



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**Plan de trabajo de titulación previo a
la obtención del título de Ingeniera en Empresas y
Negocios**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE TEXTILES EN LA
CIUDAD DE AMBATO. 2017”**

AUTORA:

Silvia Alejandra Aguilar Terán

Director:

Mgt. Álvaro Zambrano

Quito- Ecuador

2017

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

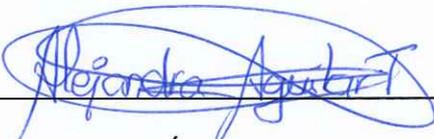
DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172025622-9
APELLIDO Y NOMBRES:	AGUILAR TERÁN SILVIA ALEJANDRA
DIRECCIÓN:	MARIANO POZO N70-117 Y PASAJE A EDIFICIO PONTEVEDRA DPTO. 202 PONCEANO ALTO
EMAIL:	alejagata_85@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	022 479-824
TELÉFONO MOVIL:	0984507708

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE TEXTILES EN LA CIUDAD DE AMBATO, 2017
AUTOR O AUTORES:	SILVIA ALEJANDRA AGUILAR TERÁN
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	25 SEPTIEMBRE DEL 2017
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	MGT. ALVARO ZAMBRANO
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN EMPRESAS Y NEGOCIOS
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	EL PRESENTE PROYECTO TITULADO “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE TEXTILES EN LA CIUDAD DE AMBATO, 2017; RESUME LOS 3 ESTUDIOS MÁS IMPORTANTES PARA LA FUTURA EJECUCIÓN DEL PROYECTO. DICHOS ESTUDIOS SON: EL ESTUDIO DE MERCADO REALIZADO EN LA CUIDAD DE AMBATO, LOS REQUISITOS LEGALES QUE VA A REQUERIR LA EMPRESA ASÍ COMO TAMBIEN LA CORRECTA

	<p>ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS.</p> <p>CABE RECALCAR QUE TODOS LOS DATOS PRESENTADOS EN ESTE TRABAJO, HAN SIDO VERIFICADOS Y CONSTADOS AL 2017.</p> <p>UNA VEZ QUE SE RECOLECTARON LOS DATOS SE REALIZO UNA TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS, PARA LUEGO ANALIZARLOS Y CON LOS RESULTADOS PODER DETERMINAR QUE TAN FACTIBLE ES EL EMPRENDIMIENTO, LUEGO DE REALIZAR TODOS LOS ANALISIS FINANCIEROS Y DETRMINAR QUE LA EMPRESA GENERARÁ GANANCIAS Y DE ESTA MANERA PODER SERVIR A LOS CLIENTES Y CONFECCIONISTAS DE LA CIUDAD DE AMBATO.</p>
<p>PALABRAS CLAVES:</p>	<p>PLAN DE NEGOCIOS, EMPRESA, COMERCIALIZADORA, TEXTILES</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>THE PRESENT PROJECT CALLED "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A TEXTILE DISTRIBUTION COMPANY IN THE CITY OF AMBATO, 2017, A SUMMARY OF THE 3 MOST IMPORTANT STUDIES FOR THE FUTURE APPLICATION OF THE PROJECT WAS BEEN: THESE STUDIES ARE: THE STUDY OF THE CONDUCTED MARKET IN THE CITY OF AMBATO, THE LEGAL REQUIREMENTS THAT WILL BE REQUIRED BY THE COMPANY AS WELL AS THE CORRECT DEVELOPMENT OF A BUSINESS PLAN.</p> <p>YOU SHOULD REMEMBER THAT ALL DATA PRESENTED IN THIS WORK WAS CHECKED AND CONSISTED UNTIL 2017. ONCE THE DATA ARE COLLECTED, A TABLE AND DATA TREATMENT IS FOUND, ANALYZED AND THE RESULTS MAY</p>

	DETERMINE THAT THE COMPANY IS FACTIBLE, AFTER PERFORMING ALL THE FINANCIAL ANALYSIS AND DECLINE THAT THE COMPANY GENERATES BENEFITS AND IN THIS MANNER MAY SERVE THE CUSTOMERS AND CONFECTIONERS OF THE CITY OF AMBATO. 2017
KEYWORDS	BUSINESS PLAN, COMPANY, COMMERCIALIZER, TEXTILES

