



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO
EXTERIOR**

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:**

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
AGENCIA DE INSUMOS TEXTILES DE LA EMPRESA “YING
YANG IMPORT” EN EL CANTÓN PALLATANGA DE LA
PROVINCIA DE CHIMBORAZO.”**

AUTOR:

FRANK MISAEL REYES TAPIA

RIOBAMBA- ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE INSUMOS TEXTILES DE LA EMPRESA “YING YANG IMPORT” EN EL CANTÓN PALLATANGA DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**” previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por el Sr. Misael Reyes Tapia, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Msc. Danilo Remigio Vallejo Altamirano

Ing. Diego Vallejo

DIRECTOR DE TESIS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, FRANK MISAEL REYES TAPIA, estudiante de la Escuela de Ingeniería Financiera Y Comercio Exterior, carrera de Ingeniería en Comercio Exterior de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

FRANK MISAEL REYES TAPIA

DEDICATORIA

La presente tesis va dedicada a mi familia por su incondicional apoyo para poder ejecutar mis objetivos personales y sobretodo académicos. A mi padre, por apoyarme no sólo económicamente, sino su compañía y su inmenso amor. A mi madre, por ser la mejor persona y haber hecho de mí, un hombre responsable a través de sus consejos, enseñanzas, y su compañía incondicional.

Va por todos ustedes, por lo que valen, por su inmensa fortaleza y por todo lo que me han enseñado, que me ha servido de mucho para ser la persona que soy, y que seguramente llegaré a ser gracias a ustedes.

FRANK

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento muy especial e infinito a todas las personas que con su cariño, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida hicieron posible la realización de mi trabajo de titulación. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar donde se encuentren, quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones, pero en especial:

A mis padres, quienes han sido mi mayor inspiración y mi apoyo incondicional en todas las decisiones que he tomado.

FRANK

RESUMEN

El proceso de constitución y puesta en marcha de una empresa es una tarea difícil, no por su complejidad, sino por la laboriosidad de la tramitación para formalizar dicha constitución. A la hora de decidir crear una empresa, hay que tener en cuenta, entre otros, los siguientes factores: la definición de la actividad a desarrollar, la planificación global y a largo plazo, la valoración de riesgos, la capacidad financiera, la viabilidad del negocio, el estudio de mercado... Todos estos aspectos conviene recogerlos en lo que se denomina Plan de Empresa. Para nuestro caso, una agencia de insumos de textiles; encontramos que los aspectos a considerar deben estar enfocados en las necesidades que deseamos cubrir; por la connatacion que la Empresa Ying Yang tiene, la expansión de mercado a desarrollar debe ser acorde a la calidad de servicio que se ha venido brindado; la finaliadd que se busca es que la empresa facilite y disminuya canales de distribución para con los clientes de Pallatanga, con liderazgo creativo e innovador. En la ejecución del proyecto hemos analizado competencia, servicio y precio de estos sectores para identificar potenciales necesidades, requerimientos y nichos de mercado rentables que permitan a la empresa posicionarse y diferenciarse ante su competencia, por medio de ofertas al mercado meta. Con el fin de alcanzar los objetivos fijados por la empresa, se establecierion caminos viables que acompañados del análisis del mercado generan una propuesta solida al momento de ser ejecutada.

Msc. Danilo Remigio Vallejo Altamirano

DIRECTOR DE TESIS

ABSTRACT

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	¡Error! Marcador no definido.
Certificación del tribunal	ii
Certificado de responsabilidad	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen	vi
Abstract.....	vi
Índice de tablas	xii
Índice de ilustraciones	xiii
Índice de gráficos	xiv
Introducción	xiv
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	1
1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	1
1.1.1. Formulación del problema de investigación	1
1.1.2. Delimitación del problema	2
1.2. OBJETIVOS	2
1.2.1. Objetivo general	2
1.2.2. Objetivos específicos.....	2
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	2
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	4
2.1. ESQUEMA MARCO TEORICO	4
2.2. TEORÍAS ADMINISTRATIVAS.....	5
2.2.1. Ventaja absoluta.....	6
2.2.2. Ventaja comparativa	6
2.2.3. Factores Competitivos.....	7
2.2.3.1. Calidad.....	8
2.2.3.2. Productividad.....	8
2.2.3.3. Calidad del servicio	9
2.2.3.4. Imagen	9
2.2.4. Aranceles.....	9
2.2.5. Normas ISO 9001:2008	9

2.2.6.	Normas ISO 14001:2004	10
2.3.	PROYECTOS	12
2.3.1.	Pre-inversión.....	12
2.3.2.	Inversión.....	12
2.3.3.	Estudio de Mercado	13
2.3.3.1.	Elementos del estudio de mercado	14
2.3.4.	Estudio técnico	15
2.3.4.1.	Ubicación	15
2.3.5.	Estudio económico financiero.....	15
2.3.5.1.	Valor Actual Neto.....	16
2.3.5.2.	Tasa Interna de Retorno	17
2.3.5.3.	Período de Recuperación de la Inversión	17
2.3.5.4.	Relación Beneficio / Costo (B/C).....	18
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO		19
3.1.	HIPÓTESIS.....	19
3.1.1.	Hipótesis general.....	19
3.2.	VARIABLES DE ESTUDIO.....	19
3.2.1	Variable independiente X	19
3.2.2	Variable dependiente Y.....	19
3.3.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	19
3.4.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	20
3.5.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	21
3.5.1.	Métodos.....	21
3.5.2.	Instrumentos	21
3.5.3.	Técnicas.....	22
3.6.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	22
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		23
4.1.	PROPUESTA.....	23
4.2.	ANTECEDENTES DE LA EMPRESA “YING YANG IMPORT”	23
4.2.1.	Reseña histórica	23
4.2.2.	Principales productos	24
4.2.3.	Misión.....	26
4.2.4.	Visión	26

4.2.5.	Valores institucionales	27
4.3.	ESTUDIO DE MERCADO	27
4.3.1.	Planteamiento del problema	27
4.3.2.	Objetivos del estudio de mercado	28
4.3.3.	Plan de muestreo	28
4.3.4.	Descripción del método de tabulación	30
4.3.5.	Resultados de la investigación	30
4.3.6.	Análisis de la demanda.....	42
4.3.6.1.	Características del sector textil ecuatoriano	42
4.3.6.2.	Costos y precios	43
4.3.6.3.	Regulaciones a la importación de materiales y/o productos textiles.....	44
4.3.6.4.	Comercialización de materiales textiles.....	46
4.3.6.5.	Canal de distribución.....	46
4.3.6.6.	Cuantificación de la demanda	46
4.3.7.	Análisis de la oferta	49
4.3.7.1.	Ubicación geográfica del sector en el Ecuador.....	49
4.3.7.2.	Organizaciones gremiales del sector textil	50
4.3.7.3.	Producción nacional	51
4.3.7.4.	La competencia	51
4.3.7.5.	Cuantificación de la oferta.....	52
4.3.7.6.	Proyección de la oferta.....	53
4.3.8.	Demanda insatisfecha.....	55
4.3.8.1.	Oferta del proyecto	56
4.4.	ESTUDIO TÉCNICO	59
4.4.1.	Tamaño del proyecto	59
4.4.2.	Localización del proyecto	61
4.4.2.1.	Macro localización.....	61
4.4.2.2.	Micro localización	62
4.4.3.	Ingeniería del proyecto.....	65
4.4.3.1.	Instalaciones	65
4.4.3.2.	Plan estratégico empresarial	65
4.4.3.3.	Análisis FODA	66
4.4.3.4.	Estrategias	68

4.4.3.5.	Organigrama estructural.....	69
4.4.3.6.	Flujo gramas	70
4.4.3.7.	Base legal	74
4.5.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	76
4.5.1.	Estudio económico.....	76
4.5.1.1.	Pre inversión	76
4.5.1.2.	Amortizaciones.....	77
4.5.1.3.	Inversión.....	78
4.5.1.4.	Depreciaciones	81
4.5.1.5.	Capital de trabajo	83
4.5.1.6.	Financiamiento	85
4.5.1.7.	Insumos	86
4.5.1.8.	Suministros y materiales de oficina.....	86
4.5.1.9.	Costos	88
4.5.1.10.	Gastos	90
4.5.1.10.1.	Gastos administrativos	90
4.5.1.10.2.	Gastos de ventas	91
4.5.1.10.3.	Gastos financieros	92
4.5.1.11.	Ingresos	95
4.5.2.	Evaluación financiera	96
4.5.2.1.	Balance general	97
4.5.2.2.	Estado de resultados	99
4.5.2.3.	Flujo neto de caja	102
4.5.2.4.	Valor actual neto	104
4.5.2.5.	Tasa interna de retorno.....	106
4.5.2.6.	Período de recuperación de la inversión	107
4.5.2.7.	Relación beneficio / costo.....	108
4.5.2.8.	Índices financieros	109
4.5.2.8.1.	Rendimiento sobre la inversión.....	109
4.5.2.8.2.	Razón de endeudamiento	110
4.5.2.8.3.	Rentabilidad sobre las ventas	110
4.5.2.8.4.	Capacidad de pago	111
4.5.2.8.5.	Punto de equilibrio.....	112

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	114
CONCLUSIONES	114
RECOMENDACIONES.....	115
BIBLIOGRAFÍA	116
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

No.	Título	Página
Tabla 1:	Tipo de textil.....	31
Tabla 2:	Uso de productos textiles.....	32
Tabla 3:	Empresas.....	33
Tabla 4:	Frecuencia de compra.....	34
Tabla 5:	Problemas	35
Tabla 6:	País / ciudad de procedencia.....	36
Tabla 7:	Satisfacción del servicio	37
Tabla 8:	Perspectiva productos chinos.....	38
Tabla 9:	Textiles hechos en Pallatanga.....	39
Tabla 10:	Agencia textil en Pallatanga	41
Tabla 11:	Partidas arancelarias de los materiales textiles.....	43
Tabla 12:	Demanda nacional de productos textiles	46
Tabla 13:	Importación de textiles	47
Tabla 14:	Proyección de las importaciones nacionales textiles	48
Tabla 15:	Demanda de textiles Chimborazo.....	48
Tabla 16:	Oferta nacional de productos y materias textiles.....	53
Tabla 17:	Datos históricos oferta textil nacional	54
Tabla 18:	Proyección de la oferta textil nacional	55
Tabla 19:	Proyección de la oferta textil Chimborazo	55
Tabla 20:	Demanda insatisfecha Chimborazo	56
Tabla 21:	Oferta del proyecto “Ying Yang Import” Pallatanga	56
Tabla 22:	Gastos de pre inversión.....	77
Tabla 23:	Amortización gastos pre inversión	78

Tabla 24:	Inversión en activos fijos.....	79
Tabla 25:	Depreciaciones.....	81
Tabla 26:	Depreciación de activos fijos.....	82
Tabla 27:	Capital de trabajo.....	84
Tabla 28:	Inversión total.....	84
Tabla 29:	Fuentes de financiamiento.....	85
Tabla 30:	Insumos.....	86
Tabla 31:	Suministros y materiales.....	87
Tabla 32:	Costos de producción.....	89
Tabla 33:	Sueldos y salarios administración.....	90
Tabla 34:	Gastos administrativos.....	91
Tabla 35:	Sueldos y salarios de ventas.....	91
Tabla 36:	Gastos de ventas.....	92
Tabla 37:	Amortización.....	93
Tabla 38:	Gasto financiero.....	95
Tabla 39:	Ingresos mensuales.....	96
Tabla 40:	Proyección de los ingresos.....	96
Tabla 41:	Estado de situación inicial.....	97
Tabla 42:	Estado de situación inicial proyectado.....	98
Tabla 43:	Estado de resultados.....	100
Tabla 44:	Estados de resultados proyectado.....	101
Tabla 45:	Flujo neto de caja.....	103
Tabla 46:	Valor actual neto positivo (12%).....	104
Tabla 47:	Valor actual neto negativo (55%).....	105
Tabla 48:	Período de recuperación de la inversión.....	107
Tabla 49:	Relación beneficio / costo.....	109

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

No.	Título	Página
Ilustración 1:	Teorías administrativas.....	4
Ilustración 2:	Proyectos.....	5
Ilustración 3:	Factores estratégicos.....	7

Ilustración 4:	Sello certificación ISO 9001:2008	10
Ilustración 5:	Sello certificación ISO 14001:2004	11
Ilustración 6:	Mapa político provincia de Chimborazo	62
Ilustración 7:	Oficinas Ying Yang Import Agencia Pallatanga	63
Ilustración 9:	Simbología de flujo grama	71
Ilustración 10:	Flujo grama de aprovisionamiento	71
Ilustración 11:	Flujo grama de producción	72
Ilustración 12:	Flujo de distribución y ventas.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Título	Página
Gráfico 1:	Tipo de textil.....	31
Gráfico 2:	Uso de productos textiles.....	32
Gráfico 3:	Empresas.....	33
Gráfico 4:	Frecuencias de compras.....	35
Gráfico 5:	Problemas	36
Gráfico 6:	Procedencia de los textiles.....	37
Gráfico 7:	Satisfacción del servicio	38
Gráfico 8:	Perspectiva productos chinos	39
Gráfico 9:	Textiles hechos en Pallatanga.....	40
Gráfico 10:	Agencia textil en Pallatanga	41

INTRODUCCIÓN

El inicio del sector textil en Ecuador se desarrolla en la época de la colonia, desde entonces ha estado muy arraigado en la economía ecuatoriana, sin embargo su influencia en la misma ha ido perdiendo peso en las últimas dos décadas principalmente por la complejidad a la hora de introducir nuevas tecnologías que optimicen el costo del producto, como por la introducción de los nuevos operadores en el mercado mundial del textil, principalmente los países asiáticos. En la actualidad el sector textil ecuatoriano atraviesa un proceso de transformación hacia una mayor industrialización y una reducción de los costos que permita a las empresas del país poder competir con sus socios más cercanos, Perú y Colombia, y en menor medida con Brasil.

El principal problema con el que se encuentra la industria textil ecuatoriana, es la escasa existencia de personal cualificado, así como las nuevas medidas que está introduciendo el actual gobierno durante estos dos últimos años para proteger la balanza de pagos, que han conllevado a un aumento de los costos de los productos importados, tanto de las materias primas como de las prendas o productos terminados.

Por ello la presente investigación se realizó con la finalidad de determinar la factibilidad de establecer una agencia de la empresa YING YANG IMPORT, que es una compañía subordinada del grupo de élite de Ningbo Dunhuang Import and Export Company Limited, originaria de la República Popular China, y radicada en nuestro país desde el año de 1999 en la ciudad de Guayaquil, ya que esta empresa es una importadora y comercializadora directa de materiales y productos textiles tales como: mantas, fibra, tela sintética, hebilla, gancho y lazo, botones, hilos, cintas de coser, encajes, etc., que van dirigidos tanto a personas como industrias afines.

Por lo tanto la empresa Ying Yang Import se ha visto en la necesidad de aperturar agencias en diferentes puntos del país, para poder ofrecer sus productos a más usuarios que requieran de este tipo de producto, y de esta manera ampliar su cartera de clientes. Es así que se ha optado por realizar un estudio que demuestre la factibilidad para que esta empresa apertura una agencia en el cantón Pallatanga, que es un punto de distribución tanto a la región sierra como costa del Ecuador. Lo cual le permitirá llegar a un mayor mercado y poder seguir compitiendo en el Ecuador.

En el desarrollo del presente proyecto analizamos en el primer problema los antecedentes que se han presentado al surgir esta problemática; los mismos que deseamos establecerlos como una problemática a resolver, en cuanto a la importancia que la Empresa Ying Yang genera dentro desarrollo socio económico; los objetivos que nos hemos propuesta se enmarcan en un estudio de mercado que determinara el nivel de incidencia.

La investigación se sustentara en base a aspectos teoricos como los factores competitivos entre otras teorías administrativas; trataremos también sobre productividad y calidad de servicio, dado que por la naturaleza de nuestra investigación son factores preponderantes a investigar; esta información se cotenjara con el contenido referente a estudio de mercado e inversión; y así obtendremos valores teoricos determinantes al momenro de la validación de nuestra hipótesis; que será el eje fundamental para obtener las conclusiones y resultados de nuestro proyecto.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Según el criterio del Gerente General Meng Zhao lai: La Empresa “YING YANG IMPORT” es una de las industrias más importantes en cuanto a la importación de productos textiles tales como: ropa, cierres, hilos, cintas, algodón, etc., se encuentra ubicada en la región Costa del país, domiciliada en la ciudad de Guayaquil, en los últimos años, esta empresa ha evolucionado favorablemente en cuanto a imagen corporativa, expansión de la fábrica, incremento de su producción; pues, la industria textil está teniendo una gran acogida en el país. Entre sus planes tiene la implementación de una nueva sucursal para la comercialización de sus productos en el cantón Pallatanga, sin embargo, para poder establecer esta sucursal necesita de un proyecto que determine la factibilidad de establecer o no una sucursal en este cantón.

En este enfoque hablamos de expansión de mercado; ya que generaríamos nuevos ingresos para la Empresa en estudio; para tener una pata definiremos lo que es el mercado.

Conforme el punto de vista de Ferrè M: “El marketing y el **mercado** está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta” (p, 72).

Todos los integrantes del mercado deberían reunir tres características: deseo, renta y posibilidad de acceder al producto.

Desde la óptica de Rodríguez I: “La administración de la comercialización de mercado está muy imbricado al de demanda y del consumidor, para un correcto entendimiento se deben estudiar los tres términos en conjunto. El marketing pretende aumentar tanto la cuota de mercado como el tamaño del mercado de un determinado producto, entre otros objetivo” (p, 157).

1.1.1. Formulación del problema de investigación

¿De qué manera el proyecto de factibilidad para la creación de una agencia de insumos textiles de la empresa “Ying Yang Import” incide en el desarrollo económico de la población del cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo?

1.1.2. Delimitación del problema

El presente trabajo de investigación se lo realizará en la provincia de Chimborazo, cantón Pallatanga en el periodo 2014. Con la finalidad de conocer la factibilidad para establecer una agencia de insumos textiles de la empresa “YING YANG IMPORT”, en este cantón.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Determinar la incidencia de la creación de la agencia de insumos textiles “YING YANG IMPORT” en el desarrollo socioeconómico del cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo.

1.2.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado en el que intervienen la oferta y demanda en el para conocer las necesidades insatisfechas dentro del ámbito textil.En el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo
- Elaborar un estudio técnico para determinar el tamaño óptimo de la agencia textil dentro del cantón Pallatanga.
- Llevar a cabo un estudio económico financiero a fin de saber si se obtendrá una rentabilidad que vaya ligada con la competitividad y el interés de la empresa.

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Una agencia para la venta de insumos textiles dentro del cantón Pallatanga, permite a la empresa “YING YANG IMPORT” contar con una cartera de clientes reales mucho más extensa y diversa, apertrear de una mayor cantidad de mercadería y diversificar la variedad de productos ofertantes dentro del mercado meta en mención.

De igual forma se crean fuentes de empleo tanto directas como indirectas, para personal capacitado en la rama textil, así como para aquellas personas que prestan sus servicios al instante de transportar la mercancía, cargarla, descargarla, etc. Esto a su vez otorga un adecuado manejo y funcionamiento; y por ende una mayor obtención de rentabilidad para la empresa y una mejor remuneración para los empleados.

Es por ello que para generar mayores ingresos económicos para la empresa “YING YANG IMPORT” se propone este proyecto de factibilidad para la creación de dicha agencia, la misma que al ser positiva trae consigo además de réditos económicos el aumento de la reputación y popularidad de la organización, cumpliendo de esta manera los objetivos y metas planteados por la empresa beneficiando su crecimiento y desarrollo dentro de la industria ecuatoriana.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ESQUEMA MARCO TEÓRICO

Para la elaboración del marco teórico mebasaré en el siguiente esquema el cual contempla todos los temas necesarios para poder sustentar las necesidades de la empresa al establecer una nueva sucursal.



Teorías Administrativas

Elaborado por: Misael Reyes

Para el desarrollo del proyecto se ha decidido diseñar un esquema que contenga los temas relacionados a la factibilidad de proyectos y todo lo relacionado a ello.

Ilustración No. 2

Proyectos

Elaborado por: Misael Reyes

2.2. TEORÍAS ADMINISTRATIVAS

2.2.1. Ventaja absoluta

Según Brander J: La teoría de la ventaja absoluta, la misma que fue anunciada por Adam Smith en su obra “La Riqueza de las Naciones”, cada país se especializa en producir aquellas mercancías para las que tenga ventaja absoluta, y además tiene la habilidad para producir un bien usando menor insumo que otro productor, es decir que la ventaja absoluta está presente cuando algo o alguien es el mejor desarrollando dicha actividad a un costo menor.

De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional. Esta teoría, mediante la cual Adam Smith trató de generalizar el principio de la división del trabajo al marco internacional, tiene, sin embargo, algunos puntos débiles.

El valor de una mercancía dentro del país viene determinado por la mano de obra necesaria para su producción. Si el producto de una determinada actividad productiva pudiera venderse a un precio superior al valor del trabajo que contiene, la mano de obra ocupada en otras actividades productivas las abandonaría y se emplearía en esta otra actividad más remuneradora; la oferta en esta industria aumentaría hasta que descendiera al nivel del valor trabajo contenido en el producto.

Si el precio de una mercancía fuera inferior al valor del trabajo que contiene, la mano de obra abandonaría esta industria y su oferta en el mercado descendería, con el

consiguiente aumento del precio del producto hasta que dicha diferencia desaparezca. Si bien la teoría del valor trabajo resulta ser un instrumento valioso para explicar el comercio en el interior de un país, no lo es tanto cuando se utiliza para explicar el comercio entre las naciones, por la carencia o menor grado de movilidad de los factores productivos a nivel internacional.

Pues si un país tiene ventaja absoluta en la producción de varios bienes, este país los produciría todos y el otro ninguno. (p. 211).

2.2.2. Ventaja comparativa

Conforme la visión de Shettino M: Esta teoría fue desarrollada por David Ricardo a principios del siglo XIX, en el cual trato de resolver las debilidades que poseía la teoría de la “Ventaja Absoluta” y su postulado básico es que, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le convendrá especializarse en aquellas mercancías para las que su ventaja sea comparativamente mayor o su desventaja comparativamente menor, así “los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto del mundo, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto producen con unos costos comparativamente. (p, 271).

