). Así, González indica que en todo proceso de producción se utilizan recursos que suponen siempre un costo para obtener resultados y de esta manera conseguir máxima calidad al mínimo precio, es decir mayor eficacia y eficiencia del sistema.

### **2.3.2. Factibilidad**

Dado que las nuevas empresas en el mercado muchas veces requieren recursos a los cuales no pueden acceder con facilidad, se plantea realizar estudios de modo que estos recursos sean los analizados para medir su nivel de necesidad para cumplir con los objetivos propuestos. Por tanto se efectúa el estudio de factibilidad en la cual la optimización de recursos sea una prioridad. Básicamente el estudio de factibilidad les permite a las empresas alcanzar los objetivos propuestos al iniciar un proyecto ya que al realizar estos estudios la empresa puede medir su disponibilidad de recursos ante las altas exigencias de los mercados actuales. Generalmente estos estudios son realizados y aprobados por personal altamente calificado.

### **2.3.3. Calidad**

Actualmente, la calidad es un asunto importante para cualquier empresa que aspire a ser competitiva. La calidad es un sistema integrador de esfuerzos para conseguir el máximo rendimiento económico compatible con los clientes y sus necesidades. Es decir es un método de producción que económicamente genera bienestar o servicios de calidad. Para lograr que una empresa muestre niveles de calidad es importante que esta cuente con una estructura delineada que la lleve a lograr su máximo rendimiento, con los elementos que serán descritos:

- **Estrategias**  
Son reglamentos, manuales, procedimientos que deben llevarse de la mano para el cumplimiento de los objetivos de una empresa.
- **Procesos**  
Son actividades que deben ser efectuadas para el ordenado y correcto funcionamiento de una empresa.
- **Recursos**  
Materiales e implementos asignados al personal para la producción o ejecución del bien o servicio requerido por el cliente.
- **Estructura Organizacional**  
Jerarquías claras de responsabilidades y atribuciones dentro de una empresa.
- **Documentos**  
Tramitología necesaria para el cumplimiento de formalidades externas y de orden interno de la empresa.

### **2.3.4. Capacidad Empresarial**

De acuerdo a lo indicado por el Decano de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Pereira, Jaime Montoya Ferrer, el empresario actúa en la sociedad como un agente de cambio, dinamiza y

le da vida a múltiples proyectos que permanecen más o menos ocultos para la inmensa mayoría. Este agente está influido por una especie de patrón que lo diferencia de otros miembros de la comunidad, dado que su respuesta a las condiciones impuestas por el medio le permite asumir funciones que derivan en resultados económicos concretos. Este patrón o capacidad empresarial es más bien un conjunto de atributos individuales que permiten afrontar unas determinadas condiciones impuestas por el medio social, económico y político en el cual se desenvuelve. Se han podido observar varias categorías y etapas en el desarrollo de la capacidad empresarial. La capacidad de asumir retos y de comprometerse en proyectos con niveles más o menos altos de incertidumbre, se debe a un conjunto de actitudes y aptitudes personales, como:

- El reto se convierte en un factor estimulante que exige al empresario definir criterios de excelencia precisos.
- La necesidad de logro, es un factor motivacional que permite al empresario alcanzar poder y prestigio en su comunidad.

Las sociedades muy cerradas en las actuales hay la algunas actividades despreciadas por los estratos superiores. Es el empresario, con su necesidad de romper y crear alternativas nuevas, el que asume la función de cambiar, fomentando y validando actividades que no han sido aprovechadas. Con esto puede obtener algunas ventajas dedicándose precisamente a los trabajos que han sido rechazados.

### **2.3.5. Infraestructura**

La infraestructura de una empresa es muy importante a la hora de fabricar o comercializar productos, pero en muchos casos también implican el mayor costo o inversión. Sea cual fuere el modelo de negocio que se trate

de impulsar es necesario estructurar y analizar profundamente la infraestructura para la comercialización del producto o servicio.

Para definir la infraestructura de un proyecto debemos analizar una serie de factores que posteriormente van a influir en el desarrollo de un negocio. Cuestiones del local como la ubicación, el tamaño, la distribución, las características o la decisión entre comprar y alquilar, deben ser planteadas previamente antes de tomar una decisión y de la respuesta que obtengamos, daremos informe en el plan de empresa. (Portal Me Gestiono, 2009)

### **2.3.6. Maquinaria**

Corresponde al conjunto de equipos requeridos en una empresa para producir y mantener satisfechas las necesidades del consumidor. Es importante mencionar que la presencia de estos equipos juega papeles fundamentales en los procedimientos de las empresas, ya que sin estos equipos los costos de producción serían muy elevados como para que una empresa sea competitiva en el mercado. De igual forma es necesaria que las maquinarias sean constantemente actualizadas ya que al hablar de ventajas competitivas, la innovación en equipos tecnológicos muchas veces induce a convertirse líderes en el mercado.

### **2.3.6. Empresa**

Según lo indicado por María Eugenia Caldas Blanco (2011), la empresa es una unidad económica que a partir de la combinación organizada de diferentes factores materiales y humanos produce un bien o un servicio destinado a conseguir un beneficio económico. La empresa realiza una serie de funciones esenciales dentro de nuestro actual sistema económico y social. De igual forma recalca que la empresa en conjunto con el

proceso de organización de los factores productivos, supone la creación y la redistribución de la riqueza.

De acuerdo a Rubén Darío Andrade (2003) las compañías se clasifican en: de responsabilidad limitada, en comandita simple y en comandita por acciones, anónimas y de economía mixta. La ley de compañías en el Ecuador indica que estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

De acuerdo a La Ley de Compañías del Ecuador, estos tipos de compañías establecen su vez dos grupos claramente identificados y que difieren entre sí; en el primero de ellos, las compañías en nombre colectivo y en comandita simple o por acciones, cuya aprobación corresponde a un Juez de lo Civil de domicilio en que se constituyan, están compuestas por comerciantes, no sujetas al control de la Superintendencia de Compañías y principalmente los socios son solidaria e ilimitadamente responsables por los actos que ejecuten a nombre de la empresa. En cambio las compañías de responsabilidad limitada, anónima y de economía mixta se sujetaran a aprobación de la Superintendencia de Compañías para su constitución están sujetas a control de este ente (Andrade, 2003)

### **2.3.7. INEN**

El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) es una entidad nacional encargada de formular las normas técnicas del Ecuador, considerando conceptos básicos que ayuden a satisfacer las necesidades del consumidor local así como del productor, para facilitar el comercio nacional e internacional. Su misión es garantizar el cumplimiento de los derechos de los ciudadanos relacionados a la seguridad, protección de la vida humana, salud humana, animal y vegetal, así como la preservación



del medio ambiente, protección del consumidor, promoción de la cultura de la calidad, mejoramiento de la productividad y competitividad local.

## **2.4. Base Legal**

### ***2.4.1. Plan del Buen Vivir***

De acuerdo a lo expuesto en El Plan Nacional para el Buen Vivir (SENPLADES, 2013 - 2017), es un régimen de desarrollo de un sistema económico, social y solidario que tiene como finalidad alcanzar el Buen Vivir mediante la planificación del desarrollo nacional, la erradicación de la pobreza, la promoción del desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos.

Las propuestas contenidas en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, plantean importantes desafíos técnicos y políticos e innovaciones metodológicas e instrumentales, mediante la diversificación de la productividad y seguridad económica, el acceso universal a bienes superiores, equidad social, participación social, diversidad cultural y sustentabilidad. El Buen Vivir forma parte de una larga búsqueda de modos, formas de vida que han impulsado los actores sociales de América Latina durante las últimas décadas, como parte de sus reivindicaciones frente al modelo económico neoliberal. En el caso ecuatoriano, dichas reivindicaciones fueron incorporadas en la Constitución, convirtiéndose entonces en los principios y orientaciones del nuevo pacto social.

Con estos fundamentos, el Plan aterriza en lo concreto y propone una lógica de planificación a partir de los siguientes 12 grandes objetivos nacionales presentan el pensamiento que guía la acción de gobierno y establecen las políticas necesarias para alcanzarlos, con una meta que permitirá realizar un seguimiento y una evaluación permanente de la

política pública, la recuperación y transformación del estado como pilar político de la Revolución Ciudadana, entre los cuales tenemos los siguientes:

- **Objetivo 1.** “Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular” establece las políticas y líneas estratégicas necesarias para radicalizar el proceso de transformación del Estado y fortalecer el poder popular y ciudadano.
- **Objetivo 2.** “Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad”.
- **Objetivo 3.** “Mejorar la calidad de vida de la población”.
- **Objetivo 4.** “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”.
- **Objetivo 5.** “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”.
- **Objetivo 6.** “Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos”.
- **Objetivo 7.** “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global”.
- **Objetivo 8.** “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”.
- **Objetivo 9.** “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”.
- **Objetivo 10.** “Impulsar la transformación de la matriz productiva”.
- **Objetivo 11.** “Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica”.

- **Objetivo 12.** “Garantizar la soberanía y la paz, y profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana”.

Dentro del presente trabajo de investigación se trabajara en el desarrollo de Objetivo 9. “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas” y Objetivo 10. “Impulsar la transformación de la matriz productiva”.

#### **2.4.2. Código de la Producción**

El Código de la Producción establece como su objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

El presente código juega un papel fundamental en el presente trabajo de investigación ya que cumple con el Art. 4 literal a) donde indica “Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y coeficiente.

### **2.4.3. Transformación de la Matriz Productiva**

La matriz productiva es la forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas.

A ese conjunto, que incluye los productos, los procesos productivos y las relaciones sociales resultantes de esos procesos, denominamos matriz productiva (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012). El Gobierno Nacional del Ecuador (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012) plantea transformar el patrón de especialización de la economía ecuatoriana y lograr una inserción estratégica y soberana en el mundo, lo que nos permitirá:

- Contar con nuevos esquemas de generación, distribución y redistribución de la riqueza;
- Reducir la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana;
- Eliminar las inequidades territoriales;
- Incorporar a los actores que históricamente han sido excluidos del esquema de desarrollo de mercado.

Los ejes para la transformación de la matriz productiva son:

1. Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas-refinería, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.

2. Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables.
3. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica.
4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos.

Este cambio permitirá generar nuestra riqueza basados no solamente en la explotación de nuestros recursos naturales, sino en la utilización de las capacidades y los conocimientos de la población. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012).

#### **2.4.4. IEPI (*Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual*)**

El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual es una institución pública la cual tiene como principal función defender, fomentar y promover la propiedad intelectual empleando sistemas de desarrollo, como una herramienta para el progreso desde varias perspectivas del Ecuador mediante el impulso de políticas públicas.

## **CAPÍTULO 3**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### ***3.1. Tipo de Investigación***

El tipo de investigación es de carácter exploratorio y descriptivo. En primera instancia será exploratorio porque será necesario llevar a cabo una investigación de campo que permita recabar datos del mercado considerado como objetivo, con el propósito de obtener características relevantes a su perfil de compra. Por otra parte, también será de tipo descriptivo, porque la información estadística será presentada en gráficos que facilitarán su interpretación, así se podrá tener un criterio del comportamiento de compra del consumidor, que servirá especialmente para el diseño de las estrategias de mercado.

#### ***3.2. Diseño de Investigación***

Para el desarrollo de la presente investigación de mercado se hará un muestreo exclusivamente a nivel local con el propósito de determinar el perfil del consumidor para hacer un diagnóstico de su grado de aceptación respecto a los textiles a base de lana de merino que se pretende producir y comercializar. Especialmente para ser vendidos a grandes cadenas de ropa que ayuden a distribuir el producto hasta el consumidor final. Para este efecto, la metodología de investigación aplicada tendrá un enfoque cuantitativo porque se recabará información del mercado objetivo y posteriormente se presentarán cuadros numéricos y gráficos estadísticos que ayuden a la fácil interpretación de los resultados.

De ahí que el método aplicado es el descriptivo porque permite definir las características más representativas de una muestra objeto de estudio, sean estas personas, grupos, poblados o de cualquier fenómeno con el

cual se desarrollará el estudio. Este método se aplicará al momento de llevar a cabo la investigación de campo, para tabular y analizar la opinión de la mayoría de las personas encuestas para tener una idea de su punto de vista, frecuencia de compra, gustos y preferencias.

### **3.3. Población y Muestra**

#### **3.3.1. Definición de la población objetivo**

Se ha decidido establecer como mercado objetivo a la población de la ciudad de Quito, debido a que el tipo de prendas a base de lana se utiliza con mayor frecuencia en zonas cuyos climas son fríos, especialmente para cumplir la función de abrigar y evitar resfriados; en el mismo sentido, Quito está más cerca de la planta de producción de prendas de vestir que se ubicará en la ciudad de Latacunga en la provincia de Cotopaxi. De esta manera para la definición de la población objetivo se hará la siguiente segmentación:

**Tabla 4. Determinación de la Población Objetivo**

<b>Población Quito:</b>	<b>2' 239.199</b>
% 15-64 años:	64.3%
% PEA:	51.5%
Sector urbano:	96.0%
% Gasto en ropa (promedio \$ 75)	50.0%
<b>Población Objetivo:</b>	<b>355.919</b>

**Fuente: Banco Central – INEC, CIA World FactBook, 2013**

**Elaborado por: La Autora**

Con las variables previamente descritas se establece que la población objetivo serían aproximadamente 355.919 personas que residen en la ciudad de Quito, que estén dentro de la Población Económicamente Activa (15-64 años), que vivan en el sector urbano y que su gasto promedio en prendas de vestir (segmento del sector textil) sea de al menos \$ 75.00 trimestrales.

### 3.3.2. Cálculo de la muestra

Una vez establecida a la población objetivo (355.919 habitantes de la ciudad de Quito) se realizará el cálculo de la muestra, para obtener una porción representativa y confiable de la población total. Para este efecto se utilizará la fórmula estadística para poblaciones finitas que se describe de la siguiente manera:

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N-1) + 1}$$

$$n = \frac{355\ 919}{(0.08)^2 (355\ 919 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{355\ 919}{0.0064 (355\ 918) + 1}$$

$$n = \frac{355\ 919}{2278.87}$$

$$n = 156 \text{ personas.}$$

**n** = Tamaño de la muestra.

**N**= Tamaño de la población.

**E**= Error máximo admisible al cuadrado.

El resultado de la fórmula estadística aplicando un margen de error máximo del 8% establece que la muestra óptima debería ser de al menos 156 personas para el estudio de mercado.

### 3.4. Técnica para la recolección de datos

En esta investigación de mercado se aplicará la técnica de la encuesta será la principal técnica utilizada en este trabajo investigativo, ya que se acopla fácilmente, es breve y muy útil para determinar un criterio bastante acertado de la opinión de la muestra. Asimismo, esta investigación va a utilizar el método probabilístico usando el muestreo aleatorio por conglomerado, por la que la investigación se va a enfocar en seleccionar



aleatoriamente a un número de conglomerados (el necesario para alcanzar el tamaño muestral establecido) e investigar todos los intereses y hábitos del conglomerado. Para llevar un adecuado desarrollo de esta encuesta se seguirá el siguiente procedimiento:

1. A cada individuo se le explicará el objetivo de la encuesta y se solicitará permiso para escribir su opinión para que sea marcada dentro de los casilleros de la encuesta.
2. Una vez realizada la recolección de datos, se ordenarán las tablas por preguntas y se tabularán en hojas de cálculo de Excel las respectivas frecuencias para obtener los porcentajes de participación en el muestreo.
3. Una vez armadas las tablas, se procederán a elaborar los gráficos estadísticos para un análisis más sencillo y posteriormente se escribirá su interpretación.

### **3.4.1. Planificación de la investigación de campo**

El estudio de mercado se hizo a 156 personas en la ciudad de Quito, equivalentes al total de la muestra calculada previamente. La encuesta se realizó entre los días 15 y 30 de enero del 2014 en diversas localidades de la ciudad de Quito repartidas de la siguiente manera:

**Tabla 5. Distribución de la Muestra**

<b>LOCALIDADES</b>	<b>NÚMERO DE PERSONAS</b>
Terminal Terrestre de Quito, Alrededores de la Estación La Ofelia	56
Centro Histórico de Quito, La Ronda, La Mariscal y Teleférico	50
Parque La Carolina, Av. Amazonas, 6 de Diciembre y Naciones Unidas	50
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

## CAPÍTULO 4

### ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4.1. *Presentación de resultados*

##### 1. Sexo de los encuestados

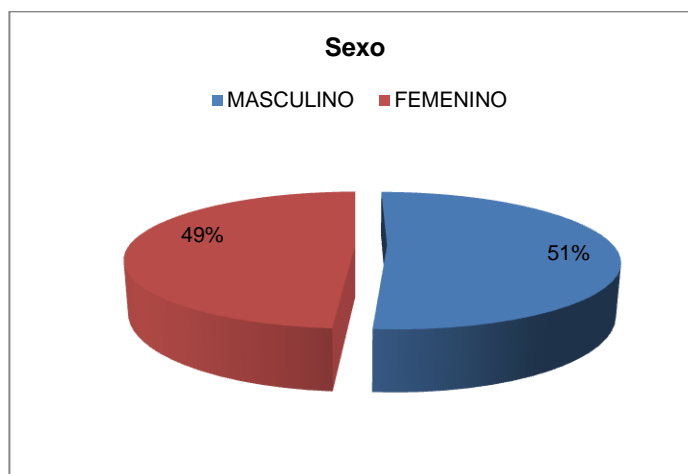
**Tabla 6. Sexo de los encuestados**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
MASCULINO	80	51.28%
FEMENINO	76	48.72%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

**Gráfico 3. Sexo de los encuestados**



**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

De acuerdo a los resultados de la encuesta se puede apreciar que hubo mayor participación por parte de las personas de sexo masculino, con un 51%, mientras que la diferencia corresponde a personas del sexo femenino (49%), lo cual nos ayudó a establecer que el sexo masculino son quienes demuestran un mayor interés al momento de seleccionar el tipo de textura con la que visten, lo cual identifica el perfil del consumidor.

## 2. Edad de los encuestados

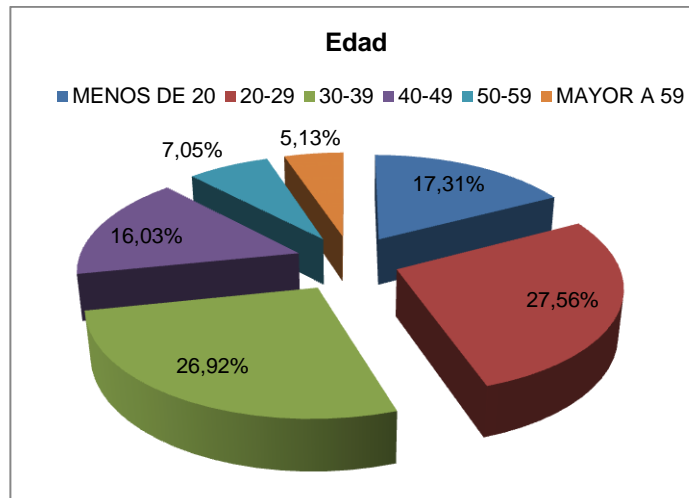
**Tabla 7. Edad de los encuestados**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
MENOS DE 20	27	17.31%
20-29	43	27.56%
30-39	42	26.92%
40-49	25	16.03%
50-59	11	7.05%
MAYOR A 59	8	5.13%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

**Gráfico 4. Edad de los encuestados**



**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

Los rangos de edades que mayor incidencia tuvieron en la investigación de mercado fueron: entre 20 y 29 años con el 27.56% de participación, seguidos por las edades entre 30 y 39 años con el 26.92%, edades menores a 20 años 17.31% y edades entre 40 y 49 años tuvo una participación de 16.03%.

Esto nos indica que la mayoría de las personas encuestadas poseen cierta independencia de elección y capacidad adquisitiva, siendo este un panorama atractivo para el desarrollo del proyecto.

### 3. Profesión de los encuestados

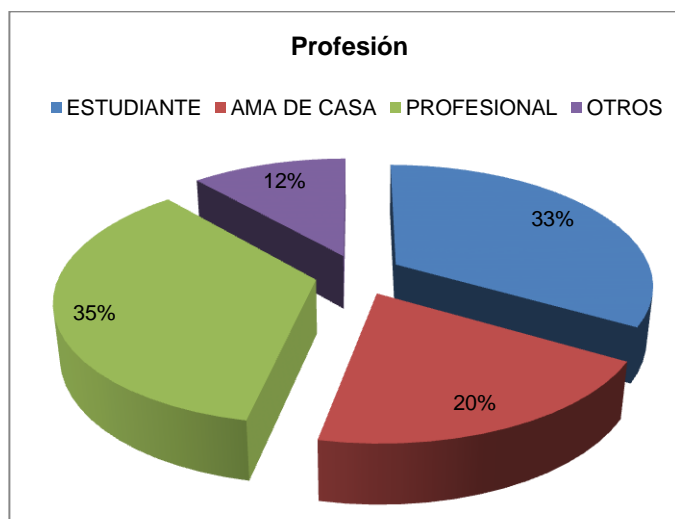
**Tabla 8. Profesión de los encuestados**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
ESTUDIANTE	52	33.33%
AMA DE CASA	31	19.87%
PROFESIONAL	55	35.26%
OTROS	18	11.54%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 5. Profesión de los encuestados**



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

En relación a la profesión de la mayoría de los encuestados se pudo observar que el 35% de los encuestados había completado sus estudios profesionales y se encontraba activos económicamente hablando, el 33% era estudiante, el 20% se clasificó dentro del grupo de amas de casa, y finalmente el 12% manifestó estar dentro de la categoría “otros” que abarca aquellas personas que no son profesionales, pero que realizan actividades de comercio.

Esta situación evidencia que los encuestados está en la posibilidad de adquirir las prendas de vestir son personas que en su mayoría son

economicamente activas logrando una excelente visión del mercado donde se desarrollaría el proyecto.

#### 4. ¿Ud. Compra productos confeccionados con lana de oveja?

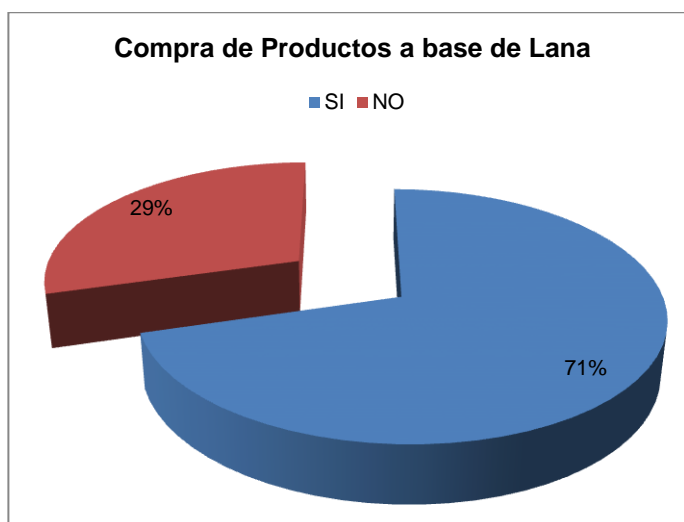
**Tabla 9. Compra productos a base de lana**

	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI		110	70.51%
NO		46	29.49%
<b>TOTAL</b>		<b>156</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 6. Compra productos a base de lana**



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

Se consultó a la ciudadanía encuestada si generalmente compran productos confeccionados con lana de oveja; el 71% manifestó que "sí", el 29% restante indicó que no.

Se puede evidenciar la preferencia a utilizar un material que protege muy bien del frío al conservar el calor corporal a un nivel óptimo, a diferencia de otro tipo de productos que no cuentan con las mismas propiedades.

**5. ¿Qué tipo de prendas de vestir elaboradas con lana estaría dispuesto a consumir?**

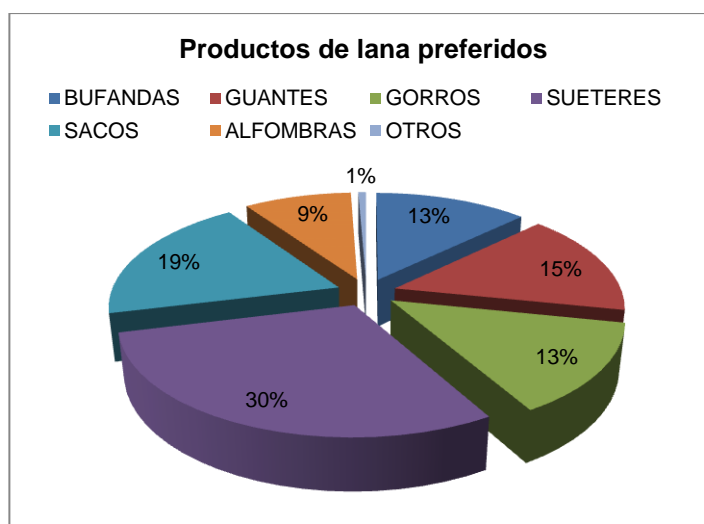
**Tabla 10. Productos de lana preferidos**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
BUFANDAS	20	12.82%
GUANTES	24	15.38%
GORROS	21	13.46%
SUETERES	46	29.49%
SACOS	30	19.23%
ALFOMBRAS	14	8.97%
OTROS	1	0.64%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

**Gráfico 7. Productos de lana preferidos**



**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

Entre las prendas de vestir que estarían dispuestos a comprar a base de lana, se pudo constatar que los suéteres representan la mayor opción entre los encuestados al apreciar un 30% de opiniones que se manifestaron a favor, seguida por los sacos de lana (19%), guantes (15%) y con el mismo porcentaje (13%) gorros y bufandas.

Esto indica la preferencia del consumidor en cuanto al tipo de prendas que son mayormente empleadas para el resguardo del frío.

## 6. ¿Con qué frecuencia realiza compras de prendas de vestir?

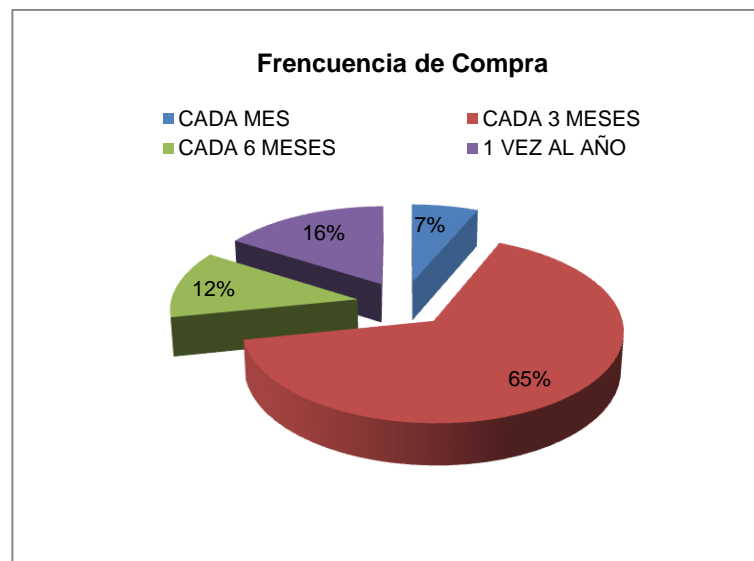
**Tabla 11. Frecuencia de Compra**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
CADA MES	10	6.41%
CADA 3 MESES	102	65.38%
CADA 6 MESES	19	12.18%
1 VEZ AL AÑO	25	16.03%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

**Gráfico 8. Frecuencia de Compra**



**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

Los resultados de esta pregunta manifiestan que el 65% de los encuestados compra prendas de vestir al menos cada 3 meses.

