

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE
SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SEMINARIO DE GRADUACIÓN DE
ECONOMÍA

PROYECTO DE TITULACIÓN
“AMPLIACIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN DE
LA EMPRESA TANABA S.A. E INVERSIÓN EN
CAPITAL DE TRABAJO”

INTEGRANTES:

- NATALIA MILUSKA VALVERDE OCHOA
- MARÍA TATIANA BAJAÑA SANDOYA

DIRECTOR CARRERA:

ECON. SEGUNDO GUERRA

2010

INTRODUCCIÓN

TANABA S.A. es una empresa enfocada en la confección de prendas de vestir, en la cual se crean diferentes marcas, para efecto de este trabajo nosotros hemos escogido a esta empresa de base para realizar un proyecto de inversión en maquinaria y capital de trabajo. La empresa actualmente existe en el mercado de confección de prendas de vestir, nosotros le hemos hecho varios cambios en cuestión de marcas, gastos varios (sueldos, alquiler, etc.) y monto de inversión.

El tema de la confección de prendas de vestir nos llamó la atención debido a la necesidad que existe en todas las personas de vestirse. La necesidad de vestirse surge en el hombre de las cavernas, para combatir las inclemencias del tiempo, y para ello cazó animales y se abrigó con sus cueros o pieles. Con el transcurso del tiempo, la ropa comienza a asociarse a la ubicación en la sociedad, dependiendo estos ropajes, de la modestia personal, la ostentación o el lujo, las posibilidades económicas, las actividades laborales, etc. Las modas son cambiantes, pero cada vez más se busca la comodidad y la simplicidad, aunque en la historia de la indumentaria se han usado mantos, jubones, casacas, túnicas, uniformes, monos, trajes, vestidos de cola, taparrabos, etc, según la cultura y las costumbres de cada región y época.

El financiamiento del proyecto será con recursos propios y con un crédito de la Corporación Financiera Nacional, ya que esta entidad en este momento está impulsando los proyectos productivos y de pequeñas industrias.

Nuestro análisis de mercado se basa en la historia de la industria textil en el Ecuador, así analizamos el mercado interno, y también se añade un extenso análisis del sector externo, ya que la empresa se proyecta como una gran exportadora de prendas de vestir. Y también es importante recalcar que la empresa está buscando la forma de adquirir la materia prima dentro del país, debido a que una gran parte de insumos se adquieren por medio de importaciones de países como Colombia, Perú, China, etc.

El proyecto también cuenta con una descripción del proceso de producción en el cual se detalla algunos de los aspectos tecnológicos del proyecto.

Por último nos hemos centrado en la evaluación financiera del proyecto, en donde proponemos las premisas como son: precios, costos, gastos, vida del proyecto, TIR, VNA, etc.

Con este proyecto buscamos dar culmen a nuestra carrera universitaria y demostrar lo aprendido en el transcurso de estos años y así mismo a manera de agradecimiento a los catedráticos que han impartido muy generosamente sus conocimientos con nosotros jóvenes profesionales.

MARCO TEÓRICO

Para efecto del presente proyecto hemos utilizado varios conceptos básicos como:

Estudio técnico: El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a esta área. Se podrá obtener la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

Estudio de Mercado: Al estudiar el mercado de un proyecto es preciso reconocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación, tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomaran al definir su estrategia comercial. Cinco son, en este sentido, los submercados que se reconocerán al realizar un estudio de factibilidad: proveedor, competidor, distribuidor, consumidor y externo.

Estudio Organizacional: Los efectos económicos de la estructura organizativa se manifiesta tanto en las inversiones como en los costos de operación del proyecto. Toda estructura se puede definir en términos de su tamaño, tecnología administrativa y complejidad de la operación. Conociendo esto se podrá estimar el dimensionamiento físico requerido para la operación, las necesidades de equipamiento de las oficinas, las características del recurso humano que desempeñará las funciones y los requerimientos de materiales entre otras cosas. La cuantificación de estos elementos en términos monetarios y su proyección en el tiempo son los objetivos que busca el estudio organizacional. Muchas decisiones que pueden preverse condicionarán la operatividad del sistema y, por lo tanto, también la estructura organizativa del proyecto. Por ejemplo, la decisión de comprar, construir o arrendar las oficinas, o la decisión de contratar servicios de entidades externas para desarrollar algunas funciones definidas para la ejecución del proyecto.

Estudio Financiero: La última etapa del análisis de la factibilidad económica de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad. La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que siendo necesarios para la evaluación, los debe suministrar el propio estudio financiero.

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

Flujo de caja: El proyecto del flujo de caja constituye uno de los electos más importantes del estudio de un proyecto, debido a los resultados obtenidos en el flujo de caja se evaluará la realización del proyecto.

Fuentes de financiamiento: La elección de una fuente de financiamiento en particular puede variar a través del tiempo, dependiendo del contexto en que este inserto el proyecto. Es decir, en un determinado momento una alternativa de financiamiento puede ser la óptima y en otro no serlo, dependiendo de la situación coyuntural en cada momento del tiempo.

Las principales fuentes de financiamiento se clasifican en internas y externas. Entre las fuentes internas, destacan la emisión de acciones y las utilidades retenidas en cada período después del impuesto. Entre las externas, sobresalen los créditos de proveedores, los préstamos bancarios de corto y largo plazo y los arriendos financieros o leasing.

Lógicamente, las fuentes de financiamiento interno son escasas y limitan, por lo tanto, la posibilidad de realizar el proyecto.

La evaluación con criterio económico privado incluye los siguientes coeficientes:

- TIR tasa interna de retorno sin financiamiento o económica.
- TIR tasa interna de retorno con financiamiento o financiera.
- VAN valor actual neto con determinada tasa de corte.

Se calcula la TIR sin financiamiento cuando existen inversiones posteriores en el primer, segundo o tercer año y su flujo económico debe someterse a la actualización, las salidas o inversiones con signo negativo, los beneficios netos con signo positivo.

La TIR con financiamiento contempla el flujo financiero y se procede al cálculo cambiando el "flujo económico de fondos" por el "flujo financiero".

El VAN se calcula utilizando los valores de "flujo neto de fondos" igual a la utilidad después del impuesto más depreciación de activos fijos más la amortización de activos diferidos, y multiplicándolos por los valores correspondientes a la tasa de corte elegida, que corresponde al "costo de oportunidad de capital".

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

AMPLIACIÓN DE INDUSTRIA DE CONFECCIÓN

1. DATOS DE LA EMPRESA

NOMBRE	:	TANABA S.A.
FECHA DE CONSTITUCIÓN	:	01 DE AGOSTO DE 2008
ACTIVIDAD	:	INDUSTRIAL
REPRESENTANTE LEGAL	:	SABANDO CALDERÓN BYRON ISRAEL
CÉDULA DE CIUDADANÍA	:	0925671331
DIRECCIÓN	:	Garzota 2 Mz. 158 villa 2 Av. Camilo Nevárez y Agustín Freire
TELÉFONO	:	042240521

2. ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR TIPO CASUAL TALES COMO JEANS, CAMISAS, CAMISETAS Y BLUSAS Y SU COMERCIALIZACIÓN AL POR MAYOR Y AL DETAL

3. OBJETIVO DEL PROYECTO

COMPRAR, INSTALAR Y PONER EN MARCHA MAQUINARIAS Y EQUIPOS NECESARIOS PARA LA ACTIVIDAD DE CONFECCIÓN, ASÍ COMO OBTENER EL FINANCIAMIENTO DE CAPITAL DE TRABAJO NECESARIO PARA EL MANTENIMIENTO DEL PROYECTO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Al realizar la ampliación de la planta, lo que se busca es poder tener una mejor distribución del espacio, lo cual brindará un menor tiempo en la elaboración de las prendas de vestir. La empresa se beneficiará ya que la prenda terminada también se podrá terminar en un menor tiempo.

- Brindar a su vez un mejor ambiente laboral para los trabajadores, ya que son el capital más valioso que posee la empresa.
- Ofrecer productos de alta calidad para el consumidor final, ya que ellos son nuestra carta de presentación.
- Se realizará un estudio financiero, el cual de terminará por medio del VAN y del TIR, si el proyecto es viable y puede ser implementado.

4. VALOR DE LA INVERSIÓN Y SU FINANCIAMIENTO

MAQUINARIAS, EQUIPOS INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	:	US\$ 77,554.00	
CAPITAL DE TRABAJO	:	US\$ 408,068.14	
TOTAL INVERSIÓN	:	US\$ 485,622.14	
FINANCIAMIENTO			% PARTIC.
RECURSOS CFN		US\$ 204,300.00	42.07%
APORTE PROPIO		US\$ 281,322.14	57.93%
TOTAL FINANCIAMIENTO		US\$ 485,622.14	100%

5. CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO

MONTO DEL PROYECTO	:	US\$ 204,300.00
PLAZO	:	2 AÑOS PARA CAPITAL DE TRABAJO 6 AÑOS PARA LA COMPRA DE ACTIVOS FIJOS
INTERÉS	:	10% ANUAL

CAPÍTULO I

1. ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

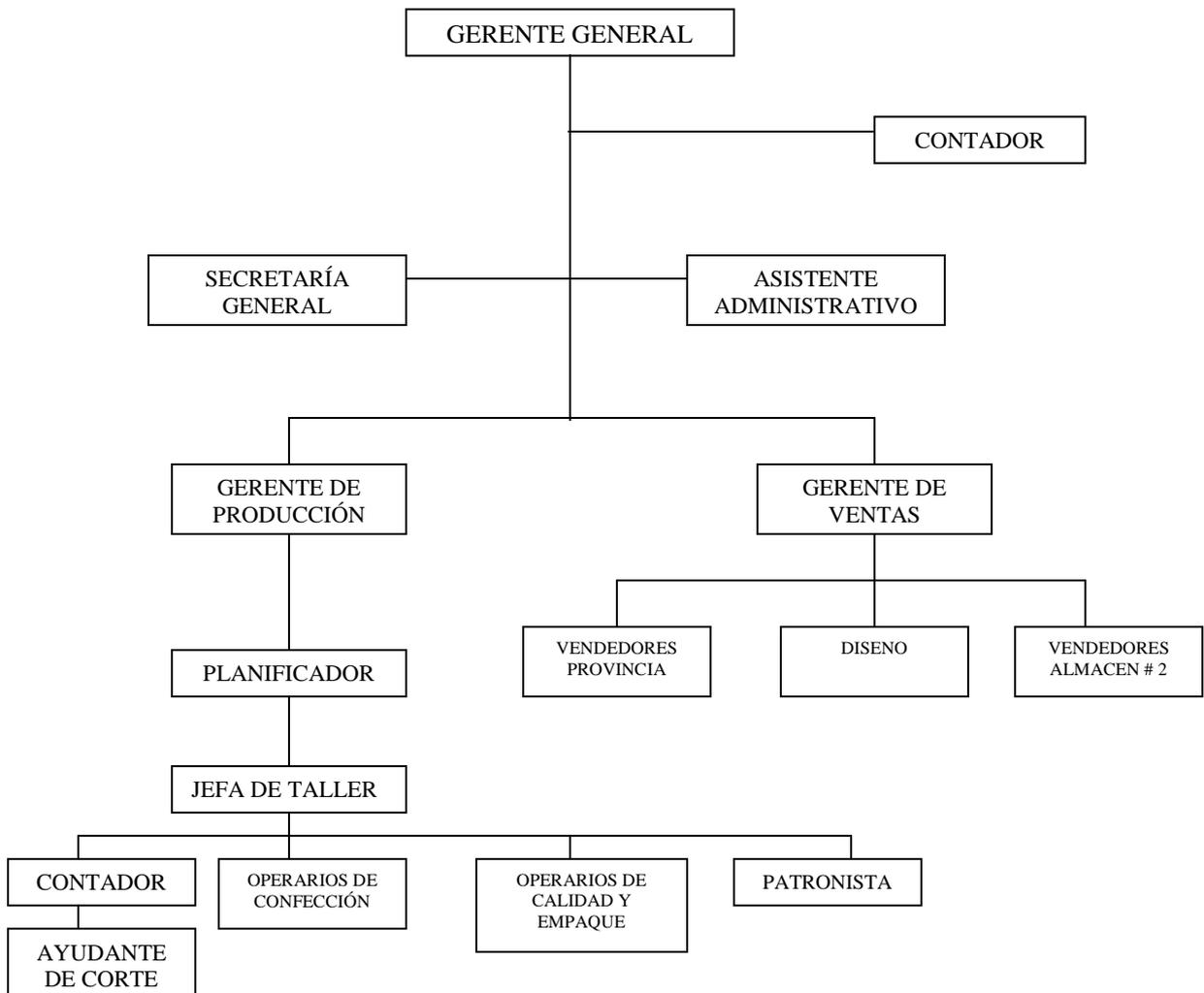
1.1. LA EMPRESA

Nombre del Solicitante	:	TANABA S.A.
Número del RUC	:	099258259001
Fecha de inicio de Actividades	:	01 de Agosto de 2008
Obligaciones tributarias que constan en el R.U.C.	:	<ul style="list-style-type: none">• Anexo de la relación de dependencia.• Anexo transaccional.• Declaración de impuesto a la renta de sociedades• Declaración de retenciones en la fuente• Declaración mensual de IVA
Clase de Empresa	:	Sociedad Anónima
Actividad Económica	:	Fabricación de prendas de vestir
Dirección Domicilio	:	Garzota 2 Mz. 158 S. 2
Dirección de Planta Industrial	:	Garzota 2 Mz. 158 S. 2

1.2. DETALLE DE ACCIONISTAS

Nº	IDENTIF.	NOMBRE	NACIONALIDAD	CAPITAL US\$
1	0923499214	VALVERDE OCHOA NATALIA MILUSKA	ECUATORIANA	350.00
2	0925808008	BAJAÑA SANDOYA MARÍA TATIANA	ECUATORIANA	350.00
3	0925671331	SABANDO CALDERÓN BYRON ISRAEL	ECUATORIANO	100.00
		CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO US\$		800.00

2. ORGANIGRAMA DE TANABA S.A.



3. DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Del Gerente General:

El Ing. Manuel Negrón Ruíz, en su calidad de Gerente General y accionista de la compañía, tendrá las siguientes funciones y responsabilidades:

- Dictar las políticas generales de la compañía.
- Aprobar los planes operativos anuales y supervisar las actividades generales de todas las divisiones de la compañía.
- Ejercer la administración ordinaria y los negocios de acuerdo con la Ley y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.
- Coordinar y dirigir el cronograma de trabajo semanal.....PRO

- Presentar anualmente un informe de labores, así como también los Balances Generales, Estados de Pérdidas y Ganancias para conocimiento de la Junta General de Accionistas.
- ALIANZAS ESTRATEGICAS
- Celebrar contratos de trabajo, nombrar, despedir y desahuciar empleados y suscribir actas transaccionales, con proveedores y clientes.