2.2.3. Factores Competitivos

“La competitividad depende especialmente de la calidad del producto y del nivel de precios. Estos dos factores en principio estarán relacionados con la productividad, la innovación y la inflación diferencial entre países”. (De Castro, M, 2008, p 43).

Ilustración No. 3 Factores Estratégicos

Elaborado por: Misael Reyes

Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la innovación del producto, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor.

2.2.3.1. Calidad

Con lo manifestado por Muñoz A: La calidad de producto es la capacidad de producir satisfactores (bienes y/o servicios) que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios.

Por otro lado, también significa realizar correctamente cada paso del proceso de producción para satisfacer a los clientes internos de la organización y evitar productos defectuosos o un mal servicio. Su importancia se basa en que la satisfacción del cliente aumenta su fidelidad al producto o al servicio del que depende el usuario. (p, 107).

2.2.3.2. Productividad

El contenido expuesto por Deming E, nos presenta que: La capacidad de producir mayor cantidad de producto de una cierta calidad (sean bienes o servicios) con menos recursos.

La productividad depende en alto grado de la tecnología usada y del capital humano adecuadamente capacitado, así en países industrializados los empleados pueden producir en promedio mucha mayor cantidad de bienes gracias a la existencia de maquinaria que mecaniza o automatiza parte de los procesos.

En cuanto a los servicios, especialmente los que requieren atención personal directa, la productividad frecuentemente es mucho más difícil de mejorar, por lo cual depende del servicio al cliente. (p, 65).

2.2.3.3. Calidad del servicio

“La calidad del servicio está relacionada con la capacidad de satisfacer a clientes, usuarios o ciudadanos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, etc., logrando altos grados de satisfacción en sus relaciones con la organización o institución proveedora del servicio”. (Denton. K. 1997. p 311).

2.2.3.4. Imagen

“Es la capacidad de la organización de promover en la mente de muchas personas la idea de que es la mejor alternativa para la obtención de los bienes o servicios que dejarán satisfechas sus necesidades y sus expectativas. Posicionar la marca en la cabeza y

2.2.4. Aranceles

De acuerdo al análisis de González R: El impuesto aplicado a los bienes importados de una nación, es uno de los impuestos más sencillos de recaudar, y el costo de recaudación es bajo.

Cuando se establece un arancel, los importadores pueden adquirir la cantidad que deseen de bienes extranjeros, siempre y cuando paguen el arancel establecido. Pero cuando se establece un contingente a la importación, el gobierno limita la cantidad de importaciones que pueden realizarse (p. 49).

2.2.5. Normas ISO 9001:2008

Tomando en cuenta lo citado por Cervera J: La Norma ISO 9001:2008 elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), especifica los requisitos para un Sistema de gestión de la calidad (SGC) que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, sin importar si el producto o servicio lo brinda una

organización pública o empresa privada, cualquiera sea su tamaño, para su certificación o con fines contractuales.

ISO 9001: Contiene la especificación del modelo de gestión. Contiene "los requisitos" del Modelo.

ISO 9004: Contiene a la vieja ISO 9001, y además amplía cada uno de los puntos con más explicaciones y casos, e invita a los implantadores a ir más allá de los requisitos con nuevas ideas, esta apunta a eficiencia del sistema.



Ilustración No. 4

Sello certificación ISO 9001:2008

Fuente: Secretaría Central de ISO

La norma está estructurada en cuatro grandes bloques, completamente lógicos, y esto significa que con el modelo de sistema de gestión de calidad basado en ISO se puede desarrollar en su seno cualquier actividad, sin importar si el producto o servicio lo brinda una organización pública o privada, cualquiera sea su tamaño. (p. 49).

2.2.6. Normas ISO 14001:2004

En el mismo rubro, Cervera J manifiesta que: La norma ISO 14001:2004 es la Norma internacional para los Sistemas de Gestión del Medio Ambiente. Es el SGM más utilizado en el mundo, con más de 11.000 organizaciones certificadas en el Reino Unido y más de 223.000 en 159 países.



Ilustración No. 5

Sello certificación ISO 14001:2004

Fuente: Secretaría Central de ISO

ISO 14001:2004 es la norma que especifica los requisitos para la formulación y el mantenimiento de un SGM. Hay tres compromisos fundamentales que se requieren en una política medioambiental:

- Prevención de la contaminación.
- Cumplimiento de la legislación.
- Mejora continua del SGM.

Estos compromisos ayudarán a impulsar las mejoras en el desempeño ambiental.

La ISO 14001:2004 puede ser usada como una herramienta, ya que se centra en el control de los aspectos ambientales y maneras en que las actividades, productos y servicios de la organización, interactúan con el medio ambiente. Por ejemplo, las emisiones al aire, tierra o agua. Las organizaciones deben describir sus intenciones (plan de acción), cumplir con los procedimientos y registrar sus esfuerzos para demostrar dicho cumplimiento y mejora. Se establecerán objetivos, definirán metas e implementará un programa para mejorar su desempeño ambiental que, a menudo, conduce a beneficios económicos.

Las organizaciones deben identificar los requisitos legales y reglamentarios aplicables. Es fundamental determinar cómo afecta la legislación, puesto que las organizaciones adoptarán una serie de medidas para su cumplimiento, que garanticen la evaluación

periódica de estos requisitos. Para que su aplicación sea efectiva, estos requisitos deben ser bien entendidos por los empleados. (p. 137).

2.3. PROYECTOS

2.3.1. Pre-inversión

Según Fernandez S: Es la inversión inicial y que comprende la adquisición de todos los activos diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa. Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento; y que incluyen los siguientes gastos:

- De organización (estudios administrativos, constitución, patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, etc.)
- De investigación (estudio de mercado, estudio técnico, asistencia técnica o transferencia de tecnología, evaluación y fiscalización de obras, etc.)
- De instalación (instalaciones de maquinaria y equipo, bienes muebles, etc.)
- De ejecución del proyecto (costos de producción y gastos pre operativos, etc.), de seguros (de planta, edificaciones, mercadería, materia prima, personal, vehículos, etc.) entre otros (Fernandez S, 2004, p. 139).

2.3.2. Inversión

Tomando en consideración las palabras de Florez J: La inversión comprende todos los bienes muebles e inmuebles requeridos para poner en funcionamiento la empresa y pertenecen al Activo Fijo o Tangible. Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros.

Se les llama fijo porque la empresa puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

En el caso del costo del terreno, éste debe incluir el precio de compra del lote, las comisiones a agentes, honorarios y gastos notariales; y aun, el costo de demolición de estructuras existentes que no se necesiten para los fines que se pretenda dar al terreno.

En el caso de equipo y maquinaria, debe verificarse si éste incluye fletes, instalación y puesta en marcha.

Las estimaciones de las Inversiones Fijas se las hicieron como culminación del estudio de ingeniería del proyecto en el que se definió la capacidad, proceso, especificaciones y equipos a ser usados en el proyecto.

Todos los datos relacionados a ingresos, costos y gastos son supuestos, como datos referenciales para elaborar los presupuestos. (p. 108).

2.3.3. Estudio de Mercado

Lo expuesto por Fernandez A, nos dice que: El estudio de mercado tiene por objetivo determinar la cantidad de bienes y servicios, provenientes de una nueva unidad de producción que en cierta área geográfica y sobre determinadas condiciones de venta, que la comunidad está dispuesta a adquirir.

- Cuando se trata de proyectos privados (generadores de ingresos), el objeto del estudio de Mercado es determinar la cantidad de bienes y/o servicios que la comunidad estaría dispuesta a adquirir para Satisfacer sus necesidades.
- Pero si se trata de proyectos sociales, su estudio se orienta hacia la estimación de necesidades colectivas, tengan o no respaldo de un poder adquisitivo.

El estudio de mercado tiene así que responder a tres preguntas básicas:

- ¿Qué comprará la comunidad?
- ¿Cuánto comprará?
- ¿A qué precios comprará el producto?

El estudio de mercado contempla dos aspectos que se encuentran vinculados entre sí: por un lado, el aspecto cuantitativo y que se refiere al dimensionamiento de la demanda actual y a sus proyecciones futuras y por otro lado, el enfoque cualitativo, que considera las diferentes variables que influyen o determinan la demanda, comprende además, lo

referente a comercialización, la cual se refiere al movimiento entre productores y usuarios. (p. 203).

2.3.3.1. Elementos del estudio de mercado

En el manifiesto de Ferrè M: El estudio de mercado se inicia con la identificación del bien que se va a producir, sea éste de consumo final, intermedio o de capital.

Este paso tiene mucha importancia para enfocar correctamente el mercado hacia el cual se va a dirigir.

Dependiendo del bien identificado, el estudio puede ser orientado en tres direcciones:

- Bienes de consumo final
La demanda está determinada por el crecimiento poblacional, cambios en los precios, innovaciones técnicas y el poder de compra de los consumidores y sus variaciones.
- Bienes intermedios
Cuando se realiza el análisis de la demanda de bienes intermedios es necesario hacer mayores investigaciones que en el caso de cualquier otro tipo de bienes; esto se debe a que esta demanda depende y está estrechamente vinculada con la demanda final de los bienes en los cuales interviene como insumo.
- Bienes de capital
La demanda de este tipo de bienes puede considerársela también como derivada ya que depende de los cambios que se susciten en la estructura de los sectores económicos que los utilizan, y está compuesta por la suma de la demanda proveniente por nuevas instalaciones más la demanda generada por reposición.

Cualquiera sea el tipo de bien, lo que se busca en un estudio de mercado es la identificación de la demanda total, o sea el volumen total del producto objeto de estudio, que el mercado estaría dispuesto a absorber a un precio determinado. Este análisis permite establecer el balance entre la demanda y la oferta actuales determinando de esta manera, la brecha existente (demanda insatisfecha), la cual sería la primera condición para determinar el dimensionamiento de la nueva planta. (p. 16).

2.3.4. Estudio técnico

Dentro de los conceptos manejados por Erosa V, tenemos que: El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

El estudio técnico debe responder a unos interrogantes:

- ¿El cómo?
- ¿El cuándo?
- ¿El dónde?
- Y con qué se va a elaborar el producto o a prestar el servicio. (p. 98)

2.3.4.1. Ubicación

Conforme lo manifestado por Gerling H: Es muy importante ya que de ella depende la rentabilidad de la empresa. Para elegir la ubicación de la futura empresa se deben tener en cuenta los siguientes factores:

Ubicación geográfica de la empresa, comunicaciones, vías de acceso, telecomunicaciones, facilidad de transporte, clima, niveles de contaminación, o desechos, facilidades de servicios públicos, posición relativa en cuanto a los clientes, insumos: debe ubicarse lo más cerca posible del aprovisionamiento de los insumos, fácil acceso a la materia prima, mano de obra y facilidades de servicios públicos, área requerida, tipo de construcción del local, factor económico, costo del terreno o arriendos. (p. 162).

2.3.5. Estudio económico financiero

Lo expuesto por Guzman F, nos indica que: El estudio económico financiero de un proyecto, comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio.

En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

La evaluación del proyecto se realiza sobre la base de la estimación del flujo de caja de los costos e ingresos generados por el proyecto durante su vida útil. Al proyectarlo, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

El flujo de caja típico de cualquier proyecto se compone de cinco elementos básicos: egresos e ingresos iniciales, ingresos y egresos de operación, vida útil del proyecto, tasa de descuento e ingresos y egresos terminales.

El resultado de la evaluación se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. Los criterios que se aplican con mayor frecuencia son: el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), el período de recuperación de la inversión (PRI) y la relación Beneficio/Costo (B/C). (p 181).

2.3.5.1. Valor Actual Neto

Citando lo expresado por Leiva J: Una inversión es realizable cuando el $VAN > 0$, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial. Por su parte, siguiendo este criterio, de entre diferentes inversiones alternativas son preferibles aquellas cuyo VAN sea más elevado, porque serán los proyectos que mayor riqueza proporcionen a los inversionistas, y que mayor valor aportan a la empresa.

Para ver por qué, supongamos que un proyecto tiene un VAN igual a cero, ello querrá decir que el proyecto genera los suficientes flujos de caja como para pagar: los intereses de la financiación empleada, los rendimientos esperados de la financiación propia y devolver el desembolso inicial de la inversión. (p. 73).

2.3.5.2. Tasa Interna de Retorno

Una parte de los conceptos presentados por De Cruz E, toma referencia a que: La tasa interna de retorno es la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero. La TIR es, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión.

Esta es la alternativa más utilizada después del VAN. Como se verá la tasa interna de retorno tiene una relación íntima con el VAN. Esta técnica trata de expresar una sola tasa de rendimiento que resuma las bondades de la inversión. La palabra "interna" significa que dicha tasa será inherente a un solo proyecto, debido a que depende únicamente, al igual que el VAN, de los parámetros propios del proyecto.

La TIR, sin dejar de reconocer su efectividad en la mayoría de los casos, presenta a menudo graves problemas que, si no se reconocen a tiempo, podrían inducir a una decisión errada, sobre todo para la decisión que se deriva de proyectos mutuamente excluyentes. (p. 105).

2.3.5.3 Taza minima atractiva de retorno

Según lo analizado por Alvarez F: la taza minima atractiva de retorno (TMAR), representa el coste de oportunidad en el que incurre el inversionista por canalizar el dinero en un proyecto determinado, en otras palabras la TMAR es la minima rentabilidad que el inersor esta dispuesto a obtener o ganar, para estimar este calculo se pueden utilizar modelos tales como: el CAPM (capital asset pricing model), modelo valido para un proyecto sin deuda. (p, 46).

2.3.5.4 Período de Recuperación de la Inversión

“El período de recuperación consiste en determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa o con el horizonte temporal de vida útil del proyecto”.(Gitman, M, 2004, p 28).

2.3.5.3. Relación Beneficio / Costo (B/C)

Según Perdomo A: Representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Igual que el VAN y la TIR, el análisis de beneficio/costo se reduce a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del VAN en el resultado, que es expresado en forma relativa.

La decisión a tomar consiste en:

- $B/C > 1$ aceptar el proyecto.
- $B/C < 1$ rechazar el proyecto. (p. 202).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. HIPÓTESIS

3.1.1. Hipótesis general

Con la creación de una agencia de insumos textiles de la empresa “YING YANG IMPORT” se mejorará el desarrollo económico en el cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo.

3.2. VARIABLES DE ESTUDIO

3.2.1 Variable independiente X

Desarrollo económico en el cantón Pallatanga.

3.2.2 Variable dependiente Y

Mejorar el estilo de vida de la población en mención.

3.3. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación será de carácter mixto, es decir se trabajará con enfoques cuantitativos, debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números y se deben analizar a través de métodos estadísticos, y con enfoques cualitativos ya que evalúa el desarrollo natural de los procesos.

Es decir no hay manipulación ni estimulación con respecto a la realidad, además que se utilizará técnicas para recolectar datos como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, evaluación de experiencias personales, interacción e introspección con grupos.

Enfoque Cuantitativo.- La información que se requiere para el estudio está íntimamente ligada con datos numéricos, como son los datos históricos sobre la exportaciones del Ecuador ya sean en productos tradicionales o no tradicionales, y como han evolucionado a lo largo del tiempo.

Enfoque Cualitativo.- Para el análisis de la información, y la interpretación de resultados habrá que describir los resultados esperados por la empresa y como estos afectaran al desarrollo del proyecto.

3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACION DESCRIPTIVA

Dentro de este escudriñamiento vamos a recurrir a la investigación descriptiva, ya que nuestro propósito es describir situaciones y eventos. Además el estudio descriptivo nos ayudara a especificar y señalar si es factible y pertinente la creación de la agencia textil, por medio del análisis proveniente del estudio de mercado aplicado a las personas del sector mencionado, de esta manera podremos medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes que son aspectos propios a investigar.

Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga.

El proceso de la descripción no es exclusivamente la obtención y la acumulación de datos y su tabulación correspondiente, sino que se relaciona con condiciones y conexiones existentes, prácticas que tienen validez, opiniones de las personas, puntos de vista, actitudes que se mantienen y procesos en marcha. Con este estudio descriptivo nos centramos en medir los explicativos en descubrir y a quienes vamos a involucrar en esta medición

La población en la cual ejecutaremos el desarrollo de nuestro proyecto será el canton Pallatanga, cuya población asciende a 4598 habitantes

Cabe recalcar que hemos llegado a utilizar la investigación descriptiva, luego de analizar exhaustivamente los otros tipos de investigación como son: el exploratorio, correlacionales y explicativos.

3.5. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.5.1. Métodos

Método Hipotético-Deductivo.- Contamos con varios pasos esenciales: observación al momento de desarrollar la investigación, creación de una hipótesis para explicarla y analizarla, deducción de consecuencias o proposiciones dentro de nuestra investigación, y verificación o comprobación del trabajo llevado a cabo. Dentro de este método combinamos la reflexión racional (la formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la realidad (la observación y la verificación).

Deductivo-Inductivo.- Aplicaremos este método para la elaboración del marco teórico de la tesis, también para el planteamiento de estrategias o propuestas según modelos ya establecidos y que se acoplen a la realidad de la empresa.

Analítico-Sintético.- Al procesar la información, se requiere elaborar análisis financieros que nos permitan tener una posición clara con respecto a la situación en la que se encuentra la empresa, en relación a la creación de la agencia.

3.5.2. Instrumentos

- Entrevista
- Encuesta
- Fichas técnicas.
- Documentos electrónicos
- Microsoft Excel

3.5.3. Técnicas

Encuesta.- En este caso la encuesta se realizara personalmente a los clientes potenciales dentro del cantón Pallatanga, para de ese modo conocer la situación real de los mismos.

La observación.- Mediante esta técnica podremos divisar por medio del primer nivel de contacto con el mercado potencial el grado de acogida que la agencia tendrá sobre los clientes futuros analizando su comportamiento y conducta, así como el entorno o ambiente del sitio mediante la intervención del observador y el instrumento de registro como es la cámara fotográfica.

Entrevistas.- Estas se utilizaran para recabar información de manera verbal a través de preguntas previamente elaboradas que propondremos especialmente al conglomerado del cantón Pallatanga tanto a autoridades como a la población consumista, mismos que proporcionarán datos que nos serán útiles para ejecutar nuestra investigación.

Revisión documental.- Se va a proceder también a revisar documentos relevantes al tema que nos brinden información contable para proceder al análisis, y que nos permita realizar proyecciones sobre la posible funcionalidad de la sucursal en Pallatanga, también se revisará textos para la estructura del marco teórico

Técnicas estadísticas: Como técnicas de análisis para la tabulación de datos obtenidos después de aplicar la encuesta.

3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población para el estudio será el total del cantón Pallatanga que es un total de 4598 habitantes según la PEA de este cantón, ya que ellos tienen poder adquisitivo y pueden adquirir la mercancía, después de aplicar la fórmula para determinar la muestra (ver estudio de mercado) tenemos una muestra de 134 habitantes, quienes nos ayudaran a determinar la factibilidad del proyecto.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1. PROPUESTA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE INSUMOS TEXTILES DE LA EMPRESA “YING YANG IMPORT” EN EL CANTÓN PALLATANGA DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

4.2. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA “YING YANG IMPORT”

4.2.1. Reseña histórica

Para conocer mejor sobre la empresa hemos solicitado información de la empresa al Sr. Meng Zhao Lai, que es el Gerente de Yang Ying Import aquí en el Ecuador, ya que él nos puede ayudar a conocer mejor sobre la empresa y sobre las actuales necesidades de la misma, ya que al ser una empresa importadora se ha visto afectada por las medidas tomadas por el Gobierno de nuestro país al limitar la importación de varios productos.

Ying Yang Import es una compañía subordinada del grupo de élite de Ningbo Dunhuang Import and Export Company Limited, esta empresa fue establecida en 1997 en la ciudad de Zhejiang, República Popular China, la compañía mencionada tiene ganancias netas de RMB 600 millones.

Ying Yang Import se estableció en Ecuador en el año de 1999, en la ciudad de Guayaquil, actualmente se encuentra ubicada en la dirección Colón 320 y Chile, se encuentra bajo la gerencia del Sr. Meng Zhao Lai.

Esta compañía es un grupo industrial que se especializó en productos de materia textil, los yarns y los hilos de rosca, los géneros de punto, y las telas caseros de clase superior. Produce anualmente 1 millón de unidades de alto-cuenta y los sistemas de alta densidad del lecho, además de 13000 toneladas de varios hilos de coser, 5.5 millones de pedazos

de mantas del algodón de Raschel, 8.5 millones de pedazos de géneros de punto, y 6 millones de metros de telas top-grade del telar jacquar.

Ningbo Dunhuang Import and Export Company Limited, es una empresa comercial que se basa en la importación y exportación de sus productos, con un volumen de ventas de más de 150 millones de USD cada año. Importa principalmente el material de materia textil, el colorante, el auxiliar, el crudo, etc., y los productos de la exportación cubren la materia textil, la ropa, el hilado y los hilos de rosca caseros, accesorios, generalmente comercializan a más de 100 países y áreas incluyendo Europa, los E.E.U.U., Japón, Asia del sudeste y América Latina.

Por otra parte las instalaciones son de tecnología de punta para una mejor producción, y tecnología de prueba, así como en energía renovable gracias a nuestro departamento de R&D y técnicas científicas de la fabricación y de gerencia, tenemos marcas de fábrica famosas “Veken”, es una de las dos por todo el mundo y “Dunhuang”, tenemos cooperación de largo plazo con más de 300 empresas extranjeras y casi 1000 surtidores domésticos.

El objetivo de los activos fijos y de la cooperación dentro del grupo, Ningbo Dunhuang Import and Export Company Limited, se centra en promocionar la marca de fábrica del grupo, con la inversión de capitales previsoras, la actualización de la extensión estratégica, en virtud de los sistemas de gestión modernos de alto eficiencia, así se optimiza con éxito los recursos y los distribuye dentro de la empresa, especialmente dentro los principales departamentos. Además, tenemos un acuerdo común de cooperación con las compañías de la rama del grupo de Veken, tales como Renfeng que forma parte del grupo élite de Veken Co. Ltda., con el cual compartimos los equipos de producción, para asegurar la alta calidad de los productos de la exportación y de los canales de distribución internacionales.