De esta forma, la estadística concuerda con lo indicado por el INEC que manifestó que la mayor parte de ecuatorianos realiza este tipo de gastos de forma trimestral, lo cual demuestra la inclinación que tiene el consumidor quiteño por cambiar o diversificar su armario en cuanto a prendas de vestir.

## 7. ¿Cuáles son los factores que inciden en su decisión de compra al momento de elegir una prenda de vestir?

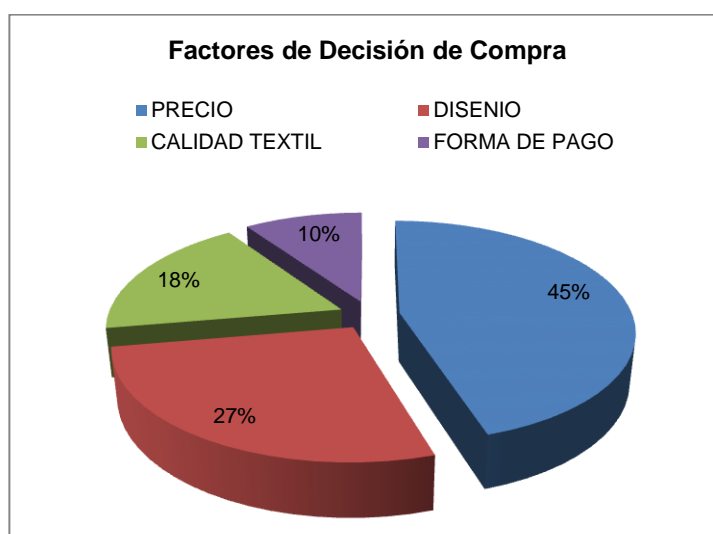
Tabla 12. Factores de decisión de compra

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
PRECIO	75	45.18%
DISEÑO	45	27.11%
CALIDAD TEXTIL	30	18.07%
FORMA DE PAGO	16	9.64%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico 9. Factores de decisión de compra



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

Se consultó acerca de los principales factores que inciden en su decisión de compra y se pudo constatar que el precio es el que mayor impacto tiene en las personas encuestadas (45% de participación), seguido por el diseño (27%), la calidad textil (18%) y forma de pago (10%).

Debido a que el consumidor quiteño considera como factor de compra fundamental el precio, como estrategia de presentación y ventas difundirá los beneficios para la piel que ofrecerán las prendas de vestir, y así captar un mayor mercado.



## 8. ¿Tiene conocimiento de los beneficios de la lana de oveja merino?

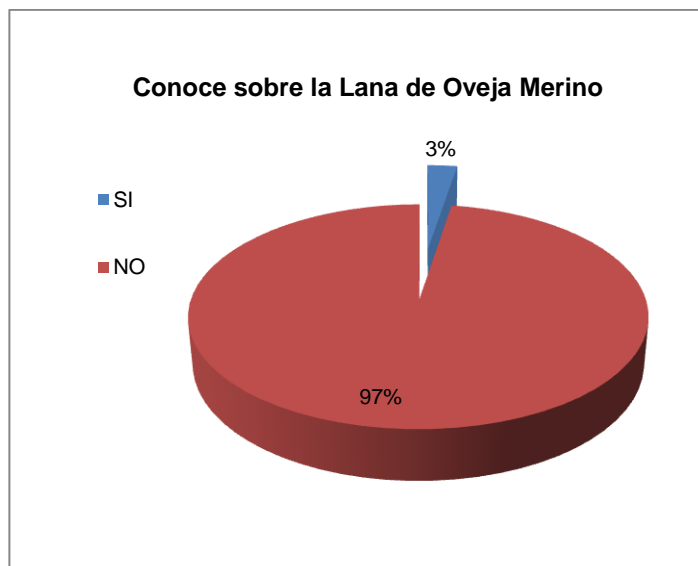
Tabla 13. Conocimiento sobre la lana de oveja de merino

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	4	2.56%
NO	152	97.44%
TOTAL	156	100.00%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico 10. Conocimiento sobre la lana de oveja merino



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

Los resultados de esta pregunta establecen que la gente desconoce sobre la lana de oveja merino y los beneficios que esta posee (97% de encuestados);

Este aspecto significa una oportunidad de mercado para ofrecer un producto con mayor valor agregado, aprovechando sus características favorables a la piel.

**9. Considerando que la lana de oveja merino es de gran calidad y además posee propiedades favorables para la piel ¿estaría dispuesto a comprar productos confeccionados con esta lana?**

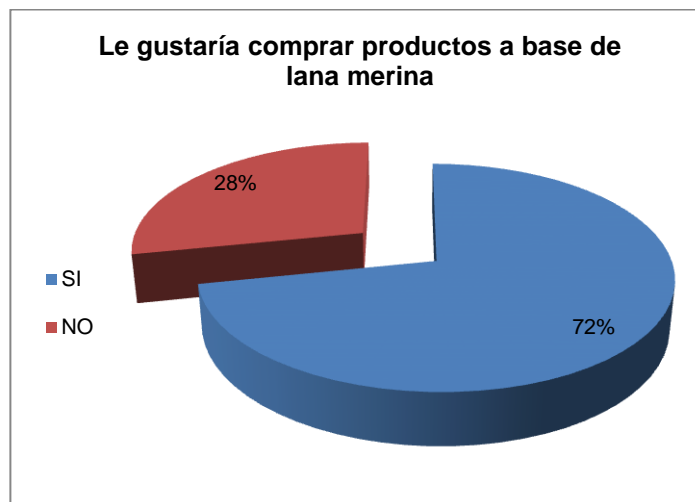
**Tabla 14. Disposición de comprar productos a base de lana**

	RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI		112	71.79%
NO		44	28.21%
<b>TOTAL</b>		<b>156</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

**Gráfico 11. Disposición de comprar productos a base de lana**



**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

Luego de explicar a los encuestados respecto a los beneficios que tiene esta lana, la mayoría (72%) se mostró bastante interesada en adquirir prendas confeccionadas con este material. El 28% restante indicó que no estaba interesado ya que en realidad consideran que no notarían la diferencia o simplemente prefieren otros materiales sustitutos a la lana. Esto demostró el nivel de aceptación que tendría este producto dentro del mercado.

**10. ¿Podría indicar cuál es su presupuesto de gastos para la compra de prendas de vestir?**

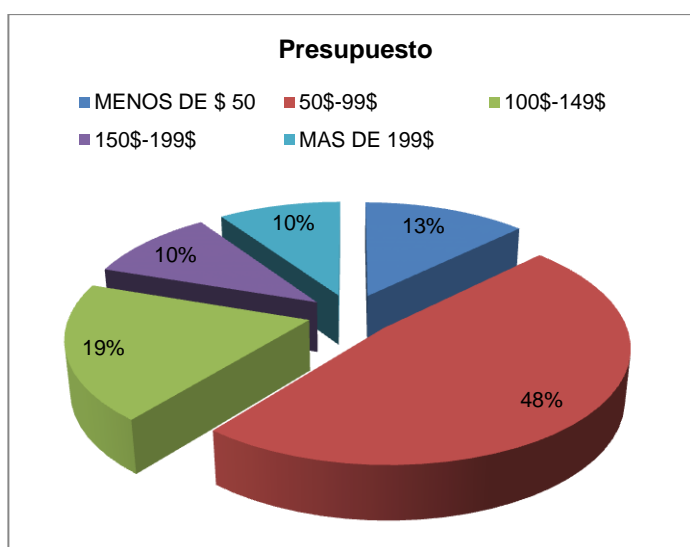
**Tabla 15. Presupuesto de gastos**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
MENOS DE \$ 50	20	12.82%
50\$-99\$	75	48.08%
100\$-149\$	30	19.23%
150\$-199\$	16	10.26%
MAS DE 199\$	15	9.62%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

**Gráfico 12. Presupuesto de gastos**



**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

En relación al presupuesto asignado para la compra de prendas de vestir, la mayoría (48%) manifestó destinar entre \$ 50 y \$ 99 para este concepto. Esta estadística que está relacionada con las tendencias analizadas por el INEC que manifiesta que ese es el gasto promedio que realizan los compradores al menos cada 3 meses, nivel de aceptación de precios dado por el consumidor y que se relacionan a lo expuesto en el mercado.

## 11. ¿Podría indicar su opinión acerca del grado de valoración de la producción nacional de textiles?

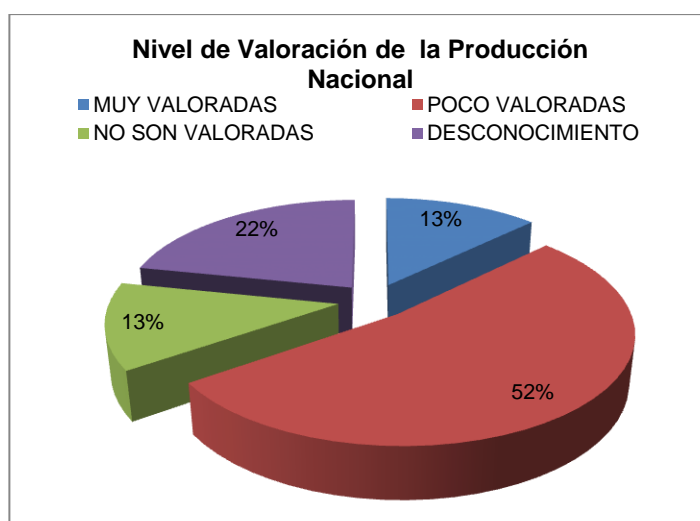
**Tabla 16. Nivel de valoración de la producción nacional**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
MUY VALORADAS	20	12.82%
POCO VALORADAS	82	52.56%
NO SON VALORADAS	20	12.82%
DESCONOCIMIENTO	34	21.79%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

**Gráfico 13. Nivel de valoración de la producción nacional**



**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

Para respaldar el problema de investigación se quiso preguntar sobre el grado de valoración que consideran tienen los encuestados respecto a la producción nacional de textiles y el 52%.

Esto estableció que esta industria es poco valorada, pese a tener diseños y acabados de gran calidad, muchos de ellos explicaron por la preferencia que tienen ciertos mercados hacia los productos de origen extranjero.

## 12. ¿Cuál sería su elección entre la producción textil local y la extranjera?

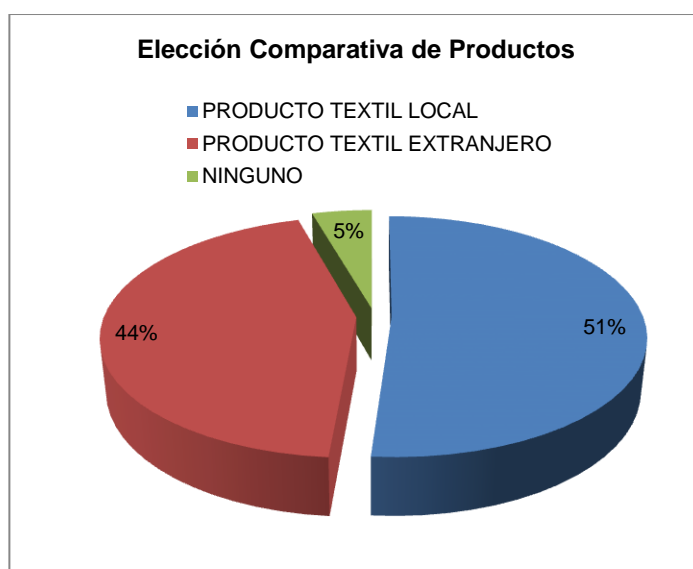
**Tabla 17. Elección comparativa de productos**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
PRODUCTO TEXTIL LOCAL	80	51.28%
PRODUCTO TEXTIL EXTRANJERO	69	44.23%
NINGUNO	7	4.49%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

**Gráfico 14. Elección comparativa de productos**



**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

En el mismo sentido se quiso saber cuál es la elección de las personas al momento de adquirir un producto textil, y el resultado fue muy ajustado ya que si bien el 51% manifestó que preferirían lo nacional antes que lo extranjero, hubo un grupo muy significativo que expresó que la producción textil extranjera era mejor (44%)

Esto ayudo a determinar que si bien es cierto se tiene una tendencia alta en cuanto al consumo ecuatoriano un porcentaje, se tiene un porcentaje muy aproximado en cuanto a preferencias de productos extranjeros.

### 13. Si contestó producción extranjera: ¿podría indicar las razones de su elección?

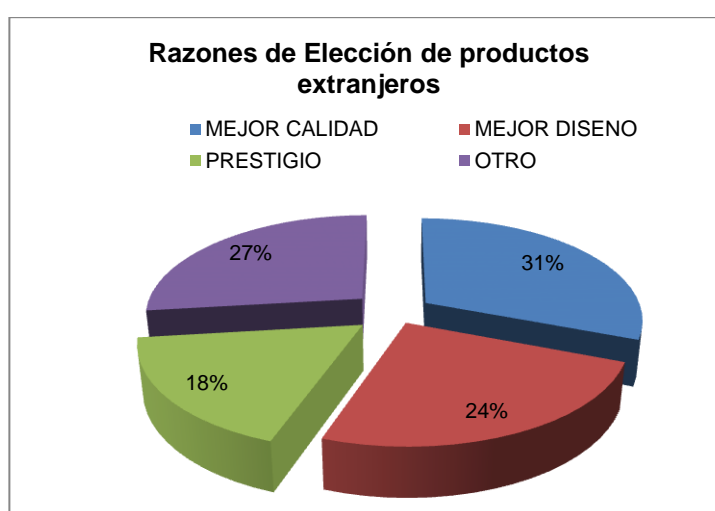
Tabla 18. Razones de elección de productos extranjeros

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
MEJOR CALIDAD	21	30.81%
MEJOR DISEÑO	17	24.54%
PRESTIGIO	12	17.75%
OTRO	19	26.89%
TOTAL	69	100.00%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

Gráfico 15. Razones de elección de productos extranjeros



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

Respecto a las razones que justifican la elección de productos extranjeros se puede apreciar que las opiniones son muy parecidas, no obstante el 31% manifestó que esos productos son de mejora calidad, tienen mejor diseño y mayor prestigio que la producción local.

Lo que explica en parte, los déficits en la balanza comercial textil, donde el nivel de importaciones es mayor que el de exportaciones y por tanto hay un déficit con tendencia a la alza en los últimos años.

**14. ¿Qué medio de comunicación es más persuasivo en su decisión de compra?**

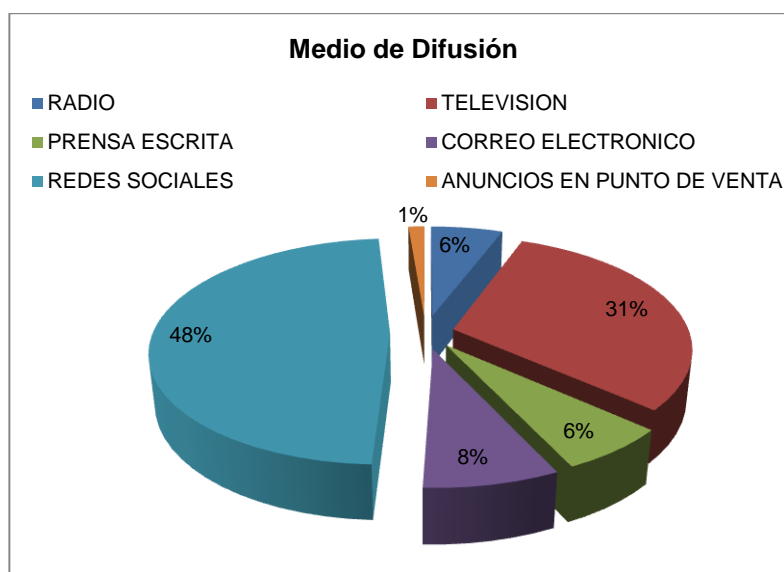
**Tabla 19. Medio de Comunicación más persuasivo**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
RADIO	9	5.77%
TELEVISION	48	30.77%
PRENSA ESCRITA	10	6.41%
CORREO ELECTRONICO	12	7.69%
REDES SOCIALES	75	48.08%
ANUNCIOS EN PUNTO DE VENTA	2	1.28%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

**Gráfico 16. Medio de Comunicación más persuasivo**



**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: La Autora**

Finalmente, entre los medios de comunicación que mayor interés genera hoy en día en la ciudadanía, se puede destacar que las redes sociales (48%).

Indicando al convertirse en una herramienta muy útil para enviar publicidad al mercado objetivo y de alguna forma mantener una interacción cliente-empresa más estrecha, se puede generar una ventaja para el proceso de promoción del proyecto.

#### *4.2. Conclusiones de la investigación de mercado*

Como conclusiones de la investigación de mercado se puede manifestar lo siguiente:

1. El análisis de las opiniones de los encuestados deja un claro panorama de la situación actual de la producción textil nacional, donde en muchos casos existe preferencia de la producción extranjera por considerarse de mejor calidad. De ahí que los productos locales son poco valorados, desde el punto de vista de los ciudadanos.
2. En el contexto del uso de prendas de vestir a base de lana de oveja, hay un interesante mercado representado por personas entre los 20 y 49 años que adquieren estos productos por considerarlos perfectos para protegerlos del frío y mantener estable su temperatura corporal. No obstante, la mayoría desconoce de los tipos de lana que existen, en este caso de la oveja merino.
3. A pesar de que desconocen los tipos de lana, al menos 7 de cada 10 personas sí estaría dispuesta a adquirir productos elaborados con lana de oveja merino para probar sus beneficios en la piel.
4. De esta forma, el perfil del consumidor identificado se define como una persona entre los 20 y 49 años, cuyo factor decisivo de compra sería el precio, y que su presupuesto máximo estaría ubicado entre \$ 50 y \$ 99 para este tipo de gastos, esperando recibir información del producto de una forma personalizada a través de redes sociales.



## CAPÍTULO 5

### PROPUESTA DE CREACIÓN DE EMPRESA

#### 5.1. Análisis Estratégico

##### 5.1.1. Análisis del Macro Entorno

Para la realización de un adecuado diagnóstico del entorno externo del proyecto se ha implementado la metodología PEST, que se enfocará en determinar la forma que ciertas variables del entorno inciden positiva o negativamente para el presente proyecto, De esta forma, a continuación se hace el respectivo análisis:

**Tabla 20. Análisis PEST**

	Descripción de Factores	Impacto
P O L I T I C O	<b>Sustitución Selectiva de las Importaciones a través de la Resolución 116 del Comex.</b>	<b>Positivo:</b> Con la resolución 116 del COMEX el Gobierno Nacional ha emprendido un programa de reducción de importaciones imponiendo barreras no arancelarias a las importaciones de 293 subpartidas arancelarias entre ellas las del sector textil. El objetivo de esta medida es el consumo de los productos de origen local (Diario Hoy, 2014). Asimismo, el apoyo del Gobierno en el sector de crianza de ovinos favorece a la producción de lana que potencie el sector textil enfocado en la confección de prendas de vestir.
	<b>Programas de Encadenamiento Productivo por parte del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)</b>	<b>Positivo:</b> El Ministerio de Industrias y Productivo tiene un programa integrador de productores, comercializadores, diseñadores y exportadores textiles.

	<p>Este proyecto se llama Ecuador Moda, evento que reúne una pasarela, feria-exhibición y rueda de negocios del sector textil nacional (Ecuadormoda, 2012). Asimismo, se cuenta con el Código Orgánico de la Producción que básicamente propone incentivos en el aspecto tributario para los nuevos emprendimientos, así como también programas de financiamiento que se pueden aprovechar para la adquisición de nueva tecnología.</p>
<p><b>Cambio de la Matriz Productiva</b></p>	<p><b>Positivo:</b>  Actualmente existe un apoyo gubernamental a sectores estratégicos con el objetivo de mejoramiento de la calidad, desarrollo de industrias, desarrollo de valor agregado y fomento al talento humano (Diario El Telégrafo, 2013). El apoyo consiste básicamente en las compras plurianuales a través del Portal de Compras Públicas para garantizar el desarrollo del mercado interno de los productores en al menos cuatro años. Otro apoyo es la sustitución de las importaciones por la producción nacional, desarrollo de planes de financiamiento, facilidades para compra de nuevas maquinarias y deducción de impuestos a nuevos empresarios.</p>
<p><b>Posible Acuerdo de Cooperación con la Unión Europea</b></p>	<p><b>Neutro:</b>  Aún están en las rondas de negociación y no se tiene conocimiento de los alcances para el sector textil de este acuerdo (Diario El Universo, 2014). Pero esto podría tener un impacto positivo para en un futuro exportar a este continente.</p>

E C O N O M I C O	<b>Protección Arancelaria</b>	<b>Positivo:</b> Para el caso de los textiles existen aranceles mixtos, uno fijo por valor CIF de la importación y otro variable por cada kilogramo de importación. Este arancel consiste en el pago de 10% del valor de la compra al extranjero, más \$ 5.50 por cada kilo de prendas de vestir y lencería de hogar que entrase al Ecuador. (Diario El Universo, 2013)
	<b>Recesión Financiera Mundial</b>	<b>Negativo:</b> Desde el año 2008 hasta la actualidad los países industrializados de los mercados estadounidense y europeo están sufriendo una crisis económica que ha repercutido en una reducción de las exportaciones nacionales.
	<b>Desempleo</b>	<b>Positivo:</b> La Organización Internacional del Trabajo (OIT) en el Informe Panorama Laboral 2013 destacó una reducción del 4.9 al 4.7% del desempleo nacional anual (Diario El Universo, 2013). Por otra parte, la fabricación de productos textiles y prendas de vestir ocupa el segundo lugar dentro de las actividades económicas que más aporta en la industria manufacturera en términos reales, siendo su impacto en 13.0% sobre el total del sector industrial (excluyendo la refinación del petróleo). (Carrillo, 2010). Esto lo convierte en uno de los sectores que mayor mano de obra ocupa dentro de la industria manufacturera y por tanto, su porte es muy significativo en la reducción del desempleo.
	<b>Competencia Desleal</b>	<b>Negativo:</b> Por falta de controles aduaneros el

	<p>ingreso de mercadería por contrabando afecta al sector ya que los precios de países no dolarizados como Colombia, Perú y China resultan atractivos para el consumidor (Diario El Universo, 2013).</p>
<b>Inflación</b>	<p><b>Positivo:</b> De acuerdo al Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) en su informe anual del 2013, indicó que Ecuador obtuvo una inflación anual 2013 del 2.70%; una reducción de 1.46 puntos porcentuales comparado con el 2012 que alcanzó un 4.16% (Banco Central del Ecuador, 2014)</p>
<b>Tasas de interés</b>	<p><b>Positivo:</b> El sector financiero en los últimos años ha mantenido una estabilidad importante, fijando tasas relativamente bajas y competitivas en relación a la década de 1990. En la actualidad la tasa pasiva es 4.53% para depósitos, mientras que tasa activa es 8.17% anual para préstamos. A nivel general los bancos mejoran tasas que oscilan entre el 13% y 17%, mientras que la Corporación Financiera Nacional mantiene tasas más competitivas para el desarrollo productivo, alcanzando niveles entre el 9% y 11.5% como máximo.</p>
<b>PIB</b>	<p><b>Positivo:</b> De acuerdo a proyecciones de la Presidencia de la República del Ecuador el PIB proyectado para este 2014 será de 98.895 millones de dólares. Un 4% superior a lo generado en el año 2013 que cerró con 89.834 millones de dólares (Banco Central del Ecuador, 2014).</p>

S O C I O C U L T U R A L	<b>Consumidor Exigente</b>	<p><b>Positivo:</b></p> <p>El poder adquisitivo y la información constante adquirida por los medios de comunicación hace que los consumidores sean cada vez más críticos al adquirir un producto y busquen valor agregado diferenciador en sus compras. Esto ayudará al mejoramiento continuo y el desarrollo de la creatividad de la industria textil.</p>
	<b>Demografía</b>	<p><b>Positivo:</b></p> <p>Según el último Censo de Población realizado por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010, Ecuador cuenta con una población de más de 14 millones de personas, lo cual representa un mercado interesante para el sector textil (Revista Vistazo, 2011). Por su parte, las empresas dedicadas a la actividad textil en el país se encuentran ubicadas en diferentes provincias, siendo Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua, Imbabura las de mayor producción, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad pero igual de importante.</p>
	<b>Tendencias de Consumo: Productos Eco-amigables y de Comercio Justo</b>	<p><b>Positivo:</b></p> <p>El crecimiento de consumidores conscientes en temas medioambientales y de comercio solidario nos permitirá tomar ventaja de nuestros competidores al contar con proveedores de pequeñas asociaciones de la Sierra que nos facilitarán la lana.</p>
	<b>Acceso a Internet</b>	<p><b>Positivo:</b></p> <p>Según el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) el 65% de la población</p>

T E C N O L O G I C O		ecuatoriana tiene acceso a internet, representando un medio de importancia para la transmisión del plan comunicacional externo de la empresa (El Diario, 2013).
	<b>Acceso a Redes Sociales</b>	<b>Positivo:</b> De acuerdo con Social Bakers, Ecuador es la séptima nación sudamericana usuaria de Facebook con aproximadamente 3.5 millones de usuarios en esta red social (Social Bakers, 2014). En el caso de la red social Twitter no se cuenta con información porque la empresa no ha publicado estadísticas de cantidad de usuarios. Sin embargo, extraoficialmente se estiman aproximadamente unas 100.000 cuentas en esta red social (Bejar, 20011). Esto nos permitirá definir las estrategias de posicionamiento enfocadas mayormente en la red social Facebook que tiene mayor acogida entre los ecuatorianos.
	<b>Acceso a Teléfonos Celulares Inteligentes (Smartphone)</b>	<b>Positivo:</b> Según la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL) aproximadamente 3.7 millones de usuarios poseen un teléfono celular inteligentes (Smartphone) con acceso a internet y aplicaciones móviles. Esto va sumado a la estrategia de promoción en internet. Importante estimar la creación de portales de acceso a la información publicitaria en versiones tanto para computadores como para celulares. (Diario El Comercio, 2013).