Del Contador General:

- Mantener el correcto funcionamiento de los sistemas y procedimientos contables de la empresa.
- Formular los Estados Financieros.
- Llevar un adecuado control de la cuenta caja y bancos; analizar e identificar los ingresos, egresos y otros gastos de operación de la empresa para informa periódicamente al Gerente General.
- Investigar y dar solución a los problemas referentes a la falta de información para el registro contable.
- Preparar y ordenar la información financiera y estadística para la toma de decisiones de los administradores.

Del Gerente de Ventas:

- Implementar las estrategias de ventas de los diferentes productos.
- Supervisar al staff de vendedores encargados de la promoción y distribución a provincias.
- Supervisar al staff de vendedores encargados de la promoción y venta en los locales comerciales.
- Buscar clientes potenciales a largo plazo.
- Elaborar propuestas de estrategias de publicidad y promoción para la Gerencia General.
- Informar sobre las ventas al departamento de contabilidad y finanzas.
- Informar sobre los volúmenes de ventas bajo pedido par la debida programación del Dpto. de Producción.
- Participar en ferias y eventos para la promoción de los productos.
- Implantar controles, vigilar la disciplina y el cumplimiento de las labores del personal bajo su cargo.

Del Gerente de Producción:

- Coordinar y supervisar la ejecución del cronograma semanal de producción.
- Lograr la satisfacción del consumidor respecto al producto final.
- Reportar cualquier eventualidad que se suscite dentro del proceso de producción.
- Elaborar el presupuesto de compra de materiales e insumos necesarios en el proceso de producción.
- Trabajar junto con el Gerente General en la reducción de costos y gastos innecesarios dentro la línea de fábrica sin que esto conlleve al deterioro de la calidad del producto final.
- Implantar controles, vigilar la disciplina y el cumplimiento de las labores del personal bajo su cargo.

4. GOBIERNO CORPORATIVO

La administración de la compañía garantiza la transparencia, claridad fluidez e integridad de la información a todos sus integrantes.

En este tipo de proyecto, el Gerente General ejercerá el control sobre el manejo y administración del negocio, delegando las funciones y responsabilidades a sus colaboradores acorde a su nivel jerárquico, estableciendo planes de trabajo de forma semanal.

Cada una de las Gerencias deberá reportar de forma semanal de las actividades realizadas por el personal bajo su mando, a fin de verificar el cumplimiento de los planes establecidos.

5. PLAN ESTRATÉGICO: MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

MISIÓN

Orientar nuestros esfuerzos a la fabricación de prendas de vestir, haciéndolo con técnica y calidad, manteniendo siempre el concepto de la moda para la satisfacción de nuestros clientes. Trabajando en equipo y valorando nuestro capital humano.

VISIÓN

Diversificar nuestros productos haciendo uso de tecnología que nos permita optimizar la producción, buscando siempre satisfacer a nuestros clientes, con prendas de vestir que se adapten tanto a la población joven, como a la adulta; de tal manera que podamos llegar a conquistar el mercado nacional e internacional.

VALORES DE LA EMPRESA

Entre los valores más importantes de la empresa se encuentran:

Honestidad: de ofrecer pantalones, blusas y camisetas de óptima calidad en beneficio de los consumidores.

Puntualidad: cumplir con los pedidos de los clientes, sin que esto conlleve al deterioro en la calidad del producto, mediante un estricto control en los programas de producción y supervisión.

Disciplina: esta conducta se orienta a trabajar de una manera organizada y planificada par el logro de las metas propuestas.

Responsabilidad: buscar satisfacer la real necesidad de los clientes consumidores.

Liderazgo: ser líderes en la producción, distribución y comercialización de sus productos de óptima calidad, a precios competitivos.

Responsabilidad Social: se define por la capacidad de respuesta que TANABA S.A. para enfrentar las consecuencias de sus acciones sobre los distintos públicos y espacios naturales con los cuales se relaciona, adquiriendo un compromiso con el desarrollo social, político y económico de su ambiente, en los contextos internos y externos de sus actos.

6. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Fortalezas

- Costo de la mano de obra en el país es comparativamente bajo. Costo del minuto de confección local es muy bajo.
- Buena capacidad gerencial hacia la exportación. Hay conocimiento exportador.
- Alta flexibilidad y variedad de oferta.
- Velocidad de respuesta.
- Experiencia y buena penetración en los mercados regionales.
- Creatividad de la gente.
- Otros: Tecnología similar a la industria de la región.
- Maquinaria amortizada.
- Actitud positiva de los empresarios para conquistar mercados externos.
- Infraestructura lista con equipamiento ocioso.

Debilidades

- Mucha fragmentación en la industria; muchas empresas pequeñas sin capacidad gerencial.
- Restricciones en la adquisición de créditos de la banca.
- Dificultad en el abastecimiento de materias primas (insumos) y bienes de capital.
- Limitada calidad de los insumos nacionales (cantidad y surtido) no es adecuada para programas de exportación.
- Falta de programas de capacitación: Mandos medios, operadores.
- Limitados programas de capacitación en diseño y modas. Escasez de mano de obra (en especial en provincias).
- Muy poca relación industrial: textil-confección.
- Poca voluntad par formar agrupaciones de negocios. Alta informalidad.
- Competencia desleal.
- Limitación en aplicación de técnicas de control de calidad.
- Competencia desleal por contrabando permanente de productos textiles.
- Desconocimiento de ferias y exposiciones internacionales y desinformación de lo que respecta a las tendencias internacionales de moda.
- Factores exógenos comunes a los dos sectores (Textil y confecciones)

Oportunidades

Entre las principales oportunidades del sector textil se han citado las siguientes:

- Mercado Regional Andino muy atractivo: por tamaño y por ventajas arancelarias.
- Un importante componente de las ventas locales son destinadas al mercado de fronteras.
- Semejanzas culturales con los países de la región.
- Posibilidad de explotar el conocimiento exportador desarrollado.
- Costos de confección muy competitivos: posibilidad de conseguir licencias internacionales para el mercado regional.
- El encarecimiento de las importaciones ha potencializado el mercado local (temporal).
- Existe en el sector de la confección capacidad instalada desocupada.

Amenazas

Entre las amenazas más serias se tienen:

- Sector estuvo calificado por la banca como "de alto riesgo".
- Costo financiero muy alto (poco competitivo). Ausencia de líneas de crédito para estos sectores industriales y específicamente para la pequeña industria.
- Carencia de políticas de Estado coherentes y sistemáticas en general, y específicamente hacia la promoción de las exportaciones.
- Competencia desleal: importación ilegal: subfacturación, "dumping", ropa usada
- Sector informal muy extendido (no facturación, no IVA)
- Impuestos muy altos (renta, participación, otros).
- Corrupción: estatal y privada.
- Inestabilidad política, económica y legal.

7. LA EJECUCIÓN

Le ejecución de este proyecto industrial de producción de prendas de vestir, está a cargo del Gerente General, quien tiene preparación académica en Economía y Finanzas y por ende en el manejo del recurso humano.

8. CONTROL DEL PROYECTO

El control del proyecto estará a cargo directamente del Gerente General, quien posee la experiencia en el manejo de este tipo de empresas, tanto por haber trabajado en una compañía productora y comercializadora de ropa durante 5 años, habiéndose desarrollado como Gerente Administrativo e incursionando en el área de ventas y relaciones con clientes.

Como se indicó anteriormente, el Gerente General realizará reuniones semanales con su equipo de trabajo para revisar los avances realizados sobre la planificación de la producción, evolución de las ventas y comparación con

los presupuestos ya establecidos, a fin de aplicar las estrategias que permitan cumplir con los objetivos propuestos a inicios de cada período económico.

CAPÍTULO II

1. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

1.1 ANÁLISIS DE MERCADO

No fue posible encontrar información actualizada en cuanto a mercado de confección de ropa, pues nuestro país tiene déficit estadístico de muchas actividades económicas y de existir éstos no son actualizados. Sin embargo de ello y para conocimiento general resumiremos la actividad textil desde su inicio.

El sector textil ecuatoriano se remonta a la época de la colonia cuando las grandes haciendas tenían como una de sus importantes fuentes de ingresos la cría de grandes rebaños de ovejas en los páramos de los Andes. El esquilado y lavado de la lana dieron origen a los obrajes y batanes y a las primeras incursiones en el campo del tejido.

Las primeras industrias textiles que aparecieron posteriormente se dedicaron al procesamiento de lana. La introducción del algodón se da desde las primeras décadas del 1900 llegando a consolidarse en los años 50.

Siguiendo las tendencias internacionales de consumo de fibras textiles, el espectro de consumo nacional incluye fibras naturales (algodón y lana), artificiales (viscosa) y sintéticas (acrílico, nylon, poliéster) utilizadas en la fabricación de hilados y tejidos destinados tanto al mercado local como a la exportación.

Debido a la protección arancelaria que vivió la industria textil hasta inicios del la década de 1990, vs. Restricciones a las importaciones, subsidios al crédito, precios mínimos, aranceles, etc., el sector no había hecho mayores esfuerzos en incrementar los niveles de productividad y calidad.

El crecimiento protegido de la industria ocasionó que esta se rezagara respecto al desarrollo de la industria internacional.

Luego de la apertura de los mercados internacionales en el año 1992, el gremio textil, presionó para que se tomaran algunas medidas precautelares y de protección para la industria nacional, especialmente destinadas a frenar la práctica de competencia desleal como fue la importación de ropa usada; otras medidas para la aprobación de precios mínimos de aforo para evitar las prácticas como el "dumping" y la subfacturación.

Finalmente se logró la incorporación de tasas de salvaguardia equivalente al 40% sobre la base del arancel preestablecido.

A raíz de la apertura comercial a inicios de los 90, el ingreso de empresas textiles con plantas de confección propias, cambió significativamente el panorama de la confección nacional, el cual se vio inyectado con mejores políticas gerenciales y nuevas estrategias en la comercialización y venta de sus productos.

La apertura comercial ha generado para la industria textil una interesante recuperación de la balanza comercial; como se podrá observar más adelante, el crecimiento proporcional de las exportaciones ha sido mucho mayor que el de las importaciones, disminuyendo significativamente el déficit comercial en el rubro de fibras textiles y sus manufacturas.

Definición del Cluster “Textil y Confecciones”

La industria textil ha sufrido varios cambios con respecto a su calidad, con el fin de ofrecer al mercado un producto que satisfaga las exigencias de los consumidores. Lo cual las ha obligado a la renovación de sus maquinarias para mejorar la tecnología en la fabricación de un producto de óptima calidad, en el menor tiempo con un mínimo costo.

La industria textil cuenta con proveedores de materias primas; actualmente en el país la calidad del algodón es aceptable pero en cantidades deficitarias, motivo por el cual se debe optar por la importación lo cual encarece los costos dentro del producto final.

La industria de confección se abastece tanto de la importación de tejidos de producción nacional como de textiles importados. Accesorios requeridos en la industria como hilados especiales (hilos de coser), cerrajería, cierres (cremalleras), remaches, marquillas (etiquetas) y botonería, en un alto porcentaje son de importación, aunque existen firmas locales que abastecen dentro de ciertos límites de calidad y surtido.

Finalmente, se cuenta en el país con varias empresas especializadas en la confección y manufactura de etiquetas, marquillas, bordados, etc., que son utilizadas en el acabado de las prendas; para prendas que son destinadas a la exportación hacia mercados exigentes en calidad y acabado, algunas empresas han decidido importar estos insumos, sea en forma directa o a través de representantes.

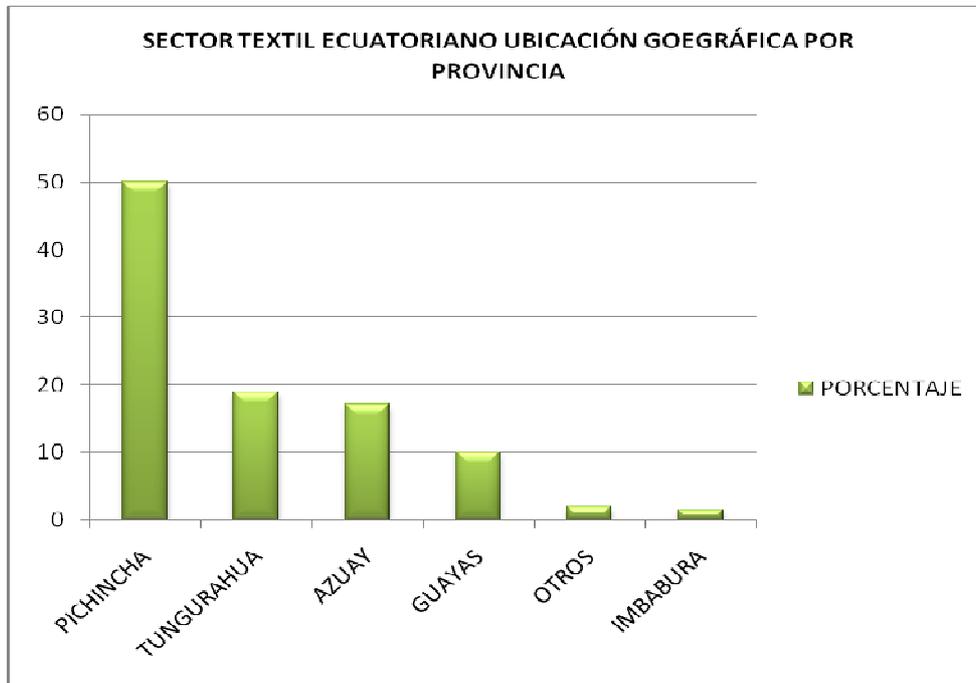
Ubicación Geográfica

A nivel general podemos indicar que la actividad industrial del país se concentra fundamentalmente en las dos provincias: Guayas y Pichincha, especialmente sus capitales (Guayaquil y Quito), ciudades donde se sitúa más del 78% de la producción y más el 70% de los establecimientos comerciales del país.

Los datos del INEC no registran a una gran cantidad de empresas pequeñas que constituyen el sector informal de la economía del país.

Según la información de esta institución, las empresas textiles se encuentran localizadas en las provincias de Pichincha (50%), Tungurahua (19%), Azuay (17%) y Guayas (10%).