4.2.2. Principales productos

Los principales productos de la empresa Ying Yang Import son:

- Manta
- Fibra y Tela Sintética

- Hebilla, Gancho y Lazo
- Botón
- Hilo y Cinta de Coser
- Ropa de Plumón e invierno
- Interlínea y Forro
- Encaje y Purfle
- Tela Compuesta
- Uniforme
- Cremallera y Deslizador
- Algodón
- Tela Decorativa
- Accesorio de Ropa
- Pijamas y Albornoz
- Etiqueta, Cinta y Adhesiva
- Alfombra
- No Tejido
- Mantel
- Tela de Punto y Ganchillo
- Tela de Poliéster
- Set de Artículos de Cama
- Material Reflexivo
- Papel Higiénico
- Cono de Tráfico
- Ropa Deportiva
- Ropa de Seguridad y Protección
- Cinta
- Piezas y Accesorios de Bolsa
- Clip y Grapadora
- Tijeras
- Aparato de Medida
- Toallitas para Adultos
- Maquinaria para ropa

- Zapatos y Accesorios
- Cortina
- Cordel, Cuerda y Malla
- Fibra y Tela Artificial
- Materiales de embalaje
- Chaqueta
- Piezas de joya
- Tela vaquera
- Cinturón de Plástico
- Seda y Bordado
- Publicidad Inflable
- Herramientas de Reparación

4.2.3. Misión

Somos una empresa multinacional de productos textiles establecida en el Ecuador en 1999. Fabricamos y comercializamos productos textiles con la más alta tecnología dirigidas al comercio y a consumidor final. Producimos, además, insumos textiles orientados a industrias afines. Garantizamos calidad y operamos con criterios de rentabilidad sustentable y responsabilidad social. Brindando un rendimiento racional a los accionistas y bienestar a todos nuestros empleados.

4.2.4. Visión

Convertirnos en la empresa textil más grande del país, manteniendo el liderazgo competitivo por medio de una gestión transparente, creativo e innovador. Lograr la fidelidad del cliente para ampliar y garantizar el mercado. Generar rentabilidad sustentable para beneficio de nuestros colaboradores y accionistas. Aportar al desarrollo del país con responsabilidad social y ambiental.

4.2.5. Valores institucionales

Lealtad hacia la organización y el cumplimiento de su misión. Transparencia y ética en el ejercicio de la actividad organizacional. Creatividad en el diseño, desarrollo, elaboración y comercialización de nuestros productos.

Competitividad en el ejercicio de las actividades. Trabajo en equipo durante el ejercicio de la tarea. Respeto mutuo entre las personas que conforman la organización.

4.3. ESTUDIO DE MERCADO

Para demostrar que el proyecto es factible hemos decidido evaluar la situación actual del cantón Pallatanga, como son: industrias, personas dedicadas a la manufactura e incluso amas de casa, debido a que ellos son el mercado meta de nuestro negocio.

Es importante analizar variables como: competencia, servicio y precio de estos sectores para identificar potenciales necesidades, requerimientos y nichos de mercado rentables que permitan a la empresa posicionarse y diferenciarse ante su competencia, por medio de ofertas al mercado meta. Además conoceremos los requerimientos reales de los clientes, mediante la aplicación de una encuesta, para conocer cuáles son los productos que ellos requieren para el funcionamiento de su industria, o actividad laboral.

4.3.1. Planteamiento del problema

El siguiente problema parte de la necesidad de conocer la factibilidad de entablar una agencia de la empresa “YING YANG IMPORT” en el cantón Pallatanga para la distribución y comercialización de productos y materiales textiles, y de esta forma contribuir al desarrollo económico de este cantón.

4.3.2. Objetivos del estudio de mercado

General

Determinar qué tipo de producto y materiales textiles requieren los habitantes e industrias del cantón Pallatanga para el desenvolvimiento de sus actividades laborales y empresariales, para ofrecerles los productos necesarios a bajos precios.

Específicos

- Conocer cuántas industrias textiles existen en Pallatanga.
- Determinar la satisfacción de los clientes con sus actuales proveedores.
- Verificar la frecuencia de compra de productos textiles.
- Comprobar que existe una demanda insatisfecha por productos y materiales textiles.

4.3.3. Plan de muestreo

- ***Fuentes de información***

Las fuentes de información para poder elaborar el estudio de mercado serán de tipo primarias, ya que con la elaboración de una encuesta que será aplicada en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, se pretende recoger la mayor cantidad de datos posibles que nos permitan evaluar la factibilidad de aperturar o no una agencia de la empresa YING YANG IMPORT.

- ***Segmentación del mercado***

Nuestra segmentación de mercado al cual se dedicara nuestra empresa, son todas las industrias textiles, personas dedicadas a la manufactura de prendas, y materiales textiles, y amas de casa del cantón Pallatanga.

- ***Segmentación geográfica***

La encuesta se realizara en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

- **Variables demográficas**

Personas naturales e instituciones orientadas a la producción de productos y materiales textiles domiciliados y legalmente establecidos en el Cantón Pallatanga.

- **Variables De Comportamiento**

Personas naturales e instituciones que realicen compras y adquisiciones de materiales y productos textiles tanto para el uso propio, como para la comercialización e industrialización de los mismos, dentro y fuera del Cantón Pallatanga.

- **Tamaño de la muestra**

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

- N = Tamaño de la población de estudio. N = 4598 personas
- Z = Valor de Z para la seguridad o nivel de confianza. Z = 1,96 (95%)
- p = Proporción (prevalencia) de la variable. p = 0,1.
- q = 1 – p (0,9)
- d = Precisión depende del Investigador. d = 0,05

Aplicación:

$$n = \frac{4598 * 1,96^2 * 0,1 * 0,9}{0,05^2 * (4598 - 1) + 1,96^2 * 0,1 * 0,9}$$

$$n = \frac{4415,9192}{12,4529}$$

$$n = 134 \text{ personas}$$

Una vez aplicada la fórmula obtenemos una muestra de 134 personas a quienes se realizará la encuesta, para poder conocer sus necesidades y tener más claro qué tipo de producto y el precio al cual debemos ofrecerlos para captar la mayor cantidad de clientes.

4.3.4. Descripción del método de tabulación

Para tabular los datos obtenidos en la realización de las encuestas se utilizará Microsoft Excel, por ser un sistema fácil de usar y que brinda muchas herramientas estadísticas que ayudan al investigador en la tabulación de datos permitiendo elaborar distintos gráficos para su análisis, como por ejemplo gráfico de barras, pasteles, columnas, lineales, etc. Los gráficos a utilizar serán los gráficos de pasteles por su fácil lectura y análisis, de esta forma poder dar una respuesta más rápida a la investigación y la interpretación de la misma, de esta forma podremos tener una mejor visión de nuestro proyecto y hacia donde queremos llegar.

4.3.5. Resultados de la investigación

La encuesta está constituida por diez preguntas las mismas que permitirán llamar la atención de las encuestadas, no se ha solicitado datos personales, debido a que toda la información es anónima, con el propósito de obtener datos reales y consistentes muy apegados a la verdad. (VER ANEXO N° 1).

De manera definitiva la encuesta proporcionará datos que permita:

- Identificar la capacidad de compra del consumidor
- Conocer los gustos y preferencias del segmento.
- Determinar la frecuencia de compra

- Analizar la demanda

El objetivo de esta encuesta fue la de conocer la factibilidad de establecer una agencia de la empresa textil “Ying Yang Import”, en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo. Una vez aplicada la encuesta a las 134 persona en el Cantón Pallatanga, hemos obtenido los siguientes resultados:

1.)¿Qué tipo de productos textiles compra usted?

Tabla No. 1
Tipo de textil

TIPO DE TEXTIL	FR	%
Hilatura	26	19%
Tejidos	17	13%
Prendas de vestir	70	52%
Lencería de hogar	21	16%
TOTAL	134	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

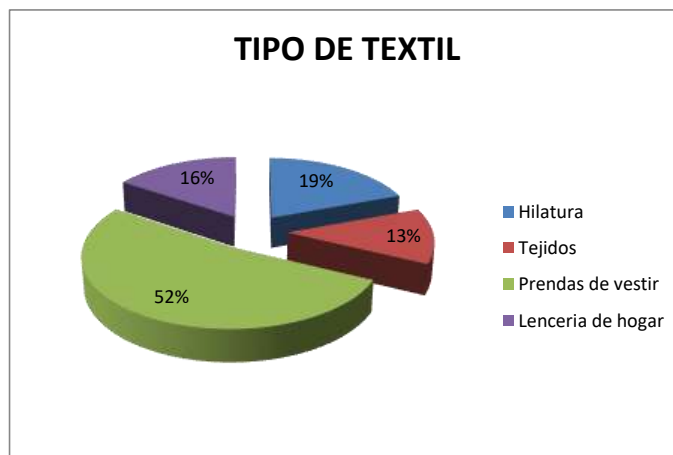


Gráfico No. 1
Tipo de textil

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Análisis:

Los resultados de la encuesta realizada señalan que el 52% de las personas encuestadas compran más prendas de vestir, mientras que tan solo un 13% son tejidos. Por lo cual nos muestra que la industria de prendas de vestir tendría una gran acogida en este cantón, al igual que la de los materiales textiles relacionados a estos productos (botones, hilos, telas, bordados, zippers, etc.).

2.) Los productos textiles que compra, ¿usted los usa para?

Tabla No. 2
Uso de productos textiles

USO PRODUCTOS TEXTILES	FR	%
Uso propio	90	67%
Comercio	20	15%
Industria	24	18%
TOTAL	134	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

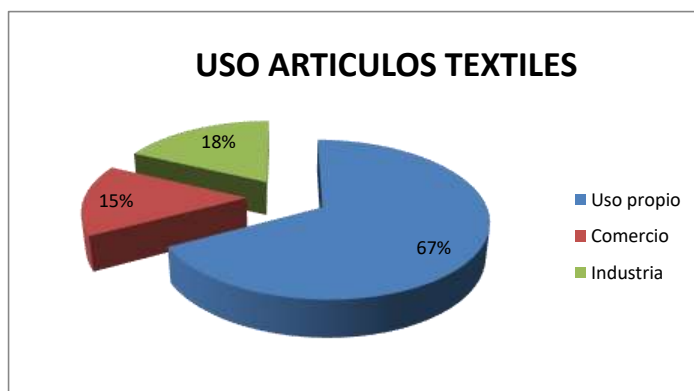


Gráfico No. 2

Uso de productos textiles

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Análisis:

Los resultados obtenidos señalan que el 67% de las personas encuestadas, le dan un uso propio a los productos textiles que compran, al ser las prendas de vestir los más adquiridos, es comprensible que lo usen ellos mismos. Mientras que tan solo un 15% son usados para el comercio de los mismos

3.) ¿Usted compra artículos y productos textiles en boutiques, tiendas minoristas o mayoristas?

Tabla No. 3

Empresas

EMPRESAS	FR	%
Boutique	39	29%
Minoristas	47	35%
Mayoristas	48	36%
TOTAL	134	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

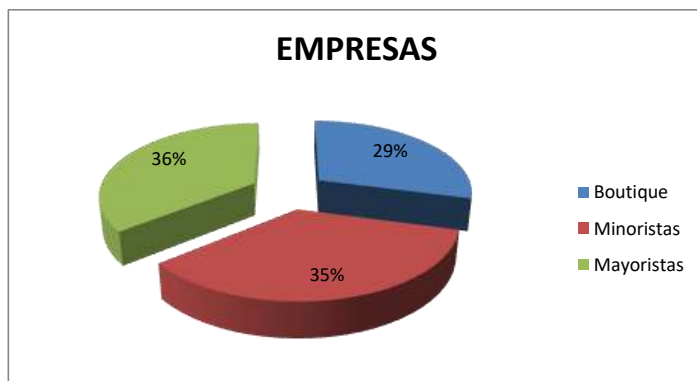


Gráfico No. 3

Empresas

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Análisis:

El 36% de los encuestados indican que compran productos y materiales textiles en tiendas mayoristas, y apenas el 29% compra en boutiques, la razón se debe a la diferencia de y comparación de precios.

Esto muestra que el establecer una agencia que ofrezca varios productos textiles, en un mismo lugar y a un precio asequible, satisfacen las necesidades del consumidor.

4.) ¿Con que frecuencia adquiere materiales y productos textiles?

Tabla No. 4
Frecuencias de compra

FRECUENCIAS	FR	%
Semanal	24	18%
Quincenal	20	15%
Mensual	30	22%
Semestral	40	30%
Anual	5	4%
Otros	15	11%
TOTAL	134	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

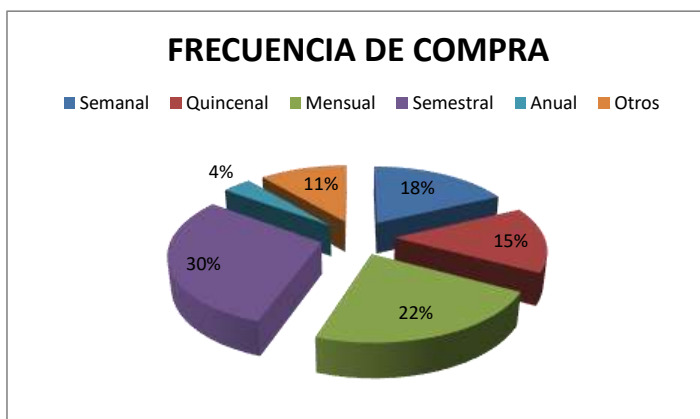


Grafico No. 4

Frecuencias de compras

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia*

Análisis:

Una vez realizada la encuesta descubrimos que el 30% de la población encuestada compra productos textiles (prendas de vestir) en un promedio de 6 meses, esto se puede generar a que las prendas de vestir tardan en desgastarse. Por otra parte apenas un 4% adquiere productos textiles una vez al año.

5.) ¿Qué problemas ha encontrado usted en el momento de comprar artículos y prendas textiles?

Tabla No. 5

Problemas

PROBLEMAS	FR	%
Mercancía rota / dañada	10	7%
Mercancía de mala calidad	26	19%
Precios excesivos	87	65%
Otros	11	8%
TOTAL	134	100%

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia*

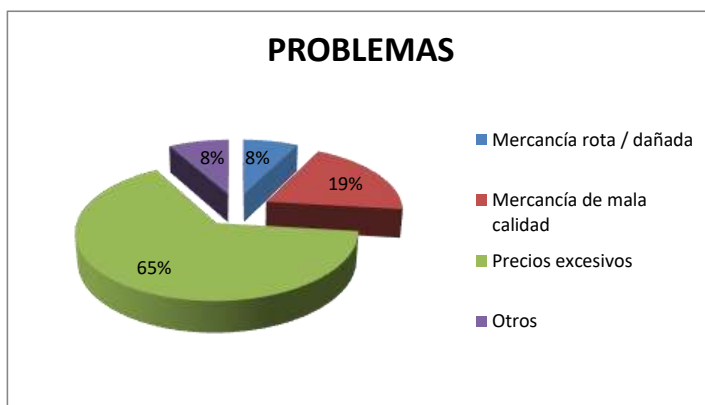


Gráfico No. 5
Problemas

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Análisis:

En la encuesta realizada el 65% de los encuestados supieron señalar que uno de los inconvenientes al momento de comprar productos y materiales textiles, el precio tiene una gran influencia al momento de comprar, esto puede ser por el material del cual está constituido estos productos. Y apenas un 7% nos señalaron que han encontrado la mercancía rota o dañada en el momento de la compra o después de haberla realizado.

6.) ¿Conoce usted el país o lugar de procedencia las materias y productos textiles que usted adquiere?

Tabla No. 6
País/Ciudad de procedencia

PAÍS/CIUDAD PROCEDENCIA	FR	%
Si	107	80%
No	27	20%
TOTAL	134	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia



Grafico No. 6

Procedencia de los textiles

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Análisis:

El 80% de los encuestados conocen la procedencia de los productos textiles que compra, dentro de los lugares de procedencia se encuentran, China, USA, Colombia, Perú en lo que se refiere al extranjero, y dentro del país, están ciudades como, Pelileo, Guano, entre otros. Tan solo el 20% de las personas encuestadas no conocían el origen de los productos que compraban ya que consideran que hay vendedores que cambian las etiquetas, y las reemplazan por otras de lugares a los que no pertenecen.

7.) ¿Qué importancia cree usted que tiene la industria textil en la economía de Pallatanga?

Tabla No. 7

Satisfacción del servicio

IMPORTANCIA	FR	%
Muy importante	19	14%
Importante	90	67%
Poco importante	18	13%
Nada importante	7	5%
TOTAL	134	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia



Gráfico No. 7

Satisfacción del servicio

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Análisis:

El 67% de las personas encuestadas consideran que la industria textil en Pallatanga es importante en la economía de este cantón, y apenas un 5% considera que es nada importante, ya que considera que hay otras actividades que generan mayores ingresos y están más desarrollados en Pallatanga

8.) ¿Cómo cataloga usted a los productos textiles chinos?

Tabla No. 8
Perspectiva productos chinos

PERSPECTIVA	FR	%
Buena calidad	35	26%
Competitivos	76	57%
Mala calidad	23	17%
TOTAL	134	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

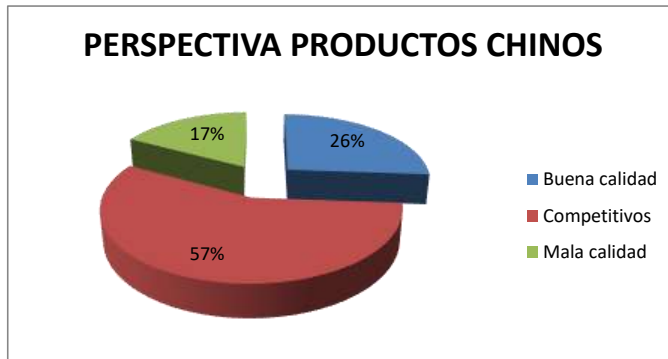


Grafico No. 8

Perspectiva productos chinos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Análisis:

Una vez realizada la encuesta el 57% de las personas encuestadas supieron manifestar que ellos consideran que los productos textiles chinos son muy competitivos y tienen gran acogida en el mercado no solo nacional sino mundial, esto se debe a la gran historia y referencia que tiene China en cuanto a materias textiles.

Pero un 17% de los encuestados creen que los productos textiles chinos son de mala calidad, esto se podría deber a la mala publicidad que han recibido varios productos chinos, por su calidad y duración.

9.) ¿Compraría usted productos textiles fabricados con mano de obra ecuatoriana y materia prima china?

Tabla No. 9

Textiles hechos en Pallatanga

COMPRAR TEXTILES	FR	%
Si	114	85%
No	20	15%
TOTAL	134	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia



Gráfico No. 9

Textiles hechos en Pallatanga

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Análisis:

El 85% de los encuestados estarían dispuestos a comprar productos y materiales textiles fabricados con materiales chinos y mano de obra local, ya que consideran que la industria textil en el país está mejorando su calidad. Por otra parte el 15% de las personas a quienes se les realizó la encuesta dijeron que no comprarían ya que la materia prima china que llega al país no es de muy buena calidad, y que a la industria ecuatoriana aun le hace falta más tecnología para producir productos capaces de competir en el mercado internacional-

10.) ¿Cree que es necesaria una agencia que distribuya y produzca artículos y materiales textiles en Pallatanga?

Tabla No. 10
Agencia textil en Pallatanga

AGENCIA EN PALLATANGA	FR	%
Si	121	90%
No	13	10%
TOTAL	134	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia



Gráfico No. 10
Agencia textil en Pallatanga

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Análisis:

El 90% de las personas encuestadas creen que si es necesaria una agencia de productos textiles que ofrezca varios productos textiles de buena calidad y a precios accesibles, además de contribuir a la economía de este cantón ya que así se pueden generar más puestos de trabajo y un impulso a la industria textil en este cantón. A penas un 10% de las personas encuestadas creen que no, ya que al momento la mano de obra de la industria textil en Pallatanga aún no se encuentra lo suficientemente calificada.

4.3.6. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es un aspecto central en este estudio para poder aceptarlo, depende del precio, ingresos de los clientes, de los bienes sustitutos, de las características que brinda a la demanda, los gustos y necesidades de los clientes, la competencia existente en el mercado tanto con productos nacionales como con productos importados.

La demanda además nos permite establecer si la aplicación de este estudio es rentable y va a obtener un margen de aceptabilidad en el mercado considerable como para ejecutarlo; así como identificar el nicho de mercado específico.

4.3.6.1. Características del sector textil ecuatoriano

Las primeras ventas de la producción textil se concentraron en el mercado local, hasta que a partir de la década de los 90 las exportaciones tomaron un gran impulso, llegando a alcanzar en el año 2000 un incremento del 8.14% en relación a las de 1999, esto debido a la adaptación de la industria a la dolarización lo que le permitió marcar una tendencia creciente durante estos años.

Con estabilidad monetaria, las industrias textiles invirtieron en máquinas nuevas, así como también en programas de capacitación para el personal de planta, con la finalidad de incrementar sus niveles de eficiencia y productividad, permitiéndoles ser más competitivos en una economía más globalizada.

Debido al reciente estancamiento por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, se ha optado por la importación de productos extranjeros (colombianos, peruanos, chinos, etc.).

El sector textil ecuatoriano ha venido realizando esfuerzos con el objetivo principal de mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda nacional e internacional.

Tabla No. 11
Partidas arancelarias de los materiales textiles

SECCIÓN XI	
MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS	
Capítulo	Descripción
50	Seda
51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin
52	Algodón
53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel
54	Filamentos sintéticos o artificiales; tiras y formas similares de materia textil sintética o artificial
55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas
56	Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos de cordelería
57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil
58	Tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; bordados
59	Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia textil
60	Tejidos de punto
61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto
63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos

Fuente: Arancel De Importaciones Integrado Del Ecuador – PUDELECO

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.3.6.2. Costos y precios

Costos

Es la suma de los gastos que originan los diferentes actos provenientes desde la importación de la mercancía hasta la venta y distribución en el país, estos varían dependiendo de la negociación o cotización que se realice, los cuales se

establecen mediante el término de negociación utilizado es decir venta directa, a plazos, a través de minoristas, mayoristas, etc., ya que cada venta es única y no origina el mismo tipo de costos.