<p><b>Mejoramiento de la Velocidad de Internet</b></p>	<p><b>Positivo:</b> Según la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL), Ecuador lidera en Latinoamérica la velocidad de internet promedio mundial (MINTEL, 2014). La velocidad de calidad será una ventaja competitiva importante para tener una comunicación efectiva con nuestros clientes locales e internacionales.</p>
<p><b>Innovación en el sector textil</b></p>	<p><b>Positivo:</b> Desarrollo de eventos como la III edición de la Feria XPOTEX en Quito que presenta máquinas, telas e insumos con características que ya son solicitadas en el exterior. Al evento llegan maquinarias ofrecidas por 14 países como: España, Estados Unidos, Alemania, Italia, Portugal, China, Taiwán, Corea y Japón, entre otros. Dentro del área de textiles las principales innovaciones están en las llamadas telas inteligentes. Se exhiben las telas hospitalarias, que son antibacteriales, con un sistema decolorante que resiste a los lavados con cloro y a la exposición del sol. Tienen además sistemas que repelen fluidos y son antiestéticas. Otro tipo de telas son las destinadas para la ropa deportiva, que absorben y expulsan la transpiración. Además cuentan con filtro UV para evadir la radiación solar y sistema antibacterial que inhibe el olor de la sudoración. (Diario Hoy , 2013).</p>

Fuente: Diario Hoy, El Universo, El Telégrafo, Ministerio de Telecomunicaciones, Banco Central del Ecuador, 2013

Elaborado por: La Autora

## **5.1.2. Análisis de las cinco fuerzas de Porter**

### **5.1.2.1. Poder de los proveedores – Medio**

Nuestra relación con los proveedores estará enmarcada dentro del respeto de los precios del comercio justo bajo la figura legal de un contrato de un año renovable. Ni la empresa ni los proveedores podrán modificar el precio sin tener consecuencias legales. El contrato será celebrado de manera directa entre la asociación de laneros de merina y la empresa. La entrega de la materia prima se dará dentro de los cinco días de inicio de cada mes. La capacidad de negociación será de ganar – ganar ya que la asociación recibirá un precio justo y la empresa se beneficiará de imagen corporativa al tener iniciativas de buenas prácticas de responsabilidad social empresarial.

### **5.1.2.2. Amenaza de sustitución – Media**

El sector textil y de la moda es una industria dinámica en constante movimiento y cambios. Al analizar las telas de lana merina, será importante destacar el factor diferenciador de sus propiedades beneficiosas para la piel. Sin embargo puede existir temporadas bajas de compra del producto, lo que va a depender de factores tales como:

- Productos de temporada (verano / invierno)
- Productos de Fibra Vegetal No Tradicionales
- Marcas Tradicionales Posicionadas

Para que el producto sea sostenible y sustentable en el tiempo es importante asociarnos muy bien con nuestros clientes y generar consciencia de los beneficios del producto. La amenaza de sustitución es media y va depender de mucho de la innovación y la vanguardia que le demos al diseño de las prendas de vestir.



### **5.1.2.3. Grado de Rivalidad de los actuales competidores – Medio**

Existe mucha oferta de prendas de vestir importados especialmente de países asiáticos, sin embargo actualmente hay una ventaja impulsada por el gobierno nacional que ha estipulado la sustitución selectiva de las importaciones entre ellas las del sector textil. Sin embargo esta medida podría sólo ser temporal lo cual no garantiza una zona de confort para la industria, dado este escenario se tendría que aprovechar los incentivos de mejoramiento continuo de la calidad de producción y reducción de costos para nivelar los índices de competitividad. Con respecto a los productores nacionales de acuerdo a la Asociación de Industriales de Textiles del Ecuador (AITE) existen alrededor de 7 empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir en el país, sin embargo sus productos están fabricados de algodón y no poseen un valor agregado (Banco Central del Ecuador-AITE, 2013).

El grado de rivalidad es medio a pesar de no ser una industria fortalecida en términos de calidad y ser constantemente amenazada por la industria internacional, las actuales medidas estatales de sustitución de importaciones han permitido un respiro temporal a la producción local, la cual debe ser aprovechada para incrementar sus estándares de calidad.

### **5.1.2.4. Grado de Amenaza de Nuevos Competidores - Medio**

Ecuador al ser un país con economía dolarizada y no brindar las facilidades en términos de tramitología para la creación de una empresa, aún no logra ser atractivo para la inversión extranjera directa ya que representa altos costos de mano de obra y tiempo. Sin embargo al tener actualmente políticas de incentivo a la producción nacional y economía solidaria respetando los lineamientos del Buen Vivir, podría representar una amenaza media al poder captar la atención de capital nacional de inversión en producción de servicios y bienes diferenciados.

#### **5.1.2.5. El poder del consumidor – Alto**

Nuestros principales aliados serán nuestros clientes, diseñadores y empresas de confección de ropa con los que trabajaremos en conjunto para un mejor aprovechamiento de las características de valor agregado que otorga la lana merina a la piel de los consumidores. El poder de los consumidores es alto ya que necesitamos posicionar en ellos los beneficios de nuestros textiles para que esta información sea igualmente transmitida en sus publicidades al consumidor final.

#### **5.1.3. Análisis FODA**

##### **5.1.3.1. Fortalezas**

- Producto diferenciado con beneficios medicinales para la piel del consumidor.
- Ser una microempresa y una marca con sello de responsabilidad social empresarial y alineada con el cambio de matriz productiva.
- Producto certificado como Comercio Justo al contar con proveedores de la Asociación de Laneros de Merina respetando un precio solidario.
- Producto con potencial de exportación y de consumo local.

##### **5.1.3.2. Oportunidades**

- Ser la primera empresa nacional que produce textiles a base lana de merino.
- Programas de Encadenamiento Productivo por parte del Ministerio de Industrias y Productividad.
- Sustitución Selectiva de Importaciones, ayudaría a potenciar la producción nacional.

- Incentivos Tributarios en las zonas catalogadas como zonas económicas de Desarrollo Social (ZEDES) de acuerdo al Código Orgánico de la Producción (COPCI)
- Reducción de Brechas Digitales en la Población Ecuatoriana, para tener más medios de comunicación que informen a los ciudadanos respecto a los productos que se ofrecen.
- Generación de confianza en el microempresario al contar con un mejor estado de la economía, tendencias de crecimiento del Producto Interno Bruto y disminución del riesgo de perder la inversión.

#### **5.1.3.3. Debilidades**

- La proyección de la marca aún es débil porque la empresa es nueva en el mercado.
- Altos costos de inversión en marketing y publicidad para generar expectativa en los clientes y posicionar los productos en la mente del consumidor.
- Alta inversión en Investigación y Desarrollo para lograr tener un producto cada vez más duradero, maleable y fibras más resistentes, ya que supera el millón de dólares.
- Subutilización en los periodos iniciales de actividad empresarial de las maquinarias.
- Altos costos de producción (economía dolarizada) en comparación con la competencia.

#### **5.1.3.4. Amenazas**

- Fuerte competencia y menor precio de producción importada
- Desintegración de la Asociación (proveedores)
- Contrabando de productos textiles importados podrían afectar la producción nacional.

- Desabastecimiento de la lana (materia prima) para la confección de las prendas de vestir.

#### **5.1.3.5. Conclusiones del análisis estratégico**

- La empresa tiene que aprovechar las medidas de limitación de importaciones adoptadas por el gobierno para promocionar y fortalecerse localmente.
- La empresa tiene que apoyarse en el proceso de Cambio de la Matriz Productiva para beneficiarse de los incentivos tributarios y de mejoramiento de calidad gestionados por el Código Orgánico de la Producción y el Ministerio de Industrias y Productividad.
- La empresa tiene que destacar sus características diferenciadoras con los clientes ya que éstos serán los aliados principales en el momento de la confección de las prendas de vestir y que a su vez también deberán destacar los beneficios de la tela con los clientes finales.
- La empresa deberá pactar mediante contrato los acuerdos de precios, plazos y estado de la mercadería entregada. Se deberá respetar las normativas que determine la organización FAIR TRADE (Comercio Justo) para obtener una relación GANAR – GANAR.
- Es aconsejable que la empresa se asocie a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE) para lograr promoción local y externa. Adicionalmente el gremio será una voz representativa en el caso que Ecuador firme algún acuerdo de cooperación o comercial que afecte al sector.
- En el futuro la empresa deberá proyectarse a hacer venta minorista (retail) de prendas de vestir ya confeccionadas.

- La empresa deberá aprovechar eventos de promoción y de encadenamiento productivo como el caso de ECUADORMODA para poder ampliar su red de contactos y su cartera de clientes.

## **5.2. Análisis de la Oferta**

### **5.2.1. Industria Textil del Ecuador**

La confección de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas, su producción era de gran trascendencia en la cultura Inca, pues servía para denotar la situación social-económica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba. No obstante, en la actualidad la industria textil y de confecciones confecciona productos derivados de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, seda y lana. A pesar de que Ecuador no es un país conocido a nivel mundial como exportador de productos textiles, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose en una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46.240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero después de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo. (PRO ECUADOR, 2012).

La industria textil del Ecuador de acuerdo al Censo Económico realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010, representa el 2.66% de la Actividad Económica nacional en términos de Producción. Lo cual es una cifra reducida comparada con otras industrias. La mayor cantidad de industrias de textiles del país está agrupada en la Asociación de Industriales de Textiles del Ecuador (AITE) que tiene una base de socios de aproximadamente 50 empresas socias entre productores de prendas de vestir, hilados, prendas para hogar y tejidos.

### **5.2.2. Ubicación geográfica del sector textil en Ecuador**

Las empresas dedicadas a la actividad textil en el país se encuentran ubicadas en las siguientes provincias: Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua, Imbabura las de mayor producción, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad pero igual de importante. (PRO ECUADOR, 2012).

Imbabura es la provincia que cuenta con la mayor actividad textil en la Sierra, comprendiendo las zonas de Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí, que se dedican a la elaboración de tapices, fajas en telar de cintura y pedal, así como también a la confección de manteles, vestidos, blusas, sombreros de paño y demás textiles y tejidos autóctonos. Aquí se encuentra el 45.99% de los talleres textiles. (PRO ECUADOR, 2012).

Chimborazo posee el 15.02% de la actividad textil artesanal, la mayor concentración se encuentran en los cantones de Alausí, Chunchi, Colta, Guamote, Guano, Penipe y Riobamba y es donde se elaboran ponchos, teñidos con la técnica ancestral "ikat", las famosas alfombras de guano, fajas, cintas para envolver cabello, entre otros. (PRO ECUADOR, 2012).

En Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres y es el lugar en donde se destacan los tejidos de ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas y chompas bordadas, polleras realizadas en telar de cintura con la técnica ikat. A Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres y su principal actividad es el tejido de cobijas, sacos de lana, gorras y guantes, las zonas principales son los cantones de Mira, Espejo y Montúfar. (PRO ECUADOR, 2012).

### **5.2.3. Producción de Lana en Ecuador**

Como ya se mencionó anteriormente, en el país la producción de lana de oveja de las diferentes razas ha tenido un crecimiento considerable a raíz de las importaciones que hiciera el Gobierno Nacional desde Uruguay. Se considera que en la actualidad el sector de crianza de ovinos estaría dividido entre las provincias de Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Caña y Azuay y su producción sería de la siguiente manera:

**Tabla 21. Ecuador: Producción de Lana**

<b>Número de Ovejas (est. 2013)</b>	6.000
<b>Rendimiento en Kg/oveja</b>	4.5 kg
<b>Número de Esquiladas por año</b>	1
<b>Producción Total por año (est. 2013)</b>	27.000 kg

Fuente: Diario El Comercio, 2013

Elaborado por: La Autora

Desafortunadamente, en el MAGAP aún no existe una estadística exacta que determine la producción de lana en el país, mucho menos se encuentra segmentada por el tipo de oveja, pero se estima que de las 6.000 cabezas de ganado ovino, el 40% pertenecen a la raza merina y en su mayoría están bajo el cuidado de la Asociación de Criadores de Ovino de la provincia de Chimborazo, quienes en su mayoría comercializan la lana a empresas locales para convertirlas en prendas de vestir como: sacos de lana, suéteres, alfombras, guantes y gorros.

### **5.2.4. Empresas Relacionadas al Sector Textil**

Vale destacar que el sector textil se subdivide en cuatro grandes grupos: Hilatura, Tejidos, Prendas de Vestir y Lencería de Hogar. De esta forma es importante determinar quiénes son las empresas que se dedican a esta actividad según el segmento de mercado:

**Tabla 22. Empresas del Sector Textil**

<b>Subsector</b>	<b>Empresas</b>
<b>Hilatura</b>	Deltex Industrial S.A. Enkador S.A. Hilacril S.A. Hilanderías Unidas S.A. Hiltexpoy S.A. Industria Piolera Ponte Selva Pasanamería S.A. S.J. Jersey Ecuatoriano C.A. Textil Santa Rosa C.A. Textiles Gualilahua Textiles Industriales Ambateños Textiles Texsa S.A.
<b>Tejidos</b>	Asotextil Cia. Ltda. Cortinas y Visillos CORTYVIS Cia. Ltda. Deltex Industrial S.A. Ecuacotton S.A. Fabrillana S.A. Francelana S.A. Hilacril S.A. Ennotex S.A. Industria Piolera Ponte Selva Indutexma S.J. Jersey Ecuatoriano C.A. Sintofil C.A. Tejidos Pin-Tex S.A. Textil San Pedro S.A. Textiles La Escala S.A. Textiles Mar y Sol S.A. Vicunha Textil – La Internacional S.A.
<b>Prendas de Vestir</b>	Cámara de Comercio Antonio Ante Confecciones Recreativas Fibran Lia. Ltda. Empresas Pinto S.A. Hilacril S.A. Industria General Ecuatorianas S.A.- INGESA Industria Piolera Ponte Selva. Pasanamería S.A.
<b>Lencería de Hogar</b>	Cortinas y Visillos CORTYVIS Cia. Ltda. Deltex Industrial S.A. Industria Piolera Ponte Selva Paris Quito-Odatex Cia. Ltda Textil San Pedro S.A. Textil Ecuador S.A. Textil Mar y Sol S.A. Textiles Texsa S.A.

Fuente: Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, 2013  
Elaborado por: La autora



### 5.2.5. Organizaciones Gremiales del Sector Textil

A continuación se presenta un detalle de las principales organizaciones que apoyan al desarrollo del sector textil:

**Tabla 23. Organizaciones Gremiales del Sector Textil**

<b>Organización</b>	<b>Descripción</b>
<b>AITE</b>	Es la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador sin fines de lucro, creada en el año de 1943 con la aprobación del Gobierno Nacional, con el objetivo de unir a los industriales textiles para resolver problemas del sector y mediar entre: el sector, Gobierno, trabajadores y público
<b>CAPEIPI (Cámara de la Pequeña Industria)</b>	El Sector Textil, Cuero y Confecciones de esta Cámara, tiene como propósito el fortalecimiento del gremio a través de organización de eventos, capacitaciones y proyectos que potencialicen al sector y eleven su competitividad.
<b>Cámara de Comercio Antonio Ante</b>	Institución fundada en el año 2002, con el objetivo de generar condiciones que permitan el desarrollo de los sectores comerciales y productivos.
<b>ACONTEX (Asociación de Confecciones Textiles)</b>	Esta asociación surge de la iniciativa de un grupo de personas dedicadas a la confección de todo tipo de ropa, con el fin de enfrentar los nuevos desafíos y retos del mercado laboral e industrial de mundo actual.

**Fuente:** (PRO ECUADOR, 2012)  
**Elaborado por:** La Autora

### 5.3. Análisis de la Demanda: Comportamiento y Tendencias del consumo de textiles

#### 5.3.1. *Ámbito Internacional*

En lo que se refiere al consumo de textiles es importante mencionar que el Ecuador por lo general es un país exportador de prendas y complementos para la confección de prendas de vestir, es decir de fibras textiles, sean estas de algodón o lana. A continuación se presenta una estadística de las exportaciones de estas fibras en los últimos 4 años (2009-2012):

**Tabla 24. Exportaciones Ecuatorianas de Prendas y Complementos de Vestir (2009-2012)**

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS) DE VESTIR, EXCEPTO DE PUNTO							
VALOR MILES USD FOB							
SUBPARTIDA	DESCRIPCION	2009	2010	2011	2012*	TCPA 2009-2011	% PARTIC. 2011
6203.31	DE LANA O PELO FINO	1,160	941	793	911	-17.31%	17.99%
6210.50	LAS DEMÁS PRENDAS DE VESTIR PARA MUJERES O NIÑAS	639	638	549	531	-7.27%	12.46%
6214.30	DE FIBRAS SINTÉTICAS	231	329	365	662	25.76%	8.27%
6205.20	DE ALGODÓN	124	111	274	345	48.53%	6.22%
6214.90	DE LAS DEMÁS MATERIAS TEXTILES	239	104	241	14	0.44%	5.46%
6214.20	DE LANA O PELO FINO	211	208	219	194	1.71%	4.96%
6203.42	DE ALGODÓN	80	78	173	60	47.25%	3.92%
6203.43	DE FIBRAS SINTÉTICAS	124	46	171	85	17.39%	3.88%
6206.3	DE ALGODÓN	58	92	161	150	65.99%	3.64%
6204.31	DE LANA O PELO FINO	1	12	146	17	1388.75%	3.32%
6202.91	DE LANA O PELO FINO	107	95	139	70	13.98%	3.15%
6204.42	DE ALGODÓN	91	57	115	112	12.06%	2.60%
6202.11	DE LANA O PELO FINO	75	70	101	124	16.27%	2.29%
6202.13	DE FIBRAS SINTÉTICAS O ARTIFICIALES	67	28	88	112	15.10%	2.00%
	LOS DEMÁS PRODUCTOS	1,132	634	875	1,038	-12.11%	19.83%
	<b>TOTAL CAPÍTULO 62</b>	<b>4,339</b>	<b>3,442</b>	<b>4,410</b>	<b>4,425</b>	<b>0.81%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: (PRO ECUADOR, 2012)  
Elaborado por: PRO ECUADOR

En el mismo sentido, las estadísticas del Banco Central determinaron que entre 2009 y 2012, estos productos tuvieron como destino principal los siguientes países:

**Tabla 25. Destino de las Exportaciones del Sector Textil y Confecciones (2009-2012)**

PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES						
VALOR MILES USD FOB						
PAÍS	2009	2010	2011	2012*	TCPA 2009-2011	% PARTIC. 2011
VENEZUELA	101,203	129,757	65,276	16,495	-19.69%	33.44%
COLOMBIA	36,059	53,328	71,999	60,532	41.31%	36.88%
ESTADOS UNIDOS	7,917	7,579	7,469	4,750	-2.87%	3.83%
PERU	6,109	7,285	6,659	5,642	4.40%	3.41%
REINO UNIDO	5,260	6,696	5,501	5,795	2.27%	2.82%
BRASIL	2,221	2,020	9,812	3,619	110.17%	5.03%
FILIPINAS	4,150	2,865	4,241	4,151	1.08%	2.17%
CHILE	1,694	4,665	4,328	3,540	59.86%	2.22%
MÉXICO	2,839	2,474	3,079	1,749	4.14%	1.58%
JAPÓN	2,017	2,491	2,934	2,462	20.62%	1.50%
BOLIVIA	1,850	1,811	2,347	1,239	12.65%	1.20%
PANAMA	2,826	1,149	2,191	464	-11.95%	1.12%
ALEMANIA	1,075	1,672	1,921	1,524	33.67%	0.98%
ESPAÑA	989	1,106	491	1,687	-29.55%	0.25%
ARGENTINA	11	271	2,241	472	1318.46%	1.15%
COSTA RICA	422	391	812	778	38.81%	0.42%
DEMÁS PAÍSES	4,376	3,734	3,903	2,454	-5.56%	2.00%
<b>TOTAL</b>	<b>181,016</b>	<b>229,293</b>	<b>195,204</b>	<b>117,352</b>	<b>3.85%</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** (PRO ECUADOR, 2012)  
**Elaborado por:** PRO ECUADOR

Los países más desarrollados concentran el mayor porcentaje de consumo textil, como es el caso de Estados Unidos, Japón y la Unión Europea que abarcan el 40% del consumo mundial de textiles, consumo que está ligado a factores como el nivel per cápita, sexo o edad. No obstante en el plano del textil ecuatoriano se puede apreciar mayor valoración por parte de países sudamericanos como Venezuela y Colombia quienes han tenido una participación interesante entre 2009-2011, abarcando el 33% y 36% respectivamente de las exportaciones de textiles locales.

Un consumo notable en estos mercados deriva en aquellas mujeres de edades entre los 35 y 45 años de edad que han alcanzado la estabilidad laboral, puesto que son ellas quienes destinan más dinero a la adquisición de prendas textiles y lencería de hogar. En el mismo sentido, en los últimos años se observa como tendencia, que los hombres en su mayoría de países europeos, se han presentado como nuevos actores en el mundo de la moda, dispuestos a descubrir sus nuevas tendencias. La moda ha ido dinamizándose conjuntamente con el cambio de percepción de sus consumidores, presentando tendencias que cambian frecuentemente con colecciones ligadas a la oferta mundial. (PRO ECUADOR, 2012).

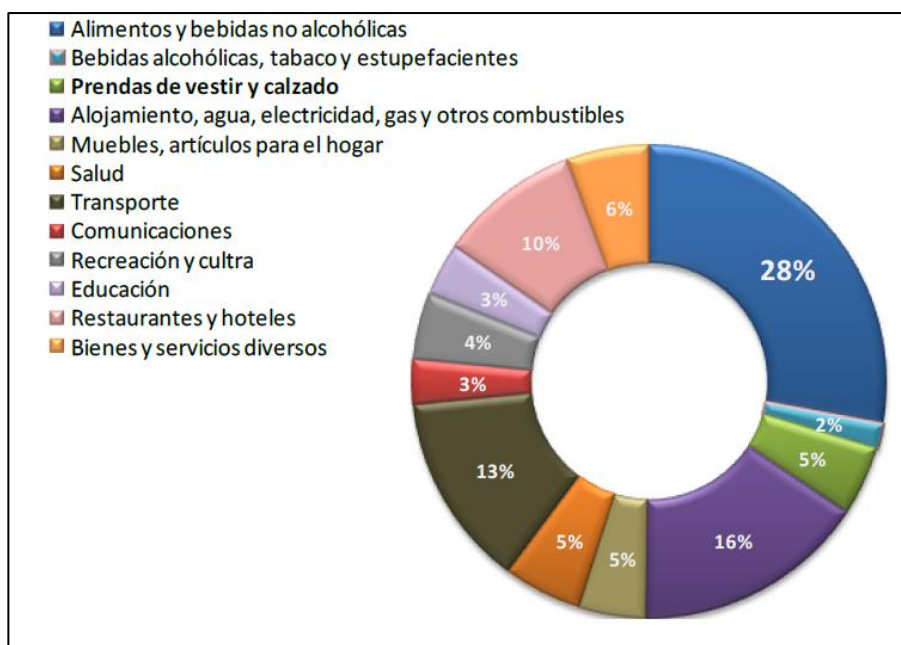
Los precios de las prendas de calidad media son cómodos, permitiendo que mayor cantidad de personas se encuentren más a su alcance; a su vez las prendas de diseñador, siguen manteniendo su nicho pequeño y específico por ser consideradas de mayor calidad que las otras. En la actualidad tanto en Europa como en Estados Unidos se ha presentado una nueva tendencia del consumo de productos textiles elaborados con materiales orgánicos bajo el método de comercio justo, tendencia que se ha fortalecido a raíz de las condiciones laborales en las cuales estaban sometidos trabajadores asiáticos de importantes maquilas textiles y de calzado generalmente estadounidenses y europeas. Debido a esta situación, se han creado certificaciones que controlan de mejor manera los derechos laborales que permiten al consumidor conocer la trazabilidad de su prenda. (PRO ECUADOR, 2012).

### **5.3.2. *Ámbito Local***

Entrando al ámbito local, se presentará un análisis del consumo de productos textiles según datos de la Encuesta de Condiciones de Vida Quinta Ronda (ECV). Este estudio manifestó que a nivel nacional el gasto mensual en prendas de vestir y calzado representó el 4,76% del gasto de

consumo de los hogares ecuatoriano. Este rubro ocupa el séptimo lugar en importancia dentro de una canasta compuesta por 12 categorías de consumo. La participación del gasto en prendas de vestir y calzado no muestra diferencias significativas entre los hogares del área urbana y rural. En las zonas urbanas el gasto representa el 4,83% del gasto total de consumo, mientras que en el sector rural es el 4,48%.

**Gráfico 17. Ecuador: Estructura del gasto mensual de los hogares ecuatorianos (2010)**



**Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo**

**Elaborado por: (Carrillo, 2010) – INEC**

Al no ser un bien de primera necesidad, el gasto en prendas de vestir y calzado tiene una participación marginal dentro del consumo mensual de los hogares, sin embargo más del 50% de los hogares a nivel nacional si realizan este tipo de gasto de manera trimestral, destinando en promedio 75 dólares por concepto de prendas de vestir (excluyendo uniformes escolares) y 36 dólares en calzado. Es evidente la preferencia de los hogares por adquirir artículos confeccionados en lugar de mandarlos a elaborar.

**Tabla 26. Ecuador: Hogares que gastaron en artículos relacionados al sector textil**

<b>Rubro de gasto</b>	<b>Hogares que gastaron en el último trimestre</b>	<b>Mediana (Dólares)</b>	<b>Media (Dólares)</b>
Telas para mandar a confeccionar prendas de vestir u otros	9,11%	12	24,54
Hilo para coser o tejer, botones, elástico, cierres, tijeras u otros de la misma naturaleza	14,22%	1	2,03
Prendas de vestir	55,72%	40	75,26
Confección o reparación de prendas de vestir	9,15%	10	21,87
Zapatos, zapatillas, botas, sandalias, alpargatas	52,46%	20	35,58

**Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo**

**Elaborado por: (Carrillo, 2010) – INEC**

## **5.4. Estudio organizacional y técnico**

### **5.4.1. Marco legal de la compañía**

La empresa tendrá como razón social el nombre de “LANATEX S.A.” y se registrará alineada a la normativa legal que regula las actividades de las compañías en Ecuador.