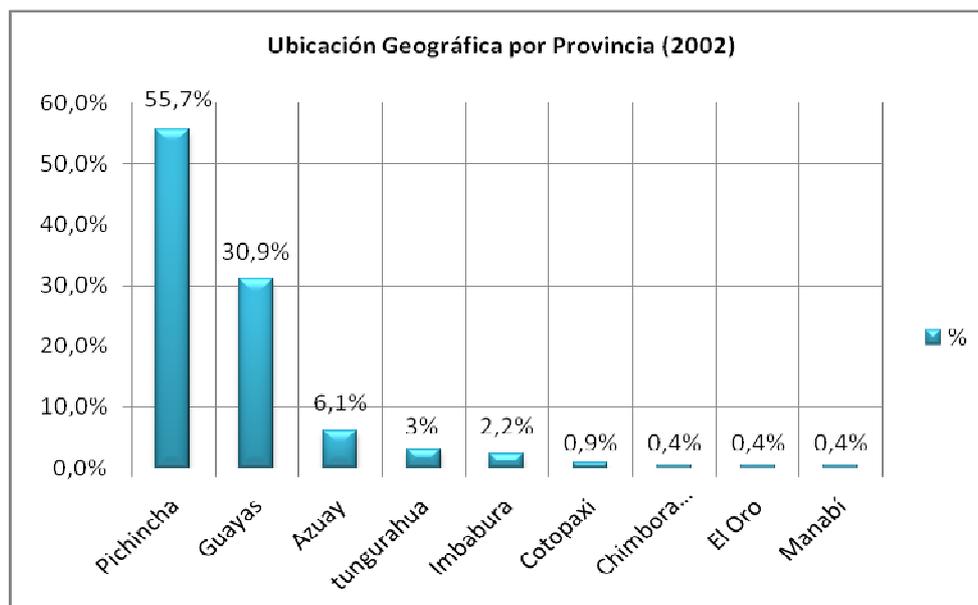
Distribución Regional de la Industria Textil Nacional



FUENTE: INEC

Una similar proporción se mantiene para los diferentes subsectores, esto es, el de la producción de hilados, tejido plano y tejido de punto. El caso de la confección es particular debido a la alta fragmentación de sector y a la existencia de muchas empresas familiares no registradas.

En Ecuador, la realización de confecciones de manera artesanal tradicionalmente ha sido una alternativa muy apreciada para la población de escasos recursos. En ella la gente ha visto la oportunidad de establecer un negocio propio que permita sustentarse con trabajo y habilidades individuales. Esto explicaría la gran cantidad de artesanos existentes en el país.



Pichincha es la provincia que acoge a más de la mitad de empresas dedicadas a la confección, ya que con 128 unidades productivas dentro de su territorio, abarca el 55.7% del total de empresas a nivel nacional. Guayas es la segunda provincia en importancia, si bien apenas representa el 30.9% del total de empresas nacionales. Le siguen en orden de importancia, Azuay, Tungurahua e Imbabura, aunque con participaciones mucho menores a las que presentan las dos provincias líderes.

Los datos de la Superintendencia de Compañías permiten además, conocer el número de establecimientos según su actividad específica de confecciones, tal como se muestra en el cuadro siguiente:

EMPRESAS ECUATORIANAS DE CONFECCIONES SEGÚN ACTIVIDAD			
AÑO 2002			
Cód *	Actividad	Número de empresas	Porcentaje de Participación
32131	Fabricación de medias y calcetines	8	3,48%
32139	Fabricación y acabado de otros tejidos de punto	16	6,96%
32201	Confección de uniformes y accesorios	33	14,35%
32202	Confección de sombreros, guantes y otros accesorios	2	0,87%
32205	Confección de prendas de vestir	157	68,26%
32206	Fabricación de prendas de vestir de lana	14	6,09%
TOTAL		230	100,0%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Número de Establecimientos y Capacidad Instalada

Debido a la gran dispersión y heterogeneidad del sector confeccionista del país, para efectos de este trabajo se ha considerado que la actividad de la confección puede realizarse de dos maneras:

a. Utilizando un sistema de empresa, mediante una organización moderna, con maquinaria adecuada y producción en serie; o,

b. Mediante un sistema artesanal, basado en unidades pequeñas de producción, que no cuentan con una estructura organizacional específica, con maquinaria básica y técnicas muy elementales y cuya producción casi totalmente se realiza bajo pedido y normalmente por unidades, esto es lo que podemos denominar como "confección a la medida".

Este último grupo de confeccionistas es mucho más complicado de contabilizar, ya que quienes forman parte de él no necesariamente constituyen un establecimiento, en algunos casos podría inclusive tratarse de individuos trabajando por cuenta propia, con maquinaria muy elemental, cuya producción es entregada a un establecimiento que no deja de ser de tipo artesanal también.

En Ecuador, la realización de confecciones de manera artesanal tradicionalmente ha sido una alternativa muy apreciada para la población de escasos recursos. En ella la gente ha visto la oportunidad de establecer un negocio propio que permita sustentarse con trabajo y habilidades individuales. Este hecho explicaría la gran cantidad de artesanos existentes en el país como se verá más adelante.

Aquí definiremos al confeccionista como aquella unidad productiva cuya actividad principal es la transformación de materia prima en una prenda de vestir, cualquiera que ésta sea. Esta definición, abarcaría los códigos D1730.1 y D1810.0 de la Clasificación Ampliada de Actividades Económicas CIIU3 que se describen a continuación:

D 173001	PRODUCCION DE TEJIDOS DE PUNTO RECTILINEOS Y CIRCULARES, CON O SIN HILADOS ELASTOMERICOS.
D 173010	FABRICACION DE TEJIDOS DE PUNTO Y GANCHILLO.
D 173011	FABRICACION DE JERSEYS, SACOS, SUETERES, CHALECOS, DE TEJIDOS DE PUNTO Y GANCHILLO. FABRICACION DE PANTIMEDIAS, LEOTARDOS MEDIAS Y ARTICULOS SIMILARES DE TEJIDOS DE PUNTO Y GANCHILLO.
D 173012	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR DE ROPA EXTERIOR PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES
D 181000	FABRICACION DE ROPA INTERIOR PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES.
D 181000	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR PARA DORMIR PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES.

D 181000	FABRICACION DE PRENDAS PARA VESTIR DE DIARIO Y ETIQUETA PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES.
D 181000	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR PARA TRABAJO Y UNIFORMES PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES.
D 181000	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR PARA PRACTICAR DEPORTES PARA HOMBRES, MUJERES, NIÑOS Y BEBES.
D 181001	CONFECCION DE ROPA A LA MEDIDA.
D 181002	FABRICACION DE CALZADO CONFECCIONADO CON MATERIAL TEXTIL, SIN SUELA APLICADA, DE CUALQUIER MATERIAL.

Fuente: www.sri.gov.ec

Elaboración: CIC – CORPEI

1.2 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

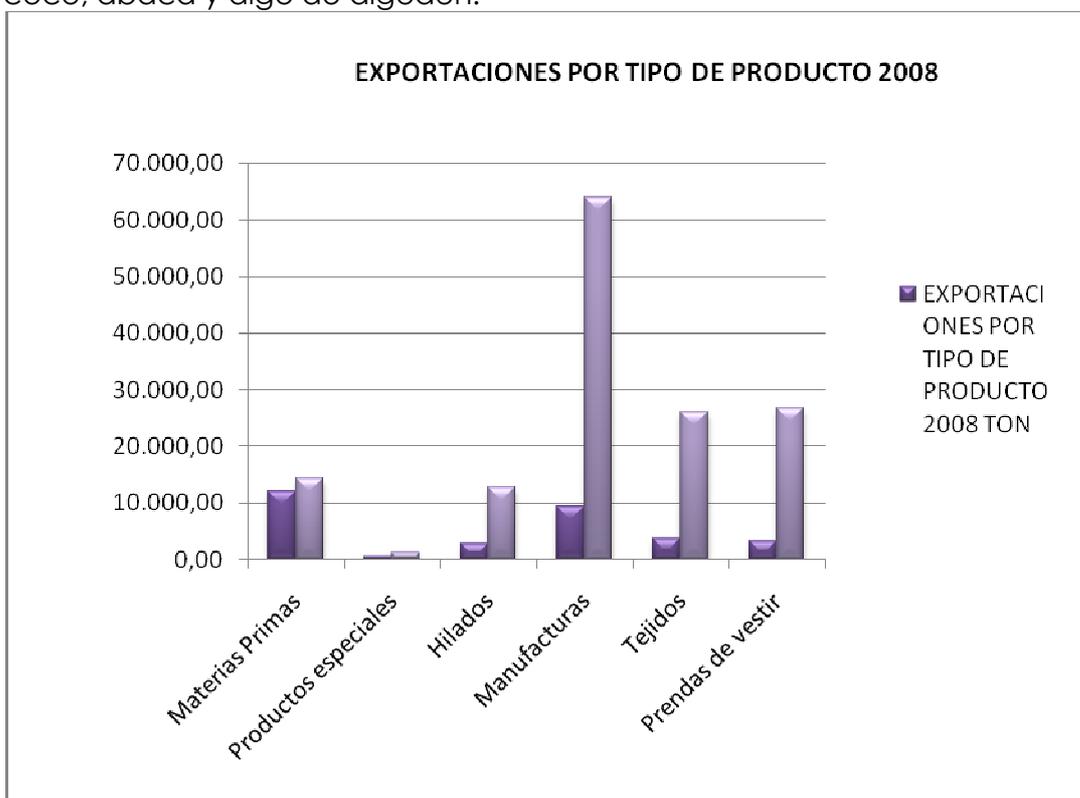
El Ecuador es un país con escasa participación dentro del comercio mundial de productos textiles. De hecho, en términos generales las exportaciones de prendas de vestir han disminuido considerablemente en volumen desde 1998, aún cuando en el valor que representaron no se registra una disminución tan marcada. En efecto, en 1998 el volumen exportado de prendas de vestir fue de 28.362 toneladas, mientras que en el 2002 este volumen apenas llegó a las 3.548 toneladas, lo que significa una contracción de aproximadamente 87.5% en el volumen exportado, cifra que resulta preocupante considerando el corto período de tiempo en el cual se produjo.

En la última década se ha diversificado la exportación de productos textiles ecuatorianos. Mientras en el año 1990 se exportaban bienes textiles bajo 55 subpartidas arancelarias, en el año 2000 se exportaron bajo 234 subpartidas, este crecimiento de 13.6 a 67.8 millones de dólares, por lo tanto, el crecimiento fue del 397%.

Este crecimiento obedece al gran esfuerzo desarrollado por los empresarios textiles del Ecuador por adecuarse a las condiciones actuales del mercado internacional, pues sólo ofreciendo mayor variedad de productos, con alta calidad en sus acabados y a precios competitivos se puede acceder a los mercados más exigentes.

En el año 2001 las exportaciones ecuatorianas de bienes textiles alcanzaron los 69'373.439.00 dólares, de los cuales: el 32% corresponden a prendas y complementos de vestir entre los que figuran: panty-medias, T-shirts y camisetas de punto, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones largos, pantalones cortos, suéteres, chalecos y otras prendas de vestir, y excepto de punto; el 22% corresponden a manufacturas y otros artículos textiles como: mantas, sacos o talegas para envasar, ropa de cama, mesa, tocadore de cocina; 21% de tejidos tales como: tejidos de algodón, tejidos de fibras sintéticas discontinuas, tejidos de hilados de filamentos sintéticos; 14% de hilos

de coser e hilados, tanto de algodón como de filamentos o fibras sintéticas o artificiales; el 11% restante corresponden a otras fibras textiles vegetales como: coco, abacá y algo de algodón.



Valores en toneladas y miles de US \$

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Departamento Técnico AITE

isc/03-12-2009

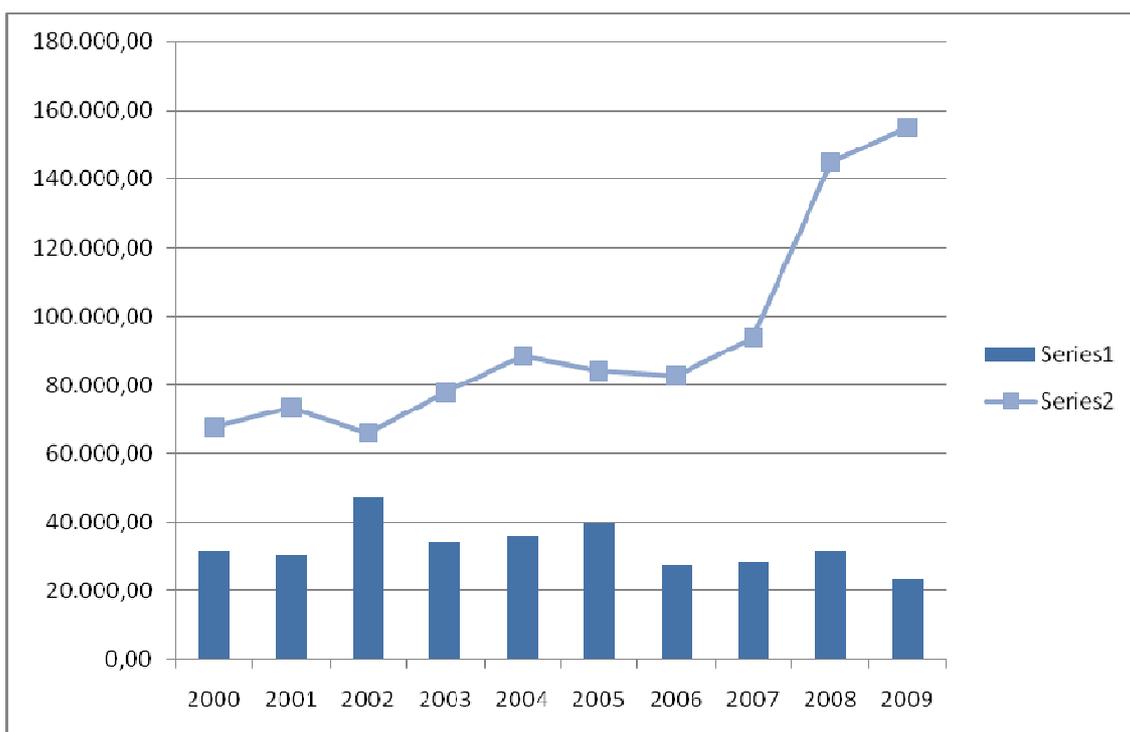
En valor FOB en cambio, no se evidencia un movimiento tan brusco hacia la baja. En 1998 el valor de las exportaciones ecuatorianas de prendas de vestir fue cercano a los USD 20.75 millones y para el 2002 esta cifra apenas hacía variado a USD 21.34 millones, lo que supuso un ligero incremento de aproximadamente 2.8%.

En importancia, las exportaciones de prendas de vestir de punto representan el mayor porcentaje tanto del volumen exportado (58%) como del valor que representan (65%), mientras que las prendas de vestir elaboradas a partir de un material distinto a los tejidos de punto representan 42% del volumen y 35% del valor FOB del total de exportaciones de prendas de vestir.

Si bien tanto para las prendas de vestir de punto como para aquellas elaboradas de un material distinto, a partir de 1999 (año en el que se produjo la peor contracción económica de las últimas siete décadas) se evidencia una fuerte caída en el volumen exportado que hasta hoy no ha sido posible recuperar, en cambio el valor FOB que esas exportaciones representaron la tendencia aparece distinta dependiendo del tipo de prenda del que se trate. Así por ejemplo, en el caso de las prendas de vestir de punto la reducción en el volumen exportado entre 1998 y 2002 significó casi 21.000 kilos menos de producción exportada, o lo que es lo mismo, una contracción de 91% en las

ventas hacia el exterior. Para las prendas de vestir de materiales distintos al tejido de punto, en cambio, la reducción durante el mismo período fue del orden de los 3.200 kilos de producto o su equivalente a una contracción del 68%.