Los principales costos que podemos mencionar se clasifican de la siguiente manera:

- Costos constantes que se originan en la producción de los productos textiles, sueldos, rentas, entre otros.
- Costos variables ocasionados por la producción textil.

Precio

Para definir el precio de exportación se dispone de dos procedimientos el Pricing y el Costing.

PRICING: Es la cotización en base al mercado/competencia y con este método se establece un precio óptimo final, diferente para cada mercado y calculado con base en las condiciones de la oferta y la demanda de productos similares y competitivos en el área de análisis, la ganancia neta variará de un lugar a otro, de acuerdo con las ventajas y las desventajas del producto, en relación con otros similares y de acuerdo con la estabilidad de los mercados individuales.

COSTING: Precio en base a costos. A partir del costo de producción se adiciona un margen de utilidad, además de fijar la estrategia de venta que contemple variables, volúmenes, precios, tiempos, y financiamientos; conocer la ganancia neta y adicionar.

4.3.6.3. Regulaciones a la importación de materiales y/o productos textiles

Desde el 7 de diciembre del 2013, con las nuevas regulaciones al COMEX, las reglas del etiquetado de textiles tienen cambios, según lo explicó Javier Díaz Crespo, presidente ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE).

Según el Reglamento RTE del 2013, emitido en junio de este año, y que modifica el que ya estaba vigente desde abril del 2007, ahora todas las empresas fabricantes de prendas

nacionales e importadoras deberán colocar el RUC (Registro Único del Contribuyente) respectivo en la etiqueta permanente.

La composición de la prenda tendrá un margen de tolerancia del material referido. Antes sucedía que los porcentajes debían ser exactos, de lo contrario se consideraba un incumplimiento. Además, la norma técnica 1875-2012 es obligatoria ahora. En esta se detalla cuál es la información que se debe dar sobre el cuidado de la ropa.

Toda la información debe constar en una o más etiquetas permanentes, es decir cosidas o estampadas en la prenda.

Según Díaz, la norma está relacionada con los requerimientos de la Organización Mundial de Comercio. Explicó que estas deben ser cumplidas por todos los comercializadores de ropa, sean nacionales o extranjeros.

Ahora, la supervisión de estos productos con el nuevo reglamento y con la presencia de autoridades recientemente posesionadas en el MIPRO y en el INEN, habrá mayores controles, en el INEN, se indicó que se va a exigir que las normas se cumplan para que los productos puedan ingresar al Ecuador.

Explicó que hay productos de baja calidad que ingresan engañando al consumidor y esto es justamente lo que se está tratando de evitar. Por su parte, el titular del MIPRO Ramiro González aseguró que se realizarán controles en percha y que se tomará en cuenta la composición de las prendas. Para ello, dijo que espera la colaboración de laboratorios acreditados, tanto de empresas como de universidades.

Sanciones:

- ✓ La autoridad, a cuenta y a cargo del fabricante o importador, puede requerir ensayos en laboratorio para verificar el porcentaje de fibras textiles y/o de cuero utilizado.
- ✓ Los organismos que hayan dado certificados erróneos o adulterados deliberadamente tendrán responsabilidad administrativa, civil y penal.

4.3.6.4. Comercialización de materiales textiles

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

Los aspectos que se tratará en este apartado son los de determinar que canales son los más apropiados para distribuir el producto.

4.3.6.5. Canal de distribución

Como se lo identifica, el producto que se está ofreciendo es de consumo corporativo, ya que se le ofrecerá a persona o empresas dedicadas a la venta, comercialización o producción de textiles, por lo que el mejor canal para este es:

Largo-indirecto. Es la vía más efectiva, simple, personalizada y pertinente que se puede brindar, en razón que la empresa acude a través de intermediarios al consumidor.

4.3.6.6. Cuantificación de la demanda

Para conocer la demanda nacional de productos y materiales textiles al no existir una información exacta nos basaremos en las importaciones realizadas hacia Ecuador en los últimos 5 años:

Tabla No. 12
Demanda nacional de productos textiles

AÑOS	IMPORTACIONES (T.M.)
2009	114.597
2010	133.130
2011	146.444
2012	161.088
2013	177.197

Fuente: AITE Importaciones de textiles, BCE, Trademap

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Para conocer cuál será la demanda de productos y materiales textiles en nuestro país, se ha optado por realizar una proyección de los valores del cuadro anterior, hasta el 2019 y así conocer si existirá un aumento o disminución del mismo.

Tabla No. 13
Importaciones de textiles

n	Años	Y	X	X ²	XY
1	2009	114.597	-2	4	-229.194
2	2010	133.130	-1	1	-133.130
3	2011	146.444	0	0	0
4	2012	161.088	1	1	161.088
5	2013	177.197	2	4	354.394
		732.456		10	153.158

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Reemplazando en las ecuaciones se tiene que:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \qquad b = \frac{\sum YX}{X^2}$$

$$a = \Sigma Y/n = 732.456 / 5 = 146.491$$

$$b = \Sigma XY/\Sigma X^2 = 153.158 / 10 = 15.316$$

$$Yt = a + bx$$

$$Y_{2.014} = 146.491 + 15.316 \times 3$$

$$Y_{2.014} = 192.439 \text{ T.M.}$$

$$Y_{2.015} = 146.491 + 15.316 \times 4$$

$$Y_{2.015} = 207.754 \text{ T.M.}$$

$$Y_{2.016} = 146.491 + 15.316 \times 5$$

$$Y_{2.016} = 223.070 \text{ T.M.}$$

$$Y_{2.017} = 146.491 + 15.316 \times 6$$

$$Y_{2.017} = 238.386 \text{ T.M.}$$

$$Y_{2.018} = 146.491 + 15.316 \times 7$$

$$Y_{2.018} = 253.702 \text{ T.M.}$$

$$Y_{2.019} = 146.491 + 15.316 \times 8$$

$$Y_{2.019} = 269.018 \text{ T.M.}$$

Tabla No. 14
Proyección de las importaciones nacionales de textiles

Años	No. De años	Importaciones Textiles (T.M.)
2014	3	192.439
2015	4	207.754
2016	5	223.070
2017	6	238.386
2018	7	253.702
2019	8	269.018

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Al ser Chimborazo uno de los productores más importante de textiles en nuestro país, y contar con el 15,02% de los mismos en la producción nacional, se ha considerado calcular la demanda de materia prima importada por el mismo porcentaje de su producción a nivel nacional.

Tabla No. 15
Demanda de textiles Chimborazo

AÑOS	Importaciones Textiles (T.M.)	15,02% Importaciones Textiles (T.M.)
2014	192.439	28.904
2015	207.754	31.205
2016	223.070	33.505
2017	238.386	35.806
2018	253.702	38.106
2019	269.018	40.407

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

4.3.7. Análisis de la oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

4.3.7.1. Ubicación geográfica del sector en el Ecuador

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

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

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

En Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres y es el lugar en donde se destacan los tejidos de ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas y chompas bordadas, polleras realizadas en telar de cintura con la técnica ikat.

A Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres y su principal actividad es el tejido de cobijas, sacos de lana, gorras y guantes, las zonas principales son los cantones de Mira, Espejo y Montúfar. La provincia de Tungurahua cuenta con más 397 talleres de textiles

y tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional localizados principalmente en Ambato, Mocha, Pelileo, Quero.

Se dedican a la elaboración de tapices hechos en telares de pedal, shigras de lana de borrego, ponchos y sombreros de paño. Existen otras provincias donde la producción textil artesanal es de alta calidad, el porcentaje de talleres oscila entre el 1.36% al 0.14%, como la provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Salinas, dedicada a la producción de sacos de lana, shigras, ponchos y bayetas.

4.3.7.2. Organizaciones gremiales del sector textil

➤ **AITE**

Es la Asociación de Industriales Textileros del Ecuador sin fines de lucro, creada en el año de 1943 con la aprobación del Gobierno Nacional, con el objetivo de unir a los industriales textileros para resolver problemas del sector y mediar entre: el sector, Gobierno, trabajadores y público.

➤ **CAPEIPI (Cámara de la Pequeña Industria)**

El Sector Textil, Cuero y Confecciones de esta Cámara, tiene como propósito el fortalecimiento del gremio a través de organización de eventos, capacitaciones y proyectos que potencialicen al sector y eleven su competitividad.

➤ **LA CÁMARA DE COMERCIO DE ANTONIO ANTE**

Institución fundada en el año 2002, con el objetivo de generar condiciones que permitan el desarrollo de los sectores comerciales y productivos.³

➤ **ACONTEX (Asociación de Confecciones Textiles)**

Esta asociación surge de la iniciativa de un grupo de personas dedicadas a la confección de todo tipo de ropa, con el fin de enfrentar los nuevos desafíos y retos del mercado laboral e industrial de mundo actual.

4.3.7.3. Producción nacional

No existen datos sobre producción nacional de textiles y confecciones, información que al existir, beneficiaría tanto al sector como a las diversas entidades públicas para poder implantar políticas públicas que incentiven el desarrollo y fortalecimiento del sector en temas puntales.

4.3.7.4. La competencia

A pesar de que el mercado nacional se ve amenazado por la importación de productos chinos, existen marcas que poseen una larga trayectoria en la industria y que debido a la alta calidad de sus productos son reconocidas por el consumidor ecuatoriano.

Pero cabe recalcar que muchas de estas empresas importan insumos textiles, o materiales para la producción de sus propios productos en Ecuador.

A continuación las principales empresas de textiles y de confecciones asociadas a AITE:

- ✓ Asotextil Cia. Ltda.
- ✓ Cámara de Comercio Antonio Ante
- ✓ Confecciones Recreativas Fibran Lia. Ltda.
- ✓ Cortinas y Visillos CORTYVIS Cia. Ltda.
- ✓ Deltex Industrial S.A.
- ✓ Ecuacotton S.A.
- ✓ Empresas PINTO S.A.
- ✓ Enkador S.A.
- ✓ Ennotex S.A.
- ✓ Fabrilana S.A.
- ✓ Francelana S.A.
- ✓ Hilacril S.A.
- ✓ Hilanderias Unidas S.A.
- ✓ Hiltexpoy S.A.
- ✓ Industria General Ecuatorianas S.A. - INGESA
- ✓ Industria Piolera Ponte Selva

- ✓ Industrial Textilana S.A.
- ✓ Indutexma
- ✓ Insomet Cia. Ltda.
- ✓ Paris Quito-Odatex Cia. Ltda.
- ✓ Pasamaneria S.A.
- ✓ S.J. Jersey Ecuatoriano C.A.
- ✓ Sintofil C. A.
- ✓ Tejidos Pin-TEX S.A.
- ✓ Textil Ecuador S.A.
- ✓ Textil Mar y Sol S.A.
- ✓ Textil San Pedro S.A.
- ✓ Textil Santa Rosa C. A.
- ✓ Textiles Gualilahua
- ✓ Textiles Industriales Ambateños - TEIMSA S.A.
- ✓ Textiles La Escala S.A.
- ✓ Textiles Mar y Sol S.A.
- ✓ Textiles Texsa S.A.
- ✓ Vicunha Textil - La Internacional S.A.

4.3.7.5. Cuantificación de la oferta

El término oferta se puede definir como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Para cuantificar la oferta de productos y materiales textiles, se valió de cierta información de fuentes externas principalmente del AITE, INEC y del BCE, de dichas instituciones se recolectó lo siguiente:

Del INEC (Quito), se tomaron datos con respecto a la producción nacional de Textiles, además de la población de Chimborazo y el porcentaje que esta representa en el país, según el último censo de Población del año 2010.

Del BCE y de la AITE, se investigó las importaciones y exportaciones de productos textiles además de datos complementarios en cuanto a la producción de estos productos, de igual forma se investigó el porcentaje de participación en la producción textil de cada provincia en el país.

Tabla No. 16
Oferta nacional de productos y materias textiles

AÑOS	PRODUCCIÓN NACIONAL (T.M)	EXPORTACIONES (T.M.)	OFERTA NACIONAL TEXTIL (T.M.)
2009	52.604	28.932	81.536
2010	61.002	33.551	94.553
2011	70.762	38.919	109.681
2012	82.082	45.146	127.228
2013	95.217	49.661	144.878

Fuente: AITE, BCE

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Estos datos a su vez no constituyen el valor real de la oferta de confecciones en el mercado nacional ya que un porcentaje de la producción se destina a la exportación a países como: Colombia, Chile, Estados Unidos, Venezuela, Perú, entre otros. Por esta razón es necesario definir la Oferta Total de Confecciones en general sumando las exportaciones que realiza nuestro país.

4.3.7.6. Proyección de la oferta

La proyección se la realiza por el método de mínimos cuadrados.

Tabla No. 17
Datos históricos oferta textil nacional

n	Años	Y	X	X ²	XY
1	2009	81.536	-2	4	-163072
2	2010	94.553	-1	1	-94553
3	2011	109.681	0	0	0
4	2012	127.228	1	1	127228
5	2013	144.878	2	4	289756
		557876		10	159359

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Reemplazando en las ecuaciones se tiene que:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \qquad b = \frac{\sum YX}{X^2}$$

$$a = \sum Y/n = 557876 / 5 = 111.575$$

$$b = \sum XY/\sum X^2 = 159359 / 10 = 15.936$$

$$Y_t = a + bx$$

$$Y_{2.014} = 111.575 + 15.936 \times 3$$

$$Y_{2.014} = 159.383 \text{ T.M.}$$

$$Y_{2.015} = 111.575 + 15.936 \times 4$$

$$Y_{2.015} = 175.319 \text{ T.M.}$$

$$Y_{2.016} = 111.575 + 15.936 \times 5$$

$$Y_{2.016} = 191.255 \text{ T.M.}$$

$$Y_{2.017} = 111.575 + 15.936 \times 6$$

$$Y_{2.017} = 207.191 \text{ T.M.}$$

$$Y_{2.018} = 111.575 + 15.936 \times 7$$

$$Y_{2.018} = 223.127 \text{ T.M.}$$

$$Y_{2.019} = 111.575 + 15.936 \times 8$$

Y_{2.019} = 239.062 T.M.

Tabla No. 18
Proyección de la oferta textil nacional

Años	No. De años	Producción Nacional (T.M.)
2014	3	159.383
2015	4	175.319
2016	5	191.255
2017	6	207.191
2018	7	223.127
2019	8	239.062

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Para conocer el la oferta textil en Chimborazo se calculara el 15,02% del valor señalado en la tabla anterior, ya que Chimborazo posee el 15.02% de la actividad textil, y usaremos ese porcentaje para realizar la investigación.

Tabla No. 19
Proyección de la oferta textil Chimborazo

Años	Producción Nacional (T.M.)	15,02%Producción Nacional (T.M.)
2014	159.383	23.939
2015	175.319	26.333
2016	191.255	28.726
2017	207.191	31.120
2018	223.127	33.514
2019	239.062	35.907

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

4.3.8. Demanda insatisfecha

Es una de las clasificaciones de la demanda y se encuentra en relación con la oportunidad (población de la provincia de Chimborazo), por lo que se puede decir que

la “demanda insatisfecha es la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado”. Al conocer la demanda y oferta actuales de un bien en el mercado, estaremos en condiciones de calcular la demanda insatisfecha.

Tabla No. 20
Demanda insatisfecha Chimborazo

DEMANDA INSATISFECHA			
(T.M.)			
Años	Demanda	Oferta	D. Insatisfecha
2014	28.904	23.939	4.965
2015	31.205	26.333	4.872
2016	33.505	28.726	4.779
2017	35.806	31.120	4.686
2018	38.106	33.514	4.592
2019	40.407	35.907	4.500

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

4.3.8.1. Oferta del proyecto

Al conocer la demanda insatisfecha de este producto se estima cubrir un 20% siendo esta la oferta del proyecto:

Tabla No. 21
Oferta del proyecto "Ying Yang Import" Pallatanga

OFERTA DEL PROYECTO			
(T.M.)			
PROYECCIÓN AL 2019			20%
Años	Dem. Insa.	% Of. Proy.	Total
2014	4.965	20%	993
2015	4.872	20%	974
2016	4.779	20%	956
2017	4.686	20%	937
2018	4.592	20%	918
2019	4.500	20%	900

Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

4.3.9. Las 5 P del marketing

Como bien sabemos el marketing hace crecer a las empresas. El marketing en este caso nos ayuda a captar clientes. Para entender este aspecto, vamos a utilizar la teoría de las 5P (Marketing Mix): producto, precio, plaza (distribución) y promoción (publicidad, relaciones publicas...) + la nueva teoría de la 5ta P (Partners), originada por la revolución de la web, sobretodo con el advenimiento de la web social.

4.3.9.1. Marketing producto: qué producto para mi mercado objetivo

La creación de la agencia textil, sin duda otorgara beneficios comunes, tanto para la empresa en si, como para los clientes, ya que se cubre las necesidades del mercado sobre el cual vamos a trabajar. Darle un producto adecuado al mercado es definir un producto como es: funciones adecuadas de atención al cliente, calidad de los productos que ofrecemos, empaque, etc; de acuerdo a sus necesidades y requerimientos.

4.3.9.2. Marketing precio: el precio de mis productos en el mercado

El precio depende sobretodo de muchos factores de la oferta y la demanda que hay en el mercado del canton Pallatanga. Y en esta época de gran competencia, los clientes tienen muchas ofertas de diferentes empresas competidoras. Por esta razón, la empresa Ying Yang Import utiliza diversas estrategias de precio para capturar clientes o para fidelizarlos. Ejemplos de estrategias de precio son los saldos (2x1, 30% de reducción...), los bonos de reducción o el financiamiento. Descuentos del 20%, 30% en mercadería de baja temporada, descuentos adicionales del 5% en montos de compra superiores a 200 USD y del 10% cuando las mismas superen los 400 USD.

4.3.9.3. Marketing plaza: qué canales de distribución utilizar para llegar a mi mercado

La empresa Ying Yang Import debe definir bien a través de qué canales de distribución va a llegar al mercado. Los canales son diversos, y ello dependerá por un lado del tipo de producto que en nuestro caso corresponde a insumos textiles, y por otro, de cómo queremos llegar al mercado citado. Por ejemplo nuestra empresa para vender la mercadería utiliza canales de distribución indirectos cortos, ya que en el procedimiento intervienen cuatro instancias de distribución desde el momento de la llegada de la mercancía a Guayaquil, hasta el instante que la misma llega al cantón Pallatanga, para posteriormente ponerlas a disposición del cliente en la agencia de la empresa.

4.3.9.4. Marketing promoción: qué y cómo comunicar sobre el producto (estrategias publicitarias) y sobre la empresa (relaciones públicas)

La empresa necesita antes que nada “promocionarse” para que el mercado se entere de su existencia y poder vender sus productos. La empresa promociona sus productos y su imagen ante el mercado de una forma tradicional, es decir, de manera palpable con los potenciales clientes, por medio de la emisión de volantes de publicidad, la instauración de un letrero llamativo, tanto en el sitio mismo, como en lugares estratégicos de la ciudad, y de mayor conglomerado ciudadano como los son: el Parque Central, Mercado Regional Centro, Cascada del Huaro. La empresa necesita dar a conocer las mejoras de sus productos, en comparación con los de la competencia (o el lanzamiento de nuevos), o simplemente mantener su imagen presente en el mercado, para que de esta manera los clientes siempre tengan presente la existencia y disponibilidad de la empresa Ying Yang Import, al instante de satisfacer sus necesidades laborales.

4.3.9.5. La nueva “P” en tiempos de Internet: “Partner” (clientes y colaboradores)

Dentro de este ámbito se confiere especial mención al Internet, el fenómeno que está transformando el mundo, y el marketing también. Sobretodo en estos últimos años con los avances de la web y el advenimiento de la web social.

Hay varias versiones de esta quinta P se refiere tanto a clientes (quienes ayudan a definir el valor) como a colaboradores (quienes ayudan a crear ese valor).

La empresa Ying Yang Import, al mantener una línea tradicional al momento de poner en marcha sus funciones como tal, no ha incursionado dentro de estas lides de avance y vanguardia tecnológica, razón por la cual no maneja ni posee ningún vínculo o enlace directo de carácter tecnológico con clientes, proveedores, acreedores, colaboradores y empleados, todo esta regido bajo estándares comunes y usuales.

4.4. ESTUDIO TÉCNICO

4.4.1. Tamaño del proyecto

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento; en nuestro proyecto el tamaño del mismo estará determinado por tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de los equipos requeridos por el proceso de conversión del proyecto.

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de almacenamiento y facilidad de distribución del bien, durante un período de operación normal. Esta capacidad se expresa en cantidad almacenadas y distribuidas en un tiempo determinado, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto vendidos o entregados por ciclo de operación, puede plantearse por indicadores indirectos, como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado.

La importancia del dimensionamiento, en el contexto de estudio de factibilidad, radica en que sus resultados se constituyen en parte fundamentales para la determinación de las especificaciones técnicas sobre los activos fijos que habrán de adquirirse. Tales especificaciones serán requeridas a su vez, para determinar aspectos económicos y financieros sobre los montos de inversión que representan cada tipo de activo y de

manera global, que serán empleados en el cálculo de los costos y gastos que derivan de uso y que se emplearan, posteriormente, en la evaluación de la rentabilidad del proyecto.

Dentro de los factores que determinan el tamaño del proyecto tenemos:

- **La demanda**

Es uno de los factores más importantes, considerando que esta tiene que ser claramente superior al tamaño de un proyecto.

Los analistas recomiendan que el tamaño del proyecto no cubra más del 20% de la demanda insatisfecha siempre que se desarrolla en un mercado libre.

- **Los suministros e insumos**

Para cualquier empresa o proyecto es muy importante ser abastecido en cantidad y calidad de materias primas, materiales secundarios, suministros, insumos, etc., porque desde ahí parte la calidad que tendrá el producto final.