La compañía “LANATEX S.A.” cumplirá con lo establecido por las siguientes instituciones:

- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- Servicio de Rentas Internas
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga
- Ministerio de Relaciones Laborales
- Cuerpo de Bomberos

La compañía “LANATEX S.A.” estará conformada por 3 accionistas, quienes tendrán un aporte de cincuenta mil dólares cada uno, teniendo ciento cincuenta mil dólares como capital propio divididos en quince mil acciones ordinarias y nominativas de diez dólares cada una, por lo que el paquete

accionario estará distribuido de manera equitativa para todos los accionistas y será repartido de la siguiente manera:

**Tabla 277. Propiedad Accionaria de LANATEX**

NOMBRE	ACCIONES	V.ACCION	APORTACION
Génesis Catota	5000	\$10.00	\$50,000.00
Accionista 2	5000	\$10.00	\$50,000.00
Accionista 3	5000	\$10.00	\$50,000.00
<b>TOTAL APORTACIONES</b>			<b>\$150,000.00</b>

La constitución de la empresa “LANATEX S.A.” tiene un costo de inversión entre USD 1000.00 y USD 1500.00. El tiempo para la constitución de una empresa en el país toma alrededor de 60 días divididos en trece pasos:

**Tabla 288. Pasos para la Constitución de una Sociedad Anónima**

Nº	Proceso	Institución	Trámite
1	Aceptación del Nombre de la Compañía	Superintendencia de Compañías	Solicitud de reserva del nombre “LANATEX S.A.” via portal <a href="http://www.supercias.gob.ec">http://www.supercias.gob.ec</a>
2	Apertura de Cuenta Bancaria	Banco Internacional	Apertura de cuenta corporativa con el mínimo requerido por la instituciones financieras
3	Certificación de la Escritura Pública en una Notaría	Notaría Pública	Aprobación de la Minuta con el nombre de “LANATEX S.A.” Certificado Bancario Cuenta Bancara Corporativa de Capital Cédula de Identidad de Socios
4	Aceptación de la Escritura de Constitución de la Compañía	Superintendencia de compañías	Resolución aprobatoria Extracto de Publicación
5	Anotaciones Marginales	Notaria	Testimonio y Resolución Aprobatoria
6	Publicación en diario	Diario EXPRESO	Extracto de la Resolución
7	Registro de la Constitución de la Compañía	Registro Mercantil	Resolución Aprobatoria Escritura Nombramiento de R. Legal
8	Nombramiento de	Junta General	5 Nombramientos Originales

	Génesis Catota como Representante Legal	de Accionistas	Acta de la primera Junta General Accionistas
<b>9</b>	Aval de Seguridad	Cuerpo de Bomberos	Declaración juramentada de la actividad principal y domicilio de LANATEX S.A. Copia de Escritura de constitución. Nombramiento y Cédula de Identidad de Génesis Catota como Representante legal. Factura de compra de Extintores
<b>10</b>	Obtención de RUC	Servicio de Rentas Internas	Formularios del SRI Nombramiento y Cédula de Identidad de Génesis Catota como Representante Legal Resolución Aprobatoria CCO y No. de expediente de Súper de Compañías
<b>11</b>	Registro del empleador en el IESS	Instituto Ecuatoriano de Seguridad social	Copia de RUC Nombramiento y Cédula de Identidad de Génesis Catota como Representante legal. Copia de contratos de trabajo Copia de pago de servicios básicos
<b>12</b>	Obtención del Permiso de Funcionamiento	Municipio	Formulario y Pago de Patente Municipal

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: La Autora

#### **5.4.1.1. Proceso de constitución de la compañía**

##### **1. Aceptación del Nombre de la Compañía**

Acceder al Sitio Web de la Superintendencia de Compañías escribiendo la dirección <http://www.supercias.gob.ec>., donde previamente deberá ingresar al porta con el usuario y la clave proporcionada por la Superintendencia de Compañías.



Dentro del portal de la Súper Intendencia de Compañías se deberá ingresar al link de reserva del nombre donde se procederá a ingresar toda la información correspondiente a LANATEX S.A. En caso que el nombre no esté siendo utilizado por otra institución se tomará alrededor de 30 días de reserva.

## **2. Apertura de cuenta Bancaria**

Abrir una cuenta corporativa en el Banco Internacional con USD 800.00 lo cual es el mínimo capital solicitado por una institución financiera para cuentas corporativa bajo la figura legal de una sociedad anónima.

## **3. Certificación de la Escritura Pública en una Notaría**

Desarrollar una minuta de la constitución de la empresa “LANATEX S.A.” la cual será presentada ante un notario público con el objetivo de elevarla a Escritura Pública, éste deberá ingresar al portal de la Superintendencia de compañías y constatar que haya sido ingresada la información de la empresa y que coincida con los siguientes requisitos:

- Lugar y Fecha en que se celebre el contrato
- Nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la empresa y su voluntad de fundarla
- El objeto social debidamente especificado
- Su denominación y duración
- Capital Social y número de acciones en que está dividido, valor nominal, clase y nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital
- El Aporte de \$ 50,000.00 que cada socio suscribe y el capital no pagado
- El domicilio de la empresa en la ciudad de Latacunga
- Forma de Administración y facultades de los administradores

- Forma y época de convocar a la junta general
- Forma de designar a los administradores y enunciado de funcionarios que tengan representación legal de la compañía
- Normas de reparto de utilidades
- Casos en los que la compañía ha de disolverse anticipadamente
- Forma de proceder a la designación de liquidadores

#### **4. Aceptación de la Escritura de Constitución de la Compañía**

Solicitar a la Superintendencia de Compañías el ingreso de la Escritura de Constitución de la Compañía “LANATEX S.A.” previamente legalizada ante una Notaría. En la Superintendencia de Compañías la solicitud será analizada por el Departamento Jurídico con el objetivo de emitir una Resolución Aprobatoria y se conceda la Escritura con un extracto de Publicación

#### **5. Anotaciones Marginales**

La escritura de “LANATEX S.A.” será legalizada por segunda ocasión ante una Notaría en donde se registrarán las anotaciones marginales en el mismo documento y las correcciones emitidas por la Superintendencia de Compañías.

#### **6. Publicación en Diario**

El extracto de resolución aprobatoria emitido por la Superintendencia de Compañías será publicado en Diario EXPRESO cumpliendo con el requisito de publicación del extracto en un periódico local.

## **7. Registro de la Constitución de la Compañía**

La Escritura de Constitución de “LANATEX S.A.” posterior a su aprobación por la Superintendencia de Compañías, deberá registrarse en el Registro Mercantil junto con nombramiento del representante legal (Génesis Catota) de la empresa, procedimiento que se maneja de forma virtual.

## **8. Nombramiento de la Representante Legal**

La designación de Génesis Catota como Representante Legal de LANATEX será dada por la Junta General de Accionistas y desarrollará los siguientes documentos:

- Cinco Nombramientos Originales
- Acta de la primera Junta General de Accionistas

## **9. Aval de Seguridad**

El Cuerpo de Bomberos otorgará a la oficina donde estará domiciliada “LANATEX” siempre y cuando conste con los equipos extintores. Adicionalmente se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Original y copia de la compra o recarga de extintores del año vigente.
- Copia del RUC
- Carta de autorización para quien realice el trámite.
- Copia de Cédula de Identidad y Certificado de Votación del propietario del local y el Nombramiento de Representante Legal de Génesis Catota.
- Original y copia de la calificación anual, hasta el 31 diciembre de cada año
- Señalar dimensiones del local

## **10. Obtención del RUC**

La obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC) se lo realizará ante el Servicio de Rentas Internas (SRI) previa presentación de los formularios RUC01-A y RUC-01-B. Una vez obtenido el RUC se podrá solicitar a una empresa autorizada la emisión de las facturas y retenciones las cuales deben constar con la siguiente información:

- RUC de la imprenta emisora
- Numeración de las Facturas
- Fecha de Validez de las Facturas

## **11. Registro del empleador en el IESS**

De acuerdo a las Ley Laboral Nacional “LANATEX” deberá obtener un Número Patronal en el portal web del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). El procedimiento a seguir es:

- Llenar los datos de Registro Patronal
- Escoger el Sector: “PRIVADO”
- Digitar el número de RUC
- Seleccionar el tipo de empleador

Para la obtención de la contraseña el representante legal deberá solicitarla a la oficina de Historial Laboral con la presentación de los siguientes documentos:

- Solicitud de Contraseña
- Copia de RUC
- Copia de la Cédula de Identidad y Certificado de Votación de Génesis Catota como Representante Legal
- Copia del pago de algún Servicio Básico

## 12. Obtención del Permiso Municipal

Se deberá obtener la Patente Municipal de la ciudad de Latacunga en donde se encontrará domiciliada “LANATEX”. Los requisitos para la patente son:

- Original y copia del Aval de Seguridad
- Formulario de Patente de Comerciante
- Nombramiento de Representante legal y Escritura de constitución
- Copia del Cédula de Identidad y Certificado de Votación del propietario del local
- El Permiso de funcionamiento del local comercial, previo inspección por parte de los funcionarios del municipio y luego de presentar los siguientes documentos:
  - Pago de tasa de habilitación.
  - Completar formulario de tasa de habilitación
  - Copia del pago de predios urbanos
  - Copia del RUC
  - Copia de Cédula de Identidad y Certificado de Votación del propietario de “LANATEX”
  - Croquis del lugar donde está ubicado el local
  - Nombramiento de Génesis Catota como representante legal de “LANATEX”

De la misma forma la presente empresa estará registrada en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), con la finalidad de proteger el nombre que identificará a los productos que serán comercializados por la empresa, hacer uso exclusivo de la marca, restringir el uso de la misma a terceros; que este sea el que la diferencie entre otros competidores, para lo cual deberá efectuar el siguiente procedimiento:

**Tabla 29. Pasos obtener patente de nombre Empresa**

Nº	Proceso	Trámite
1	Solicitud de patentes	Ingresar a portal <a href="http://www.propiedadintelectual.gob.ec">www.propiedadintelectual.gob.ec</a> Ingreso de usuario y contraseña
2	Pago de tramite	Pago a efectuarse en Banco de Pacifico
3	Inicio de proceso de solicitud	Se ingresara al portal. Se ingresara el detalle del comprobante ya cancelado
4	Aceptación patente	La aceptación se recibirá mediante el correo electrónico registrado

Fuente: IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)

Elaborado por: La Autora

#### **5.4.1.2. Gatos de Constitución de la Compañía “LANATEX”**

En el siguiente cuadro se presentará un detalle de los gastos implícitos en la constitución de la compañía LANATEX, la misma que estará ubicada en la ciudad de Latacunga de la provincia de Cotopaxi. Estos valores son importantes porque de acuerdo a esto se estimará la inversión diferida que formará parte de la inversión inicial del proyecto. De igual forma, estos rubros suelen ser denominados como Gastos de Pre operación porque se desembolsan previos a las operaciones del negocio. A continuación se presenta el detalle de estos rubros:

**Tabla 30. Gastos de Constitución de LANATEX**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Subtotal
<b><u>Gastos Legales de Constitución</u></b>			
Aprobación del nombre de la compañía	1	\$ -	\$ -
Integración de la cuenta capital	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Elevar escritura pública	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Aprobación de la escritura pública	1	\$ -	\$ -
Anotaciones marginales	1	\$ -	\$ -
Publicación en diarios	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Inscripción de la constitución de la cía en el Registro Mercantil	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Nombramiento del representante legal	1	\$ -	\$ -
Inscripción del nombramiento del representante en el R. Merc.	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Obtención del RUC	1	\$ -	\$ -
Registro del Empleador en el IESS	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Obtención del permiso de funcionamiento en el Municipio	1	\$ 50.00	\$ 50.00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 1,850.00</b>

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: La Autora

#### **5.4.1.3. Propiedad Accionaria**

Para la implementación de este proyecto se creará una Sociedad Anónima, cuya junta directiva estará constituida por tres socios-accionistas entre los cuales se repartirán las acciones en partes iguales.

En el estatuto de constitución constará lo siguiente:

- El nombre de la empresa que se constituye es “LANATEX S.A.”
- El domicilio principal de la compañía queda ubicado en el centro de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, en la intersección de las Calles Guayaquil y Quito.
- El plazo de duración de la compañía es de cincuenta años, tomados en cuenta partir del registro de la constitución de la compañía en el registro Mercantil; pero la extensión o reducción del

plazo puede darse según los acuerdos dados en la Junta General de Accionistas.

- El Objeto social de la empresa será; la confección de prendas de vestir fabricadas con lana merina.
- La empresa podrá ejercer toda actividad mercantil comercial y de inversiones relacionadas con su objetivo, realizar todos los actos y contratos permitidos por la ley. LANATEX tendrá la facultad de generar alianzas con otras instituciones u organizaciones públicas o privadas, personas naturales y jurídicas, inclusive con otras compañías del mismo sector.
- El Capital social de la empresa será de ciento cincuenta mil dólares divididos en mil quinientas acciones ordinarias y nominativas de diez dólares cada una, por lo que el paquete accionario estará distribuido de manera equitativa para todos los accionistas y será repartido de la siguiente manera:

**Tabla 31. Propiedad Accionaria de LANATEX**

<b>NOMBRE</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>V.ACCION</b>	<b>APORTACION</b>
Génesis Catota	5000	\$10.00	\$50,000.00
Accionista 2	5000	\$10.00	\$50,000.00
Accionista 3	5000	\$10.00	\$50,000.00
<b>TOTAL APORTACIONES</b>			<b>\$150,000.00</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Los socios de la compañía tendrán los siguientes derechos:

- Asistir con voz y voto de las deliberaciones de la asamblea general de accionistas.
- Recibir una proporción del porcentaje de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio, según lo indicado en la ley o en los estatutos;
- Comercializar libremente y sin previa consulta las acciones de su propiedad, a menos que se estipule el derecho de preferencia en favor de la sociedad o de los accionistas;



- Solicitar informes financieros, jurídicos y técnicos a la Gerencia General.
- Recibir una proporción del porcentaje de los activos sociales al tiempo de la liquidación y una vez pagado los haberes de la sociedad.

#### **5.4.2. Filosofía empresarial: Misión, Visión y Objetivos**

##### **Misión**

Producir prendas de vestir con lana merina destacando su valor agregado, calidad y diseños innovadores.

##### **Visión**

Ser una empresa textil líder y reconocida como la pionera en la confección y diseño de prendas de vestir con insumos que otorguen diferenciación por sus beneficios medicinales con la piel, fabricación ecológica y respeto con los productores.

##### **Objetivos**

Objetivo General: Ser una empresa de prestigio y reconocimiento por parte de los grupos de interés por su alineamiento a los principios de la responsabilidad social empresarial

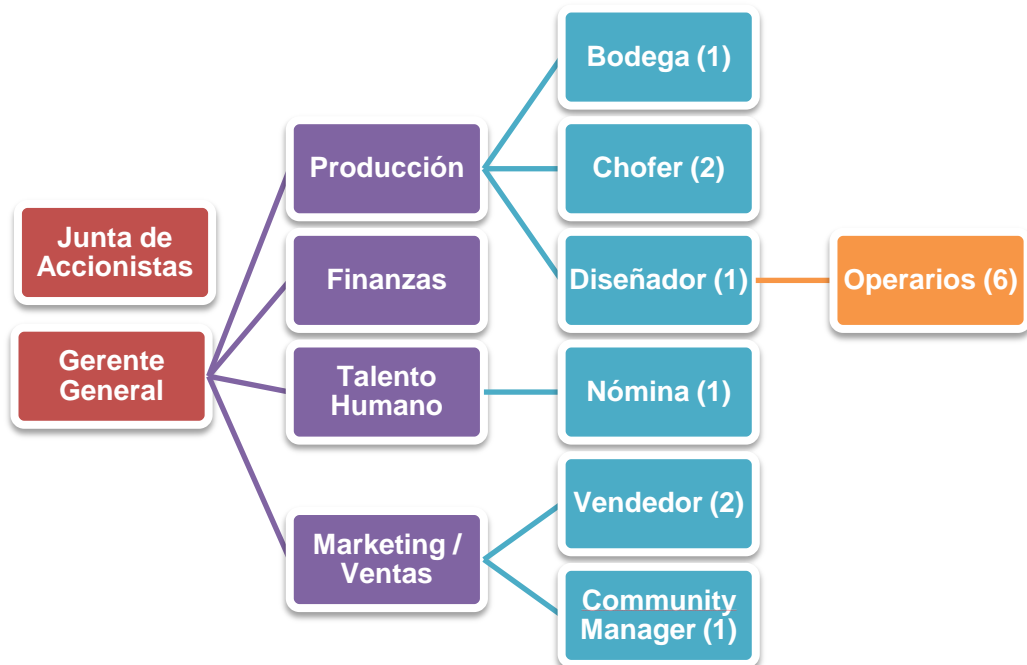
##### *Objetivos Específicos:*

- Posicionar LANATEX como un referente de moda, ecología y respeto a las comunidades
- Ser una empresa que impone tendencias respondiendo de forma proactiva a las nuevas necesidades de la sociedad
- Generar fuentes de empleo en las zonas rurales de la región interandina otorgándoles de los recursos y la capacitación necesaria que permita satisfacer las necesidades del mercado

- Usar altos niveles de estándar en tecnología de confección para proveer a nuestros clientes prendas de calidad
- Crear una marca con reconocimiento local y nacional
- Desarrollar alianzas con los grupos de interés especialmente proveedores, empleados y comunidad para obtener un clima laboral óptimo
- Cubrir las proyecciones de mercado alineadas en la misión y visión
- Asegurar que nuestros usuarios obtengan la mayor satisfacción desde la elección de diseños, pedidos y entrega.

### 5.4.3. Estructura Organizacional

Gráfico 18. Organigrama de la Empresa LANATEX S.A.



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

#### 5.4.4. Equipo Gerencial

##### 5.4.4.1. Descripción de los perfiles y funciones

A continuación se detallan las funciones correspondientes a cada puesto:

Tabla 32. Funciones del Gerencia General

Nombre del Puesto: Gerente General	Sueldo Bruto Mensual \$ 1,500.00
<p style="text-align: center;"><b><u>REQUISITOS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores completos en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 3 años en gerencia general de compañías textiles.</li> <li>• Sexo: Indiferente</li> <li>• Edad: Mayor de 35 años</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Proactividad</li> <li>• Buena capacidad comunicativa</li> <li>• Innovación</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Planificación</li> <li>• Carisma</li> <li>• Orientación a Resultados</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar estrategias con el objetivo de cumplir los objetivos, la misión y visión de la empresa.</li> <li>• Controlar las Jefaturas de los cuatro departamentos del organigrama</li> <li>• Fomentar un clima laboral óptimo para generar sentido de pertenencia de los colaboradores</li> <li>• Controlar que el flujo presupuestario y de ventas estén acordes a las metas comerciales</li> <li>• Realizar evaluaciones periódicas de clima laboral y rendimiento del personal</li> <li>• Realizar alianzas con los grupos de interés</li> <li>• Cumplir las funciones de representante legal de la compañía.</li> </ul>	
<b>PERSONAL A CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistente de Gerencia</li> <li>• Jefe de Producción</li> <li>• Jefe de Contabilidad</li> <li>• Jefe de Marketing</li> <li>• Coordinador de Talento Humano</li> </ul>	
<b>REPORTA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Junta de Accionistas</li> </ul>	

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 33. Funciones del Jefe de Producción**

<b>Nombre del Puesto: Jefe de Producción</b>		<b>Sueldo Bruto Mensual: \$ 1,000.00</b>
<b><u>REQUISITOS</u></b>	<b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores completos en Ingeniería Industrial, Administración de la Producción o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en empresas industriales.</li> <li>• Buen manejo de programas de utilitarios de ofimática</li> <li>• Conocimientos en:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Revisión de Procesos</li> <li>– Administración y Revisión de Instrumentos de Medición</li> <li>– Seguridad Industrial</li> <li>– ISO 9001:2008</li> <li>– Planificación y Control de Producción</li> </ul> </li> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: Mayor de 30 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Capacidad analítica y matemática</li> <li>• Proactividad</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Persuasión</li> <li>• Manejo de Personal</li> </ul>	
<b>FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar por el cumplimiento de las reglas de Salud y Seguridad Ocupacional.</li> <li>• Cuidar del mantenimiento y el buen estado de los equipos y maquinarias del área de producción</li> <li>• Controlar y reducir los desperdicios y la merma.</li> <li>• Realizar las compras de insumos y herramientas con los proveedores</li> <li>• Realizar el control de calidad de los lotes de producción</li> <li>• Optimizar los recursos humanos y financieros en el área de producción. Vigilar el mejoramiento la productividad y calidad de atención al cliente operativo interno.</li> <li>• Controlar la distribución de la mercadería hacia los puntos de ventas</li> <li>• Controlar en conjunto con el Diseñador la calidad de insumos por parte de los proveedores.</li> </ul>		
<b>PERSONAL A CARGO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñador</li> <li>• Bodegueros</li> <li>• Choferes</li> </ul>		
<b>REPORTA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente General</li> </ul>		

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 34. Funciones del Jefe Financiero**

<b>Nombre del Puesto: Jefe Financiero</b>		<b>Sueldo Bruto Mensual\$ 1,200.00</b>
<b><u>REQUISITOS</u></b>	<b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores completos en Contaduría Pública (C.P.A.) o Ingeniería en Contabilidad y Auditoría.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en cargos similares</li> <li>• Buen manejo de programas de utilitarios de ofimática</li> <li>• Conocimientos en:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Revisión de Procesos</li> <li>– Administración y Revisión de Instrumentos de Medición</li> <li>– Planificación y Control de Producción</li> </ul> </li> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: Mayor de 30 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Capacidad analítica y matemática</li> <li>• Proactividad</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Persuasión</li> <li>• Manejo de Personal</li> </ul>	
<b>FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar estudios financieros de diversos tipos: control de gastos, análisis de inversiones.</li> <li>• Supervisar y controlar los estados financieros, contabilidad general y de costos.</li> <li>• Administrar los recursos financieros para alcanzar los objetivos de la compañía.</li> <li>• Revisar el pago de impuestos y respectivas declaraciones de la empresa.</li> <li>• Elaborar e interpretar los balances y cuentas de resultados informados al Gerente General.</li> </ul>		
<b>PERSONAL A CARGO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistente Contable</li> </ul>		
<b>REPORTA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente General</li> </ul>		

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 35. Funciones del Jefe de Marketing y Ventas**

<b>Nombre del Puesto: Jefe de Marketing</b>	<b>Sueldo Bruto Mensual\$ 1,000.00</b>
<p style="text-align: center;"><b><u>REQUISITOS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores completos en Ingeniería Marketing, Ventas, Negociación Comercial o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.</li> <li>• Buen manejo de programas de utilitarios de Ofimática</li> <li>• Disponibilidad para viajar fuera de la ciudad.</li> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: Mayor de 30 años</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación.</li> <li>• Orientación a Resultados</li> <li>• Trabajo en Equipo</li> <li>• Motivación al Personal</li> <li>• Negociación</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Persuasión</li> <li>• Iniciativa</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar promoción comercial para posicionar las prendas de vestir y la marca en la mente de los consumidores.</li> <li>• Capacitación a los Vendedores</li> <li>• Generar las estrategias en conjunto con el Community Manager de promoción a través de las redes sociales y los medios electrónicos.</li> <li>• Cumplir con las metas comerciales designadas por Gerencia General</li> <li>• Elaborar el presupuesto anual de inversión en marketing y publicidad.</li> </ul>	
<b>PERSONAL A CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vendedores</li> <li>• Community Manager</li> </ul>	
<b>REPORTA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente General</li> </ul>	

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 36. Funciones del Coordinador de Talento Humano**

Nombre del Puesto: Coordinador de Talento Humano		Sueldo Bruto Mensual:\$ 700.00
<b><u>REQUISITOS</u></b>	<b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores en Psicología Organizacional, Psicología Organizacional o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 4 años en cargos similares.</li> <li>• Conocimientos de leyes laborales y seguridad social</li> <li>• Manejo de todos los utilitarios de ofimática.</li> <li>• Sexo: Indistinto.</li> <li>• Edad: De preferencia de 30 a 40 años.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración de Recursos Humanos</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Conocimiento de Seguridad Industrial</li> <li>• Conocimiento de las Leyes del Ministerio de Relaciones Laborales</li> <li>• Tolerancia a la presión</li> <li>• Inteligencia emocional</li> <li>• Integridad</li> <li>• Adaptación</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	
<b>FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar un plan anual de capacitación por área en temas en temas técnicos y de salud y seguridad ocupacional.</li> <li>• Generar un plan de comunicación constante con todo el staff de los objetivos, misión y visión de la empresa.</li> <li>• Crear un manual de funciones validado por Gerencia General</li> <li>• Administración de sueldos en coordinación con el Asistente de Nómina</li> <li>• Administración de los pagos al IESS en coordinación con el Asistente Contable.</li> <li>• Generar mecanismos de medición de clima laboral y evaluación de los colaboradores</li> </ul>		
<b>PERSONAL A CARGO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistente de Nómina</li> </ul>		
<b>REPORTA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente General</li> </ul>		

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 37. Funciones del Diseñador**

<b>Nombre del Puesto: Diseñador</b>		<b>Sueldo Bruto Mensual: \$ 800.00</b>
<b><u>REQUISITOS</u></b>		<b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios: Licenciatura / Tecnología en Diseño de Modas</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en diseño de prendas de vestir.</li> <li>• Sexo: Indiferente</li> <li>• Edad: Mayor de 20 años.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración de Recursos Humanos</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Conocimiento de Seguridad Industrial</li> <li>• Conocimiento de las Leyes del Ministerio de Relaciones Laborales</li> <li>• Tolerancia a la presión</li> <li>• Inteligencia emocional</li> <li>• Integridad</li> <li>• Adaptación</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de la entrega de bocetos con diseño e innovación de prendas de vestir por temporada.</li> <li>• Evaluar en conjunto con el Jefe de Producción la calidad de los insumos usados en la confección de prendas</li> <li>• Supervisar el trabajo de los operarios por cada lote de confección</li> <li>• Responsable de la integridad de la prenda previo a entrega a la Bodega.</li> </ul>		
<b>PERSONAL A CARGO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operarios</li> </ul>		
<b>REPORTA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de Producción</li> </ul>		

**Fuente: La Autora**

**Elaborado por: La Autora**



**Tabla 38. Funciones del Asistente de Gerencia**

<b>Nombre del Puesto: Asistente de Gerencia</b>		<b>Sueldo Bruto Mensual: \$ 400.00</b>
<b><u>REQUISITOS</u></b>	<b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiante de Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Secretariado o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año en cargos similares</li> <li>• Manejo de todos los utilitarios de ofimática</li> <li>• Sexo: Femenino</li> <li>• Edad: Mayor de 19 años.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen Nivel de Redacción</li> <li>• Proactividad</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Organización</li> <li>• Servicio al Cliente</li> <li>• Solución de problemas</li> </ul>	
<b>FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agendar citas de la Gerencia General</li> <li>• Elaboración de comunicados</li> <li>• Registro de llamadas telefónicas</li> <li>• Control de suministros de oficina</li> <li>• Coordinación de los viajes de la Gerencia General</li> </ul>		
<b>PERSONAL A CARGO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>		
<b>REPORTA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente General</li> </ul>		

**Fuente: La Autora**

**Elaborado por: La Autora**

**Tabla 39. Funciones del Asistente Contable**

Nombre del Puesto: Asistente Contable	Sueldo Bruto Mensual \$ 400.00
<p style="text-align: center;"><b><u>REQUISITOS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores en Contaduría Pública o afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.</li> <li>• Conocimientos de leyes tributarias y contables.</li> <li>• Manejo de todos los utilitarios de Ofimática</li> <li>• Sexo: Indistinto.</li> <li>• Edad: De preferencia de 25 a 40 años.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de índices financieros</li> <li>• Alta capacidad analítica</li> <li>• Organización</li> <li>• Puntualidad</li> <li>• Orientación al cumplimiento de procesos</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar los registros de la operatividad contable, tributaria y financiera de la empresa</li> <li>• Realizar las declaraciones y estar pendiente de la puntualidad del pago de impuestos con las instituciones públicas</li> <li>• Control de la facturación</li> <li>• Control del pago a los proveedores</li> <li>• Conciliación Bancaria y Arqueo de Caja Chica</li> </ul>	
<b>PERSONAL A CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>	
<b>REPORTA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de Contabilidad</li> </ul>	