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f: 
AGUILAR TERÁN SILVIA ALEJANDRA

172025622-9

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **AGUILAR TERÁN SILVIA ALEJANDRA**, CI **172025622-9** autor/a del proyecto titulado: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE TEXTILES EN LA CIUDAD DE AMBATO, 2017** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN EMPRESAS Y NEGOCIOS** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 22 de Septiembre del 2017

f: 
AGUILAR TERÁN SILVIA ALEJANDRA
172025622-9

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis de grado certifico que el presente trabajo que lleva por título “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE TEXTILES EN LA CIUDAD DE AMBATO. 2017”, para aspirar al título de Ingeniera en Empresas y Negocios fue desarrollado por la señorita Silvia Alejandra Aguilar Terán, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de Ciencias Administrativas; y que dicho trabajo cumple con las condiciones requeridas para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Álvaro Zambrano', written over a horizontal line.

Mgt. Álvaro Zambrano

DIRECTOR DEL TRABAJO

DECLARACION JURAMENTADA DEL AUTOR

Yo, Silvia Alejandra Aguilar Terán, portadora de la cédula de identidad N° 172025622-9, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

La Universidad Tecnológica Equinoccial puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f: _____



AGUILAR TERÁN SILVIA ALEJANDRA

172025622-9

DEDICATORIA

- El esfuerzo y el trabajo duro de cada día, se ve reflejado en la satisfacción de saber que pronto llegara una recompensa. Es por eso que este trabajo de titulación se lo dedico a mi mami, Silvia Terán; porque ha sido mi ejemplo, mi luchadora, la persona que me enseñó a trabajar duro por lo que quiero, que me ha alentado a seguir luchando por mis sueños cada día, que si caigo, ella está para levantarme, y demostrarme que nada es imposible y que los sueños si se cumplen.
- Todo lo que soy y todo lo que seré, es por ti y para ti mami. Confiaste en mí, no te defraude y lo logre.

AGRADECIMIENTO

- Primero quiero darle gracias a Dios por darme la salud, la fuerza, y la perseverancia para poder culminar mis estudios con este trabajo de titulación.
- Segundo, es mi obligación dar gracias al cielo por poder tener a mi mami junto a mí, por luchar cada día para poder darme la oportunidad de estudiar y terminar mi carrera. Por ser mi gran inspiración cada día, haciendo de mí una mujer de bien.
- A mi director y calificadores; el Mgt. Zambrano, al Mgt. Garzón, y al Dr. Flores por toda la colaboración, ayuda y paciencia que me han brindado para lograr este trabajo.
- Al conjunto de personas importantes que forman parte de mi vida; mi papá por su apoyo, mi hermano, que se está muy orgulloso de mí, mi cuñada, que es mi amiga y mi gran inspiración, mis dos sobrinos; a mi tío por ser mi influencia de pequeña y al último, pero no menos importante, algunos de mis verdaderos amigos, gracias a todos por confiar en mí, y por todo ese apoyo incondicional de su parte.
- Ahora sé que puedo confiar en el destino que Dios tenga para mí.

*“Procura no despertarme cuando me veas dormir,
no sea que este soñando,
y sueñe que soy feliz”*

INDICE GENERAL DE CONTENIDO

CAPITULO 1.

INTRODUCCION	1
1.1 El problema de investigación.....	1
1.1.1 Problema a investigar	1
1.1.2 Objetivo de estudio teórico	1
1.1.3 Objetivo de estudio práctico	1
1.1.4 Planteamiento del problema.....	1
1.1.5 Formulación del problema.....	4
1.1.6 Sistematización del problema.....	4
1.1.7 Objetivo General.....	4
1.1.8 Objetivos específicos.....	4
1.1.9 Justificación de la investigación.....	4
1.2 Marco referencial – teórico.....	5
1.2.1 Plan de negocios.....	5
1.2.2 Creación de una empresa en Ecuador.....	7
1.2.3 Mercado Textil en la ciudad de Ambato – Ecuador.....	11

CAPITULO 2.