Por otro lado, en los gráficos siguientes es posible observar como para las prendas de vestir de punto el valor FOB de sus exportaciones siempre tuvo una tendencia creciente, pasando de aproximadamente 10 millones de dólares en 1998 a 14.9 millones en 2001, para luego registrar un ligero retroceso en 2002 alcanzando los 13.9 millones de dólares.



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: CIC – CORPEI

PRINCIPALES MERCADOS INTERNACIONALES PARA LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN

Ecuador no es considerado un gran productor en el área de los textiles y de la confección, si se lo mide según una escala mundial o incluso si se compara a nivel regional (Colombia, Perú y México tienen mejores índices). Más aún, la mayor parte de la producción ecuatoriana (aproximadamente 85%) se consume en el mercado nacional.

En el subsector de los textiles, los principales productos exportados desde Ecuador son hilados y tejidos. Estos productos se exportan principalmente hacia los países vecinos. Colombia representa el mayor mercado y recibe aproximadamente 50% del total de las exportaciones; Chile el 10%; Brasil, Venezuela, Perú y los Estados Unidos reciben la mayor parte de las exportaciones restantes.

Los principales productos de confección exportados son camisetas, jeans o vaqueros y una variedad de artesanías. En este caso, los mercados de exportación varían considerablemente de aquellos que buscan los exportadores de manufactura textiles. A excepción de las artesanías, que se venden principalmente a los países vecinos, la mayor parte de los otros productos de confección se venden fuera de los mercados de América Latina, a países tales como Estados Unidos, España, Alemania y Francia.

Sin embargo, creemos que las compañías siempre deben estar innovando y buscando nuevos mercados como una forma de expandir sus actividades y garantizar mejores márgenes de utilidad y mayor rentabilidad. Esta ha demostrado ser la mejor alternativa de las compañías para mantenerse informadas sobre los cambios del mercado y protegerse de una posible pérdida de mercados nacionales y extranjeros, así como una pérdida de participación en los mercados pro causa de la competencia extranjera.

En este sentido, la región de América Central y del Sur seguirá siendo un objetivo principal de mercado para los productos ecuatorianos. Al mismo tiempo, los mercados más prósperos y exigentes de Norteamérica y Europa occidental siguen siendo una alternativa muy atractiva para las compañías exportadoras ecuatorianas dispuestas a invertir en tecnología, tiempo y mercadeo para conseguir contratos.

PARTICIPACIÓN DEL ECUADOR EN LAS EXPORTACIONES MUNDIALES

Dentro de las exportaciones mundiales de los demás hilados sencillos con una torsión superior a 50 vueltas por metro: de polyester, Ecuador en el año 2004 se ubicó en el lugar número 19 y representó el 1.28% del total exportado a nivel mundial, con valores exportados similares a Turquía y Portugal.

Dentro de las exportaciones de tejidos de mezclilla, Ecuador es el exportador número 34, representando sólo el 0.17% de las exportaciones mundiales por un monto de 6.817 miles de USD.

- La compañía TANABA S.A. a través de sus principales administradores, poseen experiencia en la producción bajo la modalidad de maquila. Sin embargo, uno de sus objetivos principales es el posicionamiento en el mercado nacional de su propia marca y luego buscar la venta en los mercados internacionales, cuya calidad compite con aquellas marcas mundialmente reconocidas y posicionadas en el extranjero.

PARTICIPACIÓN EXPORTACIONES DE TEJIDOS DE MEZCLILLA		
Exportadores	Total exportado en 2004 en miles de US\$	Participación a nivel mundial
Hong Kong (RAEC)	656.306,00	16,25%
Estados Unidos de América	559.341,00	13,85%
China	530.847,00	13,14%
Italia	433.386,00	10,73%
Turquía	275.592,00	6,82%
Japón	214.870,00	5,32%
España	134.323,00	3,33%
Brasil	126.924,00	3,14%
Taiwan, Provincia de (China)	117.710,00	2,91%
Zona franca	115.945,00	2,87%
India	108.893,00	2,70%
Grecia	81.312,00	2,01%
Indonesia	73.476,00	1,82%
Bélgica	55.229,00	1,37%
Pakistán	53.548,00	1,33%
México	52.861,00	1,31%
Túnez	49.488,00	1,23%
Alemania	41.346,00	1,02%
Francia	38.250,00	0,95%
Eslovenia	33.684,00	0,83%
Turkmenistán	25.603,00	0,63%
Canadá	23.760,00	0,59%
Marruecos	23.337,00	0,58%
Chile	22.183,00	0,55%
Colombia	21.697,00	0,54%
Mauricio	17.395,00	0,43%
Emiratos Arabes Unidos	16.080,00	0,40%
Países Bajos (Holanda)	15.173,00	0,38%
Corea, Rep De (del Sur)	13.546,00	0,34%
Filipinas	13.356,00	0,33%
Macao	11.468,00	0,28%
Australia	10.780,00	0,27%
Malasia	8.164,00	0,20%
Ecuador	6.817,00	0,17%
República Checa	6.499,00	0,16%
Perú	5.403,00	0,13%
República Árabe Siria	5.207,00	0,13%
Tailandia	4.786,00	0,12%
Sudáfrica	4.670,00	0,12%
Otros	29.553,00	0,73%
Total	4.038.808,00	

Fuente: Trade Map

Elaboración: CORPEI-CICO

1.2 DEMANDA

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES A NIVEL MUNDIAL

Al igual que las exportaciones de Textiles, las importaciones a nivel mundial han tenido un crecimiento sostenido durante los años 2000 al 2004, lo cual nos lleva a la obvia conclusión de que existe una correlación entre estos dos tipos de transacciones internacionales.

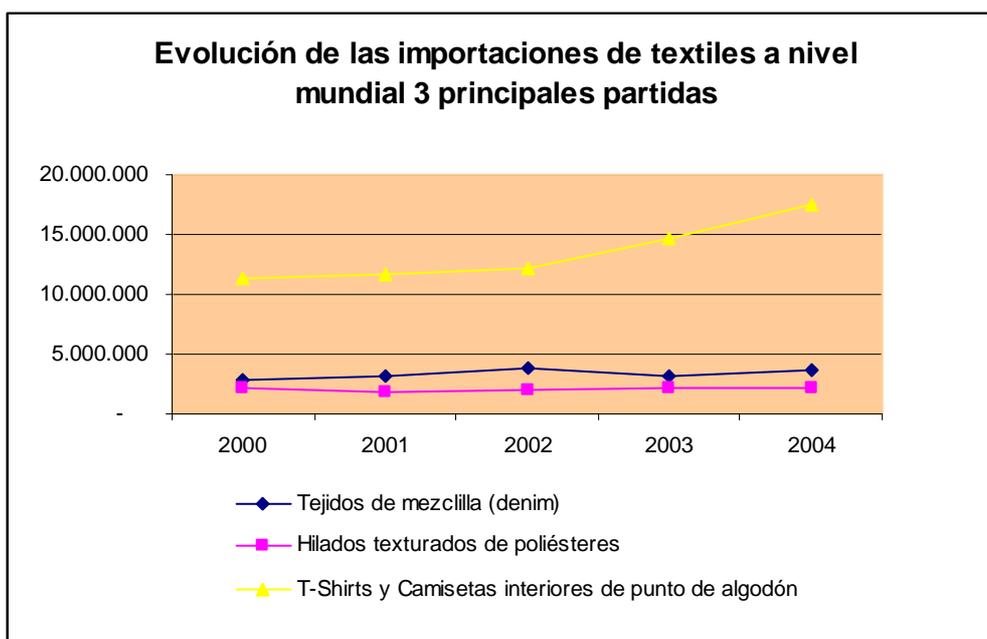
Evolución de las importaciones a nivel mundial de textiles						
Miles USD						
Partida	Descripción	2000	2001	2002	2003	2004
5402520000	Los demás hilados sencillo con una torsión superior a 50 vueltas por metro de poliéster	169.983	159.913	174.264	197.964	218.694
5305210000	Fibras textiles de abacá en bruto	41.460	21.104	20.935	23.184	28.904
630533200	Los demás sacos de tiras o formas similares de polietileno	447.581	426.901	436.263	530.578	610.896
6301400000	Mantas de fibras sintéticas. (excepto las eléctricas)	554.699	552.065	781.207	1.066.006	1.277.436
5209420000	Tejidos de mezclilla (denim)	2.833.909	3.149.220	3.827.959	3.223.420	3.618.909
5205120000	Monofilamentos artificiales de título inferior a 714,29 decitex pero superior o igual a 232,56 decitex (supe)	1.353.602	1.273.421	1.156.892	1.175.875	1.526.322
5402330000	Hilados texturados de poliésteres	2.165.313	1.879.955	1.931.780	2.087.830	2.208.328
5513410000	Estampados de fibras discontinuas de poliéster, de ligamento tafetán	269.906	238.728	215.200	224.767	278.197
6203310000	Chaquetas (sacos) de lana o pelo fino	1.181.721	1.102.023	995.620	1.056.616	1.098.297
6109100000	T-Shirts y Camisetas interiores de punto de algodón	11.292.029	11.656.960	12.156.875	14.686.351	17.555.951
TOTALES		20.310.203	20.460.290	21.696.995	24.272.591	28.421.934
VARIACIÓN		-	1%	6%	12%	17%

Fuente: Trade Map

Elaboración: CORPEI - CICO

En los tejidos de mezclilla Ecuador ocupa el puesto número 42 de las importaciones mundiales, en tanto que en importaciones de T - Shirts y camisetas interiores de algodón ocupa el puesto 79.

La evolución de las importaciones mundiales de las 3 principales partidas de textiles es la siguiente:



Fuente: Trade Map
Elaboración: CORPEI - CICO

Una de las fortalezas que posee la compañía TANABA S.A. es la constante innovación de sus productos, de acuerdo a las tendencias de la moda actual e igualmente poseer un canal de distribución a provincias.

PYMES

En Ecuador, este subsector está dominado por una cantidad de pequeñas compañías que evolucionan mucho más hacia el mercado informal (mercado negro) que hacia el mercado formal y legal. Más aún, tenemos entendido que este subsector suele ser el conducto del lavado de dinero proveniente de operaciones ilícitas dentro del país y de los países vecinos.

Estas PYMES, producen para los mercados regionales, debido a su tamaño, generalmente se encargan, ellas mismas, de la distribución del producto hacia su destino final, cualquiera que éste sea.

En el caso de la compañía TANABA S.A., la venta de sus productos los realiza al por mayor por medio de sus vendedores en las diferentes provincias del país, y en forma directa al consumidor final a través de sus dos locales comerciales ubicados en Guayaquil, uno en el Centro Comercial Plaza Mayor y otro en el Centro Comercial La Rotonda.

ORGANISMOS NACIONALES

Como se ha explicado en párrafos anteriores, el comercio exterior y especialmente el sector de las exportaciones fueron definidas como áreas estratégicas y prioritarias del país. Es por esto que la ley de comercio exterior e inversiones (LEXI) involucra a varios organismos estatales del más alto nivel en la definición de las políticas para fomentar el comercio exterior, en su normatividad, ejecución y promoción.

Dentro de la estructura de la LEXI, la definición de las políticas fundamentales para impulsar el comercio exterior nacional está dirigida por el COMEXI (Consejo de Comercio Exterior e Inversiones) cuyo directorio está presidido por el Presidente de la República o su representante permanente, siendo sus miembros el Ministro de Industrias y Competitividad, Finanzas, Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca y Turismo; y como miembros consultivos están el Presidente de FEDEXPOR, el Presidente de la Federación de Cámaras de Industrias, el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Comercio, el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Agricultura y un delegado de los sectores Agropecuario, Acuicultor y Pesqueros de productos de importación a nivel nacional.

Como el organismo ejecutor de las políticas y normativas definidas por el COMEXI está el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración y como organismo de promoción se define al Ministerio de Industrias y Competitividad.

La LEXI deja claramente establecido que el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración trabajará en estrecha relación con el ministerio de Industrias y Competitividad en la planificación, dirección, control y ejecución de las políticas de comercio exterior definidas por el COMEXI.

GREMIOS

Federación Nacional de Cámaras de Industrias: conformada por las Cámaras de Industrias provinciales o cantonales. Por estar constituida por los representantes de las Cámaras regionales, no se relaciona directamente con las industrias del país. La federación fue fundada en el año 1972 por iniciativa de las Cámaras de Guayaquil, Quito, Cuenca, Manta, entre otras. La Federación está constituida por una Asamblea General, un Directorio, un Presidente y una Secretaría Técnica y Administrativa. La Presidencia se alterna entre las sedes de Guayaquil y Quito, con una duración de un año. La Secretaría Técnica tiene su domicilio en Quito y se encarga de hacer estudios relacionados al sector.

Federación Nacional de Cámaras de Comercio: similar en su estructura a la Federación Nacional de Cámaras de Industrias, su sede es itinerante entre las principales ciudades del país, y su Presidencia la ejerce el Presidente de la Cámara sede. La Federación de Cámaras de Comercio agremia a todas las cámaras de comercio regionales.

Federación Nacional de Cámaras de la Pequeña Industria (FENAPI). Asocia a las cámaras de la pequeña Industria del país. Su labor se concentra en el apoyo a los pequeños industriales a través de la organización de cursos y seminarios, soporta en negociaciones con el Estado, etc.,. Una de sus áreas principales es la organización de Ferias Nacionales e Internacionales. Entre otras actividades, la Federación de Cámaras organiza encuentros comerciales binacionales de negocios.

FEDEXPOR (Federación Ecuatoriana de Exportadores) creada en 1976, está integrada por representantes de las empresas exportadoras del país. Su misión es el "impulsar la actividad exportadora de alto valor agregado mediante la ejecución de planes y acciones pro-activos; el liderazgo de la competitividad y el desarrollo sustentable del sector, la entrega de servicios oportunos y de calidad y la verificación de resultados a la luz de un comportamiento ético social".

Entre las actividades principales de FEDEXPOR están la de mantener una presencia en el plano político, proveer información comercial y apoyar la promoción de nuevos mercados, dar asistencia técnica y capacitación.

Gremios relacionados con el sector Textil y de Confecciones: Por ser el sector textil y de confecciones, uno de los más tradicionales y antiguos del país tiene uno de los gremios mejores organizados en el país, los mismos que tienen injerencias importantes inclusive a nivel gubernamental.

AITE: La Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, fundada en 1943, es probablemente uno de los gremios industriales más antiguos del país. En la actualidad asocia a 42 empresas textiles de toda la república. Su sede está en Quito, teniendo como objetivo principal el de facilitar la adecuada relación entre sus asociados y los diferentes organismos del estado relacionados con la industria textil. Su gestión es fundamentalmente de vínculo y negociación con otros organismos.