- **Maquinaria y equipos**

Se la realizara conforme proformas de los equipos ya posicionados en el mercado y que cumplan con las especificaciones de las que requiramos. En términos generales se puede decir que la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto a un mínimo de producción necesaria para que sea aplicable.

- **Financiamiento**

Se relaciona con los recursos con que cuenta la empresa para llevar a cabo el proyecto. Dichos recursos pueden ser internos, es decir, los valores propios invertidos por los socios y los externos que son aquellos que vienen de otras fuentes que no son de la empresa. Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta, es claro que la realización del proyecto es imposible, por lo que para iniciar un proyecto hoy en día, se debe pedir un préstamo a instituciones bancarias.

Sabemos que en la actualidad el país presenta oportunidades de financiamiento para proyectos, lo cual no se muestra como un limitante, y debemos tomar en

cuenta que el mismo se financiará en un porcentaje con el respectivo aporte de socios y con préstamo a instituciones de financiamiento ecuatorianas, como la Corporación Financiera Nacional (CFN) al igual que el Banco Nacional de Fomento (BNF) son entidades públicas destinada a otorgar créditos a empresas y personas naturales.

4.4.2. Localización del proyecto

La localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyendo a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto, tratando de que la localización adecuada maximice la rentabilidad del proyecto.

En el momento de determinar la ubicación de un proyecto se debe analizar dos puntos, primero elegir el área geográfica en general llamada también macro localización y segundo escoger el lugar preciso de asentamiento denominada micro localización.

4.4.2.1. Macro localización

Para esta agencia, los factores de estudio que inciden serán las zonas probables de localización, así como aspectos climáticos y un factor a considerar también es el Marco jurídico económico e institucional del país, de la región o localidad.

Por lo tanto la ubicación del proyecto será en la Provincia de Chimborazo, situada en la zona central del pasillo interandino del país. Su capital es Riobamba.

Chimborazo cuenta con 10 cantones. Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Chimborazo pertenece a la región centro 3 comprendida también por las provincias de Pastaza, Cotopaxi y Tungurahua.

La provincia tiene una superficie cercana a los 6.500 km² y posee una población total de 509.352 habitantes, siendo la novena provincia más poblada del Ecuador.

El cantón seleccionado para este proyecto será el cantón Pallatanga por su ubicación geográfica, ya que se encuentra a 2 horas de Riobamba y a 3 horas de Guayaquil, lo que garantiza una rápida llegada de los productos desde el puerto hasta la agencia, y posteriormente a nuestros clientes.

Ilustración No. 6
Mapa político provincia de Chimborazo



Fuente: Wikipedia.com

4.4.2.2. Micro localización

Una vez definida a la zona o población de localización se determina el terrenoconveniente para la ubicación definitiva del proyecto, así como las fuentes de materias primas, la disponibilidad de mano de obra, la infraestructura física y de servicios (suministro de agua, facilidades para la disposición y eliminación de desechos, disponibilidad de energía eléctrica, combustible, servicios públicos diversos, etc.), por lo que se ha determinado construir la planta en la parroquia Pallatanga, ya que el cantón Pallatanga no cuenta con parroquias rurales por lo que se considera solamente a la matriz como su única parroquia.

Las oficinas de la agencia de la empresa Ying Yang Import estarán ubicadas en las calles 10 de Agosto y Mesías Tufiño esquina.

Ilustración No. 7

Plano de ubicación de la Agencia Textil de Ying Yang Import en el cantón Pallatanga



Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Ilustración No. 8

Oficinas Ying Yang Import agencia Pallatanga



Elaborado por: Frank Misael Reyes Tapia

Además tenemos ciertos factores que debemos considerar:

- **Disponibilidad de medios y costos de transporte**

La primera condicionante será de los costos de transporte. Conviene advertir que no solo interesan los pesos de los materiales, sino también el volumen, ya que normalmente se aplica la tarifa que por un factor u otro resulte más alta.

Además para este factor se debe tener en cuenta la distancia entre las fuentes de abastecimiento y el mercado consumidor, por lo que este factor no es un limitante, puesto que la localización de la empresa es central y está cerca de estos factores tan importantes.

- **Cercanía de las fuentes de abastecimientos de materias primas e insumos**

Gracias a la buena localización de la industria, está quedará cerca de las materias primas o cerca del mercado en que se venderán los productos, y se puede decir que esta es una industrias orientadas al mercado y orientadas a los insumos.

- **Cercanía del mercado**

Este factor no es un limitante debido a que existe demanda en el sitio en el cual nos estamos localizando, y esto no incidirá en ningún aspecto en lo referente a costos finales.

- **Factores micro ambientales**

La relación del proyecto con el factor micro ambiental no es un determinante para la localización ya que esta industria no es contaminante y se ajusta a todos los requerimientos técnicos, y medioambientales mencionados en la Norma ISO14001-2004.

- **Disponibilidad de agua, energía y otros suministros**

Fuentes de suministro de agua. El agua es un insumo prácticamente indispensable en la totalidad de las actividades productivas. Su influencia como factor de localización depende del balance entre requerimientos y disponibilidad presente y futura. Ésta influencia es mínima puesto que hay agua en cantidad y calidad requerida en las localizaciones de la ciudad.

Disponibilidad de energía eléctrica y combustible. Éste suele ser un factor determinante en la localización industrial, ya que la mayor parte de los equipos industriales modernos utilizan energía, pero en este proyecto no incide, debido a que la ciudad de Quito cuenta con todos estos servicios.

- **Posibilidad de desprenderse de desechos**

Para algunas plantas industriales la disponibilidad de medios naturales para la eliminación de ciertos desechos resulta indispensable, por lo que su localización queda subordinada a la existencia de éstos medios, pero en este proyecto no incide, debido a que sus productos son biodegradables y a la vez pueden ser reciclados.

4.4.3. Ingeniería del proyecto

4.4.3.1. Instalaciones

Para el proyecto en curso, hemos decidido iniciar desde la construcción de la planta y oficinas. Estainfraestructura comprenderá un área de 140 m². El área total de la oficina será de 60 m² que hemos considerado como lo mínimo, en el cual se ubicaran estanterías y mostradores para exhibir el producto que se comercializa.

Además de una planta que contara con maquinaria para tinturar, hilado, etc., se pretende que esta sea una planta especializada no solo en almacenaje de productos, sino que además permita trabajar con la materia prima para diseñar y producir nuevos productos.

4.4.3.2. Plan estratégico empresarial

El plan estratégico empresarial será el mismo que maneja la oficina matriz de Ying Yang Import ubicada en Guayaquil.

Misión

Somos una empresa multinacional de productos textiles establecida en el Ecuador en 1999. Fabricamos y comercializamos productos textiles con la más alta tecnología dirigidas al comercio y a consumidor final. Producimos, además, insumos textiles orientados a industrias afines. Garantizamos calidad y operamos con criterios de rentabilidad sustentable y responsabilidad social. Brindando un rendimiento racional a los accionistas y bienestar a todos nuestros empleados.

Visión

Convertirnos en la empresa textil más grande del país, manteniendo el liderazgo competitivo por medio de una gestión transparente, creativo e innovador. Lograr la fidelidad del cliente para ampliar y garantizar el mercado. Generar rentabilidad sustentable para beneficio de nuestros colaboradores y accionistas. Aportar al desarrollo del país con responsabilidad social y ambiental.

Valores institucionales

Lealtad hacia la organización y el cumplimiento de su misión. Transparencia y ética en el ejercicio de la actividad organizacional.

Creatividad en el diseño, desarrollo, elaboración y comercialización de nuestros productos. Competitividad en el ejercicio de las actividades. Trabajo en equipo durante el ejercicio de la tarea. Respeto mutuo entre las personas que conforman la organización.

4.4.3.3. Análisis FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) se enfoca en dos aspectos que son el interno y externo de la empresa.

Análisis interno

Fortalezas

- Ser una empresa legalmente constituida
- Políticas de precios adecuadas
- Persistencia en lograr sus propios objetivos.
- Control estricto en la elaboración de las prendas.
- Originalidad y constante capacitación a todo el personal
- Entusiasmo y dedicación por parte de los directivos.
- Establecimiento con políticas claras de confección

Debilidades

- Presupuesto inicial reducido.
- Altos costes de montaje.
- Trabas o inconvenientes por parte del sector.
- Empresa nueva en el mercado

Análisis externo

Oportunidades

- Sistema adecuado de microcréditos empresariales de las entidades financieras
- Sistemas de información inmediatas en la red, uso de la tecnología.
- La tecnología disponible en el mercado permite mejorar procesos, la calidad de los productos, y la reducción de costos.
- Demanda por parte del cliente de productos con calidad y entregados a tiempo además de un novedoso servicio.
- Contratar personal calificado para la elaboración de las prendas
- Mantener precios relativamente estables con respecto al mercado
- Variedad de proveedores
- Facilidad para ingresar en el mercado establecido

- Disposición inmediata de la materia prima

Amenazas

- Ingreso al mercado de nuevos competidores
- Inestabilidad Política de la región y del País en general
- Rechazo por parte del público a un servicio y producto nuevo.
- La globalización permitirá el ingreso de competidores de otros países.

4.4.3.4. Estrategias

Con el fin de alcanzar los objetivos fijados por la empresa, se establecen una serie de caminos para alcanzar estas metas.

Precios Competitivos: al existir una gran variedad de empresas textiles en nuestro país una estrategia muy importante es la de ofrecer precios competitivos, para poder competir con las industrias ya establecidas en el país.

Consolidar Operaciones en el Centro del País: se ha considerado ubicar esta nueva agencia en el cantón Pallatanga, para poder tener un punto estratégico de distribución de nuestro producto para la zona centro del país.

Estrategias de Calidad: Se busca mejorar la calidad del producto con el uso de tecnología de punta, que permita elaborar un producto de calidad y a un menor costo. Con ello se puede decir que la calidad es la totalidad de las características del producto que influyen en su capacidad para satisfacer necesidades establecidas o implícitas de nuestros clientes.

Estrategia producto/mercado: consiste en aumentar o conservar el mercado, ofreciendo nuevos productos que deben ir de la mano con otras estrategia que deben tomarse muy en cuenta como son: el marketing mix, estrategias de precios, estrategias de distribución, etc.

Precios de la Competencia: se realizara un monitoreo de los precios fijados en el mercado con el fin de mantener a la empresa en un nivel competitivo. Al verificar los precios de la competencia, podremos constatar que están en un rango superior al nuestro, porque elevan en mayor porcentaje su utilidad.

El precio dependerá en gran parte del cliente, esto implica que si el cliente compra varios productos un mayor número de veces al mes, obtendrá un precio menor.

Al segregar así a los usuarios, se beneficia mayoritariamente a las grandes empresas. También es muy importante analizar bien al cliente, el destino y la cantidad de textiles y productos afines que este lleve, para poder ofrecer un precio económico al cliente.

Promoción y Publicidad: para incursionar en el mercado textil del cantón Pallatanga y del centro del país y a la vez elevar nuestra marca en esta zona, se propone como parte importante establecer una buena estrategia promocional que nos permita conocer si realmente se cumplirán los objetivos de la organización y que cubriremos a través de una campaña publicitaria, a todos nuestros posibles clientes.

Internet: Es un medio de última generación por eso invertiremos en Web de la compañía, donde el usuario podrá enterarse de todas las actividades de la empresa. Aprovecharemos las ventajas que nos brinda el Internet, donde el acceso al mismo es libre, de esta manera llegaremos a un mayor número de posibles usuarios.

Marketing: Es una técnica que se utiliza para dirigir mensajes comerciales hacia los consumidores individuales, difiere de la publicidad regular en que no se pone sus mensajes en medios masivos de comunicación tales como, periódicos o televisión.

4.4.3.5. Organigrama estructural

La agencia de la empresa “YING YANG IMPORT” ubicada en Pallatanga contará con un adecuado ordenamiento jerárquico, completamente definido y dirigido por el personal de esta agencia, lo que le permitirá disponer de un número de empleados y funcionarios directamente relacionados con el volumen de sus operaciones y responsabilidades.

Mediante esta estructura jerárquica, la empresa ha realizado una correcta asignación de cargos, funciones y líneas de autoridad entre cada uno de los colaboradores; así como también ha establecido canales de comunicación y supervisión que acoplen los diversos componentes de la empresa, la manera que conllevan el cumplimiento de los objetivos, planes y metas definidas tanto en las diferentes áreas de trabajo como en la empresa.

Indica únicamente la estructura administrativa de la empresa permitiendo identificar sus puntos fuertes y débiles, sirviendo de guía al hacer planes de corto, mediano y largo plazo. A continuación se observa el organigrama estructural con el que contará la esta agencia, el mismo que nos ayuda a identificar los diversos niveles con los que se trabajará para la elaboración del presente proyecto.

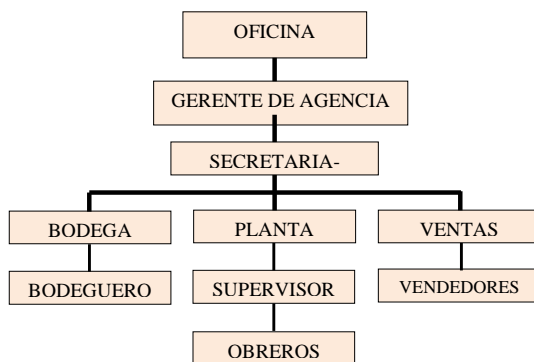


Ilustración No. 8

Organigrama estructural

YING YANG IMPORT AGENCIA PALLATANGA

Elaborado por: Misael Reyes

4.4.3.6. Flujo gramas

El diagrama de flujo de proceso está diseñado para ayudar al análisis del sistema de producción en términos de la secuencia de las operaciones ejecutadas. Además proporciona información con relación a las operaciones, transportaciones, almacenamiento, inspecciones y distribución del producto.



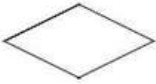
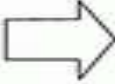
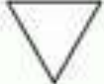



SÍMBOLO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
	Inicio/Final	Se utiliza para describir el inicio y final de un diagrama; del Inicio solo puede salir una línea de flujo y al Final solo debe llegar una línea.
	Acción/Proceso General	Indica una acción o instrumento general que debe realizar.
	Decisión	Indica la comparación de dos datos y dependiendo del resultado lógico se toma la decisión de seguir un camino del diagrama u otro
	Transporte	Hay un transporte cada vez que una forma o documento se mueve, excepto cuando dicho movimiento es parte de una operación o de una inspección.
	Almacenamiento	Ocurre un almacenamiento cuando una forma o documento es guardado o protegido contra un traslado.
	Llamada a subrutina	Indica la llamada a una subrutina o proceso predeterminado.
	Inspección	Hay una inspección cada vez que una forma o documento es examinado para identificarlo o para verificar, cantidad o características. El resultado de esta de esta inspección puede ser: a) Corregir inmediatamente los errores. b) Rechazar la forma o documento. c) Devolverlo para que el error sea corregido. d) Comparar con otro documento.
	Salida Impresa	Indica la presentación de uno o varios resultados en forma impresa.

Ilustración No. 9
Simbología del flujo grama

Elaborado por: Misael Reyes

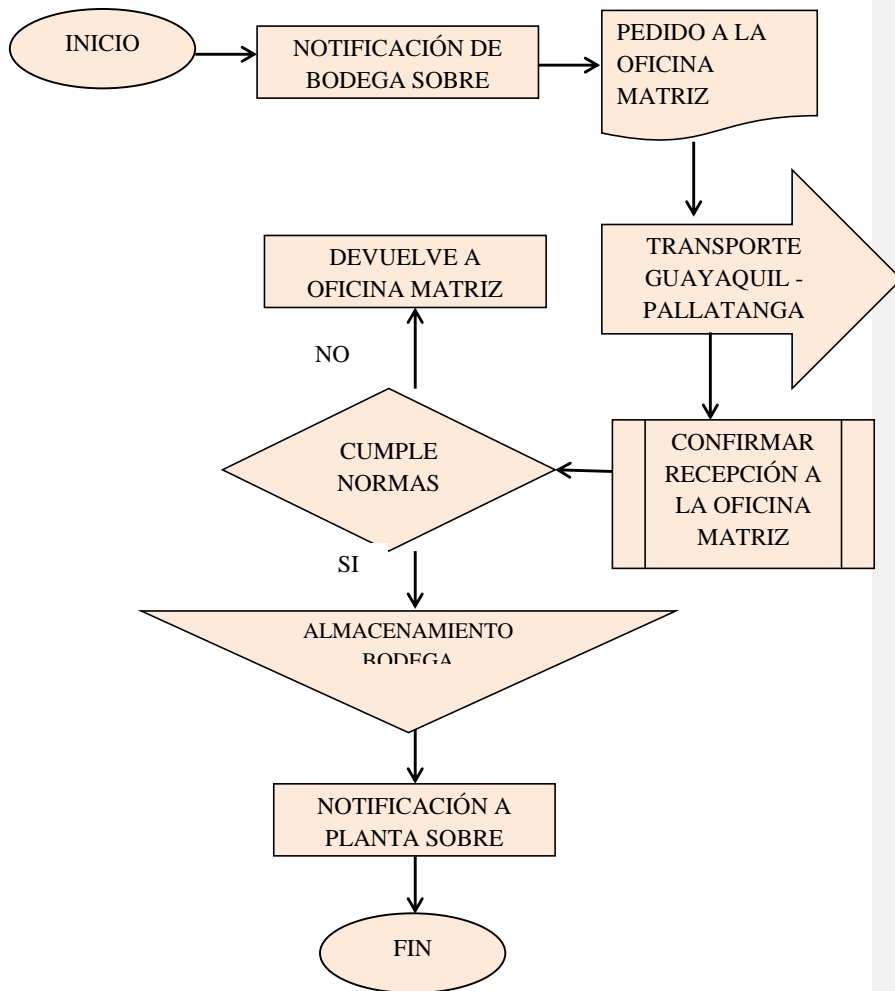


Ilustración No. 10
Flujo grama de aprovisionamiento

Elaborado por: Misael Reyes

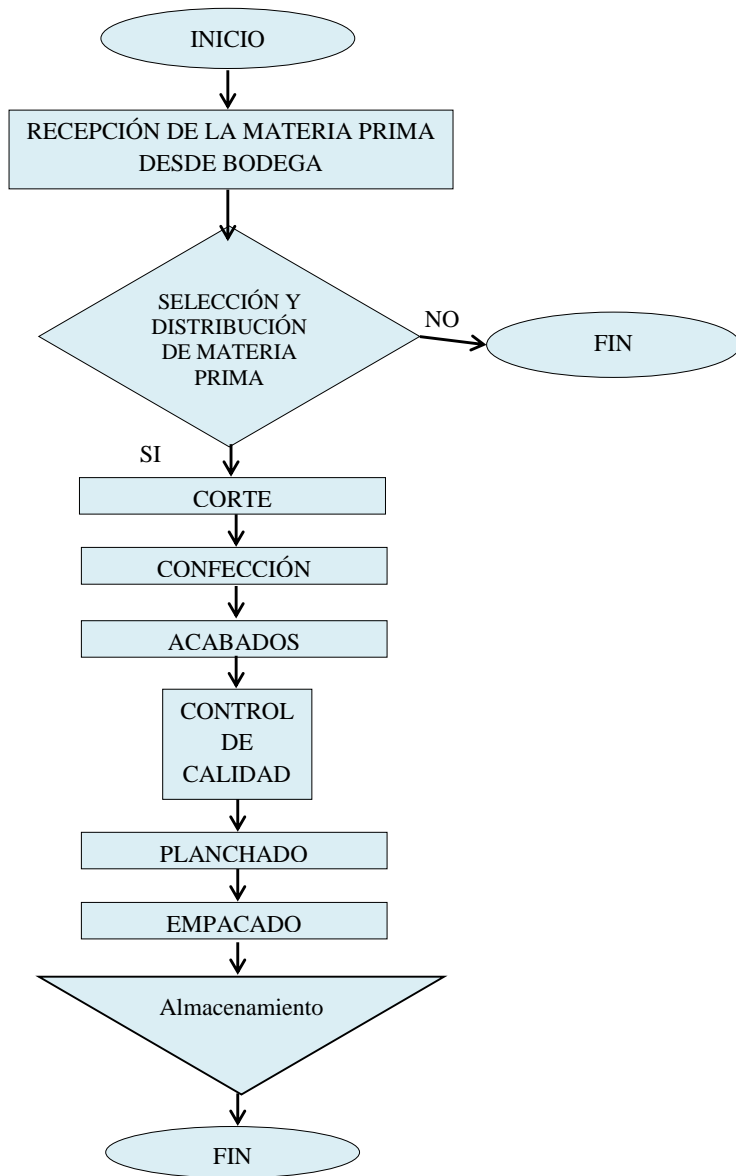


Ilustración No. 11
Flujo grama de producción

Elaborado por: Misael Reyes

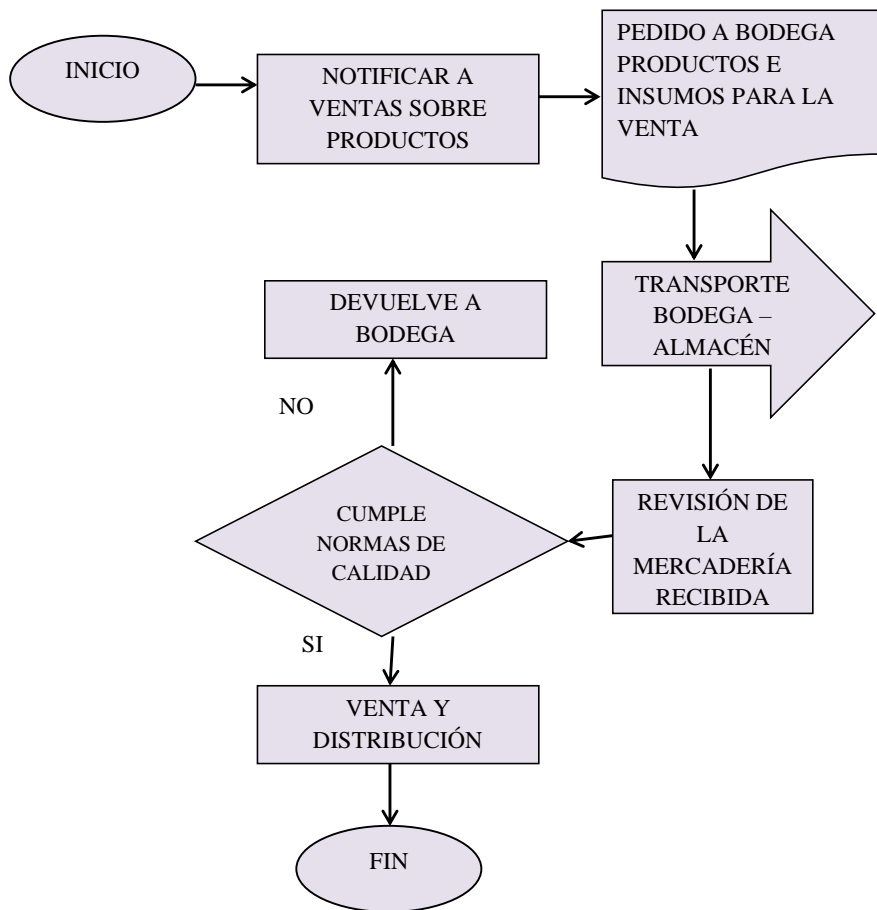


Ilustración No. 12
Flujo grama de distribución y ventas

Elaborado por: Misael Reyes

4.4.3.7. Base legal

- INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

Están sujetos al régimen del Seguro General Obligatorio los empleados privados bajorelación de dependencia por lo tanto es obligación del patrono registrarse en el

IESS, para obtener el número patronal con el cual podrán asegurar a sus trabajadores desde el primer día de labores.