MÉTODO	19
2.1 Nivel de estudio.....	19
2.1.1 Nivel exploratorio.....	19
2.1.2 Nivel descriptivo.....	19
2.2 Modalidad de investigación.....	19
2.2.1 Modalidad documental.....	19
2.2.2 Modalidad proyecto de desarrollo.....	20
2.3 Método de investigación.....	20
2.3.1 Método inductivo - deductivo.....	20
2.3.2 Método analítico – sintético.....	20
2.4 Población y muestra.....	20

2.5 Selección de instrumentos de investigación.....	21
2.5.1 Encuestas.....	21
2.5.2 Entrevista.....	21
2.5.3 Análisis de documentos.....	22
2.6 Procesamiento de datos.....	22
2.7 Metodología específica.....	23
2.7.1 Metodología relacionada al objetivo específico N°1.....	23
2.7.2 Metodología relacionada al objetivo específico N° 2.....	24
2.7.3 Metodología relacionada al objetivo específico N°3.....	25
CAPITULO 3.	
RESULTADOS	26
3.1 Recolección y tratamiento de datos.....	26
3.1.1 Metodología para el objetivo específico N°1.....	27
3.1.2 Metodología para el objetivo específico N°2.....	37
3.1.3 Metodología para el objetivo específico N°3.....	42
PLAN DE NEGOCIOS	42
1. Formulación del plan de negocios.....	42
1.1 Nombre de la empresa.....	42
1.2 Visión.....	42
1.3 Misión.....	42
1.4 Políticas.....	44
1.5 Valores.....	43
1.6 Objetivos.....	44
1.6.1 Objetivos de la empresa.....	44
2. Plan de mercado.....	44
2.1 Objetivos del mercado.....	44
2.2 El producto.....	45
2.2.1 Características del producto, marca, empaque.....	45
2.2.2 Precio.....	46
2.2.2.1 Determinación de costos y gastos.....	46
2.2.2.2 Fijación de precios.....	46

2.2.3 Distribución.....	47
2.2.3.1 Canales de distribución.....	47
2.2.4 Comunicación.....	48
2.2.4.1 Imagen corporativa.....	48
2.2.4.2 Publicidad.....	49
2.2.4.3 Promoción de ventas.....	52
2.2.5 Ventas.....	52
2.2.5.1 Presupuesto de ventas.....	52
3. Proceso de comercialización.....	53
3.1 Objetivos.....	53
3.2 Diseño y descripción del producto.....	54
3.3 Diseño del proceso de comercialización.....	55
3.4 Determinación de equipos, mobiliarios y presupuesto.....	55
3.5 Determinación de instalaciones necesarias y presupuesto.....	57
3.6 Localización geográfica del negocio.....	58
3.6.1 Macro localización.....	58
3.6.2 Micro localización.....	59
4. Organización de la empresa.....	61
4.1 Diseño del organigrama estructural.....	61
4.2 Definición del puesto de trabajo y responsabilidades.....	62
4.3 Perfil del puesto, funciones y responsabilidades.....	63
5. Esquema financiero.....	65
5.1 Presupuestos.....	66
5.1.1 Presupuesto de nómina.....	65
5.1.2 Presupuesto de muebles y enseres para la empresa.....	66
5.1.3 Presupuesto de equipos para administración, marketing.....	67
5.1.4 Presupuesto de suministros de oficina para la empresa.....	67
5.1.5 Presupuesto de suministros de aseo.....	67
5.1.6 Presupuesto de alimentos y bebidas para la empresa.....	67
5.1.7 Presupuesto de servicios varios.....	68
5.1.8 Presupuesto de publicidad.....	68
5.1.9 Cuadro resumen de costos y gastos.....	68

5.2 Estados financieros proyectados.....	69
5.2.1 Estado de flujo de efectivo.....	69
5.2.2 Estado de resultados.....	70
5.3 Evaluación financiera.....	71
5.3.1 Evaluación financiera del primer año.....	71
5.3.1.1 Liquidez.....	71
5.3.1.2 De endeudamiento.....	71
5.3.2 Evaluación financiera a largo plazo.....	72
5.3.2.1 Periodo de recuperación.....	72
5.3.2.2 Valor actual neto (VAN).....	72
5.3.2.3 Tasa interna de retorno (TIR).....	73
INFORMACIÓN ADICIONAL.....	73
6. Impacto Ambiental y Social.....	81
6.1 Impacto ambiental.....	81
6.2 Impacto social.....	82
CAPITULO 4.	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	83
4.1 Conclusiones.....	83
4.2 Recomendaciones.....	84
Anexos.....	86
Referencias bibliográficas.....	100