APITEX: Asociación de confeccionistas del Ecuador. Con sede en Quito, asocia a los pequeños y medianos confeccionistas del país.

Las Cámaras de las Pequeñas Industrias provinciales: agrupan a la gran mayoría de pequeñas empresas textiles y de la confección; las Cámaras más activas, dentro de los sectores textil y de confección; son las de Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura. Estas cámaras ofrecen cursos de entrenamiento en diferentes campos, especialmente en lo relativo a la confección

CAPITAL HUMANO

Este es uno de principales factores del sector, el poseer de obra barata, aunque no calificada, disminuye costos y beneficia al sector generando competitividad, incluso tras la dolarización que produjo un incremento en los salarios, efectos similar causa el fenómeno de la migración, pero sin restarle los beneficios de siempre.

El capital humano del sector, está constituido por tres niveles básicos como son el gerencial, contable y operacional, proporcionando al país alrededor de 18.510 empleados directos, con un promedio de salario USD\$240.00 mensuales, cifras reguladas por el Consejo Nacional de Salarios, y por Grupos Sectoriales. El costo establecido de mano de obra se refiere al trabajo realizado dentro de horas regulares, a esto hay que incrementar entre el 25% y el 100% del costo horario al trabajo realizado en horas de la noche, fines de semana y días feriados.

Como una solución al problema de la capacitación, sería importante que tanto el empresario como centros educativos busquen un consenso definiendo los perfiles de los profesionales y trabajadores que son necesarios para el crecimiento del sector.

1.4 CONFECCIONES

El principal problema del sector constituye que el empresario no dispone de producción nacional necesaria de insumo, así como también la baja calidad de los mismos, lo que origina que se importen la mayoría de los materiales y maquinarias para esta actividad.

Otro de los inconvenientes que posee la cadena, es la mano de obra no calificada, lo que sumando a un inadecuado manejo de inventarios origina el encarecimiento de los costos de producción y por ende de los precios de venta de sus productos, restando oportunidades al sector de competir con ventajas en el mercado externo

Confecciones (camisetas, artesanías, otros)

La conformación de este subsector se parece al del textil, en que ambas tienen unas cuantas grandes compañías que han logrado hacer algunas economías de escala, en que usan tecnología moderna y han desarrollado una buena presencia en el mercado, tanto el nivel nacional como en el extranjero.

Los productos de estas grandes compañías son de óptima calidad, y son exportados a mercados que les garantizan un mejor precio, tales como Estados Unidos, España, Alemania y Francia. Las confecciones artesanales y en lana se exportan, en su mayoría, a países de América del Sur.

Las empresas cuyos productos son para exportación se especializan en la fabricación de camisetas, jeans, vaqueros, camisa sport etc. Y producen en grandes cantidades, muchas veces sobrepasando el tamaño de los mercados nacionales, para sus tipos de producto. Varias de ellas han desarrollado relaciones duraderas con compradores extranjeros (y tienen maquilas, en algunos casos), lo cual explica sus exportaciones a los Estados Unidos y Europa. Recomendamos un mayor uso del sistema de maquilas para las compañías ecuatorianas. En México, por ejemplo, productos por un valor de USD\$3000 millones se fabrican bajo dicha práctica, comprados con unos cuantos millones de dólares en el Ecuador. No existen razones de peso para que las compañías ecuatorianas no trabajen bajo condiciones similares y capten parte del mercado de los Estados Unidos en el futuro.

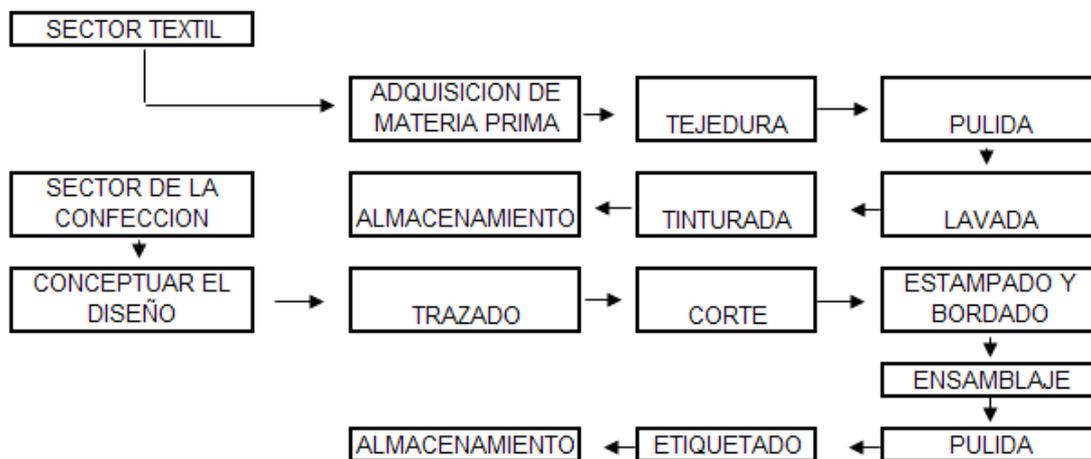
Más aun no existen razones de peso que disminuye la competitividad de esta compañía en el futuro, si continúan practicando una buena gerencia, aplican tecnología de vanguardia y continúan haciendo un mercado agresivo en los mercados internacionales. De nuevo, debido al tamaño de la industria en Ecuador, ponemos un énfasis en especial para que las compañías se concentren en nichos de productos y nichos de mercado para productos de venta en Estados Unidos principalmente mediante el sistema de maquilas, las

compañías ecuatorianas deben aumentar el uso de telas producidas en Estados Unidos, para cumplir con las cuotas de preferencia dadas a la confección elaborada en la región (esta es una costumbre común en México y la Región del Caribe)

Debido al alto costo del equipo de capito y a la necesidad de tener operadores con formación técnica, no recomendamos a las compañías expandirse hacia una diversificación elaborada de producto, a menos que se haga a través de sociedades y alianzas estratégicas con grandes comprobadores o proveedores internacionales productos similares (trabajo por contrato)

1.5 CADENA DE PRODUCCIÓN

En lo que concierne a los proceso de producción, se presenta a continuación un modelo general de las etapas que comprenden el mismo tanto como el sector textil, como de la confección, para que posteriormente realizar un análisis sobre los principales problemas que se presentan dentro del proceso



La cadena de producción textil en el país sintetiza como esta estructurada la cadena de distribución del "cluster" textil y confecciones.

Las empresas mas tradicionales han seguido la estrategia de integración vertical, de tal manera que incluyen los procesos de hilado, tejido, terminado y cadenas de distribución propias a través de almacenes especializados. Las más grandes empresas textiles como ya se ha mencionado, incluyen los procesos de confección y comercialización de prendas.

Hay muchas empresas mas pequeñas y modernas que se han especializado en segmentos específicos de la línea de producción y entregan producto intermedio al mercado, tal es el caso de hilanderías especializadas en la fabricación de hilados para tejido de punto, en cuyo caso, la comercialización es en su gran mayoría directa entre el productor y el usuario.

La comercialización de tejido terminado se la hace por varias vertientes, una se realiza como venta de fabrica a distribuidores mayoristas localizados en diferentes ciudades del país, quienes, a través de líneas de crédito otorgadas por las textileras, manejan importantes niveles de inventario de producto y lo comercializan a comerciantes minoristas o directamente a confeccionistas, ofreciendo amplias gamas de productos.

Una segunda línea de comercialización del tejido es directamente a los confeccionistas grandes, quienes comercializan las prendas a nivel de cadenas de almacenes propios o entregan producto a mayorista o minorista para la comercialización final. Una tercera vertiente es la venta directa desde las empresas a instituciones que cuentan con confección propia o a su vez, contratan la confección a terceros, tal es el caso de las Fuerzas Armadas, empresas publicas y privadas, instituciones educativas, etc.

Las ventas institucionales normalmente son muy atractivas para las empresas ya que esta normalmente consiste en contratos de gran volumen.

El rol del distribuidor mayorista es de gran importancia pues este introduce el producto a distribuidores minoristas y confeccionistas y asume el riesgo de la venta y la cobranza, la presencia del distribuidor cobra un significado muy especial para la venta del producto en sectores rurales y urbano marginales donde la empresa formal no llega. En algunos casos, el distribuidor sirve de nexo entre la textil y el cliente final para el levantamiento de la información de mercado, sin embargo, en muchos casos el distribuidor puede convertirse en un filtro de información desde el cliente al productor.

El caso de las exportaciones es interesante ya que las empresas exportadoras en su gran mayoría se concentran en la exportación directa a cadenas comerciales o distribuidores mayoristas locales de los países de destino.

Algunas empresas con más experiencia exportadora han creado distribuciones propias en los países en que comercializan sus productos.

Los principales inconvenientes que se han presentado en cuanto a los canales de distribución ha sido la rotación del personal, la política económica del país o cuando el vendedor no posee vehiculo. Cada vendedor es responsable del proceso de ventas, es decir desde el momento en que se inicia la venta hasta la cobranza.

1.6. INFRAESTRUCTURA

La gran mayoría de las empresas no cuentan con alta tecnología, debido a que esta maquinaria que es importada, tiene un valor significativo, que no puede ser pagado por los pequeños empresarios.

Sin embargo existen otras empresas que tienen como fortaleza su tecnología ya que cuentan con maquinaria sofisticada que permiten altos volúmenes de producción, diseños y confecciones de gran calidad que tienen gran aceptación en sus clientes.

Su tecnología esta soportada de la siguiente manera:

Maquinas Especiales: Son aquellas que realizan trabajo especiales como botoneras, zigzag, pretinas entre otras.

Maquinas convencionales: Son aquellas que realizan trabajos sencillos, entre estas tenemos a las de punta recta etc.

Equipos Computarizados: Que son necesarios para poder llevar el corte de las prendas, así como otros sistemas que permiten un control adecuado del inventario tanto de materias primas como de productos terminados.

1.7. DEMANDA INSATISFECHA

Una de las necesidades básicas del ser humano se encuentra la satisfacción de vestimenta, por lo tanto el sector de la confección tiene que suplir esta necesidad.

Existe una demanda constantemente insatisfecha por los consumidores, la cual depende de ciertos factores, pero entre los más importantes podremos mencionar

- El desgaste de la prenda (vida útil)
- Innovaciones en cuanto a tendencias de la moda
- Preferencia de los jóvenes de vestir pantalones de tela jean en diferentes diseños, ajustados, a la cadera, adornados o no, bordados.
- Utilización de las camisetas y jean como ropa casual y simple por los hombres y mujeres, así como también los más vanguardistas lo utilizan con camisas manga larga y las mujeres con blusas.

CAPITULO III

1. PRODUCTO

La línea clásica del negocio de esta empresa, es la fabricación de pantalones Jean o Denim y también los fabricados en drill. Están en el mercado con la marca & LOVE &.

El jean dejó de considerarse solo como una prenda de trabajo, por su versatilidad, y es utilizado por los más renombrados diseñadores del mundo habiéndose convertido en una de las prendas de vestir de mayor consumo. Estadísticas demuestran que cada adolescente tiene como promedio en su closet por los menos 8 jeans, aun cuando los precios de las prendas van en aumento, dependiendo de la marca.

Con la nueva inversión se incrementará la producción de TANABA S.A. ampliando inclusive su línea de negocio a blusas, camisas y camisetas, la misma que se comercializará como la marca PEACE.

Una camiseta es una especie de camisa de mangas cortas (también las hay de manga larga y sin mangas), cuello redondo o en pico y sin botones o bolsillos. Puede usarse como prenda interior, pero también se lleva a menudo como única prenda de vestir en la parte superior del cuerpo.

La longitud varía desde la mitad del muslo hasta por encima del ombligo, aunque lo normal es que acabe donde empieza el pantalón o falda, es decir, sobre las caderas.

La camisa es una prenda de vestir de tela que cubre el torso y usualmente tiene cuello, mangas y botones en el frente. Es una prenda clásica que ha variado poco desde su introducción a principios del siglo XIX

Las camisas se pueden diferenciar por: tela (algodón, seda u otra tela), color o diseño (liso o plano, rayas, estampadas), confección (a la medida o en serie), tipos de cuellos, mangas o puños (con gemelos/colleras o abobando) y uso (para usar con o sin corbata)

Una blusa se refiere generalmente a la camisa utilizada por las mujeres durante la época victoriana, las blusas llegaron a ser comunes para un uso informal, práctico. En la actualidad esta prenda forma parte del guardarropa femenino. Las blusas se hacen de tela de algodón o de seda y pueden incluir o no mangas. También pueden contener detalles femeninos. Las blusas tienen botones invertidos a los de las camisas de los hombres. Es decir, los botones están normalmente en el lado izquierdo y los ojales en el derecho.

Actualmente TANABA S.A. fabrica pantalones jeans o de gabardina tanto para hombres como para mujeres. La nueva inversión que realiza por la empresa conllevará a que salga al mercado con una marca adicional denominada PEACE fabricando tanto pantalones, como camisas para hombres, blusas para mujeres y camisetas estampadas y sin estampar.

La sección de mercado al cual esta dirigido es a hombres y mujeres desde los 18 hasta los 40 años de edad.

La principal tela, utilizada para la fabricación de los pantalones, es de jean o índigo, cuya composición es algodón, elastone (stretch) y poliéster. Otra tela que se utiliza es el drill que esta compuesta 100% de algodón.

Adicionalmente, en la fabricación de los pantalones se utiliza una tela para los bolsillos, que es el dacron.

Las telas a utilizar en la confección de blusas, camisas y camisetas sin: licra, nylon, polylicra y algodón. Los elementos que componen estas telas son poliéster, viscosa, elasteno, spandex y algodón

Las telas son de producción nacional o de procedencia brasilera o colombiana. Adicionalmente se utilizan accesorios como botones, piedras, encajes, cintas, remaches, hilos y marquillas.

2. PRECIO

Los precios de los diferentes productos que confecciona TABANA S.A., están en función del tipo de tela a utilizar en su fabricación, el diseño y los accesorios. Así también están determinados por el destino de su venta, esto es, venta al por mayor y venta al por menor que se realiza en los dos locales comerciales que tiene establecido en Guayaquil.

Para efectos de este proyecto se tomaron los precios de venta a mayorista de los artículos producidos por la empresa, los que detallamos a continuación.

TIPO DE PRENDA	TELA	PRECIO MAYORISTA	PRECIO POR MENOR	PRECIO PROYECTO
Pantalón hombre/mujer	índigo	26,00	40,00	26,00
Pantalón hombre/mujer	gabardina	29,00	45,00	29,00
Blusa camisas y camisetas	varias	14,00	25,00	14,00

3. PLAZA Y ZONA DE INFLUENCIA

La plaza a la que corresponde este proyecto de inversión es la ciudad de Guayaquil, en donde se encuentra la planta de confección y los dos locales comerciales para ventas al por menor, los mismos que están ubicados uno, en el Centro Comercial Plaza Mayor y otro en el Centro Comercial La Rotonda.