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 40. Funciones del Vendedor**

<b>Nombre del Puesto: Vendedor</b>	<b>Sueldo Bruto Mensual: \$ 340.00</b>
<p align="center"><b><u>REQUISITOS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiante de Ventas, Marketing o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año en cargos similares</li> <li>• Manejo de todos los utilitarios de ofimática</li> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: De preferencia de 19 a 30 años</li> </ul>	<p align="center"><b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Proactividad</li> <li>• Persuasivo</li> <li>• Creativo</li> <li>• Originalidad</li> <li>• Coherencia de organización</li> <li>• Excelente presencia</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocionar y vender las prendas de vestir según los lineamientos establecidos por la Jefatura de Marketing / Ventas</li> <li>• Seguimiento al cierre de ventas</li> <li>• Seguimiento a la relación post-venta con los clientes.</li> <li>• Capacitarse en las características y precios de las prendas de vestir</li> <li>• Cumplir con las metas comerciales</li> <li>• Realizar un plan de visitas semanal a clientes frecuentes y potenciales por zonas geográficas.</li> <li>• Conocer los términos y plazos de pago de la empresa</li> <li>• Conocer los términos de crédito respecto a los clientes frecuentes.</li> </ul>	
<b>PERSONAL A CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>	
<b>REPORTA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de Marketing y Ventas</li> </ul>	

**Fuente: La Autora**

**Elaborado por: La Autora**

**Tabla 41. Funciones del Community Manager**

<b>Nombre del Puesto: Vendedor</b>	<b>Sueldo Bruto Mensual: \$ 500.00</b>
<b><u>REQUISITOS</u></b>	<b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores completos en Ingeniería Marketing o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.</li> <li>• Buen manejo de programas de utilitarios de Ofimática</li> <li>• Buen manejo de internet y redes sociales</li> <li>• Conocimientos Básicos de Diseño Gráfico</li> <li>• Sexo: Indistinto</li> <li>• Edad: Mayor de 20 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación.</li> <li>• Estar siempre al vanguardia</li> <li>• Orientado al internet y las redes sociales.</li> <li>• Orientado a la actualización constante en tendencias digitales</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Persuasión Comunicativa</li> <li>• Trabajo en Equipo</li> <li>• Iniciativa</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear cuentas en las redes sociales enfocadas en los lineamientos de publicidad y marketing de LANATEX.</li> <li>• Actualización constante de las redes sociales</li> <li>• Fotografiar eventos importantes para ser promocionados en las redes sociales.</li> <li>• Trasmistir las sugerencias presentadas por los usuarios de las redes sociales a la Jefatura de Marketing / Ventas.</li> <li>• Trasmistir los pedidos de ventas a los vendedores según su zona geográfica para su gestión comercial.</li> <li>• Monitorear las redes sociales de la competencia con el objetivo de realizar un estudio comparativo con las cuentas corporativas en las redes sociales e implementar mejoras.</li> <li>• Crear vínculos consolidados con los clientes virtuales y visitantes de las cuentas corporativas en las redes sociales.</li> </ul>	
<b>PERSONAL A CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>	
<b>REPORTA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de Marketing y Ventas</li> </ul>	

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 42. Funciones del Asistente de Nómina**

Nombre del Puesto: Asistente de Nómina		Sueldo Bruto Mensual: \$ 340.00	
<b><u>REQUISITOS</u></b>		<b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores en Psicología Organizacional, Psicología Organizacional o carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.</li> <li>• Conocimientos de leyes laborales y seguridad social</li> <li>• Manejo de todos los utilitarios de ofimática.</li> <li>• Sexo: Indistinto.</li> <li>• Edad: De preferencia de 20 a 30 años.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de las Leyes del Ministerio de Relaciones Laborales</li> <li>• Capacidad analítica y numérica</li> <li>• Conocimiento de las Leyes de Seguridad Social</li> <li>• Tolerancia a la presión</li> <li>• Adaptación</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el pago de sueldos y salarios de la nómina.</li> <li>• Actualización de la Base de Datos de la nómina</li> <li>• Realizar las liquidaciones de terminación de relación laboral entre los empleados y LANATEX</li> <li>• Realizar descuentos en caso de existir algún tipo de préstamos por parte de los colaboradores.</li> <li>• Realiza los pagos al Instituto de Seguridad Social en coordinación con el Asistente Contable</li> </ul>			
<b>PERSONAL A CARGO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>			
<b>REPORTA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinador de Talento Humano</li> </ul>			

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Tabla 43. Funciones del Operario

Nombre del Puesto Operario		Sueldo Bruto Mensual: \$ 340.00	
<b><u>REQUISITOS</u></b>		<b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios: Bachillerato técnico en diseño y confección.</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en confección de prendas de vestir.</li> <li>• Sexo: Indiferente</li> <li>• Edad: Mayor de 20 años.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en Equipo</li> <li>• Puntualidad</li> <li>• Alto Rendimiento</li> <li>• Proactividad</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> </ul>	
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de la confección de las prendas previa entrega de bocetos por parte del diseñador.</li> <li>• Responsable de la integridad de la prenda previo a entrega a la Bodega.</li> <li>• Seguir las instrucciones del Diseñador</li> <li>• Responsable del buen uso de los equipos y maquinarias.</li> </ul>			
<b>PERSONAL A CARGO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>			
<b>REPORTA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñador</li> </ul>			

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 44. Funciones del Bodeguero**

<b>Nombre del Puesto: Bodeguero</b>		<b>Sueldo Bruto Mensual: \$ 340.00</b>
<b><u>REQUISITOS</u></b>	<b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios: Bachillerato Culminado en cualquier especialidad.</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año en bodega y almacenamiento, manejo de kárdex y utilitarios de ofimática e inventarios</li> <li>• Sexo: Masculino</li> <li>• Edad: Mayor de 18 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puntualidad</li> <li>• Organización</li> <li>• Proactividad</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Integridad</li> </ul>	
<b>FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejar el inventario de insumos y de prendas de vestir terminadas.</li> <li>• Arquear el inventario y responsable de la integridad de proveeduría de insumos y prendas terminadas.</li> <li>• Entregar/recibir de los insumos y los instrumentos a los operarios</li> <li>• Controlar la Facturación en el Sistema correspondiente a la proveeduría.</li> <li>• Mantener limpia la bodega.</li> <li>• Elaborar solicitud de reposición de insumos y herramientas en conjunto con la Jefatura de Producción cuando éstos estén próximos a ser insuficientes.</li> </ul>		
<b>PERSONAL A CARGO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>		
<b>REPORTA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de Producción</li> </ul>		

**Fuente: La Autora**

**Elaborado por: La Autora**

**Tabla 45. Funciones del Chofer**

Nombre del Puesto: Vendedor		Sueldo Bruto Mensual: \$ 340.00	
<b><u>REQUISITOS</u></b>		<b><u>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</u></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios Bachiller en cualquier especialidad</li> <li>• Experiencia mínima de 4 años</li> <li>• Manejo de Facturas y Guías de Remisión.</li> <li>• Disponibilidad para viajar fuera de la ciudad.</li> <li>• Sexo: Hombre</li> <li>• Edad: Mayor de 30 años</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Puntualidad</li> <li>• Iniciativa</li> <li>• Enfoque en los resultados.</li> <li>• Integridad.</li> <li>• Ética profesional</li> </ul>	
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar el despacho y entrega de la mercadería</li> <li>• Controlar las revisiones periódicas de los medios de transportes.</li> <li>• Mantener las unidades de transportación limpias y en buen estado.</li> </ul>			
<b>PERSONAL A CARGO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguno</li> </ul>			
<b>REPORTA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de Producción</li> </ul>			

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora



#### 5.4.4.2. Nómina de Sueldos y Beneficios Sociales

El personal contratado para comenzar las operaciones de la empresa “LANATEX” será de 20 personas, divididas en las diversas áreas: Gerencia, Finanzas, Producción, Talento Humano, Marketing y Ventas. De esta manera, a cada empleado se la cancelará en función al cargo que desempeñe tomando en consideración la remuneración básica que al 2014 equivale a \$ 340.00. De la misma forma se ha considerado todos los beneficios de ley, talas como: décimo tercero y décimo cuarto sueldo, vacaciones, fondos de reserva, aporte personal al IESS y el aporte patronal. En el siguiente cuadro se presenta un detalle de estos rubros según el cargo y en anexo 20 se detalla el desglose de cada valor a cancelarse por empleado y su beneficio social correspondiente:

**Tabla 46. Nómina de Sueldos y Beneficios Sociales**

CANT.	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO NETO A PAGAR	SUELDO TOTAL MENSUAL
1	Gerente General	\$ 1,500.00	\$ 1,882.83	\$ 1,882.83
1	Asistente de Gerencia	\$ 400.00	\$ 522.87	\$ 522.87
1	Jefe de Producción	\$ 1,000.00	\$ 1,264.67	\$ 1,264.67
1	Diseñador	\$ 800.00	\$ 1,017.40	\$ 1,017.40
6	Operarios	\$ 340.00	\$ 448.69	\$ 2,692.12
1	Bodeguero	\$ 340.00	\$ 448.69	\$ 448.69
1	Chofer	\$ 340.00	\$ 448.69	\$ 448.69
1	Coordinador de Talento Humano	\$ 700.00	\$ 893.77	\$ 893.77
1	Asistente de Nómina	\$ 340.00	\$ 448.69	\$ 448.69
1	Jefe de Marketing y Ventas	\$ 1,000.00	\$ 1,264.67	\$ 1,264.67
1	Community Manager	\$ 500.00	\$ 646.50	\$ 646.50
2	Vendedor	\$ 340.00	\$ 448.69	\$ 897.37
1	Jefe Financiero	\$ 1,200.00	\$ 1,511.93	\$ 1,511.93
1	Asistente Contable	\$ 400.00	\$ 522.87	\$ 522.87
20	<b>TOTAL MES</b>	<b>\$ 9,200.00</b>	<b>\$ 11,770.93</b>	<b>\$ 14,463.05</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

#### **5.4.5. Plan de Mercadeo**

##### **5.4.5.1. Estrategias de Precio**

La representación del precio como aspecto importante en la decisión de compra obliga a generar una fijación de precios acorde al mercado con el objetivo de generar expectativas, atracción y estimulación de compra. Los aspectos de percepción de calidad y presentación de los productos estarán relacionados con el precio por ello se planificarán algunas estrategias con el objetivo que los clientes sientan satisfacción por el precio de los productos.

- Se empleará la táctica de precios orientada a la competencia, de acuerdo a un estudio de mercado comparativo, por lo tanto introducirán las prendas de vestir con un precio acorde al que posee la competencia, con el objetivo de generar atracción, expectativa y estimular las compras.
- Brindar varias modalidades de pago: tarjeta de crédito, cheque, transferencia bancaria o efectivo.
- Ofrecer descuentos en cambio de temporadas, con la finalidad de incrementar las ventas.

##### **5.4.5.2. Estrategias de Producto**

Las prendas de vestir representan la esencia de la empresa diferenciada por sus diseños e insumos utilizados. La presentación que le demos para su promoción será de gran impacto e importancia para motivar las compras por parte de los clientes. Por este motivo se han desarrollado las siguientes estrategias enfocadas en el producto:

o

- Realizar la inspección de calidad de cada prenda antes de su distribución y exhibición. Los aspectos a revisar serán en términos de acabado, calidad de los insumos y empaque.
- Mantener el stock necesario según la rotación de inventario de cada producto con el objetivo de tener disponibilidad de tallas de cada prenda de vestir.
- En tiendas propias se entregará las prendas con bolsas que contengan impreso el logo de LANATEX para generar un posicionamiento progresivo en el mercado.
- Mantener un diseño constante y pionero de las prendas de vestir dividida por 2 temporadas por año.
- Iniciar la producción con los dos productos preferidos acorde al estudio de mercado realizado: sacos de lana y suéteres, tanto para hombres como para mujer.

**Gráfico 19. Productos a comercializarse**



Fuente: Catálogos virtuales de tiendas de ropa

Elaborado por: La Autora

### 5.4.5.3. Estrategias de Plaza

La estrategia de ubicación que se planificó usar en LANATEX es la de distribución directa e indirecta. Se ha elegido la ciudad de LATA CUNGA como centro operativo y de producción de la empresa; sin embargo, los clientes estarán enfocados en la ciudad de Quito ya sea por distribuidores o alguna tienda interesada en nuestros productos.

**Gráfico 20. Canal de Distribución de LANATEX**



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### 5.4.5.4. Estrategias de Promoción

Las estrategias y tácticas de comunicación, publicidad y percepción de los productos de LANATEX serán enfocadas en función del posicionamiento de la marca y el estímulo de compra, con el objetivo de persuadir y motivar a las personas adquirir las prendas. A continuación se detallarán algunas estrategias relacionadas a la promoción del producto:

- Se generará una campaña en las redes sociales de promoción de los beneficios de lana merina para la piel.
- Se colocarán reportajes con el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía de los beneficios de lana merina para la piel.

- Se realizarán cuñas publicitarias por medio de la radio para que las personas visiten el almacén y adquieran las prendas
- Se repartirán volantes en los centros comerciales.
- Se participarán en las pasarelas de moda en la ciudad de Quito.
- Se diseñará y elaborará una página web con toda la información de la empresa, los procesos productos, beneficios de la lana merina y los modelos/tallas de prendas de vestir.
- Se diseñará y elaborará cuentas en las principales redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram con el objetivo de generar una interacción directa con los clientes y poder generar un canal de comunicación más personalizado.

**Gráfico 21. Diseño Tentativo del Fan Page**



**Fuente: Facebook**

**Elaborado por: La Autora**

#### **5.4.6. Proceso de producción**

##### **5.4.6.1. Flujo del proceso productivo**

El proceso de producción básicamente se divide en las siguientes etapas:

1. **Adquisición de materiales:** Es importante abastecerse de los materiales necesarios para la confección de las prendas de vestir, en este caso se necesita la tela de lana de merino, los diferentes tipos de botones, cierres, etiquetas y demás elementos que formarán parte del producto.
2. **Revisión de equipos y herramientas.-** El operario debe revisar que las máquinas de coser cuenten con el hilo suficiente para la confección de las prendas, así como de las agujas, tijeras, cintas métricas, tizas de colores y demás herramientas para el cortado.
3. **Diseño.-** El diseñador será el encargado de elaborar los respectivos moldes a seguir en el proceso productivo, aquí depende mucho de la creatividad, pero también de la calidad del acabado, tamaños y demás características que pudiera tener el producto.
4. **Selección del material.-** Las telas deberán ser seleccionadas en función al artículo a confeccionarse.
5. **Trazados.-** En esta etapa la tela es extendida en una mesa para colocar los moldes sobre la superficie que debe ser cortada, para este efecto se utilizan las tizas de colores.

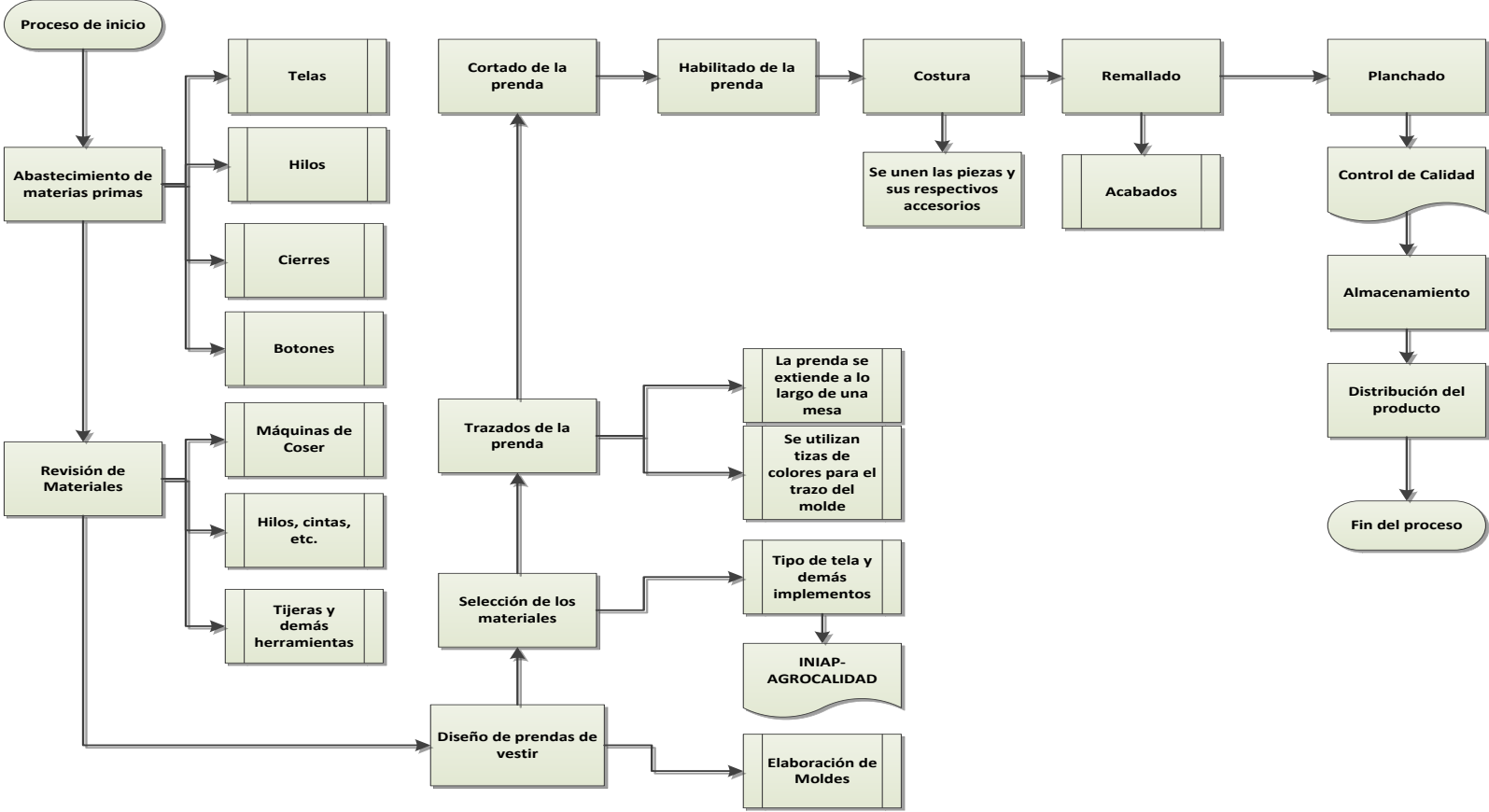
6. **Cortado.**- El operario procede al cortado del producto en función a los trazados realizados, esta actividad la puede hacer mediante la cortadora o a través de tijeras para trazos más finos y precisos.
7. **Habilitado.**- En esta parte, el operario se encarga de preparar todas las piezas que ya han sido previamente cortadas, conjuntamente con los respectivos accesorios para realizar las respectivas costuras.
8. **Costura.**- Aquí se unen todas las piezas y accesorios a través del cosido con una máquina de coser, a veces es necesario hilvanar las partes para facilitar la costura.
9. **Remallado.**- Consiste en remendar los bordes de las costuras con la finalidad de evitar que la prenda de deshilache en un futuro, ya sea por el uso constante o por el lavado.
10. **Acabado.**- Se cortan y cosen los respectivos ojales, también se pegan los botones, se colocan bolsillos y demás accesorios que constituya la prenda, así como apliques decorativos si fuese necesario y finalmente se cortan los hilos sobresalientes, para evitar el deshilachado.
11. **Planchado.**- Una vez culminado con el proceso de producción se debe planchar la prenda para que la superficie quede impecable y posteriormente esté lista para ser almacenada y distribuida.

**12. Etiquetado.-** El 7 de diciembre del 2013 el Gobierno Nacional, a través del INEN estableció nuevas normas para el etiquetado de las prendas de vestir en el país, así como del textil de hogar, con la finalidad de contribuir al desarrollo de la industria textil local y mejorar sus niveles de competitividad. Esta normativa constituye básicamente en explicar toda la información muy explícita para el consumidor final y autoridades de control. A continuación se detalla el contenido que debe tener la etiqueta actual:

- **Información de composición:** Porcentaje de materiales de la confección fibras textiles y/o de cueros utilizados, los mismos que deben escribirse en idioma español, pudiendo hacerse también en otro idioma adicional.
- **Ubicación precisa:** Las etiquetas deben ser colocadas en un sitio visible o de fácil acceso para el consumidor y autoridades de Control.
- **Información del fabricante:** RUC del fabricante, RUC del Importador, País de Origen.
- **Tallas y dimensiones correctas de cada prenda de vestir:** Debe expresarse de forma correcta, alfabético y/o numérica, pudiendo aceptarse en tallas la leyenda: “Pequeño (Small)”, “Mediano (Medium)”, etc.
- **Instrucciones del cuidado y conservación:** forma de lavar la prenda.
- Los productos que se comercialicen en empaques (envases) sellados deben llevar en su empaque (envase) la información mínima requerida previamente.
- Precio del producto
- Marca de la prenda de vestir



Gráfico 22. Flujoograma de procesos de producción de LANATEX S.A.

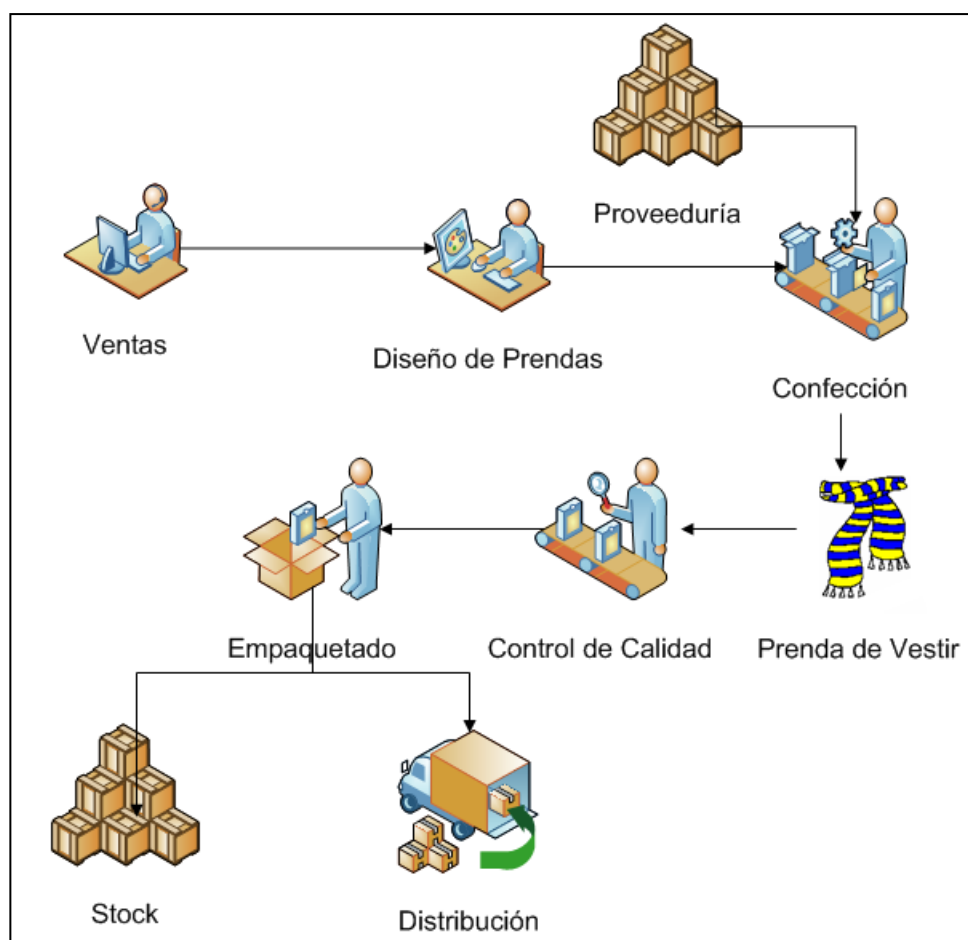


Fuente: La Autora  
 Elaborado por: La Autora

### 5.4.6.2. Flujo de proceso de distribución del producto

El proceso productivo se resume en el siguiente Flujograma de procesos partiendo desde el pedido realizado a través del vendedor, pasando por el diseñador que les da las órdenes de trabajo a los operarios que tendrán que solicitar a bodega la proveeduría de los insumos. Una vez realiza la prenda pasa por un control de calidad por parte de la Jefatura de Producción, se empaqueta y se distribuye. En caso de existir sobre producción o devolución se almacena en Stock. Finalmente, la prenda se distribuye al cliente, que en estos casos serían las grandes cadenas de moda de la ciudad de Quito, tales como: De Prati o ETA Fashion.

Gráfico 23. Flujograma de Distribución del Producto



Fuente: La Autora

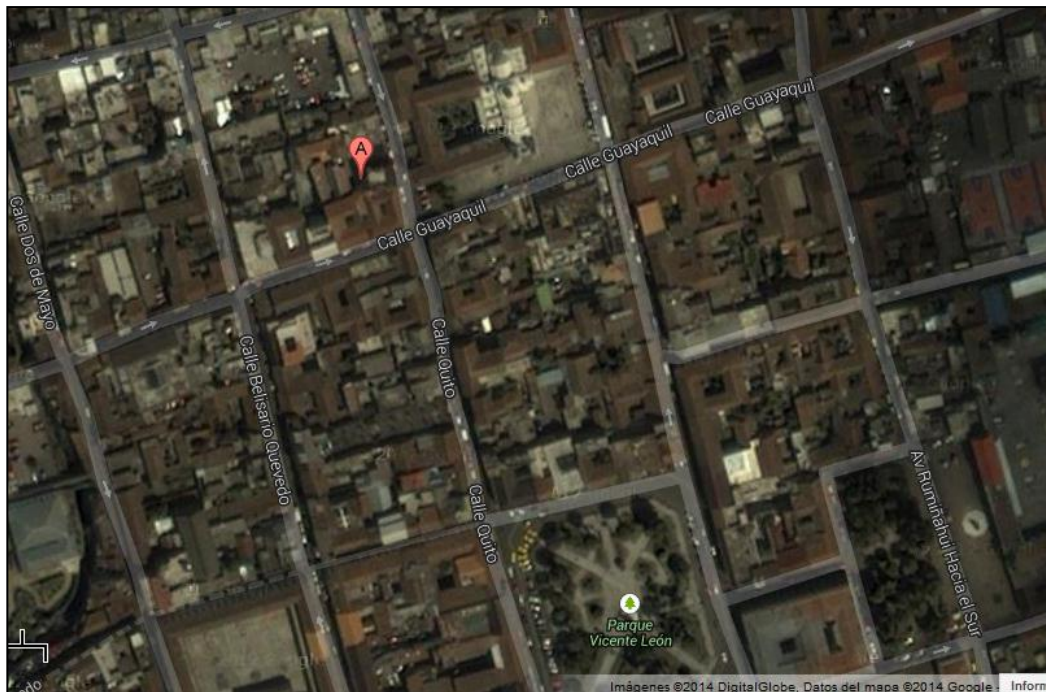
Elaborado por: La Autora

### **5.4.7. Diseño y localización del proyecto**

#### **5.4.7.1. Macro localización**

La empresa LANATEX estará ubicada en el centro de la ciudad de Latacunga en la intersección de las Calles Guayaquil y Quito. Se ha elegido la ciudad de Latacunga como centro operativo debido a la cercanía estratégica con los proveedores y nuestro principal mercado que sería la ciudad de Quito. La elección de este lugar se debió al espacio para almacenamiento de mercadería y estacionamiento de los motorizados que harán la distribución de las prendas de vestir.