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pasos para la elaboración de un plan de negocios.....	6
Tabla 2. Pasos para la creación de una empresa en Ecuador.....	7
Tabla 3. Indique su edad.....	27
Tabla 4. Indique su género.....	28
Tabla 5. ¿Compra usted telas nacionales, importadas o ambas?.....	29
Tabla 6. ¿Con que frecuencia realiza usted sus compras?.....	30
Tabla 7. ¿Qué prefiere, un solo distribuidor o varios distribuidores?.....	31
Tabla 8. Indique en qué orden de importancia ¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir sus referencias?.....	32
Tabla 9. ¿Estaría dispuesto a adquirir todas sus referencias en un solo distribuidor?.....	33
Tabla 10. ¿Cree que la entrega de muestras debe ser una prioridad?.....	34
Tabla 11. ¿Cuántas veces cree que un agente de ventas debe visitarlo al mes?.....	35
Tabla 12. ¿Por qué medio prefiere recibir nuestras productos o promociones?.....	36
Tabla 13. Aporte por parte de los socios.....	41
Tabla 14. Determinación de costos y gastos de la empresa.....	46
Tabla 15. Fijación de precios.....	46
Tabla 16. Presupuesto de ventas.....	52
Tabla 17. Determinación de equipos, mobiliario y presupuesto.....	56
Tabla 18. Determinación de inversiones.....	57
Tabla 19. Método cualitativo de calificación por puntos.....	59
Tabla 20. Presupuesto de nómina.....	65
Tabla 21. Presupuesto de muebles y enseres.....	66
Tabla 22. Presupuesto de equipos para administración.....	66
Tabla 23. Presupuesto de suministros de oficina para la empresa.....	67
Tabla 24. Presupuesto de suministros de aseo.....	67
Tabla 25. Presupuesto de alimentos y bebidas para la empresa.....	67
Tabla 26. Presupuesto de servicios varios.....	68
Tabla 27. Presupuesto de publicidad.....	68
Tabla 28. Cuadro de costos y gastos.....	68
Tabla 29. Flujo de efectivo.....	69

Tabla 30. Estado de resultados.....	70
Tabla 31. Evaluación de liquidez.....	71
Tabla 32. Evaluación de endeudamiento.....	71
Tabla 33. Periodo de recuperación.....	72
Tabla 34. Valor actual neto (VAN).....	72
Tabla 35. Tasa interna de retorno (TIR).....	73
Tabla 36. Personal de la empresa.....	73
Tabla 37. Inversiones.....	74
Tabla 38. Activos Fijos.....	74
Tabla 39. Descripción del terreno.....	75
Tabla 40. Descripción de la construcción del edificio.....	75
Tabla 41. Costos y gastos.....	76
Tabla 42. Gastos de constitución.....	76
Tabla 43. Depreciaciones.....	77
Tabla 44. Gastos de ventas.....	77
Tabla 45. Inversión.....	78
Tabla 46. Gastos administrativos.....	78
Tabla 47. Amortización del préstamo bancario.....	79
Tabla 48. Estado de pérdidas y ganancias.....	80

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Indique su edad.....	27
Gráfico 2. Indique su género.....	28
Gráfico 3. ¿Compra usted telas nacionales, importadas o ambas?.....	29
Gráfico 4. ¿Con que frecuencia realiza usted sus compras?.....	30
Gráfico 5. ¿Qué prefiere, un solo distribuidor o varios distribuidores?.....	31
Gráfico 6. ¿Qué valora más al momento de adquirir sus referencias?.....	32
Gráfico 7. ¿Estaría dispuesto a adquirir todas sus referencias en una sola distribuidora?..	33
Gráfico 8. ¿Cree que la entrega de muestras debe ser prioridad?.....	34
Gráfico 9. ¿Cuántas veces cree que el agente de ventas debe visitarlo al mes?.....	35
Gráfico 10. ¿Porque medio prefiere recibir nuestras promociones o productos?.....	36