La comercialización y distribución al por mayor, la realización los vendedores, y el Gerente de Ventas en las siguientes provincias del Ecuador:

Guayas: Guayaquil, Milagro	50%
Azuay: Cuenca	10%
Los Ríos: Babahoyo	10%
Santo Domingo	10%
Manabí: Manta y Portoviejo	10%
Loja, El Oro	10%

COMERCIALIZACION, CLIENTES Y PROVEEDORES

La comercialización se la realiza a través de las visitas del Gerente Comercial y Vendedor a los clientes, luego de realizar primero un contacto telefónico con ellos y de preparar las muestras de todos los productos de cada colección, con sus respectivos precios.

En Guayaquil cuentan con dos locales de venta directa al público, uno en el Centro Comercial Plaza Mayor, Alborada y el otro en el Centro Comercial La Rotonda

Consideran no tener competencia en el mercado, pues en el caso de los pantalones jeans tienen un diseño diferente a los casuales fabricados por Lee o G&G, podría considerarse como competencia los pantalones comercializados por Almacenes De Patri o Casa Tosi, los cuales la mayoría son de fabricación peruana.

A continuación se detallan a sus principales clientes:

CLIENTE	LOCAL	DIRECCION	TELF	CIUDAD
Diana Mogollón	Diana Boutique	Av. Lalama 859 y Cevallos	O98347213	Ambato
Alejandro Hidalgo	Distribuidor	Bolívar 534 y Mariano Cuenca	O97620801	Cuenca
Magno Franco	Boutique Zona Azul	C.C. Policentro	O97990801	Guayaquil
Jorge Aguayo	Casa del Jean	Calle 13 S/n y Av14	O87209147	Manta
Edwin Reyes	Dreams	Sucre 1352 y Rocafuerte	O86523013	Loja
Vanesa Hernández	Deep Boutique	Bolívar 740 y Borrero	O94542301	Cuenca
Mario Gómez	De Vestir	10 de Agosto y Mejía	O94988144	Babahoyo
Cecilia Huertas	Mega Shop	Belizari Quevedo 780 y Juan Abel	O93446518	Latacunga
Jorge Rivas	Impeca Bodegas	Lalama 01-03 y Lizardo Ruiz	O84533922	Ambato
Piedad López	Sueños y Fantasías	10 de Agosto 2226 y Espejo	O87886214	Riobamba
María Suárez	Sophia's	Km. 1 Vía Santo Domingo-Chone	O99225410	Santo Domingo
Alexander Zambrano	High Boutique	Carchi y Manabí	O89541100	Milagro
Luis Rodríguez	Carmiel	C.C. Riocentro Sur	O88331267	Guayaquil

4. PROVEEDORES

Los principales proveedores de la empresa son los siguientes:

Telas: Fabrilana S.A. Guayaquil, Dbest Quito

Bordados: Arte Bordado - Quito

Lavados: Procesos y Colores S.A. – Quito

Hilos: Hilos Cadena – Quito, Jonway Ecuador - Guayaquil

5. POSIBILIDADES DEL PROYECTO

El proyecto esta destinado a la instalación de una nueva línea para la confección de:

- Blusas y camisetas de sama en las tallas XS hasta XL
- Camisas y camisetas de hombre en las tallas 28 a la 38 equivalentes a las tallas S – XL
- Jeans para hombres y mujeres, en diferentes tallas

La marca con la que se comercializaran estos productos es **TANABA**, la misma que se encuentra debidamente patentada y registrada. Además se mantendrá la producción de la línea de pantalones que actualmente fabrica que es & LOVE &.

Con la incorporación de nuevas maquinarias y de capital de trabajo de operación, sumado a una adecuada administración, promoción y publicidad de los nuevos productos, existen grandes posibilidades de crecimiento de la empresa en el mercado local.

Es importante mencionar que cada prenda tiene un valor agregado por la creatividad y la habilidad de la diseñadora que la empresa tiene contratada, la misma que tiene amplia experiencia en el diseño de prendas, control de calidad de las mismas, así como una especialidad en métodos y tiempos de producción, adquiridos en sus estudios en la Universidad de Medellín y su desarrollo profesional en empresas textiles de Brasil.

Este factor humano con gran experiencia y creatividad en diseños hará que TANABA S.A. tenga un repunte y una competitividad en el mercado local y nacional, pudiendo proyectarse con el tiempo a la venta de sus productos a nivel internacional.

6. NORMAS SANITARIAS

Estos productos no están sujetos a ninguna norma sanitaria.

7. ARANCELES, MECANISMOS Y PERMISOS DE EXPORTACION

Aunque son productos de calidad de exportación, por el momento solo se ha considerado su comercialización en el mercado interno.

CAPITULO IV

1. ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO

1.a. DISEÑO O DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

Se produce los siguientes tipos de prendas de vestir:

MARCA	PRODUCTO	CALIDAD	VARIEDAD
& LOVE &	Pantalón	Indigo	Hombre / Mujer
& LOVE &	Pantalón	Gabardina	Hombre / Mujer
PEACE	Pantalón	Indigo	Hombre / Mujer
PEACE	Pantalón	Gabardina	Hombre / Mujer
PEACE	Blusa	Algodón	Hombre / Mujer
PEACE	Camiseta	Varias	Hombre / Mujer

La calidad de las telas a utilizar son: lycra nylon, polylicra y algodón. Los elementos que componen estas telas son poliéster, viscosa, elasteno, spandex y algodón.

El origen de las telas son: de producción nacional, brasilera o colombiana.

1.b. PROCESO DE PRODUCCION

Este proceso esta a cargo de la Gerente de producción, quien tiene mas de 15 años de experiencia en el sector de la confección, además de su instrucción académica, lo que permite un adecuado control y desarrollo del proceso productivo de TANABA S.A.

A continuación se resume el proceso de producción de la empresa en la fabricación de las prendas:

- Bocetos del producto, acorde con un tema o inspiración
- Selección de materiales, es decir telas y accesorios
- Selección de colores y combinados posibles
- Aprobación de la línea de diseño

- Desarrollo de la muestra de tipo
- Aprobación de la muestra, previo al desarrollo de escalado en las diferentes tallas
- Desarrollo de muestra en todas las tallas
- Desarrollo del ploteado para el corte
- Tendido de la tela, para reposo, previo al corte
- Corte de la producción
- Desarrollo de la producción, (confección), en este proceso se incrementa el tallaje, etiqueta y accesorios
- Lavado si es necesario el proceso de acuerdo al diseño
- Empacado de la prenda por serie para la distribución y venta

De manera mas detallada indicamos el proceso de fabricación y producción de los pantalones:

CREACION DE NUEVAS PRENDAS

Diseño: Es un trabajo de tipo manual y creativo, que lo realiza la diseñadora de la empresa y que se encarga de realizar nuevos modelos y sus bocetos.

Elección de telas y otros materiales: Una vez diseñada la nueva prenda se escogen las telas y materiales que se utilizaran para la colección que se diseño, esta actividad se la realiza cada 15 días. En términos de tiempo, esta tarea requiere de aproximadamente 60 minutos.

Elaboración del básico: Consiste en dibujar en papel cada diseño para poder elaborar la muestra. Esta tarea generalmente se realiza en 6 horas.

Cortar la muestra: Es una tarea manual que requiere al menos de 20 minutos. Generalmente se corta la muestra de cada diseño en talla 30 para mujer y talla 34 para hombre.

Elaboración de muestra: Es otra tarea que implica la utilización de varias herramientas, el tiempo utilizado es de 2 horas.

Envío de muestra a lavandería: Casi todas las muestras deben ser lavadas para observar el comportamiento de la tela

Probar la muestra: Luego del lavado de la prenda se procede a la muestra a fin de hacer las correcciones en el básico para su posterior aprobación

Hacer escalado: Esta tarea la realiza la cortadora a partir del básico corregido se empieza a hacer la moldería para cada talla. El tiempo utilizado es de aproximadamente 300 minutos para la elaboración de dos prendas.

Programar producción: Después de aprobada el molde y diseño del producto a fabricar, se programa el corte y se define la cantidad a cortar por cada talla y modelo. Esta labor tarda aproximadamente 20 minutos.

PANTALONES JEAN O DRILL

SECCION CORTE

Trazado de cada modelo: Es una tarea manual en la que se emplea alrededor de 6 horas. Consiste en hacer el dibujo sobre la tela de cada pieza por talla de modelo por docena y se mide la cantidad de unidades por pieza de tela de acuerdo a su largo.

En este punto es importante recalcar que la compra del PLOTTER, que se realizara con el financiamiento solicitado, permitirá una disminución de este proceso y una reducción del desperdicio de tela.

Tender la Tela: Se tiende la tela según el largo de la que se tiene el dibujo del modelo y según la cantidad de docenas programadas.

Cortar: Se corta la tela por donde esta marcado cada dibujo. Esta tarea la realiza la maquina cortadora en un lapso de 2 horas

Perforar puntos de costura: Para esta labor se utiliza la perforadora por un lapso de 30 minutos para 19 unidades diarias. Este procedimiento se lo realiza para marcar las distancias de costura de algunas partes de la prenda.

Separar piezas: Se separa las piezas para luego distribuirlas a cada sección (partes delanteras, traseras y de ensamble). Esta tarea es manual y se la realiza en aproximadamente en una hora.

Separar colores: Es una tarea manual en la que se utiliza aproximadamente 30 minutos. Se la realiza cuando la tela es de varios colores para la confección por colores

Etiquetado de piezas: Cada pieza debe ir etiquetada para saber que talla corresponde y a que modelo y tono. Es una labor manual en la que se emplea 150 minutos.

Amarrar piezas: Se amarra cada talla para que no se vayan a mezclar, generalmente toma alrededor de 0 minutos de tarea manual.

SECCION DE DELANTEROS

Doblado de relojero: Esta operación se hace en una maquina dobladora con un fólder adaptado para que redoble la pieza

Maquillado de relojero: La recta es una maquina normal con una aguja y solo es para hacer costuras que no sean dobles.

Pegar Relojero: La doble aguja se usa para hacer costuras en aquellos lugares que tienen 2 costuras.

Encandilar cartera: La cartera es la pieza donde va pegado el cierre y tiene forma de jota. Se utiliza una maquina de overlock de 3 hilos.

Encandilar mandil: El mandil es la otra parte que refuerza donde va el cierre para tapar el cierre por adentro. Se utiliza una maquina de overlock de 3 hilos.

Encandilar delantero: Hay un lado que lleva una costura interna para que esta pieza no se desfleque después del lavado. Igualmente se utiliza una maquina de overlock de 3 hilos.

Pegar cartera y asentar: Después de encandilada la cartera se pega por dentro y se cose por fuera. Se utiliza maquina recta.

Pegar cierre: Este se pega luego de pegada la cartera. Se utiliza la maquina doble aguja

Hacer jota: La jota es la costura externa que asienta el cierre. Igualmente se utiliza la maquina doble aguja.

Pegar falso y vista: Estas piezas son las que van pegadas al bolsillo delantero para que este no se le vea el forro. Se utiliza la maquina recubridora

Cerrar bolsillos delanteros: Se utiliza una maquina de overlock de 4 hilos, Los bolsillos están abiertos cuando se le pega los falsos y luego estos se cierran por dentro.

Voltear los bolsillos: Esta es una tarea manual para preparar a los bolsillos para la costura de refuerzo

Sobrecoser los bolsillos: Se utiliza la maquina recta y es una costura de refuerzo que se le hace al bolsillo.

Pegar Bocado: también se utiliza la maquina recta y se pega en los delanteros con una costura interna.

Pespuntar bocado: Es la costura que tiene por fuera el bolsillo. Se utiliza la maquina de doble aguja

Pizar bolsillos: Después de prespunte el bolsillo este queda suelto, hay que asegurarlo en los lados y arriba del delantero

Unir delanteros: Se utiliza la maquina recta. Hasta esta operación los delanteros se trabajan por separado e derecho del izquierdo, aquí se unen.

Unir tiro: Luego se hace la costura que queda en el tiro para que ya quede armado el delantero totalmente. Se utiliza la maquina doble aguja

Pegar tallas: Para esta labor se utiliza la maquina recta

Atracar delanteros: Estas son unos remates que se hacen en la jota, tiro y relojero para fijar la prenda y que no se suelte. Se utiliza la maquina atracadora.

SECCION POSTERIOR

Pegar ventaja: Esta es la pieza que va por la parte superior del posterior y se hace en una maquina especial llamada cerradora codo.

Cerrar tiro posterior: Después de la ventaja se une el tiro trasero en la misma maquina

Doblar bolsillos: Esta operación se hace en una maquina dobladora con un fólder adaptado para que redoble la pieza

Marcar bolsillos: Se hace una plantilla por talla para marcar la pegada del bolsillo y que queden todos iguales. Esta es una tarea manual.

Bordar bolsillos traseros: Esta operación generalmente es un proceso externo porque no tenemos bordadora para hacerla y se contrata dicho servicio.

Marcar altura de bolsillos: Es una labor manual en la cual se marca la altura en la cual se pegara el bolsillo para mantener una mejor calidad.

Pegar bolsillos traseros: Se utiliza una maquina de doble aguja, aunque también depende del diseño

Atracar bolsillos traseros: Se utiliza la maquina atracadora, e igual que los bolsillos delanteros también se rematan para que no se despeguen.

ENSAMBLE DE PIEZAS

Cerrar piernas: Se toman los delanteros armados y los posteriores armados para cerrar en la parte de la pierna. Se utiliza una maquina overlock de 5 hilos.

Pespuntar pierna: Costura externa que aparece en la parte de la pierna para reforzar esta. Se utiliza una maquina recta.

Cerrar lados: Después de pespuntar piernas se cierran los lados generalmente en overlock de 5 hilos.

Pespuntar lados: Es costura externa también para reforzar las costuras de los costados. Se utiliza una maquina recta.

Marquillar pretinas: Es una marquilla que identifica la marca de la prenda por dentro de la pretina. Se utiliza la maquina recta.

Unir pretinas: Las pretinas están en forma individual, para poder empretinar se unen todas las de cada talla. Se utiliza la maquina recta.

Emparejar delanteros Es una labor manual y consiste en recortar las piezas que pueden sobrar hacia arriba de la cintura para poder empretnar.

Empretnar: Se hace con un fólter por dentro se introduce la pretina y esta se va doblando y pegando a la vez. Se realiza en la maquina empretnadora.

Cortar puntas y abrir: Como se hace toda una talla consecutivamente, quedan unidos todos los pantalones y se separan. En su labor manual.

Voltear pantalones: Para facilitar las demás operaciones se voltean los pantalones, además para enviar a lavar.

Hacer puntas: Cuando se separan los pantalones después de empretnar hay que cerrar las puntas. Se utiliza una maquina recta.

Hacer pasadores y cortar: Los pasadores se hacen también con un fólter y son tiras largas que luego se cortan a la medida. Se utiliza la maquina presilladora.

Pegar pasadores: Esta operación se hace en la maquina atracadora en forma de remate.