**Gráfico 24. Macro localización de la empresa LANATEX S.A.**



**Fuente: Google Earth**

**Elaborado por: La Autora**

### 5.4.7.2. Plano de la fábrica

Gráfico 25. Diseño tentativo de la fábrica LANATEX S.A.



Fuente: Floor Planner – La Autora  
Elaborado por: Floor Planner – La Autora

## 5.5. Análisis Financiero del Proyecto

### 5.5.1. Inversión Inicial del Proyecto

Para la puesta en marcha del proyecto será necesario contar con una inversión inicial equivalente a \$ 247,393.26, la misma que se subdividirá en inversión para la compra de activos fijos por un total de \$ 172,373.60, siendo esta la que mayor participación representa sobre el total (69.68%), seguida por la inversión diferida para el financiamiento de los gastos de constitución de la compañía, así como la instalación y adecuación de la infraestructura, por un total de \$ 11,850.00 y un 4.79% de incidencia; y finalmente, la inversión corriente para capital de trabajo, es decir los rubros necesarios para arrancar el negocio, por ejemplo: materias primas, presupuesto de mano de obra, gastos administrativos y de venta de los primeros meses de funcionamiento hasta que el negocio poco a poco se sostenga con las ventas, su impacto es del 25.53% sobre el total a invertirse. A continuación se presenta un detalle de estos rubros:

Tabla 47. Detalle de inversiones

DESCRIPCION	TOTAL	%
<b><u>Inversión Fija</u></b>		
Maquinarias	\$ 12,765.40	5.16%
Equipos de Operación	\$ 803.20	0.32%
Muebles de Operación	\$ 1,220.00	0.49%
Muebles y Enseres	\$ 3,700.00	1.50%
Equipos de Oficina	\$ 3,450.00	1.39%
Equipos de Operación	\$ 7,235.00	2.92%
Vehículos	\$ 70,400.00	28.46%
Obra Civil y Edificaciones	\$ 32,800.00	13.26%
Terreno	\$ 40,000.00	16.17%
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>\$ 172,373.60</b>	<b>69.68%</b>
<b><u>Inversión Diferida</u></b>		
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 10,000.00	4.04%
Gastos de Constitución	\$ 1,850.00	0.75%
<b>Total Inversión Diferida</b>	<b>\$ 11,850.00</b>	<b>4.79%</b>
<b><u>Inversión Corriente</u></b>		
Capital de Trabajo	\$ 63,169.66	25.53%
<b>Total Inversión Corriente</b>	<b>\$ 63,169.66</b>	<b>25.53%</b>
<b>INVERSION TOTAL DEL PROYECTO</b>	<b>\$ 247,393.26</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### 5.5.2. *Financiamiento del proyecto*

Para efectos de este proyecto se hará un escenario en el cual las fuentes de financiamiento serán mixtas, debido a que abarcarán recursos de capital propio y capital ajeno. Como ya se indicó anteriormente, el capital propio ascendería a un total de \$ 150,000.00, lo que significaría un 60.63% sobre el total del proyecto, quedando únicamente el 39.37% para ser financiado a través de una institución financiera.

**Tabla 48. Fuentes de Financiamiento**

FUENTE	APORTE	%
CAPITAL PROPIO	\$150,000.00	60.63%
CAPITAL AJENO	\$ 97,393.26	39.37%
<b>TOTAL</b>	<b>\$247,393.26</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

El crédito sería solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN) por un monto total de \$ 97,393.26 a cinco años plazo y a una tasa de interés del 11.20% anual, lo que dejaría una cuota mensual fija de \$ 2,127.29 y al año representaría un desembolso equivalente a \$ 25,527.21

**Tabla 49. Condiciones de Financiamiento**

MONTO	\$	97,393.26
TASA (1)		11.20%
PLAZO (ANOS)		5
PERIODOS (MESES)		60
CUOTA MENSUAL		\$2,127.29
CUOTA ANUAL	\$	25,527.51

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

La tabla de amortización del préstamo sería hecha a 60 meses, establece que la empresa pagaría un total de \$ 30,244.29 por concepto de intereses durante toda la deuda, haciendo que el monto final pagado sea equivalente a \$ 127,637.55 y dejando extinta la deuda en el período 60, tal como lo describe el siguiente detalle:

**Tabla 50. Tabla de Amortización del Préstamo**

PERIODO	PAGO PRINCIPAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
0				\$ 97,393.26
1	\$1,218.29	\$ 909.00	\$2,127.29	\$ 96,174.97
2	\$1,229.66	\$ 897.63	\$2,127.29	\$ 94,945.31
3	\$1,241.14	\$ 886.16	\$2,127.29	\$ 93,704.18
4	\$1,252.72	\$ 874.57	\$2,127.29	\$ 92,451.46
5	\$1,264.41	\$ 862.88	\$2,127.29	\$ 91,187.04
6	\$1,276.21	\$ 851.08	\$2,127.29	\$ 89,910.83
7	\$1,288.12	\$ 839.17	\$2,127.29	\$ 88,622.70
8	\$1,300.15	\$ 827.15	\$2,127.29	\$ 87,322.56
9	\$1,312.28	\$ 815.01	\$2,127.29	\$ 86,010.27
10	\$1,324.53	\$ 802.76	\$2,127.29	\$ 84,685.74
11	\$1,336.89	\$ 790.40	\$2,127.29	\$ 83,348.85
12	\$1,349.37	\$ 777.92	\$2,127.29	\$ 81,999.48
13	\$1,361.96	\$ 765.33	\$2,127.29	\$ 80,637.52
14	\$1,374.68	\$ 752.62	\$2,127.29	\$ 79,262.84
15	\$1,387.51	\$ 739.79	\$2,127.29	\$ 77,875.34
16	\$1,400.46	\$ 726.84	\$2,127.29	\$ 76,474.88
17	\$1,413.53	\$ 713.77	\$2,127.29	\$ 75,061.35
18	\$1,426.72	\$ 700.57	\$2,127.29	\$ 73,634.63
19	\$1,440.04	\$ 687.26	\$2,127.29	\$ 72,194.60
20	\$1,453.48	\$ 673.82	\$2,127.29	\$ 70,741.12
21	\$1,467.04	\$ 660.25	\$2,127.29	\$ 69,274.08
22	\$1,480.73	\$ 646.56	\$2,127.29	\$ 67,793.34
23	\$1,494.55	\$ 632.74	\$2,127.29	\$ 66,298.79
24	\$1,508.50	\$ 618.79	\$2,127.29	\$ 64,790.29
25	\$1,522.58	\$ 604.71	\$2,127.29	\$ 63,267.70
26	\$1,536.79	\$ 590.50	\$2,127.29	\$ 61,730.91
27	\$1,551.14	\$ 576.16	\$2,127.29	\$ 60,179.77
28	\$1,565.61	\$ 561.68	\$2,127.29	\$ 58,614.16
29	\$1,580.23	\$ 547.07	\$2,127.29	\$ 57,033.93
30	\$1,594.98	\$ 532.32	\$2,127.29	\$ 55,438.95
31	\$1,609.86	\$ 517.43	\$2,127.29	\$ 53,829.09
32	\$1,624.89	\$ 502.40	\$2,127.29	\$ 52,204.20
33	\$1,640.05	\$ 487.24	\$2,127.29	\$ 50,564.15
34	\$1,655.36	\$ 471.93	\$2,127.29	\$ 48,908.79
35	\$1,670.81	\$ 456.48	\$2,127.29	\$ 47,237.98
36	\$1,686.40	\$ 440.89	\$2,127.29	\$ 45,551.57
37	\$1,702.14	\$ 425.15	\$2,127.29	\$ 43,849.43
38	\$1,718.03	\$ 409.26	\$2,127.29	\$ 42,131.40
39	\$1,734.07	\$ 393.23	\$2,127.29	\$ 40,397.33
40	\$1,750.25	\$ 377.04	\$2,127.29	\$ 38,647.08
41	\$1,766.59	\$ 360.71	\$2,127.29	\$ 36,880.50
42	\$1,783.07	\$ 344.22	\$2,127.29	\$ 35,097.42
43	\$1,799.72	\$ 327.58	\$2,127.29	\$ 33,297.70
44	\$1,816.51	\$ 310.78	\$2,127.29	\$ 31,481.19
45	\$1,833.47	\$ 293.82	\$2,127.29	\$ 29,647.72
46	\$1,850.58	\$ 276.71	\$2,127.29	\$ 27,797.14
47	\$1,867.85	\$ 259.44	\$2,127.29	\$ 25,929.29
48	\$1,885.29	\$ 242.01	\$2,127.29	\$ 24,044.00
49	\$1,902.88	\$ 224.41	\$2,127.29	\$ 22,141.12
50	\$1,920.64	\$ 206.65	\$2,127.29	\$ 20,220.48
51	\$1,938.57	\$ 188.72	\$2,127.29	\$ 18,281.91
52	\$1,956.66	\$ 170.63	\$2,127.29	\$ 16,325.25

53	\$1,974.92	\$ 152.37	\$2,127.29	\$ 14,350.33
54	\$1,993.36	\$ 133.94	\$2,127.29	\$ 12,356.97
55	\$2,011.96	\$ 115.33	\$2,127.29	\$ 10,345.01
56	\$2,030.74	\$ 96.55	\$2,127.29	\$ 8,314.27
57	\$2,049.69	\$ 77.60	\$2,127.29	\$ 6,264.58
58	\$2,068.82	\$ 58.47	\$2,127.29	\$ 4,195.75
59	\$2,088.13	\$ 39.16	\$2,127.29	\$ 2,107.62
60	\$2,107.62	\$ 19.67	\$2,127.29	\$ (0.00)
	<b>\$ 97,393.26</b>	<b>\$ 30,244.29</b>	<b>\$ 127,637.55</b>	

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### 5.5.3. Estados Financieros

Con la información previamente descrita, el Balance General Inicial de la empresa LANATEX quedaría conformado de la siguiente forma: Un total de Activos equivalente a \$ 247,393.26, un total de Pasivos por \$ 97,393.26 y un Patrimonio de \$ 150,000.00, lo cual representaría el período cero o previo a las operaciones de la empresa.

Tabla 51. Balance General Inicial – Empresa LANATEX S.A.

BALANCE GENERAL INICIAL			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS</b>	
Caja/Bancos	\$ 27,284.98	Préstamo Bancario	\$ 97,393.26
Inventario	\$ 35,884.68		
<b>TOTAL A. CORRIENTES</b>	<b>\$ 63,169.66</b>	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 97,393.26</b>
<b>FIJOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Maquinarias	\$ 12,765.40	Capital Social	\$150,000.00
Equipos de Operación	\$ 803.20	Utilidad del Ejercicio	\$ -
Muebles de Operación	\$ 1,220.00	Utilidades Retenidas	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 3,700.00		
Equipos de Oficina	\$ 3,450.00		
Equipos de Operación	\$ 7,235.00		
Vehículos	\$ 70,400.00		
Obra Civil y Edificaciones	\$ 32,800.00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 150,000.00</b>
Terreno	\$ 40,000.00		
<b>TOTAL A. FIJOS</b>	<b>\$ 172,373.60</b>		
<b>DIFERIDOS</b>			
Gastos de Constitución	\$ 1,850.00		
Gastos de Instalación y Adecuación	\$ 10,000.00		
<b>TOTAL A. DIFERIDOS</b>	<b>\$ 11,850.00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 247,393.26</b>	<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 247,393.26</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora



## 5.5.4. Proyecciones financieras

### 5.5.4.1. Costos de producción

Los costos de producción de la empresa LANATEX ha sido dividido en tres elementos: Materias primas, Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Fabricación (CIF). Los mismos que son presentados a continuación, haciendo un presupuesto mensual según el requerimiento de la capacidad instalada de la empresa, que en este caso se ha definido que sería capaz de producir al menos 600 unidades por mes.

**Tabla 52. Presupuesto de Materias Primas**

MATERIAS PRIMAS	MEDIDA	COSTO	CANT. MENSUAL	TOTAL MES	AÑO 1
Tela de Lana Merino-colores varios	MT	\$ 5.50	600.00	\$ 3,300.00	\$ 39,600.00
Hilos - Colores varios	MT	\$ 0.50	600.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Botones	UNIDADES	\$ 0.20	4800.00	\$ 960.00	\$ 11,520.00
Cierres	UNIDADES	\$ 0.60	600.00	\$ 360.00	\$ 4,320.00
Apliques Varios	UNIDADES	\$ 1.00	600.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 5,520.00</b>	<b>\$ 66,240.00</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 53. Presupuesto de Mano de Obra**

MANO DE OBRA	MEDIDA	COSTO	CANT. MENSUAL	TOTAL MES	AÑO 1
Operarias	N/A	\$ 448.69	6	\$ 2,692.12	\$ 32,305.44
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2,692.12</b>	<b>\$ 32,305.44</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 54. Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación**

COSTOS INDIRECTOS DE FABR.	MEDIDA	COSTO	CANT. MENSUAL	TOTAL MES	AÑO 1
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>					
Etiqueta Tecnica	UNIDADES	\$ 0.30	600	\$ 180.00	\$ 2,160.00
Etiqueta de marca	UNIDADES	\$ 0.45	600	\$ 270.00	\$ 3,240.00
Empaque Plastico	UNIDADES	\$ 0.20	600	\$ 120.00	\$ 1,440.00
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>					
Jefe de Produccion	N/A	\$ 1,264.67	1	\$ 1,264.67	\$ 15,176.00
Diseñador	N/A	\$ 1,017.40	1	\$ 1,017.40	\$ 12,208.80
Bodegueros	N/A	\$ 448.69	1	\$ 448.69	\$ 5,384.24
Choferes	N/A	\$ 448.69	1	\$ 448.69	\$ 5,384.24
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 3,749.44</b>	<b>\$ 44,993.28</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Con el detalle de los costos de producción se ha podido determinar que el costo total de producción al mes es equivalente a \$ 11,961.56 y al año representa \$ 143,538.72, cifra que al ser dividida por las unidades producidas, daría un costo unitario de \$ 19.94 por prenda aproximadamente.

**Tabla 55. Determinación del Costo Unitario de Producción**

	MENSUAL	ANUAL
<b>COSTO DE PRODUCCION TOTAL</b>	<b>\$ 11,961.56</b>	<b>\$ 143,538.72</b>
<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>600.00</b>	<b>7,200.00</b>
<b>COSTO UNITARIO DE LA PRENDA</b>	<b>\$ 19.94</b>	<b>\$ 19.94</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

#### 5.5.4.2. Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas

En relación al presupuesto de gastos de la empresa LANATEX S.A., estos han sido clasificados en Administrativos y de Ventas, en los cuales se encontrarán rubros destinados al pago de sueldos y beneficios sociales, servicios básicos, publicidad, entre otros. A continuación se presenta el detalle de estos gastos:

**Tabla 56. Presupuesto de Gastos de Administración**

DETALLE	MENSUAL	Año 1
Sueldos y Beneficios Sociales	\$ 7,944.99	\$ 95,339.92
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Mantenimiento de Maquinarias	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Servicios Básicos	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Telefonía Fija	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Internet	\$ 60.00	\$ 720.00
Suministros de Oficina	\$ 50.00	\$ 600.00
Suministros Varios	\$ 50.00	\$ 600.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9,004.99</b>	<b>\$ 108,059.92</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Tabla 57. Presupuesto de Gastos de Ventas**

DETALLE	MENSUAL	Año 1
Elaboración de Banners	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Anuncio en Diario El Universo	\$ 500.00	\$ 2,000.00
Cuna Radial- Radio Cupido	\$ 700.00	\$ 2,800.00
Entrega de Volantes	\$ 250.00	\$ 1,000.00
Mantenimiento de Pagina Web	\$ 50.00	\$ 600.00
Administración de Facebook	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,750.00</b>	<b>\$ 9,400.00</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### 5.5.4.3. Presupuesto de Ventas

En relación al presupuesto de ventas, se ha asignado una participación equitativa para las 2 secciones y tipos de prendas a comercializarse, según lo descrito en el siguiente cuadro:

**Tabla 58. Presupuesto de Ventas**

PRODUCTO	PARTICIPACION	UNIDADES/MES	PVP
<b><u>Sección Masculina</u></b>			
Suéter de lana	25.00%	150.00	\$ 45.00
Saco ejecutivo de lana	25.00%	150.00	\$ 80.00
<b><u>Sección Femenina</u></b>			
Suéter de lana	25.00%	150.00	\$ 45.00
Blazer ejecutivo de lana	25.00%	150.00	\$ 65.00
<b>VENTA PRONOSTICADA</b>	<b>100%</b>	<b>600.00</b>	

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

De esta forma, el presupuesto de ventas para los primeros cinco años determinaría un total de ingresos equivalentes a \$ 423,000 para el año 1, que posteriormente se incrementaría en un 2% a partir del año 2, haciendo posible que la empresa alcance un total de ingresos equivalentes a \$ 458,868.80 para el quinto período, pero que considerando las ventas de las mercadería que queda entre un año y otro,

el monto total ascendería a un valor estimado en \$ 541,493.47, tal como lo describe el siguiente cuadro:

**Tabla 59. Presupuesto de Ventas**

PRODUCTO	MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Sección Masculina</b>						
Suéter de lana	\$ 6,750.00	\$ 81,000.00	\$ 82,620.00	\$ 84,272.40	\$ 85,957.85	\$ 87,677.00
Saco ejecutivo de lana	\$ 12,000.00	\$ 144,000.00	\$ 146,880.00	\$ 149,817.60	\$ 152,813.95	\$ 155,870.23
<b>Sección Femenina</b>						
Suéter de lana	\$ 6,750.00	\$ 81,000.00	\$ 82,620.00	\$ 84,272.40	\$ 85,957.85	\$ 87,677.00
Blazer ejecutivo de lana	\$ 9,750.00	\$ 117,000.00	\$ 119,340.00	\$ 121,726.80	\$ 124,161.34	\$ 126,644.56
<b>VENTA PRONOSTICADA</b>	<b>\$ 35,250.00</b>	<b>\$ 423,000.00</b>	<b>\$ 431,460.00</b>	<b>\$ 440,089.20</b>	<b>\$ 448,890.98</b>	<b>\$ 457,868.80</b>
<b>VENTA INV. INICIAL</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ 54,185.87</b>	<b>\$ 63,397.46</b>	<b>\$ 73,199.69</b>	<b>\$ 83,624.67</b>
<b>VENTA TOTAL</b>		<b>\$ 423,000.00</b>	<b>\$ 485,645.87</b>	<b>\$ 503,486.66</b>	<b>\$ 522,090.67</b>	<b>\$ 541,493.47</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

#### **5.5.4.4. Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias**

El Estado de Pérdidas y Ganancias representa un consolidado de todos los ingresos y gastos de la empresa durante los primeros cinco años, como ya se mencionó las ventas se incrementarían en 2% anual como resultado de una meta de ventas; mientras que los costos de producción y gastos operativos sufrirán un incremento en 3.82% como consecuencia del promedio inflacionario de los últimos 2 años, dejando así una utilidad neta de \$ 85,641.10 para el año 1 y de \$ 97,662.26 para el año 5.

**Tabla 60. Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias**

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>	\$ 423,000.00	\$ 485,645.87	\$ 503,486.66	\$ 522,090.67	\$ 541,493.47
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	\$ 143,538.72	\$ 182,294.17	\$ 191,322.76	\$ 200,801.05	\$ 210,751.50
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 279,461.28</b>	<b>\$ 303,351.69</b>	<b>\$ 312,163.90</b>	<b>\$ 321,289.62</b>	<b>\$ 330,741.97</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 108,059.92	\$ 118,079.82	\$ 129,071.67	\$ 141,131.54	\$ 154,365.03
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	\$ 9,400.00	\$ 6,528.86	\$ 6,778.26	\$ 7,037.19	\$ 7,306.01
<b>DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES</b>	\$ 22,695.53	\$ 22,695.53	\$ 22,695.53	\$ 20,283.86	\$ 20,283.86
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACION</b>	<b>\$ 140,155.45</b>	<b>\$ 147,304.20</b>	<b>\$ 158,545.46</b>	<b>\$ 168,452.59</b>	<b>\$ 181,954.90</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 139,305.83</b>	<b>\$ 156,047.49</b>	<b>\$ 153,618.44</b>	<b>\$ 152,837.03</b>	<b>\$ 148,787.07</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	\$ 10,133.73	\$ 8,318.31	\$ 6,288.80	\$ 4,019.94	\$ 1,483.51
<b>Utilidad Antes de Participación</b>	<b>\$ 129,172.10</b>	<b>\$ 147,729.18</b>	<b>\$ 147,329.64</b>	<b>\$ 148,817.09</b>	<b>\$ 147,303.56</b>
Participación de Trabajadores	\$ 19,375.81	\$ 22,159.38	\$ 22,099.45	\$ 22,322.56	\$ 22,095.53
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$ 109,796.28</b>	<b>\$ 125,569.80</b>	<b>\$ 125,230.20</b>	<b>\$ 126,494.53</b>	<b>\$ 125,208.03</b>
Impuesto a la Renta	\$ 24,155.18	\$ 27,625.36	\$ 27,550.64	\$ 27,828.80	\$ 27,545.77
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 85,641.10</b>	<b>\$ 97,944.44</b>	<b>\$ 97,679.55</b>	<b>\$ 98,665.73</b>	<b>\$ 97,662.26</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

#### **5.5.4.5. Proyección de Balance General Final**

El Balance General Final, muestra la situación financiera de la empresa al término del período contable. En esta sección se puede visualizar la manera en que van evolucionando cuentas como Caja/Bancos, la misma que se va nutriendo de las utilidades netas que se van generando entre un período y otro como resultado del ejercicio contable, asimismo, la cuenta mercadería va evolucionando según se va incrementando el stock de la empresa. Los activos fijos van depreciándose, mientras los activos diferidos se amortizan completamente en el año cinco.

Situación similar ocurre con la deuda del préstamo bancario que se extingue en el año cinco, mientras que el patrimonio de la empresa crece como resultado de las utilidades netas y retenidas entre un período y otro.

**Tabla 61. Proyección del Balance General Final**

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>						
Caja/Bancos	\$ 27,284.98	\$ 120,227.83	\$ 223,658.60	\$ 324,794.97	\$ 422,236.99	\$ 516,139.11
Mercadería	\$ 35,884.68	\$ 35,884.68	\$ 41,985.08	\$ 48,476.61	\$ 55,380.58	\$ 62,719.34
<b>TOTAL A. CORRIENTES</b>	<b>\$ 63,169.66</b>	<b>\$ 156,112.51</b>	<b>\$ 265,643.68</b>	<b>\$ 373,271.59</b>	<b>\$ 477,617.57</b>	<b>\$ 578,858.45</b>
<b>FIJOS</b>						
Maquinarias	\$ 12,765.40	\$ 12,765.40	\$ 12,765.40	\$ 12,765.40	\$ 12,765.40	\$ 12,765.40
Equipos de Operación	\$ 803.20	\$ 803.20	\$ 803.20	\$ 803.20	\$ 803.20	\$ 803.20
Muebles de Operación	\$ 1,220.00	\$ 1,220.00	\$ 1,220.00	\$ 1,220.00	\$ 1,220.00	\$ 1,220.00
Muebles y Enseres	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00
Equipos de Oficina	\$ 3,450.00	\$ 3,450.00	\$ 3,450.00	\$ 3,450.00	\$ 3,450.00	\$ 3,450.00
Equipos de Operación	\$ 7,235.00	\$ 7,235.00	\$ 7,235.00	\$ 7,235.00	\$ 7,235.00	\$ 7,235.00
Vehículos	\$ 70,400.00	\$ 70,400.00	\$ 70,400.00	\$ 70,400.00	\$ 70,400.00	\$ 70,400.00
Obra Civil y Edificaciones	\$ 32,800.00	\$ 32,800.00	\$ 32,800.00	\$ 32,800.00	\$ 32,800.00	\$ 32,800.00
Terreno	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00
(-) Depreciacion Acumulada	\$ -	\$ (20,325.53)	\$ (40,651.05)	\$ (60,976.58)	\$ (78,890.44)	\$ (96,804.30)
<b>TOTAL A. FIJOS</b>	<b>\$ 172,373.60</b>	<b>\$ 152,048.07</b>	<b>\$ 131,722.55</b>	<b>\$ 111,397.02</b>	<b>\$ 93,483.16</b>	<b>\$ 75,569.30</b>
<b>DIFERIDOS</b>						
Gastos de Constitucion	\$ 1,850.00	\$ 1,850.00	\$ 1,850.00	\$ 1,850.00	\$ 1,850.00	\$ 1,850.00
Gastos de Instalacion y Adecuacion	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
(-) Amortizacion Acumulada	\$ -	\$ (2,370.00)	\$ (4,740.00)	\$ (7,110.00)	\$ (9,480.00)	\$ (11,850.00)
<b>TOTAL A. DIFERIDOS</b>	<b>\$ 11,850.00</b>	<b>\$ 9,480.00</b>	<b>\$ 7,110.00</b>	<b>\$ 4,740.00</b>	<b>\$ 2,370.00</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 247,393.26</b>	<b>\$ 317,640.58</b>	<b>\$ 404,476.23</b>	<b>\$ 489,408.61</b>	<b>\$ 573,470.73</b>	<b>\$ 654,427.75</b>
<b>PASIVOS</b>						
Proveedores	\$ -	\$ -	\$ 6,100.40	\$ 12,591.93	\$ 19,495.90	\$ 26,834.66
Prestamo Bancario	\$ 97,393.26	\$ 81,999.48	\$ 64,790.29	\$ 45,551.57	\$ 24,044.00	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 97,393.26</b>	<b>\$ 81,999.48</b>	<b>\$ 70,890.68</b>	<b>\$ 58,143.51</b>	<b>\$ 43,539.90</b>	<b>\$ 26,834.66</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 85,641.10	\$ 97,944.44	\$ 97,679.55	\$ 98,665.73	\$ 97,662.26
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 85,641.10	\$ 183,585.55	\$ 281,265.10	\$ 379,930.83
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 150,000.00</b>	<b>\$ 235,641.10</b>	<b>\$ 333,585.55</b>	<b>\$ 431,265.10</b>	<b>\$ 529,930.83</b>	<b>\$ 627,593.09</b>
<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 247,393.26</b>	<b>\$ 317,640.58</b>	<b>\$ 404,476.23</b>	<b>\$ 489,408.61</b>	<b>\$ 573,470.73</b>	<b>\$ 654,427.75</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### 5.5.5. Evaluación Financiera del Proyecto

#### 5.5.5.1. Flujo de Caja Projectado

Dentro de la evaluación financiera del proyecto es importante analizar el movimiento real de la empresa; por esta razón se utilizará el flujo de caja, ya que aquí no se consideran depreciaciones y amortizaciones al representar únicamente un valor contable dentro del negocio y que es muy útil para minimizar la carga fiscal.