Algunas obligaciones y trámites:

1. Solicitar su cédula de Inscripción Patronal.
2. Enviar el “Aviso de Entrada” de cada trabajador desde el primer día de labores y/o “Aviso de Salida”.
3. Notificar al IESS las modificaciones de sueldos y salarios de los accidentes de trabajo, de las enfermedades profesionales, y demás condiciones de trabajo de los asegurados.
4. Solicitudes correspondientes en cada trámite en formularios entregados gratuitamente por el IESS.
5. Certificación de aportes, formulario entregado gratuitamente por el IESS.
6. Cédula de Identidad y copia con la firma original.
7. Carné de afiliación con los certificados patronales correspondientes y copia.
8. Certificado último de votación y copia.

- **SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

Es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por ley.

- **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

El Servicio de Rentas Internas es una entidad autónoma, encargada de la administración y recaudación de todos los impuestos dentro de un territorio, brinda una adecuada atención a los contribuyentes y al mismo tiempo crea una mayor transparencia con tecnología de punta.

4.5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

En este capítulo se tiene como objetivo la descripción detallada de las necesidades de dinero para materializar el proyecto, así como la forma en que se financiarían dichas inversiones, además se obtiene como consecuencia del estudio de mercado y técnico, especialmente éste último, permiten identificar los recursos necesarios para la operación del proyecto, establecer las condiciones y requerimientos para el adecuado funcionamiento.

El estudio de este capítulo tiene como objetivo analizar la información obtenida tanto en el estudio de mercado como en el estudio técnico para así poder definir la cuantía de las inversiones que necesitamos para realizar este proyecto.

Este rubro nos permite realizar la proyección del flujo de caja así también nos permitirá analizar las diferentes alternativas de financiamiento.

4.5.1. Estudio económico

4.5.1.1. Pre inversión

Es la inversión inicial y que comprende la adquisición de todos los activos diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa. Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento; y que incluyen los siguientes gastos:

- De organización (constitución, patentes, marcas, diseños comerciales, etc.)
- De investigación (estudio de mercado, estudio técnico, asistencia técnica o transferencia de tecnología, evaluación y fiscalización de obras, etc.)
- De instalación (instalaciones de maquinaria, bienes muebles, etc.)

Los activos intangibles están sujetos de amortización, afectan al flujo de caja por una disminución de la renta imponible y por lo tanto de los impuestos pagaderos.

Tabla No. 22
Gastos de pre inversión

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA		
GASTOS DE PRE INVERSIÓN		
DETALLE	PARCIAL	TOTAL
GASTOS DE PLANTA		720,00
Capacitación al personal	720,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Constitución de la empresa	1.500,00	2.156,00
Permisos y patentes	100,00	
Capacitación al personal	360,00	
Contingentes 10%	196,00	
GASTOS DE VENTAS		460,00
Investigación de mercado	100,00	
Capacitación al personal	360,00	
TOTAL USD		3.336,00

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.2. Amortizaciones

Las amortizaciones se aplican a los Activos Intangibles (Gastos de pre inversión) y son aquellos que no tienen forma física, pero que sin embargo tienen un valor a causa del derecho que tiene su dueño. Entre ellos podemos enumerar los siguientes:

- Patentes.- documento que confiere el estado y que le da derecho único para producir o comercializar productos y que prohíbe utilizar a la competencia
- Gastos de organización, de investigación, capacitación del personal, gastos previos al funcionamiento de la empresa.

De acuerdo con el Código Tributario del Ecuador, la amortización es una deducción a que tienen derecho los contribuyentes por los gastos diferidos, los mismos que se los realizan en un tiempo mínimo de 5 años.

Tabla No. 23
Amortización gastos de pre inversión

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA AMORTIZACIÓN GASTOS DE PRE INVERSIÓN (5 AÑOS)				
DETALLE	TOTAL	ANUAL	MENSUAL	HORA
Gastos de Planta	720,00	144,00	12,00	0,01
Gastos Administrativos	2.156,00	431,20	35,93	0,02
Gastos de Ventas	460,00	92,00	7,67	0,01
TOTAL AMORTIZACIÓN USD	3.336,00	667,20	55,60	0,04

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.3. Inversión

La inversión comprende todos los bienes muebles e inmuebles requeridos para poner en funcionamiento la empresa y pertenecen al activo fijo o tangible.

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros.

Se les llama fijo porque la empresa puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

Las estimaciones de las inversiones fijas se las hicieron como culminación del estudio de ingeniería del proyecto en el que se definió la capacidad, proceso, especificaciones y equipos a ser usados en el proyecto.

Todos los datos relacionados a ingresos, costos y gastos son supuestos, como datos referenciales para elaborar los presupuestos.

La inversión necesaria para el proyecto se estima en **51.867,73 dólares**.

Tabla No. 24
Inversión en activos fijos

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA			
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS			
INVERSIÓN EN PLANTA			
DETALLE	CANT.	UNITARIO	TOTAL
Maquina rebobinadora de hilo de 3 hebras y 6 cabezales secuenciales digitales	1	4.500,00	4.500,00
Maquina rebobinadora de hilo de 2 hebras y 6 cabezales secuenciales digitales	1	4.500,00	4.500,00
Maquina rebobinadora de conos ¾ pulgadas en excéntrica 2 HP	1	4.500,00	4.500,00
Maquina rebobinadora de conos ½ pulgadas en excéntrica 2 HP	1	4.500,00	4.500,00
Gramera electronic thread scale RS16	1	4.000,00	4.000,00
Pedestal de base 2 pulgadas	1	4.500,00	4.500,00
Embolo con parafina	1	4.500,00	4.500,00
Marcadores electrónicos DIGITAL THREAD	1	4.000,00	4.000,00
Reguladores de tensión de hilo HEAVY WEIGHT	1	3.800,00	3.800,00
TOTAL INVERSIÓN PLANTA USD			38.800,00
INVERSIÓN ADMINISTRATIVA			
DETALLE	CANT.	UNITARIO	TOTAL
Reloj Biométrico	1	200,00	200,00
Estación de trabajo	1	440,00	440,00
Torino divisiones	1	200,00	200,00
Sillas	2	45,00	90,00
Sillón grace	1	100,00	100,00
Archivador 4 gavetas	1	280,00	280,00
Teléfono	2	35,00	70,00
Impresora multifunción L555	1	339,29	339,29
Flash memory 8GB	1	9,00	9,00
Papelera metálica	2	8,93	17,86
Perforadora	1	3,45	3,45
Tijera	1	0,31	0,31
Grapadora	2	7,23	14,46
Calculadora CASIO	1	10,71	10,71
Sacapuntas de metal	2	0,27	0,54

Cúter	1	0,40	0,40
Saca grapas	3	0,36	1,08
Almohadilla	1	0,80	0,80
Pincho papel	3	1,16	3,48
Porta recadero	2	1,70	3,40
Porta lápices	3	1,70	5,10
Dispensador de cinta	2	3,48	6,96
Porta clips	3	0,63	1,89
Computador Intel Core I3 3340	1	633,79	633,79
TOTAL ADMINISTRACIÓN USD			2.432,52
INVERSIÓN EN VENTAS			
DETALLE	CANT.	UNITARIO	TOTAL
Computador Intel Core I3 3340	1	633,79	633,79
Calculadora CASIO	1	10,71	10,71
Estación de trabajo	1	440,00	440,00
Sillas	2	45,00	90,00
Archivador 6 gavetas	1	350,00	350,00
Caja Registradora Sam4s Er-350ii	1	570,00	570,00
Alarma GSM inalámbrica Taller	1	200,00	200,00
Mostrador aluminium principal	1	550,00	550,00
Mostradores aluminium secundarios	3	490,00	1.470,00
Percha principal de hierro de 24 casilleros	1	370,00	370,00
Percha pequeñas de hierro de 8 casilleros	3	330,00	990,00
Estructura metálica con divisiones de varilla circular	3	280,00	840,00
Perchero vertical de madera para plumón por Kilogramos	1	260,00	260,00
Perchero horizontal de madera para plumón en plancha	1	290,00	290,00
Exhibidor aluminium	2	410,00	820,00
Vitrina aluminium	2	430,00	860,00
Router de internet banda ancha Netpro Wireless 150mbps	1	380,00	380,00
TOTAL INVERSIÓN EN VENTAS USD			9.124,50
INVERSIÓN USD			50.357,02
IMPREVISTOS 3%			1.510,71
TOTAL INVERSIÓN USD			51.867,73

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.4. Depreciaciones

Es un gasto que se aplica a los activos fijos, por pérdida paulatina de su valor por desgaste en el uso y por obsolescencia. Es la pérdida de valor que sufren un bien o activo al pasar los años.

La empresa contabiliza ese desgaste o pérdida de valor como un coste.

Existen varias razones por las cuales un activo puede disminuir su valor original. De esta manera una máquina puede estar en perfecto estado mecánico, puede valer considerablemente menos que cuando era nueva debido a los adelantos técnicos en el campo de la maquinaria. Sin tomar en cuenta la razón de la disminución del valor de un activo, la depreciación debe ser considerada en los estudios de ingeniería económica.

Asimismo de conformidad con el Código de Tributario señala para ser considerado como gastos la siguiente escala:

Tabla No. 25
Depreciaciones

CLASE DE ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL
Muebles	10	10
Equipo de oficina	10	10
Maquinaria y equipo	10	10
Herramientas	10	10
Vehículos	20	5
Equipo de cómputo	33,33	3
Edificios	5	20

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Para el cálculo de la depreciación se la hará en base al método de línea recta, para todos los activos fijos de la empresa. La depreciación anual de los activos de nuestra empresa será de **7.800,076 dólares**.

Tabla No. 26
Depreciación de activos fijos

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA					
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS					
DEPRECIACIÓN PLANTA					
DETALLE	VALOR	SALVAMIENTO	DEPRECIACIÓN	D.MENSUAL	D. ANUAL
Maquina rebobinadora de hilo de 3 hebras y 6 cabezales secuenciales digitales	4.500,00	450,00	4.050,00	33,75	405,00
Maquina rebobinadora de hilo de 2 hebras y 6 cabezales secuenciales digitales	4.500,00	450,00	4.050,00	112,50	1.350,00
Maquina rebobinadora de conos ¾ pulgadas en excéntrica 2 HP	4.500,00	450,00	4.050,00	112,50	1.350,00
Maquina rebobinadora de conos ½ pulgadas en excéntrica 2 HP	4.500,00	450,00	4.050,00	112,50	1.350,00
Gramera electronic thread scale RS16	4.000,00	400,00	3.600,00	30,00	360,00
Pedestal de base 2 pulgadas	4.500,00	450,00	4.050,00	33,75	405,00
Embolo con parafina	4.500,00	450,00	4.050,00	33,75	405,00
Marcadores electrónicos DIGITAL THREAD	4.000,00	400,00	3.600,00	30,00	360,00
Reguladores de tensión de hilo HEAVY WEIGHT	3.800,00	380,00	3.420,00	28,50	342,00
SUMA	38.800,00	3.880,00	34.920,00	527,25	6.327,00
DEPRECIACIÓN ADMINISTRACIÓN					
DETALLE	VALOR	SALVAMIENTO	DEPRECIACIÓN	D.MENSUAL	D. ANUAL
Reloj Biométrico	200,00	66,66	133,34	3,70	44,45
Estación de trabajo	440,00	44,00	396,00	3,30	39,60
Torino divisiones	200,00	20,00	180,00	1,50	18,00
Sillas	90,00	9,00	81,00	0,68	8,10
Sillón grace	100,00	10,00	90,00	0,75	9,00
Archivador 4 gavetas	280,00	28,00	252,00	2,10	25,20
Teléfono	70,00	23,33	46,67	0,39	4,67
Impresora multifunción L555	339,29	113,09	226,20	1,89	22,62
Flash memory 8GB	9,00	3,00	6,00	0,05	0,60
Papelera metálica	17,86	1,79	16,07	0,45	5,36
Perforadora	3,45	0,35	3,11	0,09	1,04
Tijera	0,31	0,03	0,28	0,01	0,09
Grapadora	14,46	1,45	13,01	0,11	1,30
Calculadora CASIO	10,71	3,57	7,14	0,06	0,71
Sacapuntas de metal	0,54	0,05	0,49	0,00	0,05
Cúter	0,40	0,04	0,36	0,00	0,04
Saca grapas	1,08	0,11	0,97	0,01	0,10
Almohadilla	0,80	0,08	0,72	0,01	0,07

Pincho papel	3,48	0,35	3,13	0,03	0,31
Porta recadero	3,40	0,34	3,06	0,03	0,31
Porta lápices	5,10	0,51	4,59	0,04	0,46
Dispensador de cinta	6,96	0,70	6,26	0,05	0,63
Porta clips	1,89	0,19	1,70	0,01	0,17
Computador Intel Core I3 3340	633,79	211,24	422,55	3,52	42,25
SUMA	2.432,52	537,86	1.894,66	18,76	225,12
DEPRECIACIÓN VENTAS					
DETALLE	VALOR	SALVAMIENTO	DEPRECIACIÓN	D.MENSUAL	D. ANUAL
Computador Intel Core I3 3340	633,79	211,24	422,55	3,52	42,25
Calculadora CASIO	10,71	3,57	7,14	0,06	0,71
Estación de trabajo	440,00	44,00	396,00	3,30	39,60
Sillas	90,00	9,00	81,00	0,68	8,10
Archivador 6 gavetas	350,00	35,00	315,00	2,63	31,50
Caja Registradora Sam4s Er-350ii	570,00	57,00	513,00	4,28	51,30
Alarma GSM inalámbrica Tallert	200,00	66,66	133,34	3,70	44,45
Mostrador aluminium principal	550,00	55,00	495,00	13,75	165,00
Mostradores aluminium secundarios	1.470,00	147,00	1.323,00	36,75	441,00
Percha principal de hierro de 24 casilleros	370,00	37,00	333,00	2,78	33,30
Percha pequeñas de hierro de 8 casilleros	990,00	99,00	891,00	7,43	89,10
Estructura metálica con divisiones de varilla circular	840,00	84,00	756,00	6,30	75,60
Perchero vertical de madera para plumón por Kilogramos	260,00	26,00	234,00	1,95	23,40
Perchero horizontal de madera para plumón en plancha	290,00	29,00	261,00	2,18	26,10
Exhibidor aluminium	820,00	82,00	738,00	6,15	73,80
Vitrina aluminium	860,00	86,00	774,00	6,45	77,40
Router de internet banda ancha Netpro Wireless 150mbps	380,00	126,65	253,35	2,11	25,33
SUMA	9.124,50	1.198,13	7.926,37	104,00	1.247,95
SUMA DEPRECIACIÓN USD	50357,02	5615,99	44741,03	650,01	7800,07

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.5. Capital de trabajo

Éste es utilizado para financiar los costos que requiere el proyecto a su comienzo como son: arriendos, sueldos y salarios, gastos básicos, suscripciones, entre otros. Éstos permiten responder a los costos de gastos operativos hasta poder generar ingresos por ventas, evitando caer en un déficit de efectivo.

Tabla No. 27
Capital de trabajo

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA			
CAPITAL DE TRABAJO (para 3 meses)			
DETALLE	SUBPARCIAL	PARCIAL	TOTAL
COSTO DE PLANTA			122.562,86
Materia prima directa		117.000,00	
Materiales directos		1.218,00	
Mano de obra directa		3.600,00	
Costos indirectos		<u>4.344,86</u>	
GASTOS OPERACIONALES			<u>9.981,33</u>
<u>Gastos Administrativos</u>		7.281,33	
Personal	5.370,00		
Suministro y materiales	216,33		
Insumos	<u>1.695,00</u>		
<u>Gastos en Ventas</u>		<u>2.700,00</u>	
Personal	2.700,00		
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			132.544,19

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

El capital de trabajo corresponde a 132.544,19 USD y la inversión total sería de:186.237,21 USD.

Tabla No. 28
Inversión total

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA		
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO		
DETALLE	PARCIAL	TOTAL
GASTOS DE PREINVERSIÓN		3336,00
INVERSIÓN		50357,02
Planta	38800,00	
Administración	2432,52	
Ventas	<u>9124,50</u>	
CAPITAL DE TRABAJO		132544,19
INVERSIÓN TOTAL		186.237,21

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.6. Financiamiento

Una vez que se ha definido el tipo de inversiones del proyecto y sus valores se deben identificar cual va a ser la fuente de financiamiento.

Existen dos fuentes de financiamiento y son:

- Fuentes Internas.- Estas provienen de las aportaciones que realizarán los inversionistas ya sea en efectivo o en especies.
- Fuentes Externas.- Estas se refieren a préstamos bancarios, arrendamiento mercantil, financiamiento con proveedores como en maquinaria y equipo.

Tomando en cuenta que de acuerdo a la legislación tributaria, la ley de tributación premia la utilización del recurso ajeno al disminuir la base impositiva por cuanto el costo financiero es imputable al pago de impuesto al disminuir la base impositiva legal, se aconseja que la estructura del financiamiento sea favoreciendo la utilización del recurso ajeno.

Para el proyecto se utilizará ambas fuentes detalladas a continuación: el 40% serán recursos propios de los accionistas, mientras el 60% será financiado mediante un préstamo bancario con la CFN, a tasa del 12% de interés anual que se pagará en cinco años plazo. La inversión inicial es en la que el inversionista debe incurrir para la elaboración del proyecto.

Tabla No. 29
Fuentes de financiamiento

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA	
FINANCIAMIENTO	
DETALLE	TOTAL
Crédito Bancario 60%	111.742,32
Capital Propio 40%	74.494,88
TOTAL	186.237,21

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.7. Insumos

Son los valores relacionados a servicios como son: agua potable, energía eléctrica, teléfono, internet.

Tabla No. 30
Insumos

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Energía eléctrica	60,00	720,00
Agua potable	15,00	180,00
Teléfono	40,00	480,00
Internet	25,00	300,00
Arriendo	400,00	4800,00
Limpieza	25,00	300,00
TOTAL	565,00	6780,00

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Los gastos por servicios insumos en los que va a incurrir la empresa son de **6780,00 dólares** anualmente.

4.5.1.8. Suministros y materiales de oficina

El estudio de suministros y materiales de oficina para toda la empresa comprende básicamente la definición de las características técnicas de cada una de los materiales que intervienen, en el funcionamiento diario de la empresa.

Es importante además investigar las fuentes de abastecimiento, a fin de obtener la información de quienes son los principales proveedores que además se encuentren ubicados cerca a la empresa, para así tener los requerimientos suficientes en el momento oportuno.

En este caso se determinaron estos costos de acuerdo al tamaño de la empresa y las necesidades de cada uno de los componentes de las personas que conforman la organización.

Tabla No. 31
Suministros y materiales

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA			
SUMINISTROS Y MATERIALES			
DETALLE	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
Carpeta de cartón con vincha	50	0,15	7,60
Resma de papel bond 75 Gr. A-4	1	34,00	34,00
Caja de Clips Bene	1	0,22	0,22
Esfero Bic punto medio	24	0,23	5,47
Etiqueta adhesiva	1	0,36	0,36
Caja de Clips mariposa	1	1,21	1,21
Archivador Eco Bene oficio	1	1,61	1,61
Resaltador	1	0,45	0,45
Sobre de manila	6	0,57	3,43
Lápiz Faber Castell 1210/B	12	0,22	2,68
Borrador Pelikan PZ-20	20	0,16	3,22
Cinta adhesiva 18 X 40	1	0,45	0,45
Cinta Masking de 18 X 20	1	0,45	0,45
Caja de grapa Eagle 26/6 X 1.000 Und.	1	0,27	0,27
Tinta Kofa para sellos	1	0,45	0,45
Cinta de embalaje Shurtape 48 X 40	1	0,67	0,67
SUB TOTAL			62,51
IVA 12%			7,50
TOTAL			70,01
IMPREVISTO 3%			2,10
TOTAL			72,11

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.9. Costos

El costo es basado en las ventas del servicio que se va a brindar, en este caso es en base de las ventas de insumos y materiales textiles. En otras palabras es cuánto va costar la importación de telas y demás artículos relacionados con la actividad comercial de la empresa. En primera instancia se debe determinar los costos directos e indirectos que se van a presentar en un período determinado para la realización de las ventas de las telas.