Hacer bastas: Esta se hace colocando una guía en la maquina recta de la medida que se requiere el largo de la manga del pantalón.

Ojalar: Este ojal es en forma de lágrima y se usa especialmente en los jeans. Se utiliza la maquina ojaladora Reace.

Pegar garra: Es la marquilla que va en la pretina en la parte de afuera. Se utiliza una maquina recta.

Cortar hilos: Las prendas quedan llenas de hilo depuse de terminadas y hay que cortárselos para enviar a la lavandería.

Separar por talla y tono: Hay que distribuir las prendas para varios tonos según pedido para poder enviar a lavandería.

Empacar para mandar a la lavandería: Se distribuyen por tono y luego se empacan así separados en sacos.

EMPAQUES DE PRENDAS

Para todos los productos el proceso de empaque es el mismo y se lo detalla a continuación.

Revisión: Las prendas son revisadas para corregir defectos de costura y cortar hilos que sobran. Es una labor manual.

Colocar remaches: Dependiendo del producto y específicamente en los pantalones se colocan remaches que se los hace en una maquina remachadora que funciona con aire y se le adapta un troquel según tipo de remache.

Colocación de botones: Se hace en una maquina remachadora que funciona con aire y se le adapta un troquel según tipo de botón.

Plancha: Es una plancha manual que funciona con un caldero interno.

Revisión final: Para asegurarse de que la prenda esta lista para ser empacada.

Abierta de ojales: Los botones generalmente son más grandes que el hueco que tiene el ojal y hay que abrirlo un poco. Es una tarea manual.

Abrochar: Para empacar se debe abrochar la prenda, se utiliza la empretinadora.

Separar por talla, tono y docena: Para empacar la docena hay que hacerlas surtidas por tono y talla.

Armar cajas: Se arman las cajas con cinta de embalaje resistente.

Empacar por docena: Toda la producción se la empaca en cajas de cartón por docenas. Señalando las características de la prenda por talla y tono.

1.c. UBICACIÓN DEL PROYECTO

Las instalaciones están ubicadas en la parroquia Tarqui, Cantón Guayaquil, Av. Camilo Nevárez y Agustín Freire Cdda. Garzota 2 Mz. 158 villa 2. Las instalaciones son alquiladas.

1.d. DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

A fin de determinar la capacidad instalada de la planta. Es necesario conocer la capacidad de producción por maquinaria, la que detallamos en el siguiente cuadro:

MAQUINAS	TIEMPO MAQUINA	CANTIDAD MAQUINAS	CAPACIDAD DIARIA POR MAQUINA	UNIDADES PRODUCIDAS
RECTAS	24,96	13	297	120
DOBLE AGUJA	5,76	6	594	120
OVERLOCK	5,26	5	542	120
CERRADORA PLANA	1,00	1	570	120
CERRADORA DE CODO	3,32	2	343	120
ATRACADORA	4,46	4	511	120
RECUBRIDORA	1,06	2	1075	120
RESILLADORA	1,70	1	335	120
EMPETRINAADORA	1,66	1	343	120
OJALADORA	0,80	1	713	120
REMACHADORA	3,07	3	557	120

PLANCHAR	7,60	1	75	120
TIEMPO TOTAL PRENDA	60,65			

	ACTUAL		CON INVERSION
CAPACIDAD INSTALADA EN MAQUINARIA	150	PRENDAS POR DIA	320
UNIDADES PRODUCIDAS DIARIAS	105	PRENDAS POR DIA	267
DIAS DE TRABAJO AL MES	20	DIAS	20

La compañía trabaja en una jornada de 8 horas al día, durante cinco días a la semana, lo que equivale a 20 días mes.

Raramente este horario podría ser afectado, lo cual dependerá de los volúmenes de producción estimados en cada programa, para lo cual se opta por la contratación de personal de manera eventual. Otros factores exógenos son la disponibilidad de materia prima y capital de operación.

PRODUCCION HISTORICA PROYECTADA

MES	PRODUCCION PROYECTADA				
	2009	2010	2011	2012	2013 EN ADELANTE
ENERO	0	0	700	4000	5350
FEBREO	0	269	700	4000	5350
MARZO	0	531	700	4000	5350
ABRIL	0	983	700	4000	5350
MAYO	0	890	700	4250	5350
JUNIO	0	617	700	4250	5350
JULIO	0	805	3500	4250	5350
AGOSTO	90	1739	3500	4250	5350
SEPTIEMBRE	110	1808	4000	4250	5350
OCTUBRE	105	2143	4000	4250	5350
NOVIEMBRE	130	1309	4000	4250	5350
DICIEMBRE	200	1009	4000	4250	5350
PRODUCCION TOTAL	635	12.103	27.200	50.000	64.200

1.e. DISEÑO DE LA PLANTA

Se adjuntan fotos del taller de confecciones.

1.f. TECNOLOGÍA DEL PRODUCTO

Dentro del proceso de producción se detallo claramente el tipo de labor realizada y la maquinaria utilizada para la fabricación de pantalones en telas jean o denim y también los fabricados en dril. Esta es la línea clásica de producción de TANABA S.A..

En el caso de la confección de blusas, camisas y camisetas las principales maquinas que utilizan son las siguientes:

- 2 Overlock
- 2 Maquinas de costura recta
- 2 Maquinas recubridoras

En el caso de las camisetas se utiliza adicionalmente la maquina estampadora y la bordadora para ponerle diseño a las mismas.

1.g. CLASIFICACIÓN DE LAS MAQUINARIAS Y EQUIPOS

La compañía TANABA S.A. para la producción de sus prendas de vestir cuenta con las siguientes maquinarias y equipos:

TIPO DE MAQUINA	MARCA	CANTIDAD	FUNCION DE CADA MAQUINA
RECTA	JUKI	10	Sirve como su nombre dice costuras rectas internas y externas cuando solo llevan un pespunte
	BROTHER	3	
DOBLE AGUJA	JUKI	6	Costuras que requieren de dos pespuntos
OVERLOCK	JUKI	3	Costuras internas para evitar que la tela se deshilache
	MAUSE SPECIAL	1	
	STAR SEWING MAC	1	
RECUBRIDORA	PEGASUS	1	Costuras decorativas o pegar falsos internos en el forro del bolsillo
	KANSAI SPECIAL	1	
ATACADORAS	JUKI	4	Hace remates en aquellas partes que requieren reforzarse
CERRADORA DE CODO	UNION SPECIAL	2	Sirve para unir piezas dobladas por dentro y por fuera en la mayoría de los casos se usa en la parte trasera del jean y en piernas o costados según diseño, reemplaza el overlock y la doble aguja. Trabaja con folder
BORDADORA	JUKI	1	Se usa sobre todo para hacer costuras en zigzag
	ZOJE	1	
CERRADORA PLANA	UNION SPECIAL	1	Se usan para doblar relojeros bolsillos traseros con folder
PRESILLADORA	UNION SPECIAL	1	Maquina donde se hacen los

			pasadores
CORTADORA DE PRESILLA	ACE	1	Maquina donde se cortan los pasadores según medida
OJALADORA	REECE	1	Para hacer ojales en forma de lagrima
EMPETRINADORA	KANSAI SPECIAL	1	Como su nombre lo dice, pega pretinas y pega con folder
CORTADORA	STREAK II	2	Cortar telas en cantidad
PERFORADORA	EASTMAN	1	Se usa para marcar algunos puntos de costura en las prendas
BOTONADORA	BROTHER	1	Para pegar botones de hueco con hilo y algunos cartones
REMACHADORA DE AIRE	JUKI	2	Para colocar remaches o botones con troquel
REMACHADORA ELECTRICA	JUKI	1	Para colocar remaches o botones con troquel
PLANCHA CON CALDERO	STINDOX	1	Para planchar a vapor prendas terminadas
COMPRESOR	SHUZ	1	Para suministrar aire a las remachadoras y a las bollas manuales
ESMERIL	SHUZ	2	Para hacer efecto de desgaste a los jeans
MOLDEADORA	METO	1	Para etiquetar las piezas después de cortadas
TOTAL MAQUINAS		51	

OTRAS MAQUINAS Y HERRAMIENTAS

DESCRIPCION	CANTIDAD	BENEFICIOS DE LA MAQUINARIA
TAMBORAS PARA BORRADORAS	20	Según el tamaño del bordado es la tambora
TROQUELES PARA REMACHADORA MANUAL	10	Según el tipo del remache o broche cambia
MARCOS PARA ESTAMPADORA	30	Necesario para estampar
GUIA DE PITILLO PARA OVERLOCK	1	Para hacer tiras de blusas, camisetas y otros
GUIA DE SESGO AEREA PARA OVERLOCK	1	Según el estilo de camiseta y blusa
GUIA DE SESGO PARA RECTA	1	Según el estilo de camiseta y blusa
PIE RECOGEDOR	1	Para hacer recogidos o fruncidos
PIE DE CIERRE	1	Para pegar cierre
PIE DE DOBLE USO	1	Cuando se requiere hacer dos costuras finas
PIE DE GUIA	1	Para hacer pespuntes con calidad

GUIA PARA RECUBRIDORA DE 2,5CM	1	Estas guías son para ruedos de blusa y camisetas Según el estilo de la camiseta y blusa a diseñar Igual que el anterior
GUIA PARA RECUBRIDORA DE 3,5CM	1	
GUIA PARA RECUBRIDORA DE 4,5CM	1	
GUIA DE PITILLO PARA RECUBRIDORA	1	
GUIA AEREA PARA RECUBRIDORA	1	

1.h. VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

La vida útil estimada para el proyecto es de 10 años.

2. INSUMOS, MATERIALES, MANO DE OBRA Y OTROS

2.a. COSTO DE MANTENIMIENTO Y SEGUROS

El porcentaje de costo de mantenimiento es del orden del 0.25% y para seguros del 0.25% al 1% dependiendo del tipo de activo.

2.b. INSUMO, SERVICIOS Y MANO DE OBRA DIRECTA

Los insumos y sus costos están detallados en los parámetros técnicos de este proyecto. La mano de obra directa se detalla en el Modelo Financiero de la CFN.

3. CONTROL DE CALIDAD, EMPAQUE, ALMACENAMIENTO TRANSPORTE

3.a. Control de calidad y empaque

Esta actividad la realizan los operarios de esa rama, quienes revisan si las prendas tienen alguna falla o hilos sobresalidos, una vez terminado el proceso de confección de la prenda, previo el envío a la bodega del producto terminado.

Como se indico anteriormente las prendas se empacan por docenas, en cajas de cartón que tienen impreso el logo de la marca producto que se embala, las que clasifican por modelo talla y color.

3.b. Transporte

Dependerá del cliente, a quienes generalmente se les envía por transporte público y el costo de este envío o flete va con cargo a cada cliente.

4. ABATECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS

Análisis de la producción y disponibilidad de materias primas: Todo el año

Materias primas: Todo el año

Localización y características de la zona de producción: La ciudad de Guayaquil.

Períodos de disponibilidad de la producción: Todo el año

Producción disponible para el proyecto: Todo el año.

Disponibilidad de insumos complementarios: Todo el año

Programación de abastecimientos: Todo el año

CAPITULO V

1. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

A continuación se explica las principales variables que se utilizaron para el cálculo de las proyecciones del Estudio de Factibilidad.

Se fabrican las siguientes variables de pantalones, camisas, blusas y camisetas, para la venta local.

MARCA	PRODUCTO	CALIDAD	VARIEDAD
& LOVE &	Pantalón	Indigo	Hombre / Mujer
& LOVE &	Pantalón	Gabardina	Hombre / Mujer
PEACE	Pantalón	Indigo	Hombre / Mujer
PEACE	Pantalón	Gabardina	Hombre / Mujer
PEACE	Blusa	Algodón	Hombre / Mujer
PEACE	Camiseta	Varias	Hombre / Mujer

1.a. PRECIO

Los precios de venta de los diferentes productos fabricados por la empresa son los siguientes:

TIPO DE PRENDA	TELA	PRECIO MAYORIST A	PRECIO POR MENOR	PRECIO PROYECTO
Pantalón hombre/mujer	índigo	\$ 26,00	\$ 40,00	\$ 26,00
Pantalón hombre/mujer	gabardina	\$ 29,00	\$ 45,00	\$ 29,00
Blusa camisas y camisetas	varias	\$ 14,00	\$ 25,00	\$ 14,00

Estos precios se los ha calificado en venta al por mayor y los de venta directa al público en los almacenes. Para efectos de las proyecciones financieras y a efectos de ser conservadores se castigaron los precios, tomando los precios a mayoristas.

1.b. COSTO MATERIAL DIRECTO

Para la fabricación de cada prenda de vestir se utilizan diferentes materiales, los mismos que se detallan a continuación, tanto la cantidad de producto requerido para su fabricación como el costo de cada materia prima:

PANTALONES: JEANS O DENIM

MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO	COSTO UNITARIO
Tela (jean o drill)	1.50 mt	USD\$ 5,60	USD\$8,40
Tela bolsillo (dacron)	0,25 mt	USD\$ 1,90	USD\$0,48
Hilo	350 mt	USD\$ 4,48 (cono de 5000mt)	USD\$0,31
Accesorios	Global	USD\$1,50 (botones cierres, velcro, marquillas, remaches)	USD\$1,50
Tratamientos	Global	USD\$3,00 (bordado, estampado y lavado)	USD\$3,00

CAMISETAS, CAMISAS Y BLUSAS

MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO	COSTO UNITARIO
Tela (licra, nylon, polilicra o algodón)	0,80 mt	USD\$ 6,72	USD\$ 5,38
Hilo	170mts	USD\$ 3,36 (cono de 6000mt)	USD\$0,10
Accesorios	Global	USD\$1,00 (piedras, cintas, botones, encajes)	USD\$ 1,00

PANTALONES DE GABARDINA O DRILL

MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO	COSTO UNITARIO
Tela (gabardina)	1,50 mt	USD\$ 5,60	USD\$ 8,40
Tela bolsillo (dacron)	0,25 mt	USD\$1,90	USD\$0,48
Hilo	350	USD\$ 3,36 (cono de 5000mt)	USD\$0,31
Accesorios	Global	USD\$1,50 (botones, cierres velcro, marquillas, remaches)	USD\$ 1,00

1.c. COSTO: MANO DE OBRA

Actualmente, la compañía TANABA S.A. trabaja con el siguiente personal:

Mano de Obra Directa

No.	CARGO	REMUNERACION MENSUAL	SUBTOTAL
1	CORTADOR	\$ 350,00	\$ 350,00
1	AUXILIAR DE CORTE	\$ 280,00	\$ 280,00
15	OPERARIOS DE CONFECCION	\$ 280,00	\$ 4.200,00
3	OPERARIOS DE CALIDAD	\$ 280,00	\$ 840,00
3	OPERARIOS DE EMPAQUE	\$ 280,00	\$ 840,00
23	SUBTOTAL		\$ 6.510,00

Luego de obtenido el financiamiento para capital de trabajo, con el que se incrementara la producción, existirá un aumento de 8 operaciones para el segundo año de ejecución del proyecto y de 11 adicionales a partir del tercer año, por lo que una vez estabilizada la producción el número de operarios ascenderá a 40, sin incluir el personal de corte de las telas (2).