Sin embargo, una vez que se hace la resta entre los ingresos operativos y todos los egresos, se puede observar que en cada período la empresa obtendría flujos netos positivos, los mismos que poco a poco ayudarán a

ir recuperando la inversión inicial realizada (\$ 247.393.26). Este análisis es importante porque es el punto de partida para calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN). De esta forma, los flujos netos fluctuarían entre \$ 92,942.85 para el año 1 hasta \$ 93,902.12 en el quinto período. Si bien, se aprecia una disminución de los flujos netos a partir del año 2, esto se debe a que se ha considerado un escenario bastante conservador en el que las ventas sólo se incrementarían por volumen, mas no por precio, entonces la rentabilidad se ve un poco afectada, pero se mantiene un precio estable al menos durante los primeros años de funcionamiento, posterior a ese período se podría incrementar el precio y así mejorar estos indicadores.

**Tabla 62. Flujo de Caja Proyectado**

PERIODOS	FLUJO DEL PROYECTO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos Operativos</b>	\$ -	\$ 423,000.00	\$ 485,645.87	\$ 503,486.66	\$ 522,090.67	\$ 541,493.47
<b>Egresos Operativos</b>						
Costo de Produccion		\$ 143,538.72	\$ 182,294.17	\$ 191,322.76	\$ 200,801.05	\$ 210,751.50
Gastos Administrativos	\$ -	\$ 108,059.92	\$ 118,079.82	\$ 129,071.67	\$ 141,131.54	\$ 154,365.03
Gastos de Venta		\$ 9,400.00	\$ 6,528.86	\$ 6,778.26	\$ 7,037.19	\$ 7,306.01
Capital del Prestamo	\$ -	\$ 15,393.78	\$ 17,209.20	\$ 19,238.71	\$ 21,507.57	\$ 24,044.00
Intereses del Prestamo	\$ -	\$ 10,133.73	\$ 8,318.31	\$ 6,288.80	\$ 4,019.94	\$ 1,483.51
<b>Flujo antes de Participacion</b>	\$ -	\$ 136,473.85	\$ 153,215.51	\$ 150,786.46	\$ 147,593.38	\$ 143,543.42
Participacion Trabajadores	\$ -	\$ 19,375.81	\$ 22,159.38	\$ 22,099.45	\$ 22,322.56	\$ 22,095.53
<b>Flujo Antes de Impuestos</b>	\$ -	\$ 117,098.03	\$ 131,056.13	\$ 128,687.01	\$ 125,270.81	\$ 121,447.89
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ 24,155.18	\$ 27,625.36	\$ 27,550.64	\$ 27,828.80	\$ 27,545.77
<b>Flujo Despues de Impuestos</b>	\$ -	\$ 92,942.85	\$ 103,430.77	\$ 101,136.37	\$ 97,442.02	\$ 93,902.12
Capital de trabajo	\$ (63,169.66)					
Inversiones:	\$ -					
Activos Fijos	\$ (172,373.60)					
Activos Diferidos	\$ (11,850.00)					
<b>Flujo Neto de Caja</b>	\$ (247,393.26)	\$ 92,942.85	\$ 103,430.77	\$ 101,136.37	\$ 97,442.02	\$ 93,902.12
<b>PAYBACK</b>	\$ (247,393.26)	\$ (154,450.41)	\$ (51,019.64)	\$ 50,116.73	\$ 147,558.75	\$ 241,460.87

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### 5.5.5.2. Análisis de Rentabilidad: TMAR, TIR, VAN y PAYBACK

#### **Cálculo de la TMAR**

Para el análisis de rentabilidad es importante calcular la tasa de descuento o TMAR del proyecto, la misma que fue determinada en función al método del costo de capitales promedio ponderado, por tratarse

de un proyecto de financiación mixta (capital propio y ajeno), entonces es importante hallar una tasa de descuento única que sea favorable para las dos partes involucradas. De esta manera, el valor encontrado fue de 14.16%, es decir que este es el parámetro mínimo que determinará si el proyecto es rentable o no.

**Tabla 63. Cálculo de la TMAR**

COSTO DE CAPITALES PROMEDIO PONDERADO				
FUENTE	APORTE	%	TASA	PONDERACION
CAPITAL PROPIO	\$150,000.00	60.63%	16.09%	9.76%
CAPITAL AJENO	\$ 97,393.26	39.37%	11.20%	4.41%
<b>TOTAL</b>	<b>\$247,393.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>TMAR:</b>	<b>14.16%</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### ***Cálculo de la TIR y el VAN***

Los cálculos realizados para determinar la tasa interna de retorno arrojan la cifra de 28.04%, mientras que el valor actual neto es \$ 87,122.85; esto quiere decir que el proyecto es rentable ya que dentro de los primeros cinco años la empresa será capaz de recuperar su inversión y además, podrá obtener un rendimiento adicional de 28.04%, el cual está por encima de la tasa de descuento del proyecto o expectativa de retorno que en este caso es 14.16%, por tanto se considera factible. Como dato adicional se ha calculado la relación beneficio – costo, y esta determina que por cada dólar invertido la empresa recibe \$ 0.35 adicional en beneficios netos, dejando constancia de la rentabilidad del proyecto.

**Tabla 64. Análisis de Rentabilidad**

TMAR:	14.16%
TIR:	28.04%
VAN:	\$ 87,122.85
B/C	\$ 0.35

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora



### 5.5.5.3. Cálculo del PAYBACK

El Payback es un método que permite determinar el retorno de la inversión a través de los flujos netos de cada período de operaciones, descontando la inversión. En este caso si bien se aprecia flujos positivos durante los primeros cinco años, el proyecto empieza a recuperar su inversión recién a partir del tercer año, ya que desde ahí se aprecia un Payback positivo a favor de la empresa LANATEX S.A.; de esta forma se establece que desde ahí la empresa es rentable, ya que esta definición se comprueba al momento que la empresa es capaz de recuperar su inversión inicial.

Tabla 65. Análisis del PAYBACK

FLUJO DEL PROYECTO						
PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo Neto de Caja	\$ (247.393,26)	\$ 92.942,85	\$ 103.430,77	\$ 101.136,37	\$ 97.442,02	\$ 93.902,12
PAYBACK	\$ (247.393,26)	\$ (154.450,41)	\$ (51.019,64)	\$ 50.116,73	\$ 147.558,75	\$ 241.460,87

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### 5.5.5.4. Análisis de Razones Financieras

#### **Razones de Rentabilidad**

Las razones de rentabilidad del proyecto establecen un margen bruto promedio equivalente al 62.63% y un margen neto de 19.35% para los primeros cinco períodos. Esto significa que por cada dólar que la empresa recibe en ventas, realmente lo que gana es \$ 0.62 como margen bruto y \$ 0.19 como margen neto, una vez descontados los gastos, participación de utilidad y el respectivo pago del impuesto a la renta (22%). Por otra parte, el índice de gestión establece que el impacto de los gastos operativos sería de 32.16% en promedio para los primeros cinco años, es decir que la empresa destina \$ 0.32 para el financiamiento de sus gastos de operación, por cada dólar vendido.

**Tabla 66. Análisis de Rentabilidad**

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROM.
<b><u>INDICE DE RENTABILIDAD</u></b>						
Margen Bruto	66.07%	62.46%	62.00%	61.54%	61.08%	62.63%
Margen Neto	20.25%	20.17%	19.40%	18.90%	18.04%	19.35%
<b><u>INDICE DE GESTION</u></b>						
Impacto de Gastos	33.13%	30.33%	31.49%	32.27%	33.60%	32.16%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### ***Razones de Liquidez***

La liquidez de la compañía va mejorando en la medida que el negocio va generando utilidades. Pero es importante analizar la liquidez corriente, es decir de corto plazo, porque esto permitirá cubrir el pago a los proveedores, empleados y demás obligaciones necesarias para cumplir con el proceso de producción. De esta forma, el índice calculado es 10.79, es decir que esta es la relación de liquidez versus las deudas de corto plazo, y por tanto hay suficiente dinero para cubrirlas a cabalidad.

**Tabla 67. Razones de Liquidez**

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b><u>INDICE DE LIQUIDEZ</u></b>						
Liquidez Corriente	1.90	4.10	8.19	19.86	19.86	10.79

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### ***Razones de Endeudamiento***

En cuanto a las razones de endeudamiento se puede manifestar que este indicador va disminuyendo en la medida que se va pagado anualmente la

deuda adquirida por el préstamo bancario en el año cero, de esta forma, el nivel de endeudamiento apenas representa el 13.4% sobre el total de activos. Es decir que por cada dólar que la empresa tiene en activos, sólo \$ 0.13 están en deuda.

**Tabla 68. Razones de Endeudamiento**

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>INDICE DE ENDEUDAMIENTO</b> Endeudamiento del Activo	25.82%	17.53%	11.88%	7.59%	4.10%	13.4%

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

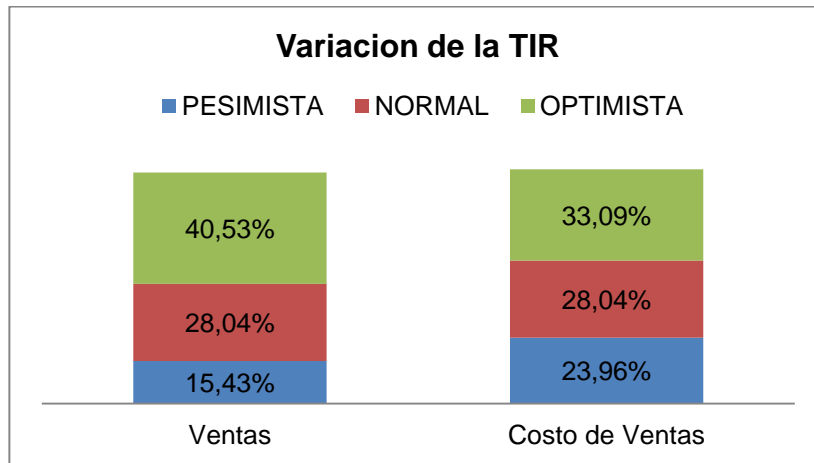
### **5.5.6. Análisis de Sensibilidad**

#### **Variación de la TIR**

El análisis de sensibilidad sirve para determinar la forma en que se presentarían los resultados del negocio si se entablan ciertos escenarios, en este caso sólo se han afectado a las variables de costo de ventas y ventas para establecer los cambios de la rentabilidad del negocio. Para esto los escenarios se fijaron en optimista: que las ventas crezcan en 5% y los costos bajen en el mismo porcentaje; por el contrario en un escenario pesimista las ventas caerían en un 5% mientras que los costos aumentarían en dicho porcentaje.

Con este análisis se puede determinar que en un escenario pesimista la TIR alcanzaría un nivel entre el 15.43% y el 23.96%; mientras que en un escenario optimista el resultado de la TIR sería entre el 33.09% y el 40.53%. Tal como lo describe la siguiente gráfica:

**Gráfico 26. Variación de la TIR**



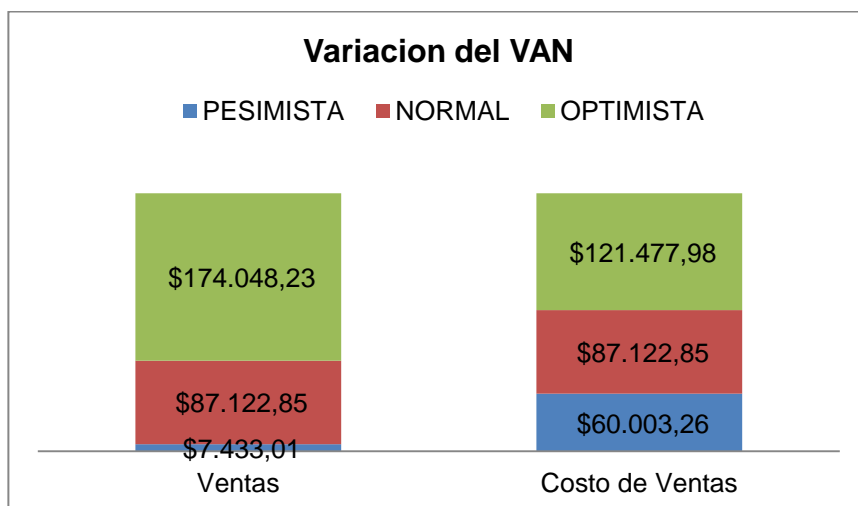
Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

### ***Variación del VAN***

En el mismo sentido, y aplicando los mismos escenarios en las ventas y costos, se puede determinar que en un escenario pesimista el VAN fluctuaría entre \$ 7,433.01 y \$ 60,003.26; mientras que un escenario optimista este indicador se ubicaría entre \$ 121,477.98 y 174,048 .24.

**Gráfico 27. Variación del VAN**



Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

## CONCLUSIONES

El desarrollo del presente trabajo permite establecer las siguientes conclusiones:

1. La situación actual del mercado local en el ámbito textil, determina que la problemática de este sector se manifiesta en la baja competitividad que tiene esta industria frente a importaciones textiles, lo que desafortunadamente ha derivado en un déficit en la balanza textil del país, a esto se suma la falta de maquinaria especializada y de concientización del mercado ecuatoriano sobre el valor que tiene su industria textil, especialmente de aquellos productos que se confeccionan a base de lana merino. No obstante, aún este sector no está desarrollado en el país ya que hace menos de cinco años el Gobierno Nacional importó ovejas con la finalidad de potenciar al sector de la lana.
2. El perfil del consumidor identificado se define como una persona que habita en la ciudad de Quito, cuya edad se ubica entre los 20 y 49 años, donde el factor decisivo de compra sería el precio, y que su presupuesto máximo estaría ubicado entre \$ 50 y \$ 99 para este tipo de gastos, esperando recibir información del producto de una forma personalizada a través de redes sociales. No obstante, la mayoría desconoce de los tipos de lana que existen, en este caso de la oveja merino.
3. Se constituirá la empresa LANATEX S.A., con la finalidad de promover la fabricación de prendas de vestir a base de lana de merino, la misma que contará con tres socios quienes aportarían en conjunto la suma de \$ 150,000.00 para financiar cerca del 60% de la inversión total del proyecto. Asimismo, considerando que los proveedores de lana están ubicados en la provincia de Cotopaxi,

se ha decidido implementar ahí la planta de producción con la finalidad de reducir los costos de logística y además, porque estaría mucho más cerca del mercado objetivo, que en este caso se lo ha definido como la ciudad de Quito.

4. Para llevar a cabo este proyecto es necesaria una inversión inicial de \$ 247,393.26 la cual sería financiada a través de fondos propios y un préstamo bancario solicitado a la CFN a cinco años plazo y a una tasa de interés anual del 11.20%. Haciendo el análisis financiero se determinó que la TIR del proyecto sería 28.04%, mientras que el VAN sería de \$ 87,122.85, dejando como constancia la factibilidad del negocio ya que estos indicadores superan el porcentaje de la tasa de descuento (14.16%). De esta manera, por medio del PAYBACK se estableció que la inversión se recuperaría a partir del tercer año, ya que desde ahí se observa un flujo descontado positivo. Finalmente, al realizar el análisis de sensibilidad se determinó que en los escenarios planteados el proyecto aún sigue siendo rentable, es decir que como escenario pesimista si las ventas bajaran en 5% y los costos subieran en ese porcentaje, el proyecto disminuiría sus valores de rentabilidad estándar, para alcanzar un nivel que estaría relativamente cerca de la tasa de descuento, pero que aún sigue siendo positivo y mayor para ser considerado como rentable. Así queda demostrada la factibilidad de producir textiles a base de lana de merino en la provincia de Cotopaxi para su posterior distribución en el mercado quiteño.

## RECOMENDACIONES

Como recomendaciones finales al proyecto se pueden establecer las siguientes:

1. Llevar a cabo el proyecto de lana de merino porque así se contribuiría en la diversificación de la matriz productiva, disminución de importaciones de textiles extranjeros y estabilidad de la balanza comercial, así como generación de plazas de trabajo de forma directa e indirecta.
2. En un futuro se puede hacer un análisis de mercado que permita la creación de nuevos productos, según los gustos y preferencias del consumidor, ya sea en el contexto nacional o a nivel internacional, pero todo depende del grado de aceptación que se tenga en primera instancia en el mercado local.
3. El desarrollo de nuevos productos implicaría, una mejor y mayor capacitación del personal con la finalidad de garantizar la calidad en los acabados y los diseños de vanguardia que incentiven a la compra por parte de los consumidores.
4. Finalmente, las utilidades obtenidas durante los años posteriores al período de recuperación, podrían ser utilizadas o reinvertidas en ampliación de la fábrica si fuese necesaria o la apertura de tiendas propias que ayuden a distribuir el producto de una forma más directa hacia el consumidor final.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica. (8 de agosto de 2013). *Ecuador trabaja para reducir la tasa de analfabetismo del 6.8% al 4%*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-trabaja-reducir-tasa-analfabetismo-68-4.html>
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Estadísticas Macroeconómicas-Enero 2014*. Quito: Dirección de Estadística Económica-BCE.
- Banco Central del Ecuador-AITE. (2013). *Balanza Comercial Textil 2000-2013*. Quito: Departamento Técnico del BCE.
- Bejar, E. (21 de agosto de 2011). *Las cifras de internet en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.doctortecno.com/noticia/las-cifras-de-internet-en-el-ecuador>
- Carrillo, D. (2010). *Diagnóstico del sector textil de la confección*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Cotopaxi Noticias. (2 de abril de 2012). *El 43% de las ovejas uruguayas se ha reproducido, según el MAGAP*. Obtenido de <http://www.cotopaxinoticias.com/seccion.aspx?sid=11&nid=7311>
- Diario El Comercio. (18 de septiembre de 2011). *La industria textil ecuatoriana es de calidad, pero su reto es bajar costos*. Obtenido de [http://www.elcomercio.com.ec/negocios/industria-textil-ecuatoriana-calidad-costos\\_0\\_556144505.html](http://www.elcomercio.com.ec/negocios/industria-textil-ecuatoriana-calidad-costos_0_556144505.html)
- Diario El Comercio. (20 de noviembre de 2013). *20 mujeres trabajan para fundar una planta procesadora de lana*. Obtenido de [http://www.elcomercio.com.ec/pais/ecuador-riobamba-negocio-lana-industria\\_0\\_1033096692.html](http://www.elcomercio.com.ec/pais/ecuador-riobamba-negocio-lana-industria_0_1033096692.html)
- Diario El Comercio. (4 de diciembre de 2013). *En Ecuador hay 3.7 millones de dispositivos móviles con internet*. Obtenido de [http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Supertel-internet-Ecuador-telefonía\\_movil-smartphones-Movistar-Claro-CNT\\_0\\_1041495993.html](http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Supertel-internet-Ecuador-telefonía_movil-smartphones-Movistar-Claro-CNT_0_1041495993.html)
- Diario El Telégrafo. (1 de abril de 2013). *Alfredo Yague: La industria textil todavía no despega*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/alfredo-yague-la-industria-textil-todavia-no-despega.html>



- Diario El Telégrafo. (18 de julio de 2013). *Industrias básicas fomentarán el cambio de la matriz productiva*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/industrias-basicas-fomentaran-el-cambio-de-la-matriz-productiva.html>
- Diario El Universo. (13 de noviembre de 2013). *Aún con arancel, crece la importación de ropa*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/11/13/nota/1721156/aun-arancel-crece-importacion-ropa>
- Diario El Universo. (26 de diciembre de 2013). *Ecuador reduce su tasa de desempleo urbano, según OIT*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/12/26/nota/1958646/ecuador-reduce-su-tasa-desempleo-urbano-segun-oit>
- Diario El Universo. (2 de junio de 2013). *El Contrabando y los costos laborales frenan la expansión de textiles*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/06/02/nota/978426/contrabando-costos-laborales-frenan-expansion-textiles>
- Diario El Universo. (17 de enero de 2014). *La UE y Ecuador avanzan en las negociaciones para un acuerdo comercial*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/17/nota/2043411/ue-ecuador-avanzan-negociaciones-acuerdo-comercial>
- Diario Hoy . (12 de abril de 2013). *El sector textil innova para crecer y exportar*. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-sector-textil-innova-para-crecer-y-exportar-578589.html>
- Diario Hoy. (14 de enero de 2014). *Limitar importaciones: el fin de resolución 116*. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/limitar-importaciones-el-fin-de-resolucion-116-598914.html>
- Ecuadormoda. (12 de septiembre de 2012). *El MIPRO apoya al sector textil Ecuadormoda 2012*. Obtenido de <http://www.ecuadormoda.com/noticias/39-el-mipro-apoya-al-sector-textil-en-ecuadormoda-2012>
- El Diario. (17 de mayo de 2013). *El 65% de los ecuatorianos tienen acceso a internet*. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/265103-el-65-de-los-ecuatorianos-tienen-acceso-a-internet/>
- Estaciones del Ovino. (16 de abril de 2012). *Características de la Lana de la Oveja Merina*. Obtenido de

<http://www.estacionesdelovino.com/caracteristicas-de-la-lana-de-la-oveja-merina/>

- Mendoza, F. (10 de septiembre de 2012). *'Los ecuatorianos no se identifican con la producción nacional'*. Obtenido de [http://www.revistalideres.ec/entrevista/ecuatorianos-identifican-produccion-nacional\\_0\\_769723029.html](http://www.revistalideres.ec/entrevista/ecuatorianos-identifican-produccion-nacional_0_769723029.html)
- MINTEL. (30 de enero de 2014). *Ecuador lidera en latinoamérica velocidad de internet promedio mundial*. Obtenido de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-lidera-en-latinoamerica-velocidad-de-internet-promedio-mundial/>
- Padilla, D. (2012). *Nivel de escolaridad de los ecuatorianos: El analfabetismo*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo-Revista de Análisis.
- Peña, A., & Pinta, F. (2012). *Análisis Sectorial: INFOECONOMÍA*. Quito: Dirección de Estadísticas Económicas INEC.
- PRO ECUADOR. (2012). *Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones*. Guayaquil: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.
- Revista Vistazo. (1 de septiembre de 2011). *Somos 14' 483.499 ecuatorianos, según último censo*. Obtenido de <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=16974>
- Social Bakers. (2014). *TOP Countries on Facebook*. Obtenido de <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/#>
- Zambrano, A., & Calvache, J. E. (31 de agosto de 2012). *La raza ovina con mayor producción en carne y lana*. Obtenido de <http://www.revistaelagro.com/2012/08/31/la-raza-ovina-con-mayor-produccion-en-carne-y-lana/>

## ANEXOS

### Anexo 1.

#### Artículo de prensa escrita sobre el sector textil



EL PRIMER DIARIO EN LINEA DE AMÉRICA DEL SUR. EN LA RED DESDE 1994

BOLETIN

Inicio Actualidad Deportes Negocios Metrópoli Internacional Multimedia Opinión Entretenim

### El sector textil innova para crecer y exportar

Publicado el 12/Abril/2013 | 00:27



**La III edición de la feria Xpotex concluye hoy en Quito**

*La exhibición presenta máquinas, telas e insumos con características que ya son solicitadas en el exterior*

El avance tecnológico no deja a un lado el sector de la confección.

Esto hace que el productor ecuatoriano esté buscando nuevas alternativas en cuestión de textiles, insumos y maquinaria.

Fuente: Diario Hoy

Elaborado por: Diario Hoye

## Anexo 2.

### Artículo de revista sobre el sector textil

REVISTA **LÍDERES.ec** ENTREVISTA

Inicio Entrevista Personajes Empresas Mercados Tendencias Marketing Tecnología R

Entrevista > Ecuador

# ‘Los ecuatorianos no se identifican con la producción nacional’, según Javier Díaz

Me gusta 0  
Twitter 0  
+1 0

HERRAMIENTAS

- AGRANDAR / ACHICAR
- ENVIAR
- IMPRIMIR
- COMENTAR
- CORREGIR
- COMPARTIR
- 1797 LECTURAS



‘Los ecuatorianos no se identifican con la producción nacional’

TIEMPO DE LECTURA: 7:57 | NO. DE PALABRAS: 1137

**Fernando Mendoza. Redsocialón Quito**

**10:14 LUNES 10/09/2012** Los precios del algodón, el año pasado, estuvieron inestables y esa variación alteró las previsiones para el 2012 de la industria textil. El caso ecuatoriano no fue la excepción, aunque también inciden otros aspectos que preocupan al sector. Este segmento de la industria ecuatoriana ha tenido un crecimiento del 5% en los últimos 15 años. Sin embargo, para este año el panorama no es alentador y se prevé que no se llegue al crecimiento de años anteriores. A eso se suma que el mercado nacional no es rentable para la industria, por ende, los empresarios quieren ingresar a Colombia. El vecino del norte alcanzó un tratado de libre comercio (TLC) con EE.UU. y eso dinamizará su producción con miras a exportar. Ahí queda un nicho en el que quiere participar la industria local.