➤ Costos Fijos

Estos costos son los aquellos que existen haya o no producción y por lo tanto no están en relación con el volumen de producción de la empresa, dentro de los cuales se toman en cuenta a los gastos de depreciación, impuestos prediales, sueldos administrativos, intereses por créditos, entre otros. Se clasifican en:

- Costos efectivos o reales: que son aquellos que representan un desembolso efectivo por parte de la empresa hacia terceros.
- Costos fijos imputados que son los intereses del capital propio y depreciaciones, que no son egresos reales sino que se registran únicamente como asientos contables para la evaluación del proyecto y que además son utilizados como escudos fiscales con el objeto de disminuir la base imponible para reducir el pago de impuestos.
- Costos Variables
Son aquellos que varían dependiendo el volumen de producción.
- Costos Mixtos
Están conformados por un componente de costo fijo y uno variable, es decir una parte de este costo permanecerá constante independiente de los niveles de producción, mientras que la otra parte tendrá una variación dependiendo del volumen de producción.
- Costos De Producción
Estos costos están relacionados con la producción ya sea del bien o del servicio estos costos pueden ser los costos indirectos (materia prima, mano de obra directa, materiales directos e indirectos) así también se debe tomar en cuenta los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

Tabla No. 32
Costos de producción

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA						
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
COSTO DIRECTO						
MATERIA PRIMA DIRECTA	UNIDAD	CANT	UNITARIO	ANUAL	TRIMESTRAL	MENSUAL
Telas varias	m2	30000	1,30	468000,00	117000,00	39000,00
TOTALES				468000,00	117000,00	39000,00
MATERIALES DIRECTOS	UNIDAD	CANT	UNITARIO	ANUAL	TRIMESTRAL	MENSUAL
Botones	u	2000	0,03	720,00	180,00	60,00
Cierres	u	1000	0,15	1800,00	450,00	150,00
Hilos	u	40	4,90	2352,00	588,00	196,00
TOTALES				4872,00	1218,00	406,00
MANO DE OBRA DIRECTA			CANT	ANUAL	TRIMESTRAL	MENSUAL
Obreros			3	14400,00	3600,00	1200,00
TOTALES				14400,00	3600,00	1200,00
TOTAL COSTOS DIRECTOS				487272,00	121818,00	40606,00
COSTO INDIRECTO						
MATERIALES INDIRECTOS	UNIDAD	CANT	UNITARIO	ANUAL	TRIMESTRAL	MENSUAL
Fundas de empaque	u	800	0,15	1440,00	360,00	120,00
Etiquetas	u	400	0,10	480,00	120,00	40,00
Armadores	u	500	0,25	1500,00	375,00	125,00
TOTALES				3420,00	855,00	125,00
MANO DE OBRA INDIRECTA				ANUAL	TRIMESTRAL	MENSUAL
Jefe de planta				4800,00	1200,00	400,00
TOTALES				4800,00	1200,00	400,00
DETALLE				ANUAL	TRIMESTRAL	MENSUAL
Suministros y materiales				288,44	72,11	24,04
Insumos				2400,00	600,00	200,00
Depreciación				6327,00	1581,75	527,25
Amortización				144,00	36,00	12,00
TOTALES				9159,44	2289,86	763,29
TOTAL COSTO INDIRECTO				17379,44	4344,86	1288,29
TOTAL COSTO DIRECTO Y COSTO INDIRECTO				504651,44	126162,86	41894,29

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.10. Gastos

Se conceptúan gastos a toda clase de desembolsos monetarios o crediticios realizados por las entidades en cada ejercicio o período contable que generalmente, significan disminuciones de utilidades y que cuando sobrepasan en valores a las rentas, originan pérdida o déficit en el período o ejercicio contable de su registro.

Por otra parte, los gastos cuando se pagan en efectivo representan disminución del activo disponible; y cuando no se pagan en dinero constituyen crédito por pagar que incrementan el pasivo empresarial.

4.5.1.10.1. Gastos administrativos

Los gastos administrativos son aquellos como los sueldos y salarios, suministros y materiales, insumos, depreciaciones, telecomunicaciones, amortizaciones.

Que son necesarios para el adecuado funcionamiento del área administrativa de la empresa, y tener el más óptimo desempeño del personal que labore en ella. Ya que al abastecernos de los mejores servicios en telecomunicaciones, suministros de oficina, insumos e incluso del personal mejor capacitado ayudara a brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

Tabla No. 33
Sueldos y salarios administrativos

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA			
SALARIOS ADMINISTRATIVOS			
PUESTO	SALARIO	TRIMESTRAL	ANUAL
Gerente de agencia	550,00	1650,00	6600,00
Secretaria / contadora	900,00	2700,00	10800,00
Conserje	340,00	1020,00	4080,00
TOTAL	1.790,00	5370,00	21480,00

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Tabla No. 34
Gastos administrativos

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
DETALLE	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
Salarios administrativos	1.790,00	5.370,00	21.480,00
Insumos (luz, agua, teléfono, internet)	565,00	1.695,00	6.780,00
Suministros de oficina	72,11	216,33	865,31
Gastos amortización	35,93	107,80	431,20
Gastos depreciación	18,76	56,28	225,12
Total	2.481,80	7.445,41	29.781,63

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.10.2. Gastos de ventas

Son los gastos que se generan por la venta del productos textiles, principalmente con la vente de telas, entre estos están las movilizaciones internas, además de los sueldos, insumos, telecomunicaciones, depreciaciones y amortizaciones que también son parte de esta área, ya que este departamento de la empresa es la que se comunica con los clientes nacionales,y realiza la venta de todos los productos disponibles en el stock de la empresa. La agencia contara con dos vendedores y cada uno percibirá un sueldo de 450,00 cada uno.

Tabla No.35
Sueldos y salarios de ventas

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA			
SUELDOS VENTAS			
PUESTO	SUELDO	TRIMESTRAL	ANUAL
Vendedores	900,00	2700,00	10800,00
TOTAL	900,00	2700,00	10800,00

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Tabla No. 36
Gastos de ventas

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA			
GASTOS VENTAS			
DETALLE	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
Sueldos ventas	900,00	2.700,00	10.800,00
Gastos de amortización	7,67	23,00	92,00
Gastos de depreciación	104,00	311,99	1.247,95
Total	1.011,66	3.034,99	12.139,95

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.10.3. Gastos financieros

Estos gastos son generados para financiar las inversiones con recursos externos. La inversión que se necesita para emprender el proyecto es de USD, el 40% valor total será aporte de los socios, mientras el 60% será solicitado a través de un crédito a la CFN el valor que solicitaremos es de USD.

Para poder financiar el proyecto existirá un préstamo el cual generará intereses del capital amortizado, el cual se realizará por medio de cuotas fijas en pagos periódicos.

- Monto a financiar: 111.742,32 USD
- Tasa de Interés: 0,12 = 12%
- Plazo: 5 años
- Pagos: Mensuales

La cuota fija a pagarse durante cinco años de plazo y que se realizará cada mes es de 2.485,65 dólares.

A continuación se presenta la tabla de amortización de los pagos que se realizar durante los 5 años que durara el crédito:

Tabla No. 37
Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Nº	PAGO CAPITAL	PAGO INTERÉS	PAGO MENSUAL	SALDO
0	0	0	0	111742,32
1	1368,22	1117,42	2485,65	110374,10
2	1381,91	1103,74	2485,65	108992,20
3	1395,72	1089,92	2485,65	107596,47
4	1409,68	1075,96	2485,65	106186,79
5	1423,78	1061,87	2485,65	104763,01
6	1438,02	1047,63	2485,65	103325,00
7	1452,40	1033,25	2485,65	101872,60
8	1466,92	1018,73	2485,65	100405,68
9	1481,59	1004,06	2485,65	98924,09
10	1496,41	989,24	2485,65	97427,68
11	1511,37	974,28	2485,65	95916,31
12	1526,48	959,16	2485,65	94389,83
13	1541,75	943,90	2485,65	92848,08
14	1557,17	928,48	2485,65	91290,92
15	1572,74	912,91	2485,65	89718,18
16	1588,46	897,18	2485,65	88129,72
17	1604,35	881,30	2485,65	86525,37
18	1620,39	865,25	2485,65	84904,97
19	1636,60	849,05	2485,65	83268,38
20	1652,96	832,68	2485,65	81615,42
21	1669,49	816,15	2485,65	79945,92
22	1686,19	799,46	2485,65	78259,74
23	1703,05	782,60	2485,65	76556,69
24	1720,08	765,57	2485,65	74836,61
25	1737,28	748,37	2485,65	73099,33
26	1754,65	730,99	2485,65	71344,67
27	1772,20	713,45	2485,65	69572,48
28	1789,92	695,72	2485,65	67782,55

29	1807,82	677,83	2485,65	65974,73
30	1825,90	659,75	2485,65	64148,83
31	1844,16	641,49	2485,65	62304,68
32	1862,60	623,05	2485,65	60442,08
33	1881,23	604,42	2485,65	58560,85
34	1900,04	585,61	2485,65	56660,81
35	1919,04	566,61	2485,65	54741,78
36	1938,23	547,42	2485,65	52803,55
37	1957,61	528,04	2485,65	50845,94
38	1977,19	508,46	2485,65	48868,75
39	1996,96	488,69	2485,65	46871,79
40	2016,93	468,72	2485,65	44854,86
41	2037,10	448,55	2485,65	42817,76
42	2057,47	428,18	2485,65	40760,30
43	2078,04	407,60	2485,65	38682,25
44	2098,82	386,82	2485,65	36583,43
45	2119,81	365,83	2485,65	34463,62
46	2141,01	344,64	2485,65	32322,61
47	2162,42	323,23	2485,65	30160,19
48	2184,04	301,60	2485,65	27976,14
49	2205,88	279,76	2485,65	25770,26
50	2227,94	257,70	2485,65	23542,31
51	2250,22	235,42	2485,65	21292,09
52	2272,73	212,92	2485,65	19019,36
53	2295,45	190,19	2485,65	16723,91
54	2318,41	167,24	2485,65	14405,50
55	2341,59	144,06	2485,65	12063,91
56	2365,01	120,64	2485,65	9698,91
57	2388,66	96,99	2485,65	7310,25
58	2412,54	73,10	2485,65	4897,71
59	2436,67	48,98	2485,65	2461,04
60	2461,04	24,61	2485,65	0,00

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Tabla No. 38
Gasto financiero

GASTOS FINANCIEROS						
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
MONTO	12475,26	10274,53	7794,69	5000,35	1851,61	37396,45

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.1.11. Ingresos

Los ingresos esperados del proyecto están relacionados directamente a la venta de telas de varios tipos (algodón, sintética, polar, lana, seda, etc.).

En función a la venta de los productos que se tenga en stock se podrá obtener los ingresos.

El proyecto en su fase operativa, puede tener diversas fuentes de ingresos, dependiendo de la naturaleza del mismo y del volumen de actividades que desarrolla, entre las que se pueden citar:

- Ingresos por la venta del bien o servicio de la empresa.
- Ingresos por la venta de subproductos y /o desechos.
- Ingresos financieros.

Para el cálculo de los ingresos por venta de sus productos, existen varios factores:

- Pronóstico de ventas de acuerdo al estudio de mercado.
- Disponibilidad de recursos financieros.
- Capacidad de producción.
- Precios competitivos en el mercado.

Tabla No. 39
Ingresos mensuales

YING YANG IMPORT AGENCIA PALLATANGA					
INGRESOS					
DETALLE	A FACTURAR	UNIDADES	M ²	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
Telas varias	2,00		30000	60000,00	720000,00
Botones	0,05	2000		100,00	1200,00
Cierres	0,25	1000		250,00	3000,00
Hilos	6,00	40		240,00	2880,00
TOTALES				60590,00	727080,00

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Tabla No. 40
Proyección de los ingresos

PERIODO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
727.080,00	799.788,00	879.766,80	967.743,48	1.064.517,83

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.2. Evaluación financiera

Los objetivos para la evaluación del proyectos es la de establecer las bondades de las decisiones tomadas por los inversionistas de asignar los recursos generalmente escasos a una inversión específicas. Es muy importante la evaluación de un proyecto ya que se establece si el proyecto que se va a realizar es viable, es decir, si existen las condiciones comerciales, técnicas y de infraestructura para concretar el mismo; así también determinar si es rentable o no, si va a generar ganancias o pérdidas para los inversionistas.

Para evaluar los proyectos existen instrumentos de evaluación, a través de los cuales se determinará si el proyecto es rentable o no; entre los principales se tiene:

4.5.2.1. Balance general

El estado de situación inicial permite conocer cómo va a iniciar la empresa, aquí se debe registrarse el activo corriente, al interior del mismo el capital de trabajo como rubro principal, así también el activo fijo tangible y el activo diferido.

Tabla No. 41
Estado de situación inicial

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DEL 2015			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	132.544,19	PASIVO A LARGO PLAZO	111.742,32
Caja - Bancos	132.544,19	Préstamo Bancario	111.742,32
	<hr/>		<hr/>
ACTIVO FIJO	50.357,02	PATRIMONIO	
Muebles y Enseres	8.457,86	CAPITAL	74.494,88
Equipo de Oficina	703,29	Capital social	74.494,88
Maquinaria, Equipo	38.800,00		<hr/>
Equipo de Computación	2.395,87		
	<hr/>		
ACTIVO DIFERIDO	3.336,00		
Gastos de Organización	1.796,00		
Gastos de Investigación	100,00		
Gastos de Capacitación	1.440,00		
	<hr/>		
TOTAL ACTIVOS	186.237,21	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	186.237,21

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Tabla No. 42
Estado de situación inicial proyectado

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA PROYECCIÓN ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 201X					
RUBRO	PERIODO				
	2015	2016	2017	2018	2019
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE	376.025,77	382.403,56	388.874,76	395.380,35	401.846,81
Caja - Bancos	376.025,77	382.403,56	388.874,76	395.380,35	401.846,81
ACTIVO FIJO	42.556,95	42.556,95	42.556,95	42.556,95	42.556,95
Muebles y Enseres	8.457,86	8.457,86	8.457,86	8.457,86	8.457,86
Equipo de Oficina	703,29	703,29	703,29	703,29	703,29
Maquinaria, Equipo	38.800,00	38.800,00	38.800,00	38.800,00	38.800,00
Equipo de Computación	2.395,87	2.395,87	2.395,87	2.395,87	2.395,87
Depreciación	7.800,07	7.800,07	7.800,07	7.800,07	7.800,07
ACTIVO DIFERIDO	2.668,80	2.668,80	2.668,80	2.668,80	2.668,80
Gastos de Organización	1.796,00	1.796,00	1.796,00	1.796,00	1.796,00
Gastos de Investigación	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Gastos de Capacitación	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Amortización	667,20	667,20	667,20	667,20	667,20
TOTAL ACTIVOS	421.251,52	427.629,31	434.100,51	440.606,10	447.072,56
PASIVO	245.083,53	236.922,61	227.259,37	215.863,41	202.471,56
PASIVO CORRIENTE	245.083,53	236.922,61	227.259,37	215.863,41	202.471,56
15% Part Utilidades Trabajadores	23.301,71	26.633,72	30.331,46	34.434,18	38.985,36
23% Impuesto a la Renta	30.369,89	34.712,62	39.532,00	44.879,22	50.810,92
Sueldos y salarios	64.167,02	68.658,71	73.464,82	78.607,36	84.109,87
Beneficio por pagar	20.379,82	21.806,41	23.332,86	24.966,16	26.713,79
Intereses Bancarios	12.475,26	10.274,53	7.794,69	5.000,35	1.851,61
Préstamo Bancario	111.742,32	94.389,83	74.836,61	52.803,55	27.976,14
Amortización deuda	17.352,49	19.553,22	22.033,06	24.827,41	27.976,14
Crédito bancario	94.389,83	74.836,61	52.803,55	27.976,14	0,00
PATRIMONIO	176.167,99	190.706,70	206.841,14	224.742,70	244.601,01
CAPITAL DE TRABAJO					
Aporte socios	74.494,88	74.494,88	74.494,88	74.494,88	74.494,88
UTILIDADES	81.338,49	92.969,46	105.877,00	120.198,25	136.084,90
RESERVAS	20.334,62	23.242,36	26.469,25	30.049,56	34.021,22
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	421.251,52	427.629,31	434.100,51	440.606,10	447.072,56

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.2.2. Estado de resultados

El estado de resultados brinda información de un período completo, de todas las erogaciones e ingresos en un lapso de tiempo determinado.

Es en cual se refleja el beneficio o la pérdida real de la operación del proyecto al final de un período determinado, generalmente de un año.

Esto resulta de restar de los ingresos netos, todos los costos de producción tanto directos como indirectos, dentro de los cuales estarán tanto los desembolsos efectivos o reales sino únicamente asientos contables.

Como aquellos que no son desembolsos reales como es el caso de las depreciaciones y amortizaciones, pero que se los considera con el único fin de reducir la base imponible para efectos de utilidades y pago de impuestos.

La evaluación del proyecto se va realizar en base a los valores proyectados, es decir sobre los posibles resultados que tendrá el mismo, y por tanto se lo hará con una proyección a cinco años y basándose en las tasas de crecimiento de las exportaciones que se tomaron en cuenta anteriormente para la proyección de costos e ingresos.

En el proyecto el estado de resultado se proyectará a cinco años que corresponde el estudio y el indicador para la proyección es la tasa de crecimiento considerada para la proyección de los costos e ingresos del proyecto.

Sin embargo se debe tomar en cuenta que los gastos administrativos del proyecto se incrementarán a partir del año 2016 ya que con el aumento de servicios habrá que realizar un aumento de personal, para ello hemos estimado un crecimiento del 10% en los nuevos gastos de ventas.

Tabla No. 43
Estado de resultados

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA		
ESTADO DE RESULTADOS		
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015		
VENTAS		727.080,00
COSTO DE PRODUCCIÓN		504.651,44
COSTO DIRECTO	487.272,00	
Materia prima directa	468.000,00	
Materiales directos	4.872,00	
Mano de Obra Directa	14.400,00	
COSTOS INDIRECTOS	17.379,44	
Materiales Indirectos	3.420,00	
Mano de Obra Indirecta	4.800,00	
Suministros y Materiales	288,44	
Insumos	2.400,00	
Depreciación	6.327,00	
Amortización	144,00	
UTILIDAD BRUTA		222.428,56
GASTOS OPERACIONALES		67.083,86
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38.226,45	
Personal	29.924,82	
Suministros y Materiales	865,31	
Servicios	6.780,00	
Depreciación	225,12	
Amortización	431,20	
GASTOS DE VENTAS	16.382,15	
Personal	15.042,20	
Depreciación	1.247,95	
Amortización	92,00	
GASTOS FINANCIEROS	12.475,26	
Intereses Bancarios	12.475,26	
UTILIDAD OPERACIONAL		155.344,70
15% Participación trabajadores		23.301,71
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		132.043,00
23% Impuesto a la Renta		30.369,89
UTILIDAD DEL EJERCICIO		101.673,11
RESERVAS		20.334,62
UTILIDAD NETA		81.338,49

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Tabla No. 44
Estado de resultados proyectado

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA					
PROYECCIÓN ESTADO DE RESULTADOS					
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 201X					
RUBROS	PERIODO				
	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS	727.080,00	799.788,00	879.766,80	967.743,48	1.064.517,83
COSTO DIRECTO	487.272,00	535.567,20	588.661,68	647.033,25	711.207,36
Materia prima directa	468.000,00	514.800,00	566.280,00	622.908,00	685.198,80
Materiales directos	4.872,00	5.359,20	5.895,12	6.484,63	7.133,10
Mano de Obra Directa	14.400,00	15.408,00	16.486,56	17.640,62	18.875,46
COSTOS INDIRECTOS	17.379,44	18.206,28	19.099,73	20.065,44	21.109,56
Materiales Indirectos	3.420,00	3.762,00	4.138,20	4.552,02	5.007,22
Mano de Obra Indirecta	4.800,00	5.136,00	5.495,52	5.880,21	6.291,82
Suministros y Materiales	288,44	317,28	349,01	383,91	422,30
Insumos	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Depreciación	6.327,00	6.327,00	6.327,00	6.327,00	6.327,00
Amortización	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
UTILIDAD BRUTA	222.428,56	246.014,52	272.005,39	300.644,79	332.200,91
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38.226,45	40.746,72	43.439,22	46.315,94	49.389,69
Personal	29.924,82	32.019,56	34.260,93	36.659,19	39.225,33
Suministros y Materiales	865,31	951,84	1.047,03	1.151,73	1.266,90
Servicios	6.780,00	7.119,00	7.474,95	7.848,70	8.241,13
Depreciación	225,12	225,12	225,12	225,12	225,12
Amortización	431,20	431,20	431,20	431,20	431,20
GASTOS DE OPERACIÓN Y VENTAS	16.382,15	17.435,10	18.561,76	19.767,29	21.057,21
Personal	15.042,20	16.095,15	17.221,81	18.427,34	19.717,26
Depreciación	1.247,95	1.247,95	1.247,95	1.247,95	1.247,95
Amortización	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00
GASTOS FINANCIEROS	12.475,26	10.274,53	7.794,69	5.000,35	1.851,61
Intereses Bancarios	12.475,26	10.274,53	7.794,69	5.000,35	1.851,61
UTILIDAD OPERACIONAL	155.344,70	177.558,17	202.209,71	229.561,21	259.902,40
15% Participación trabajadores	23.301,71	26.633,72	30.331,46	34.434,18	38.985,36
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	132.043,00	150.924,44	171.878,25	195.127,03	220.917,04
23% Impuesto a la Renta	30.369,89	34.712,62	39.532,00	44.879,22	50.810,92
UTILIDAD DEL EJERCICIO	101.673,11	116.211,82	132.346,26	150.247,81	170.106,12
RESERVAS	20.334,62	23.242,36	26.469,25	30.049,56	34.021,22
UTILIDAD NETA	81.338,49	92.969,46	105.877,00	120.198,25	136.084,90

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.2.3. Flujo neto de caja

El flujo de caja es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Ejemplos de ingresos de efectivo son el cobro de facturas, el rendimiento de inversiones, los préstamos obtenidos, etc. Ejemplos de egresos de efectivo son el pago de facturas, el pago de impuestos, el pago de sueldos, el pago de préstamos, el pago de intereses, el pago de servicios de electricidad y agua, etc.

La diferencia entre los ingresos y los egresos de efectivo se conoce como saldo, el cual puede ser favorable o desfavorable.