Otro rubro importante de analizar son la mano de obra indirecta que actualmente es de 4 trabajadores y a partir del tercer año incrementara un auxiliar de bodega, el personal administrativo que se mantendrá en 4 personas y el de ventas que actualmente lo conforman 5 personas y se incrementaran a 8 a partir del tercer año del proyecto. Los salarios y número de trabajadores por cargo se detallan en los cuadros siguientes.

Mano de obra indirecta

No.	CARGO	REMUNERACION MENSUAL	SUBTOTAL
1	AUXILIAR DE BODEGA	\$ 280,00	\$ 280,00
1	DISEÑADORA	\$ 1.375,00	\$ 1.375,00
1	PATRONISTA	\$ 320,00	\$ 320,00
1	GERENTE DE PRODUCCION	\$ 750,00	\$ 750,00
4	SUBTOTAL		\$ 2.725,00

Personal Administrativo

No.	CARGO	REMUNERACION MENSUAL	SUBTOTAL
1	GERENTE GENERAL	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
1	CONTADOR	\$ 380,00	\$ 380,00
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	\$ 700,00	\$ 700,00
1	SECRETARIA	\$ 280,00	\$ 280,00
4	SUBTOTAL		\$ 3.860,00

Personal de Ventas

No.	CARGO	REMUNERACION MENSUAL	SUBTOTAL
1	GERENTE DE VENTAS	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
1	VENTAS POR MAYOR	\$ 250,00	\$ 250,00
1	VENDEDOR 1	\$ 320,00	\$ 320,00
1	VENDEDOR 2	\$ 320,00	\$ 320,00
1	VENDEDOR 3	\$ 320,00	\$ 320,00
5	SUBTOTAL		\$ 3.210,00

1.d. OTROS COSTOS

CONCEPTO	VALOR ACTUAL	INCREMENTO PROYECTO
Energía eléctrica	\$ 650,00	\$ 1.100,00
Agua	\$ 25,00	\$ 40,00
Teléfono	\$ 60,00	\$ 60,00
Alquiler instalaciones	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00
Alquiler 2 locales	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Alimentación del personal	\$ 912,00	\$ 1.392,00
SUBTOTAL		\$ 5.900,00

1.f. PROGRAMACIÓN DE PRODUCCION ANUAL

A continuación se detalla el histórico de producción y la estimación para el proyecto:

PRODUCCION MENSULA HISTORICA Y PROYECTADA

MES	PRODUCCION PROYECTADA				
	2009	2010	2011	2012	2013 EN ADELANTE
ENERO	0	0	700	4000	5350
FEBREO	0	269	700	4000	5350
MARZO	0	531	700	4000	5350
ABRIL	0	983	700	4000	5350
MAYO	0	890	700	4250	5350
JUNIO	0	617	700	4250	5350
JULIO	0	805	3500	4250	5350
AGOSTO	90	1739	3500	4250	5350
SEPTIEMBRE	110	1808	4000	4250	5350
OCTUBRE	105	2143	4000	4250	5350
NOVIEMBRE	130	1309	4000	4250	5350
DICIEMBRE	200	1009	4000	4250	5350
PRODUCCION TOTAL	635	12.103	27.200	50.000	64.200

DETALLE DE LAS PRENDAS A VENDER (en unidades)

TIPO DE PRENDA	TELA	PRECIO PROMEDIO	2011	2012	2013 EN ADELANTE
Pantalón hombre/mujer	índigo	26,00	7000	15000	25000
Pantalón hombre/mujer	gabardina	29,00	6200	15000	14200
Blusa camisas y camisetas	varias	14,00	14000	20000	25000
VENTAS PROYECTADAS			27200	50000	64200

2. PLAN DE INVERSIONES

	INVERSION		
	REALIZADA USD	PROYECTO USD	TOTAL USD
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS			
Terreno	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Fomento Agrícola	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Edificio e Instalaciones	\$ 49.857,16	\$ 0,00	\$ 49.857,16
Muebles y Enseres	\$ 1.420,00	\$ 0,00	\$ 1.420,00
Equipo de Oficina	\$ 3.080,00	\$ 0,00	\$ 3.080,00
Equipo de Computación	\$ 2.286,87	\$ 0,00	\$ 2.286,87
Maquinarias y Equipos	\$ 110.789,25	\$ 77.554,00	\$ 188.343,25
SUBTOTAL	\$ 167.433,28	\$ 77.554,00	\$ 244.987,28

CAPITAL DE TRABAJO			
Capital de trabajo operativo	\$ 372.993,18	\$ 372.384,61	\$ 745.377,79
Capital de trabajo administrativo y Ventas	\$ 0,00	\$ 35.683,53	\$ 35.683,53
SUBTOTAL	\$ 372.993,18	\$ 408.068,14	\$ 781.061,32
INVERSION TOTAL USD			
	\$ 540.426,46	\$ 485.622,14	\$ 1.026.048,60

3. FINANCIAMIENTO

La distribución en cuanto al financiamiento solicitado por la compañía TANABA S.A. es la siguiente:

	APORTE		% PARTICIPACION	
	CFN	TANABA S.A.	CFN	TANABA S.A.
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS				
Terreno	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	0,00%
Fomento Agrícola	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	0,00%
Edificio e Instalaciones	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	0,00%
Muebles y Enseres	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	0,00%
Equipo de Oficina	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	0,00%
Equipo de Computación	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	0,00%
Maquinarias y Equipos	\$ 69.300,00	\$ 8.254,00	89,36%	10,64%
SUBTOTAL	\$ 69.300,00	\$ 8.254,00	89,36%	10,64%

CAPITAL DE TRABAJO				
Capital de trabajo operativo	\$ 135.000,00	\$ 237.384,61	36,25%	63,75%
Capital de trabajo administrativo y Ventas	\$ 0,00	\$ 35.683,53	0,00%	100,00%
SUBTOTAL	\$ 135.000,00	\$ 273.068,14	36,25%	163,75%
INVERSION TOTAL USD				
	\$ 204.300,00	\$ 281.322,14	42,07%	57,93%

DETALLE DE LAS INVERSIONES

ACTIVOS FIJOS – MAQUINARIAS

Una de las principales maquinarias a adquirir con este financiamiento es el Plotter con sus programas de diseño y corte y la tabla digitalizadota.

Un plotter o trazado gráfico, es un dispositivo de impresión conectado a una computadora. Esta máquina es muy útil para las empresas de confección puesto que son un apoyo en la impresión y marcada de patrones, minimizando tiempos y generando disminución del desperdicio.

PLOTTER



Otra de las máquinas a adquirir es la de **Overlock o remalladota**, que es muy útil en la confección de ropa por el buen acabado que da a las prendas, tales como pantalones, blusas, camisas, tiene la ventaja de coser y filetear al tiempo que afina los orillos rotando todos los hilos sobrantes de las telas.



TIPO DE PRENDA	TIPO DE MAQUINA	CANTIDAD	COSTO US\$	BENEFICIOS DE LA MAQUINARIA
Para todas las prenda	Ploter: incluye programa de corte, tabla y tabla digitalizadora	1	\$ 52.304,00	Minimiza tiempo, desperdicios, y espacio. Todos los diseños se realizarían por computadora. Hace escalado y el trazo para el corte. Ingresa el tallaje y no hay que corta moldes
Para jean y pantalón	Bordadora	1	\$ 13.900,00	Actualmente se solicita el servicio y se retrasa la producción
	Ojaladora	1	\$ 3.650,00	Es necesaria para prendas delicadas y tejido punto
Para camisetitas y blusas	Devanadora	1	\$ 900,00	Es necesaria porque se trabaja con muchos colores de hilos, para envolver varios hilos para cada maquina, de lo contrario habría que comprar muchos conos de hilos para cada maquina
	Termofijadora	1	\$ 700,00	Necesaria para el proceso de estampado de las prendas
	Overlock	2	\$ 2.400,00	Para cerrar camisetitas y blusas, pegar cuellos etc.

	Recta ajuste liviano	2	\$ 800,00	Para hacer costuras externas, pespuntos, etc.
	Recubridora	2	\$ 2.900,00	Para hacer ruedos y costuras decorativas
	Total Maquinarias	11	\$ 77.554,00	

CAPITAL DE TRABAJO

Una de las deficiencias de esta empresa es el capital de trabajo necesario para su proceso de producción, este déficit es originario básicamente porque el crédito de TANABA S.A. le otorga a sus clientes es mayor que el que sus proveedores le conceden, de ahí la solicitud del financiamiento para la compra de materias primas, insumos y en general parte del capital de trabajo operativo que permitir cumplir los objetivos de este proyecto que son el incremento de los volúmenes de producción y ventas. Las principales materias primas a adquirir son telas, marquillas, hilos, botones, etc.

4. EVALUACION FINANCIERA

Las proyecciones financieras realizadas a 10 años plazo, con el objeto de analizar la viabilidad de la inversión a ejecutar por TANABA S.A., fueron elaboradas a precios y costos constantes, considerando los siguientes parámetros:

4.1. POLITICAS

4.1.1. DE COBRO, PAGOS, EXISTENCIAS E IMPREVISTOS

Crédito a clientes:	90 días
Crédito de proveedores:	60 días
Inventario de productos:	15 días
Inventario de materia prima:	90 días
Inventario de materiales:	90 días
Imprevistos:	2%

5.1.2 DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS Y AMORTIZACION DE DIFERIDOS

Amortización Diferidos:	5 años
Depreciación Maquinarias:	10 años

4.2. PROYECCIONES

Los resultados obtenidos reflejan que la empresa, que comercializará su producción en el mercado local, ha estimado un incremento en los volúmenes

de ventas equivalentes al 83,4% luego del primer año de obtenido el financiamiento y realizada la inversión. En el tercer año se estimó un incremento de la producción y ventas del 28% manteniéndose estable para los años subsiguientes. Con la inversión se incrementará la capacidad instalada de producción de la empresa conllevando a un aumento de los volúmenes vendidos dada una adecuada gestión de ventas realizada por el Gerente Comercial, quien tiene una amplia trayectoria en el sector textil, específicamente en los jeans.

Estas proyecciones fueron realizadas en función de las ventas que realizarán a sus clientes que compran al por mayor y que están ubicados a nivel nacional, así como a las ventas que realizan en los dos locales comerciales que tienen en Guayaquil.

El estado de resultados proyectado denota que la empresa contará con un nivel adecuado de capital de trabajo. Adicionalmente TANABA S.A. castiga el activo diferido durante los 5 primeros años del proyecto, sin afectar su patrimonio.

El flujo de caja de la empresa refleja la capacidad para cancelar el financiamiento solicitado, no necesitando recursos nuevos para el mantenimiento de la empresa, sino que sustentará el negocio con su propio flujo de caja.

La TIR del proyecto es de 39.05%, de manera que refleja la rentabilidad alta del proyecto y el Valor Actual Neto de \$1.130.426.00.

TANABA S.A. se proyecta con una adecuada estructura financiera, que se ve reflejada en el siguiente apalancamiento (promedio):

Pasivos totales/activos totales:	42,60%
Pasivos Corrientes/activos totales:	33,90%
Patrimonio/activos totales:	57,40%

4.3. IMPACTO DEL PROYECTO DE INVERSION

Desde el punto de vista ambiental, los productos que fabricará TANABA S.A., no afectaran al medio ambiente pues son biodegradables y reciclables.

A nivel social generará de manera directa fuentes de trabajo, así como impuestos para el estado ecuatoriano generado adicionalmente valor agregado.

Las prendas de vestir de TANABA S.A. son fabricadas con habilidad, creatividad están concentradas de valor agregado por lo que la empresa tendrá un repunte y competitividad en el mercado local y nacional, aspirando a poder incursionar en el mercado externo.

TANABA S.A.

PREMISAS

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Venta (und)		27,200	50,000	64,200	64,200	64,200	64,200	64,200	64,200	64,200	64,200
Cobranza (und)		20,400	37,500	48,150	48,150	48,150	48,150	48,150	48,150	48,150	48,150
Saldo x Cobrar (und)		6,800	12,500	16,050	16,050	16,050	16,050	16,050	16,050	16,050	16,050
Cuentas x Cobrar (USD)		182,784	350,000	539,280	629,160	629,160	665,112	719,040	719,040	719,040	719,040
Días de Cartera		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Inventario para cumplir con política (und)		1,133	2,083	2,675	2,675	2,675	2,675	2,675	2,675	2,675	2,675
Días de Inventario		15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Compra para cumplir con política (und)		28,333	50,950	64,792	64,200	64,200	64,200	64,200	64,200	64,200	64,200
Saldo Inventario (USD)		17,567	34,330	57,094	70,336	70,865	76,023	83,933	84,249	84,262	84,262
Costo Inventario (USD / und)		16	16	21	26	26	28	31	31	31	31
Costeo para Venta (USD / und)		16	16	21	26	26	28	31	31	31	31
Días Proveedores		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Pago Compra Inventario (und)		23,611	42,458	53,993	53,500	53,500	53,500	53,500	53,500	53,500	53,500
Saldo por pagar Inventarios (und)		4,722	8,492	10,799	10,700	10,700	10,700	10,700	10,700	10,700	10,700
und		73,194	140,113	232,170	283,550	283,550	304,950	337,050	337,050	337,050	337,050
Precio Venta (USD / und)		24	25	30	35	35	37	40	40	40	40
Costo de Adquisición (USD / und)		16	17	22	27	27	29	32	32	32	32
Margen en la compra (USD / und)		8.5	8.5	8.5	8.5	8.5	8.5	8.5	8.5	8.5	8.5
IVA Venta (12%)		78,336	150,000	231,120	269,640	269,640	285,048	308,160	308,160	308,160	308,160
IVA Compra (12%)		50,592	99,000	165,636	204,156	204,156	219,564	242,676	242,676	242,676	242,676
Var. Anual (%)			83.8	28.4	-	-	-	-	-	-	-

	Compra	Costo	USD	Costo Vta.	Venta	Saldo
Año 1	28,333	15.5	439,167	15.5	27,200	1,133
Año 2	50,950	16.5	840,675	16.5	50,000	2,083
Año 3	64,792	21.5	1,393,021	21.3	64,200	2,675
Año 4	64,200	26.5	1,701,300	26.3	64,200	2,675
Año 5	64,200	26.5	1,701,300	26.5	64,200	2,675
Año 6	64,200	28.5	1,829,700	28.4	64,200	2,675
Año 7	64,200	31.5	2,022,300	31.4	64,200	2,675
Año 8	64,200	31.5	2,022,300	31.5	64,200	2,675
Año 9	64,200	31.5	2,022,300	31.5	64,200	2,675
Año 10	64,200	31.5	2,022,300	31.5	64,200	2,675