**ETIQUETAS**

ECUADOR,  
TEXTILES,  
INDUSTRIA,  
PRODUCCIÓN

Fuente: Revista Líderes

Elaborado por: Revista Líderes

### Anexo 3.

### Artículo de prensa escrita sobre el sector textil

• Ediciones anteriores • Servicios • Tarifario • Edición Impresa • Suplementos • Mapa del sitio

**EL COMERCIO.COM** • **Negocios**

Home Noticias Mundo Quito Deportes Opinión Entretenimiento Tecnología Sociedad País

POLÍTICA • SEGURIDAD • NEGOCIOS

Noticias • Negocios • textiles

## La industria textil ecuatoriana es de calidad, pero su reto es bajar costos



Like 0  
Twitter 0  
+1 0

Herramientas

- A A Agrandar / Achicar
- Enviar
- Imprimir
- Comentar
- Corregir
- Compartir
- 3480 lecturas

Etiquetas

**TEXTILEROS,**

**PRODUCCIÓN NACIONAL**

Relacionadas

- + Compañías buscan una mayor demanda local

• TIEMPO DE LECTURA: 3' 27" • NO. DE PALABRAS: 538

• Redacción Guayaquil • Domingo 18/09/2011

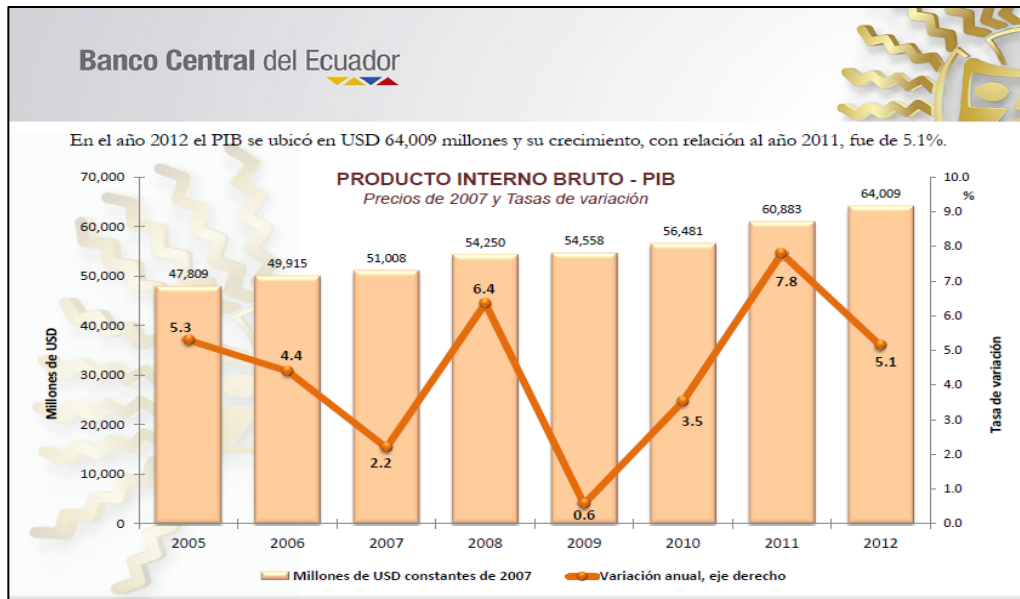
La industria de la moda ecuatoriana recibe buenas críticas de tiendas departamentales de países vecinos, debido a su calidad. Pero los altos costos de producción hacen que potenciales compradores foráneos piensen dos veces antes de concretar los negocios.

Fuente: Diario El Comercio

Elaborado por: Diario El Comercio

## Anexo 4.

### Estadísticas Macroeconómicas del Banco Central sobre el PIB

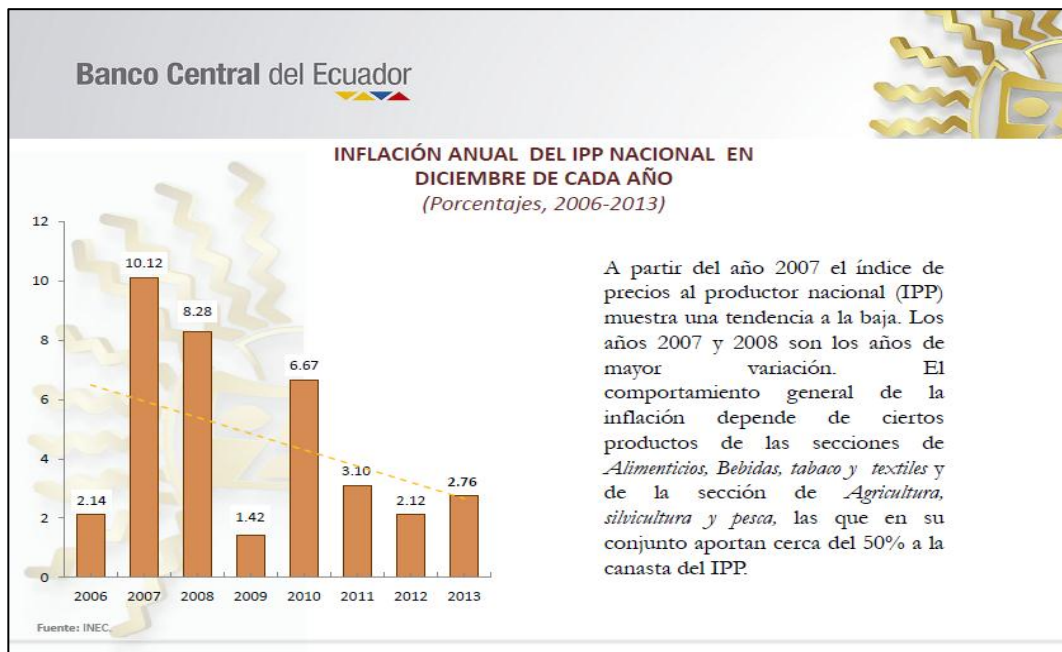


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

## Anexo 5.

### Estadísticas Macroeconómicas del Banco Central sobre la Inflación



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

## Anexo 6.

### Información sobre Empresas relacionadas al sector textil

#### DESCRIPCIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE PRENDAS DE VESTIR

##### CONFECCIONES RECREATIVAS FIBRAN CIA. LTDA.

###### Reseña Histórica



Desde 1987 Fibran se ha especializado en ser el líder en diseño y fabricación de ropa deportiva. Nuestras prendas cumplen con los estándares internacionales de calidad y la producción está enfocada al consumo del mercado nacional, así como al de exportación.

###### Productos

- T-Shirt
- Polos
- Busos
- Pantalones
- Calentadores
- Shorts
- Chompa
- Uniformes deportivos

**Telas:** 100% algodón, poly-algodón, pique, fleece, french terry, 100% poliéster.

Fuente: Asociación de Productores Textiles (AITE)

Elaborado por: La Autora

## Anexo 7.

### Información sobre Empresas relacionadas al sector textil

#### **EMPRESAS PINTO S. A.**

##### **Reseña Histórica**



Pinto está en el mercado Ecuatoriano por más de 94 años y cuenta con 33 locales comerciales en el Ecuador. Pinto provee a sus clientes de prendas de 100% de algodón peinado, de la más alta calidad. El Departamento de Diseño y Moda ha logrado que la marca Pinto sea un Top of Mind dentro del mercado ecuatoriano, para el público que busca ropa fresca, cómoda y con estilo.

##### **Productos en Pinto Tradicional y Pinto Kids**

- Polos, Blusas
- Tops
- Camisas
- Sweaters
- Chaquetas
- Pantalones
- Prendas Sports
- Pijamas
- Ropa Interior
- Medias

**Fuente: Asociación de Productores Textiles (AITE)**

**Elaborado por: La Autora**



## Anexo 8.

### Información sobre Empresas relacionadas al sector textil

#### HILACRIL S.A.

##### Reseña Histórica



Hilacril S.A. nace en año de 1974 como una empresa dedicada a la fabricación de hilos de fibra acrílica, a partir de la año de 1990 inicia una nueva etapa en la elaboración de tejido plano y el año de 1995 en tejido de punto, por el crecimiento de nuestros productos se abre la sección de confección en la fabricación de sacos y chales convirtiéndose en el mayor negocio de la compañía teniendo en la actualidad un a comercialización del 40% en el mercado local y el 60% en el mercado internacional

##### Productos

- Abrigos
- Chales
- Sacos

Fuente: Asociación de Productores Textiles (AITE)

Elaborado por: La Autora

## Anexo 9.

### Información sobre Empresas relacionadas al sector textil

#### INDUSTRIA GENERALES ECUATORIANAS S.A. - INGESA

##### Reseña Histórica



En 1963, se crea la compañía INGESA con once personas y 10 máquinas circulares de la firma Gustav Krenzler. En ese entonces se producían diariamente 40 docenas de medias. En 1971 se implanta un sistema de texturización propia, y para 1975 Ingresa ya había desarrollado la producción de máquinas automáticas Cristine, que comprende procesos de inspección, termofijado, y clasificación de pantimedias.

En 1978, Ingresa desarrolla junto con la compañía suiza Heberlein, un huso de falsa torsión especial para hilos texturizados, y en 1985 en colaboración con la misma firma, Ingresa desarrolla un sistema especial para el recubrimiento de spandex. En 1988, con la construcción de la planta de nylon, Ingresa empieza a producir su propio hilo y a partir de 1991 se inicia un proceso de computarización global de la empresa. Hoy en día INGESA tiene una capacidad de producción de 4'800.000 pares de medias mensuales.

##### Productos:

- Medias Nylon

Fuente: Asociación de Productores Textiles (AITE)

Elaborado por: La Autora

## Anexo 10.

### Información sobre Empresas relacionadas al sector textil

#### INDUSTRIA PIOLERA PONTE SELVA

##### Reseña Histórica



PONTE SELVA S.A. es un industria textil fundada en 1963 que produce piolas, cordones trenzados, hilos, telas planas, tejido de punto, prendas de vestir y artículos publicitarios. Utilizamos materias primas de alta calidad que transformamos para satisfacer las necesidades y características exigidas por nuestros clientes de varios sectores de la economía, siempre con el apoyo de recurso humano calificado, capacitado y comprometido en la eficiencia de los procesos obteniendo como resultado productos de alta calidad.

##### Productos

- Camisetas T-shirt
- Polos
- Calentadores
- Overoles
- Mandiles
- Gorras
- Bolsos
- Pantalones
- Chompas
- Canguros
- Franelas

Fuente: Asociación de Productores Textiles (AITE)

Elaborado por: La Autora

## Anexo 11.

### Información sobre Empresas relacionadas al sector textil

#### INDUSTRIAL Y COMERCIAL 3B S.A

##### Reseña Histórica



Es una empresa textil integrada, es decir que, realiza todos los procesos operativos, desde la elaboración y tinturado de la tela, incluyendo los procesos de corte, estampado, confección y comercialización de ropa. La empresa se ha hecho acreedora al reconocimiento New Millenium a la calidad. Las marcas que comercializan son: EROS, BRUNETTE, NANE, PIO PIO, BAUS, SISTA Y FASHION EXPRESS.

##### Productos

- Ropa Interior
- Camisetas
- Blusas
- Ropa Infantil

Fuente: Asociación de Productores Textiles (AITE)

Elaborado por: La Autora

## Anexo 12.

### Información sobre Empresas relacionadas al sector textil

#### **PASAMANERIA S.A.**

##### **Reseña Histórica**



En los años treinta, Cuenca se presentaba como una ciudad con un reducido movimiento comercial, en donde un grupo de ciudadanos extranjeros, lograban éxitos en su actividad mercantil. Es así como nuestro fundador el Sr. Carlos Tosi Siri, inicia sus actividades comerciales en esta ciudad. De esta forma, crea su almacén llamado “Almacén de Carlos Tosi” en el año de 1926. Es así como surgió PASAMANERIA S.A., en todo el tiempo que llevamos recorrido, no nos hemos detenido en el camino, los logros obtenidos son innumerables como son también las dificultades a las que hemos tenido que enfrentarnos desde el inicio. Hoy la empresa se ve robustecida, ocupando un lugar preferencial en la actividad industrial a nivel de Provincia y del País.

##### **Productos**

- Ropa de bebé
- Ropa infantil masculina y femenina
- Ropa interior femenina y masculina
- Ropa casual femenina y masculina
- Ropa deportiva
- Ropa de dormir femenina y masculina
- Calcetines
- Línea de mantelería

**Fuente: Asociación de Productores Textiles (AITE)**

**Elaborado por: La Autora**

### Anexo 13.

#### Formato de Encuesta para la investigación de mercado

##### INFORMACIÓN PRELIMINAR

1. Sexo: \_\_\_\_\_

2. Edad: \_\_\_\_\_

3. Profesión: \_\_\_\_\_

4. ¿Ud. Compra productos confeccionados con lana de oveja?

SI	
NO	

5. ¿Qué tipo de prendas de vestir elaboradas con lana estaría dispuesto a consumir?

BUFANDAS	
GUANTES	
GORROS	
SUÉTERES	
SACOS	
ALFOMBRAS	
OTROS	

6. ¿Con qué frecuencia realiza compras de prendas de vestir?

CADA MES	
CADA 3 MESES	
CADA 6 MESES	
1 VEZ AL AÑO	

7. ¿Cuáles son los factores que inciden en su decisión de compra al momento de elegir una prenda de vestir?

PRECIO	
DISEÑO	
CALIDAD TEXTIL	
FORMA DE PAGO	

8. ¿Tiene conocimiento de los beneficios de la lana de oveja merino?

SI	
NO	

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

9. Considerando que la lana de oveja merina es de gran calidad y además posee propiedades favorables para la piel ¿estaría dispuesto a comprar productos confeccionados con esta lana?

SI	
NO	

10. ¿Podría indicar cuál es su presupuesto de gastos para la compra de prendas de vestir?

MENOS DE \$ 50	
50 \$ - 99 \$	
100 \$ - 149 \$	
150 \$ - 199 \$	
MAS DE 199 \$	

11. ¿Podría indicar su opinión acerca del grado de valoración de la producción nacional de textiles?

MUY VALORADAS	
POCO VALORADAS	
NO SON VALORADAS	
DESCONOCIMIENTO	

12. ¿Cuál sería su elección entre la producción textil local y la extranjera?

PRODUCTO TEXTIL LOCAL	
PRODUCTO TEXTIL EXTRANJERO	
NINGUNO	

13. Si contestó producción extranjera: ¿podría indicar las razones de su elección?

MEJOR CALIDAD	
MEJOR DISEÑO	
PRESTIGIO	
OTRO	

14. ¿Qué medio de comunicación es más persuasivo en su decisión de compra?

RADIO	
TELEVISIÓN	
PRENSA ESCRITA	
CORREO ELECTRÓNICO	
REDES SOCIALES	
ANUNCIOS EN PUNTO DE VENTA	

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

## Anexo 14.

### Descripción de Activos Fijos de la empresa LANATEX S.A.

MAQUINARIAS			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
6	Máquinas de coser recta	\$ 609.00	\$ 3,654.00
2	Máquina de coser ojaleadora	\$ 2,585.00	\$ 5,170.00
2	Máquina de coser overlock	\$ 786.00	\$ 1,572.00
2	Máquina de coser bordadora zigzag	\$ 478.00	\$ 956.00
2	Cortadora de tela	\$ 346.00	\$ 692.00
2	Plancha industrial para ropa	\$ 360.70	\$ 721.40
			\$ -
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 12,765.40</b>

MUEBLES DE OPERACION			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
1	Percha grande con repisas	\$ 410.00	\$ 410.00
6	Sillas de trabajo	\$ 45.00	\$ 270.00
3	Mesas de trabajo	\$ 180.00	\$ 540.00
			\$ -
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,220.00</b>

EQUIPOS DE OFICINAS			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
2	Acondicionador de Aire	\$ 1,600.00	\$ 3,200.00
1	Útiles varios de oficina	\$ 250.00	\$ 250.00
			\$ -
			\$ -
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3,450.00</b>

OBRA CIVIL Y EDIFICACIONES			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
250	Galpón	\$ 70.00	\$ 17,500.00
150	Área de Oficinas	\$ 62.00	\$ 9,300.00
200	Área de parqueos	\$ 30.00	\$ 6,000.00
			\$ -
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 32,800.00</b>

VEHICULOS			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
2	Camión Hino SERIE 300	\$ 35,200.00	\$ 70,400.00
			\$ -
			\$ -
			\$ -
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 70,400.00</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora



## Anexo 15.

### Descripción de Activos Fijos de la empresa LANATEX S.A.

EQUIPOS DE OPERACION			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
3	Juego de tijeras para costura	\$ 75.00	\$ 225.00
3	Deshebrador	\$ 10.50	\$ 31.50
3	Descosedor	\$ 10.50	\$ 31.50
4	Cinta métrica	\$ 6.30	\$ 25.20
40	Armadores (pack de 12 unidades)	\$ 6.00	\$ 240.00
1	Otros Equipos	\$ 250.00	\$ 250.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 803.20</b>

MUEBLES Y ENSERES			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
5	Escritorios Ejecutivos para oficina	\$ 270.00	\$ 1,350.00
10	Sillones ejecutivos para oficina	\$ 120.00	\$ 1,200.00
1	Counter para recepción	\$ 400.00	\$ 400.00
5	Archivadores	\$ 150.00	\$ 750.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3,700.00</b>

EQUIPOS DE COMPUTACION			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
11	Computadores de escritorio	\$ 625.00	\$ 6,875.00
4	Impresora multifuncional	\$ 90.00	\$ 360.00
			\$ -
			\$ -
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 7,235.00</b>

TERRENO			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
1000	TERRENO	\$ 40.00	\$ 40,000.00
			\$ -
			\$ -
			\$ -
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 40,000.00</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Anexo 16.**

**Presupuesto de Capital de Trabajo de la empresa LANATEX S.A.**

<b>DETALLES</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Total</b>
<b><u>COSTOS DE PRODUCCIÓN</u></b>				
Materias Primas	\$ 5,520.00	\$ 5,520.00	\$ 5,520.00	\$ 16,560.00
Mano de Obra	\$ 2,692.12	\$ 2,692.12	\$ 2,692.12	\$ 8,076.36
Costos Indirectos de Fabricacion	\$ 3,749.44	\$ 3,749.44	\$ 3,749.44	\$ 11,248.32
<b><u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u></b>				
Sueldos y Beneficios Sociales	7,944.99	7,944.99	7,944.99	\$ 23,834.98
Servicios Basicos	500.00	500.00	500.00	\$ 1,500.00
Telefonia Fija	100.00	100.00	100.00	\$ 300.00
<b><u>GASTOS DE VENTAS</u></b>				
Elaboracion de Banners	250.00	250.00	250.00	\$ 750.00
Entrega de Volantes	250.00	250.00	250.00	\$ 750.00
Mantenimiento de Pagina Web	50.00	50.00	50.00	\$ 150.00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>21,056.55</b>	<b>21,056.55</b>	<b>21,056.55</b>	<b>63,169.66</b>

**Fuente: La Autora**

**Elaborado por: La Autora**

**Anexo 17.**

**Cuadro de Depreciaciones y Amortizaciones de la empresa LANATEX S.A.**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>V. ACTIVO</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Inversion Fija</b>								
Maquinarias	\$ 12,765.40	10	\$ 106.38	\$ 1,276.54	\$ 1,276.54	\$ 1,276.54	\$ 1,276.54	\$ 1,276.54
Equipos de Operación	\$ 803.20	10	\$ 6.69	\$ 80.32	\$ 80.32	\$ 80.32	\$ 80.32	\$ 80.32
Muebles de Operación	\$ 1,220.00	10	\$ 10.17	\$ 122.00	\$ 122.00	\$ 122.00	\$ 122.00	\$ 122.00
Muebles y Enseres	\$ 3,700.00	10	\$ 30.83	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00
Equipos de Oficina	\$ 3,450.00	10	\$ 28.75	\$ 345.00	\$ 345.00	\$ 345.00	\$ 345.00	\$ 345.00
Equipos de Operación	\$ 7,235.00	3	\$ 200.97	\$ 2,411.67	\$ 2,411.67	\$ 2,411.67	\$ -	\$ -
Vehículos	\$ 70,400.00	5	\$ 1,173.33	\$ 14,080.00	\$ 14,080.00	\$ 14,080.00	\$ 14,080.00	\$ 14,080.00
Obra Civil y Edificaciones	\$ 32,800.00	20	\$ 136.67	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00	\$ 1,640.00
Terreno	\$ 40,000.00	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>DEPRECIACION ANUAL</b>			<b>\$ 1,693.79</b>	<b>\$ 20,325.53</b>	<b>\$ 20,325.53</b>	<b>\$ 20,325.53</b>	<b>\$ 17,913.86</b>	<b>\$ 17,913.86</b>
<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>				<b>\$ 20,325.53</b>	<b>\$ 40,651.05</b>	<b>\$ 60,976.58</b>	<b>\$ 78,890.44</b>	<b>\$ 96,804.30</b>
<b>DESCRIPCION</b>	<b>V. ACTIVO</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>AMORTIZACION MENSUAL</b>	<b>AMORTIZACION Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Inversion Diferida</b>								
Gastos de Constitucion	\$ 1,850.00	5	\$ 30.83	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00	\$ 370.00
Gastos de Instalacion y Adecuacion	\$ 10,000.00	5	\$ 166.67	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
<b>AMORTIZACION ANUAL</b>			<b>\$ 197.50</b>	<b>\$ 2,370.00</b>	<b>\$ 2,370.00</b>	<b>\$ 2,370.00</b>	<b>\$ 2,370.00</b>	<b>\$ 2,370.00</b>
<b>AMORTIZACION ACUMULADA</b>				<b>\$ 2,370.00</b>	<b>\$ 4,740.00</b>	<b>\$ 7,110.00</b>	<b>\$ 9,480.00</b>	<b>\$ 11,850.00</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

## Anexo 18.

### Manejo del Costo de Venta e Inventario de Mercadería

#### PRONOSTICOS DE COSTO

PRODUCTO	PARTICIPACION	UNIDADES/MES	COSTO	MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Sección Masculina</b>									
Suéter de lana	25.00%	150.00	\$ 19.94	\$ 2,990.39	\$ 35,884.68	\$ 36,602.37	\$ 37,334.42	\$ 38,081.11	\$ 38,842.73
Saco ejecutivo de lana	25.00%	150.00	\$ 19.94	\$ 2,990.39	\$ 35,884.68	\$ 36,602.37	\$ 37,334.42	\$ 38,081.11	\$ 38,842.73
<b>Sección Femenina</b>									
Suéter de lana	25.00%	150.00	\$ 19.94	\$ 2,990.39	\$ 35,884.68	\$ 36,602.37	\$ 37,334.42	\$ 38,081.11	\$ 38,842.73
Blazer ejecutivo de lana	25.00%	150.00	\$ 19.94	\$ 2,990.39	\$ 35,884.68	\$ 36,602.37	\$ 37,334.42	\$ 38,081.11	\$ 38,842.73
<b>COSTO DE VENTA</b>	<b>100%</b>	<b>600.00</b>		<b>\$ 11,961.56</b>	<b>\$ 143,538.72</b>	<b>\$ 146,409.49</b>	<b>\$ 149,337.68</b>	<b>\$ 152,324.44</b>	<b>\$ 155,370.93</b>
<b>VENTA DE INV. FINAL</b>					\$ -	\$ 35,884.68	\$ 41,985.08	\$ 48,476.61	\$ 55,380.58
<b>COSTO DE VENTA TOTAL</b>					<b>\$ 143,538.72</b>	<b>\$ 182,294.17</b>	<b>\$ 191,322.76</b>	<b>\$ 200,801.05</b>	<b>\$ 210,751.50</b>

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

#### COSTO DE MERCADERIA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVENTARIO INICIAL	\$ 35,884.68	\$ 35,884.68	\$ 35,884.68	\$ 41,985.08	\$ 48,476.61	\$ 55,380.58
COMPRAS		\$ 143,538.72	\$ 188,394.57	\$ 197,814.30	\$ 207,705.01	\$ 218,090.26
INVENTARIO DISPONIBLE	\$ 35,884.68	\$ 179,423.40	\$ 224,279.25	\$ 239,799.37	\$ 256,181.63	\$ 273,470.84
COSTO DE VENTA	\$ -	\$ 143,538.72	\$ 182,294.17	\$ 191,322.76	\$ 200,801.05	\$ 210,751.50
<b>INVENTARIO FINAL</b>	<b>\$ 35,884.68</b>	<b>\$ 35,884.68</b>	<b>\$ 41,985.08</b>	<b>\$ 48,476.61</b>	<b>\$ 55,380.58</b>	<b>\$ 62,719.34</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$ 35,884.68</b>	<b>\$ 35,884.68</b>	<b>\$ 35,884.68</b>	<b>\$ 35,884.68</b>	<b>\$ 35,884.68</b>
PROVEEDORES POR PAGAR		\$ -	\$ 6,100.40	\$ 12,591.93	\$ 19,495.90	\$ 26,834.66

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

**Anexo 19.**  
**Logotipo de la Empresa**



**Fuente: La Autora**  
**Elaborado por: La Autora**

## Anexo 20.

### Desglose de nómina y beneficios sociales

CANT.	DEPARTAMENTO	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE IESS 9.35% (1)
1	Gerencia	Gerente General	\$ 1,500.00	\$ 140.25
1	Gerencia	Asistente de Gerencia	\$ 400.00	\$ 37.40
1	Producción	Jefe de Producción	\$ 1,000.00	\$ 93.50
1	Producción	Diseñador	\$ 800.00	\$ 74.80
6	Producción	Operarios	\$ 340.00	\$ 31.79
1	Producción	Bodeguero	\$ 340.00	\$ 31.79
1	Producción	Chofer	\$ 340.00	\$ 31.79
1	Talento Humano	Coordinador de Talento Humano	\$ 700.00	\$ 65.45
1	Talento Humano	Asistente de Nómina	\$ 340.00	\$ 31.79
1	Marketing y Ventas	Jefe de Marketing y Ventas	\$ 1,000.00	\$ 93.50
1	Marketing y Ventas	Community Manager	\$ 500.00	\$ 46.75
2	Marketing y Ventas	Vendedor	\$ 340.00	\$ 31.79
1	Contabilidad	Jefe Contable	\$ 1,200.00	\$ 112.20
1	Contabilidad	Asistente Contable	\$ 400.00	\$ 37.40
20		<b>TOTAL MES</b>	<b>\$ 9,200.00</b>	<b>\$ 860.20</b>

AP. PATRONAL 12.15% (1)	XIII SUELDO (2)	XIV SUELDO (3)	FONDO RESERVA	VACACIONES (4)	SUELDO NETO A PAGAR	SUELDO TOTAL MENSUAL
\$ 182.25	\$ 125.00	\$ 28.33	\$ 125.00	\$ 62.50	\$ 1,882.83	\$ 1,882.83
\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 28.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 522.87	\$ 522.87
\$ 121.50	\$ 83.33	\$ 28.33	\$ 83.33	\$ 41.67	\$ 1,264.67	\$ 1,264.67
\$ 97.20	\$ 66.67	\$ 28.33	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 1,017.40	\$ 1,017.40
\$ 41.31	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 14.17	\$ 448.69	\$ 2,692.12
\$ 41.31	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 14.17	\$ 448.69	\$ 448.69
\$ 41.31	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 14.17	\$ 448.69	\$ 448.69
\$ 85.05	\$ 58.33	\$ 28.33	\$ 58.33	\$ 29.17	\$ 893.77	\$ 893.77
\$ 41.31	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 14.17	\$ 448.69	\$ 448.69
\$ 121.50	\$ 83.33	\$ 28.33	\$ 83.33	\$ 41.67	\$ 1,264.67	\$ 1,264.67
\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 28.33	\$ 41.67	\$ 20.83	\$ 646.50	\$ 646.50
\$ 41.31	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 14.17	\$ 448.69	\$ 897.37
\$ 145.80	\$ 100.00	\$ 28.33	\$ 100.00	\$ 50.00	\$ 1,511.93	\$ 1,511.93
\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 28.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 522.87	\$ 522.87
<b>\$ 1,117.80</b>	<b>\$ 766.67</b>	<b>\$ 396.67</b>	<b>\$ 766.67</b>	<b>\$ 383.33</b>	<b>\$ 11,770.93</b>	<b>\$ 14,463.05</b>