A diferencia del estado de resultados, el flujo de caja muestra lo que realmente ingresa o sale de “caja”; por ejemplo, registra el pago de una compra, pero no la depreciación de un activo, que implica un gasto, pero no una salida de efectivo.

Este es uno de los elementos más importantes dentro de la evaluación de un proyecto que los indicadores de la valuación del proyecto que más adelante se verá serán basados en los resultados del mismo.

Existen ciertos rubros en el flujos de caja que pueden ser comunes, en la evaluación, pueden encontrarse así como los gastos administrativos, los ingresos por venta del servicio que no influirán en la toma de decisiones del inversionista, sin embargo, existen otros rubros que se registran solo por efecto del cambio, como maquinarias o equipos que hagan variar la estructura inicial de los costos e ingresos.

Es decir el flujo de caja es el saldo entre los ingresos y los egresos en un período determinado. Así también se debe tomar en cuenta que tanto las depreciaciones como las amortizaciones se sumarán ya que no son desembolsos reales durante el proyecto. De igual forma existe un préstamo que se encuentra amortizando la deuda durante cinco años y que va a estar registrada en cada mes durante ese período.

Tabla No. 45
Flujo neto de caja

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA						
FLUJO NETO DEL EFECTIVO						
RUBROS	PERIODO					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS		727.080,00	799.788,00	879.766,80	967.743,48	1.064.517,83
Venta de activos					798,54	
Materia prima directa		468.000,00	514.800,00	566.280,00	622.908,00	685.198,80
Materiales directos		4.872,00	5.359,20	5.895,12	6.484,63	7.133,10
Mano de Obra Directa		14.400,00	15.408,00	16.486,56	17.640,62	18.875,46
Materiales Indirectos		3.420,00	3.762,00	4.138,20	4.552,02	5.007,22
Mano de Obra Indirecta		4.800,00	5.136,00	5.495,52	5.880,21	6.291,82
Suministros y Materiales		288,44	317,28	349,01	383,91	422,30
Insumos		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Depreciación		6.327,00	6.327,00	6.327,00	6.327,00	6.327,00
Amortización		144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		38.226,45	40.746,72	43.439,22	46.315,94	49.389,69
Personal		29.924,82	32.019,56	34.260,93	36.659,19	39.225,33
Suministros y Materiales		865,31	951,84	1.047,03	1.151,73	1.266,90
Servicios		6.780,00	7.119,00	7.474,95	7.848,70	8.241,13
Depreciación		225,12	225,12	225,12	225,12	225,12
Amortización		431,20	431,20	431,20	431,20	431,20
GASTOS DE OPERACIÓN Y VENTAS		16.382,15	17.435,10	18.561,76	19.767,29	21.057,21
Personal		15.042,20	16.095,15	17.221,81	18.427,34	19.717,26
Depreciación		1.247,95	1.247,95	1.247,95	1.247,95	1.247,95
Amortización		92,00	92,00	92,00	92,00	92,00
GASTOS FINANCIEROS		12.475,26	10.274,53	7.794,69	5.000,35	1.851,61
UTILIDAD OPERACIONAL		160.216,70	182.917,37	208.104,83	236.844,39	267.035,50
15% Participación trabajadores		23.301,71	26.633,72	30.331,46	34.434,18	38.985,36
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		136.915,00	156.283,64	177.773,37	202.410,21	228.050,14
23% Impuesto a la Renta		31.490,45	35.945,24	40.887,88	46.554,35	52.451,53
UTILIDAD NETA		105.424,55	120.338,40	136.885,50	155.855,86	175.598,61
Inversión inicial	186.237					
Inversión de reposición					2.395,87	
Depreciación		7.800,07	7.800,07	7.800,07	7.800,07	7.800,07
Amortización		667,20	667,20	667,20	667,20	667,20
Amortización de la deuda		17352,49	19553,22	22033,06	24827,41	27976,14
FLUJO NETO DE CAJA	186.237	96.539,32	109.252,45	123.319,71	137.099,85	156.089,73

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.2.4. Valor actual neto

El VAN = valor actual neto

Es la evaluación de los flujos de fondos en términos de sus valores en el tiempo.

El valor actual neto “VAN”, conocido también como el valor presente neto “VPN”, compara a todos los ingresos y egresos del proyecto en un solo momento del tiempo. Permite conocer la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto.

El valor actual neto de una inversión corresponde al flujo neto de del efectivo (FNE) actualizado, con una determinada tasa de descuento, la misma que tendrá un valor que puede ser calculada en función al aporte propio y al monto financiado. Previo el cálculo del VAN, es necesario precisar que el Flujo Neto del Efectivo, puede ser constante anualmente o diferente; como también la tasa de actualización ser la misma cada año o por el contrario distinta.

Tabla No. 46
Valor actual neto positivo (12%)

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA						
VALOR ACTUAL NETO						
AÑOS	VALORES CORRIENTES		FACTOR ACTUALIZACIÓN		VALORES ACTUALIZADOS	
	INVERSIÓN	FNE+VS	VA = 1/(1+i) ⁿ		INVERSIÓN	EGRESOS
0	186.237		1		186.237	
1		96.539	1/(1+0,12) ¹	0,8928571		86.196
2		109.252	1/(1+0,12) ²	0,7971939		87.095
3		123.320	1/(1+0,12) ³	0,7117802		87.777
4		137.100	1/(1+0,12) ⁴	0,6355181		87.129
5		156.090	1/(1+0,12) ⁵	0,5674269		88.570
	186.237	622.301			186.237	436.767
					VAN 1=	250.529

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Tabla No. 47
Valor actual neto negativo (55%)

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA						
VALOR ACTUAL NETO						
AÑOS	VALORES CORRIENTES		FACTOR ACTUALIZACIÓN		VALORES ACTUALIZADOS	
	INVERSIÓN	FNE+VS	VA = 1/(1+i)n		INVERSIÓN	EGRESOS
0	186.237		1		186.237	
1		96.539	1/(1+0,55)1	0,6451613		62.283
2		109.252	1/(1+0,55)2	0,4162331		45.474
3		123.320	1/(1+0,55)3	0,2685375		33.116
4		137.100	1/(1+0,55)4	0,1732500		23.753
5		156.090	1/(1+0,55)5	0,1117742		17.447
	186.237	622.301			186.237	182.073
					VAN 2=	-4.164

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

4.5.2.6 Taza mínima atractiva de retorno

Como ya hemos detallado con anterioridad, para determinar la TMAR, dentro del desarrollo del proyecto en mención, recurriremos al método CAPM, dentro del cual descontaremos el flujo, para ello usaremos la siguiente formula:

$$r_e = r_f + \beta(r_m - r_f) + r_{pec}$$

Donde:

r_e : Rentabilidad exigida del capital propio

r_f : Tasa libre de riesgo

r_m : Tasa de rentabilidad del mercado

r_{pec} : Riesgo país Ecuador

El riesgo país de Ecuador es 558 puntos, es decir de 5,58%. La tasa libre de riesgo, está representada por los T-BONDS, cuya rentabilidad es de 4,68%. La rentabilidad demercado de las empresas del sector en promedio es de 12,50%. El β corregido

adquiere un valor de 1,23. Según lo encontrado en los albores estadísticos históricos del Banco Central del Ecuador

$$r_c = 4,68\% + 1,3(12,5\% - 4,68\%) + 5,58\%$$

$$r_c = 19,8\%$$

Finalmente, la rentabilidad exigida por parte del inversionista viene dada por:

$$r_k = r_d(1-t)(L) + (1-L)r_c$$

Donde:

r_d : Tasa de interés de la deuda

t: Tasa de impuestos

L: Nivel de endeudamiento

r_c : Rentabilidad exigida del capital propio

$$r_k = 9,3\%(1 - 25\%)(70\%) + (1 - 70\%)19,8\%$$

$$r_k = 10,8\%$$

La tasa mínima atractiva de retorno aplicada y ajustada al nivel exigido dentro del proyecto en mención es del diez punto ocho por ciento (10,8%).

4.5.2.5. Tasa interna de retorno

El uso de la TIR como base de selección tiene algunas ventajas, en relación a otros métodos: El cálculo de la TIR no exige ningún juicio sobre la tasa de descuento a ser utilizada. En el TIR la tasa de retorno es deducida internamente de los datos del proyecto.

Cuando se utiliza la Tasa Interna de Retorno como base de aceptación de un proyecto, se tomaría la decisión de implementarlo si ésta es mayor que un mínimo de rendimiento fijado por el inversionista.

En cambio, si se trata de elegir entre varios proyectos, se seleccionará aquel proyecto que tenga la TIR más alta. Es aquella tasa de descuento que iguala el Valor Actual de los egresos costos e inversiones con el valor actual de los ingresos previstos.

Describe el retorno de la inversión en forma porcentual durante el tiempo establecido del funcionamiento del proyecto.

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \left[\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right]$$

$$TIR = 0,12 + (0,55 - 0,12) \left[\frac{250529,47}{250529,47 - (-4163,98)} \right]$$

$$TIR = 0,12 + (0,43) \left[\frac{250529,47}{254693,45} \right]$$

$$TIR = 0,12 + (0,43)(0,98365103)$$

$$TIR = 0,12 + 0,42296994$$

$$TIR = 0,54296994 * 100\%$$

$$TIR = 54,30\%$$

4.5.2.6. Período de recuperación de la inversión

Es en el cual se va a medir el tiempo en que se va recurar la inversión. Permite determinar el número de períodos necesarios para que el inversionista recupere la inversión inicial.

Tabla No. 48
Período de recuperación de la inversión

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA					
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
INVERSIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
186.237	96.539	109.252	123.320	137.100	156.090

PERIODO 1	1
MESES	10
DIAS	26

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Después de haber hecho el PRI podemos ver que la inversión se recuperara en el primer año con años 10 meses y 26 días ya que cada año se obtienen resultados positivos que permiten cubrir la deuda de manera eficiente y pronta.

4.5.2.7. Relación beneficio / costo

Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada dólar que se ha invertido.

Para el cómputo de la Relación Beneficio Costo (B/C) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo.

En la relación de beneficio/costo, se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales (actualizados) de los ingresos y egresos.

Situaciones que se pueden presentar en la Relación Beneficio / Costo:

- Relación B/C > 0

Si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.

- Relación B/C < 0

Si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse.

Aplicación:

Tabla Relación beneficio / costo

Tabla No. 49
Relación beneficio / costo

"YING YANG IMPORT" AGENCIA PALLATANGA						
RELACIÓN BENEFICIO / COSTO						
AÑOS	VALORES CORRIENTES		FACTOR ACTUALIZACIÓN		VALORES ACTUALIZADOS	
	INGRESOS	EGRESOS	VA = 1/(1+i) ⁿ		INGRESOS	EGRESOS
1	727.080,00	625.406,89	1/(1+0,12) ¹	0,8928571	649.178,57	558.399,01
2	799.788,00	683.576,18	1/(1+0,12) ²	0,7971939	637.586,10	544.942,75
3	879.766,80	747.420,54	1/(1+0,12) ³	0,7117802	626.200,63	531.999,18
4	967.743,48	817.495,67	1/(1+0,12) ⁴	0,6355181	615.018,48	519.533,27
5	1.064.517,83	894.411,70	1/(1+0,12) ⁵	0,5674269	604.036,00	507.513,22
	4.438.896,11	3.768.310,99			3.132.019,78	2.662.387,43
					R B/C=	1,18

Elaborado por: Misael Reyes Tapia

Una vez aplicado la relación beneficio-costo, obtenemos que por cada dólar invertido tenemos una ganancia de 0,18 centavos, por lo cual el proyecto es rentable.

4.5.2.8. Índices financieros

Los índices financieros son las herramientas más utilizadas en los análisis de balance, estos indicadores se los toma en cuenta para mostrar relaciones entre diferentes fuentes y de esa manera medir el desempeño y los resultados que tenga la empresa.

Desde el punto de vista financiero, estos índices constituyen las relaciones entre el Balance General y el Estado de Resultados y Gastos.

4.5.2.8.1. Rendimiento sobre la inversión

Su cálculo se lo realiza de la siguiente manera:

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = \frac{\text{Utilidades netas despues del impuesto}}{\text{Activos totales}}$$

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = \frac{101673,11}{421252}$$

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = 0,241359619 * 100 \%$$

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = 24,13 \%$$

De tal forma se puede ver que en el primer año se ha generado con los activos de la empresa un 24% de utilidad.

4.5.2.8.2. Razón de endeudamiento

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{245084}{421252}$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = 0,581798559$$

Este índice refleja cómo se encuentran financiados los activos totales. Con esto indica que el banco proporciona 0.58 centavos de dólar, por cada dólar que aportan los accionistas.

4.5.2.8.3. Rentabilidad sobre las ventas

Estos índices son primordiales dentro de un análisis puesto que permiten evaluar la rentabilidad, utilidad y ganancia que la empresa ha alcanzado con su nivel de ventas, tanto de activos y de la inversión.

$$\text{Rentabilidad sobre las ventas} = \frac{\text{Utilidades netas despues del impuesto}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre las ventas 2015} = \frac{101673,11}{727080,00} * 100 = 13,98\%$$

$$\text{Rentabilidad sobre las ventas 2016} = \frac{116211,82}{799788,00} * 100 = 14,53\%$$

$$\text{Rentabilidad sobre las ventas 2017} = \frac{132346,26}{879766,80} * 100 = 15,04\%$$

$$\text{Rentabilidad sobre las ventas 2018} = \frac{150247,81}{967743,48} * 100 = 15,53\%$$

$$\text{Rentabilidad sobre las ventas 2019} = \frac{170106,12}{1064517,83} * 100 = 15,98\%$$

4.5.2.8.4. Capacidad de pago

Expresan la posibilidad real y potencial de que la empresa pueda cancelar los cargos fijos por intereses y amortizaciones de la deuda.

$$\text{Capacidad de pago} = \frac{\text{Utilidades operativa}}{\text{Gastos financieros}}$$

$$\text{Capacidad de pago 2015} = \frac{155344,70}{12475,26} = 12,45$$

$$\text{Capacidad de pago 2016} = \frac{177558,17}{10274,53} = 17,28$$

$$\text{Capacidad de pago 2017} = \frac{202209,71}{7794,69} = 25,94$$

$$\text{Capacidad de pago 2018} = \frac{229561,21}{5000,35} = 45,90$$

$$\text{Capacidad de pago 2019} = \frac{259902,40}{1851,61} = 140,36$$

En el primer año el proyecto tiene una capacidad y una disponibilidad de 12 veces para cubrir el interés anual fijado, en segundo año de 17 veces, en el tercer año 25 veces, en el cuarto año 45 veces y para el quinto año existirá una disponibilidad de 140 veces para cubrir el interés fijado.

4.5.2.8.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta financiera para determinar el momento en el cual las ventas de un producto cubrirán exactamente los costos, esto es igual a un volumen de ventas donde los costos totales son iguales a los ingresos totales. Esta herramienta analiza las relaciones existentes entre el costo fijo, el costo variable y las utilidades, permitiendo establecer un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades. El punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

La fórmula para calcular el punto de equilibrio se obtiene de multiplicar el volumen de ventas por su precio de venta, ($P*Q$) = Ingresos y por otra parte los costos fijos a (CF), y los costos variables se designan por (CV). De donde se tiene la ecuación que forma el punto de equilibrio.

$$P*Q = CF + CV$$

Los costos variables siempre son un porcentaje constante de las ventas, entonces el punto de equilibrio se puede definir matemáticamente como:

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{Costos\ fijos\ totales}{1 - \frac{Costos\ variables\ totales}{Ventas}}$$

Dónde:

Datos:

Yt= Venta Total

Yt= 60.000,00

YE= Equilibrio de Ingresos

CF= 5.374,17

QE=Equilibrio de Producción CV= 41.131,00

Q= Unidades de Producción Q= 30.000

CF=Costo Fijo Cvu= 1,37

CV=Costo Variable p= 2,00

CT= Costo Total c=0,63

Cvu=Costo variable unitario c= Costo unitario

p=Precio unitario

$$YE = \frac{5374,17}{1 - \frac{1,37}{2,00}}$$

$$YE = \frac{5374,17}{0,315}$$

$$YE = 17060,86$$

$$QE = \frac{5374,17}{2 - 1,37}$$

$$QE = \frac{5374,17}{0,63}$$

$$QE = 8530,43$$

Conclusión:

La empresa para no perder, deberá vender un mínimo de 8530,43 metros de tela y generar ventas por \$ 17060,86

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Luego de la elaboración de este proyecto, podemos mencionar que resulta rentable para la empresa “Ying Yang Import” poner en marcha dicho trabajo, ya que los beneficios a percibir son muy provechoso porvenir si se lo ejecuta de una manera locuaz y sin ningún tipo de alteración que ponga en riesgo el futuro de las partes intervinientes.

Resulta una ventaja tanto competitiva como comparativa la aplicación del proyecto con respecto a sus rivales de mercado, ya que se pone a disposición como hemos divisado una gran cantidad de mercadería a la zona textil de la ciudad de Pallatanga, sin que los integrantes de la misma tengan que efectuar largos trayectos y pérdida de tiempo.

La cadena de valor de los productos está firmemente respaldada en la garantía y años de experiencia con los que cuenta la empresa “Ying Yang Import”, evitando al máximo la práctica de dejar al azar cualquier tipo de actividad, acción o imprevisto que se pueda presentar a lo largo del traslado manipulación y descargue de la mercancía en cuestión.

El periodo de tiempo en el cual se recupera la inversión en este proyecto, como hemos podido observar es relativamente corto, contando con un punto de equilibrio muy sustentable y coherente, razón que sirve de incentivo para ponerlo en consideración de análisis directo y posterior a aquello emplazar la ejecución,

Se evidencia una capacidad de pago muy favorable tanto en el año de ejecución como en los años proyectados a pagar, debido a que se contara con una utilidad operativa muy próspera, razón por la cual se obtendrá una estabilidad con la institución financiera muy bien cimentada en ese aspecto, y sentando un precedente positivo para futuros prestamos financieros.

RECOMENDACIONES

Como recomendación principal, puedo manifestar que a medida de que el proyecto en mención se vaya desarrollando, resulta necesario contar con contingencias específicas en caso de que el clima, de sobremanera en invierno, ponga en riesgo o a su vez lastime la estabilidad tanto de la agencia, como sus alrededores, ya que esto podría desembocar en un distanciamiento de la clientela y diversos inconvenientes posteriores.

Por otra parte también se considera beneficioso el hecho de que el personal que forma parte del proyecto, reciba un trato amistoso y tolerante, ya que de esta forma sentirán a la empresa como parte propia, desarrollando actividades laborales afectivas, sin dar lugar al desgano, y actuaciones de mala fe, por medio de aquello, se fomentará a una acertada cadena de valor interna.

En ocasiones se dejan cabos sueltos, dando paso al azar en situaciones fortuitas, esto sin duda podría provocarnos un desfase relevante en nuestro desenvolvimiento laboral, razón por la cual, es de suma importancia cuidar hasta el mínimo detalle tanto en el armague, andamiaje y posterior ejecución del proyecto en cuestión.

De igual manera puedo recomendar que a pesar de que varias empresas desarrollan sus acciones de negocio esquivando o evadiendo tasas tributarias tanto al instante de recibir su mercancía, como al momento de venderla, incluso emitiendo perjuicio al Estado, al contrario, deberíamos actuar correctamente tributando absolutamente toda nuestra mercancía en todo momento que la misma circunda por el negocio, así, evitaremos inconvenientes propios y ajenos.

Finalmente, es pertinente destacar que en la ejecución del proyecto debe primar y a la vez formar parte principal el hecho de usar, poner en marcha y mejor aún fomentar la competencia leal, esto resulta muy difícil en los actuales tiempos, debido a que es una gran constante y de dominio masivo la puesta en práctica de actos, trances y sucesos viciados de malicia y nulidad, lo mismo que desemboca en la competencia desleal o también llamada pérdida, cuyo único fundamento y finalidad radica en el acaparamiento e incentivo al monopolio empresarial, acción que efectúan empresas de similar actividad a la nuestra, lo cual merece el repudio y desaliento.

BIBLIOGRAFÍA

- Castro, M. d. (2008). *Reputación Empresarial y Ventaja Competitiva*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Cervera, J. (2004). *La transición a las nuevas ISO*. Madrid: ISBN.
- Cruz, E. d. (2005). *Evaluación Del Impacto Económico de las Inversiones*. Medellín: PROMECA.
- Deming, E. (1999). *Calidad, productividad y competitividad*. Madrid: Ediciones Díaz de los Santos S.A.
- Denton, K. (1997). *Calidad en el servicio a los clientes*. Huston: Gulf Publishing Company.
- Erosa, V. (2006). *Coyuntura Económica*. Montevideo: Hispana-editorial.
- Escudero, E. (17 de 02 de 2004). *yahoo respuestas*. Recuperado el 03 de 11 de 2014, de https://books.yahoo.com: http://es.yahoo.org//Mercado_%28marketing%17
- Fernández, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Fernandez, S. (2004). *Preinversión y desarrollo*. Bogotá: LI VERSA.
- Ferrè, M. (2007). *Estudios de Mercado*. Madrid: Ediciones Díaz de los Santos S.A.
- Flores, J. (2007). *Estrategia de desarrollo sostenible*. Managua: Jinotega.
- Gitman, M. (2004). *Principios de administración financiera*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Gonzalez, R. (2011). *Estado de bienestar, crisis económica y ajuste estructural*. San Jose: Libro-Diseño.
- Guzman, F. (1999). *El estudio económico - financiero y la evaluación*. Guadalajara: Hispo Montiel.
- Herling, H. (2004). *Diseño, Producción E Implementación*. Huston: FERLIAC S.A.
- Jhon, B. (2008). *Problemas del Desarrollo Económico*. Mexico: IberLibro.
- Leiva, J. (2005). *Los emprendedores y la creación de empresas*. San Jose: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Muñoz, A. (2004). *Calidad del Producto y Proceso*. Madrid: RA-MA Editorial.
- Perdomo, A. (2000). *La descentralización del poder financiero*. Carabobo: Vene CUEST.
- Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona: Creaciones Gráficas Canigo S.L.
- Schettino, M. (2003). *Introducción a la Economía para no Economistas*. Mexico: Libri Mundi.