CAPITULO 1

INTRODUCCION

1.1 El problema de investigación

1.1.1 Problema a investigar:

Falta de un plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de textiles en la ciudad de Ambato. 2017

1.1.2 Objeto de estudio teórico:

Diseñar el Plan de Negocios

1.1.3 Objeto de estudio práctico:

Creación de una empresa comercializadora de textiles.

1.1.4 Planteamiento del problema:

Falta de un plan de negocios para crear una empresa comercializadora de textiles en la ciudad de Ambato.

Diagnóstico:

Partiendo de un previo diagnóstico informal realizado a un sector de confeccionistas y comercializadores del mercado textil en la Ciudad de Ambato y Pelileo, consideradas como las principales ciudades productoras de prendas de jean para el país, se puede determinar que existen varias causas para que el mercado mencionado, este atravesando por un momento crítico. A continuación se detallan algunas de las causas.

Síntomas y causas del problema:

Determinar los síntomas que causan este problema es un poco complejo, ya que los confeccionistas de dichas ciudades se encuentran en procesos de poder mantener sus talleres, además de poder mantener las otras actividades a las que se dedican.

Las causas son variadas dado que el mercado es diverso y determinarlos es complicado por la cantidad de confeccionistas. Por la referencia de varios actores al parecer las causas que originan el problema pueden ser de índole financieras, la falta de conocimiento en el negocio y además los nuevos proveedores que llegan al mercado ofreciendo productos y costos variados, carentes de planes de pago y financiamiento.

Causas principales:

Distribución inadecuada.- La distribución inadecuada ha generado mucha confusión en los confeccionistas ya que no se identifican plenamente con los distribuidores que se han presentado en el mercado. (Sondeo, 2015)

Exceso de costos al por menor.- Debido al ingreso de varios distribuidores, se ha incrementado los costos, lo que incide en el costo de la confección de la prenda final. (ACONTEX, 2014)

Baja de compras de referencias.- Como consecuencia de la crisis económica por la que atraviesa el país, ha sido muy complicado sobre todo para los pequeños productores, obtener créditos en diversas entidades financieras para continuar con su proceso de producción por lo que se estancan. (Sondeo, 2015)

Ingreso de textiles del Medio Oriente.- Las nuevas políticas de ingreso de mercadería al país han afectado a los confeccionistas, ya que obligan a bajar los precios de venta al público y como consecuencia baja el estándar de calidad en las prendas. (El Comercio, 2016)

Cultura empresarial inadecuada.- La falta de conocimiento en los compradores de referencias y confeccionistas, es un factor que genera conflictos a la hora de producir, ya que no cuentan con la información adecuada para administrar de mejor forma sus pequeñas y medianas empresas. (AITE, 2014)

Causas secundarias:

- Confusión de los confeccionistas
- Falta de conocimiento de los compradores
- Suben los costos de confección.
- Falta de crédito.
- Bajo estándar de calidad en las prendas.

Muchas de estas causas se vuelven frecuentes y constantes, lo que hace que los confeccionistas decidan dejar sus talleres y emprender un negocio distinto al de la confección, es por ello que se debe crear una nueva cultura de administración de inventarios, compras, proveedores etc.

Efecto principal:

Estancamiento comercial.- Una baja participación en el mercado, produce que la confección y como consecuencia las ventas se estanquen, disminuyendo los ingresos necesarios. (Sondeo, 2015)

Desorganización productiva.- La disminución de las ventas que generan bajos ingresos que afectan a todos los participantes de la organización, además de una desorganización en los empleados, que sin poder producir, utilizan su tiempo en otras actividades que no generan productividad. (AITE, 2014)

Ingreso de mercadería extranjera.- Como se mencionó, el ingreso tanto de mercadería, así como de materia prima, afectan de manera inminente, puesto que la crisis económica en el país, hace que los compradores prefieran precios más bajos aunque la calidad sea cuestionable. (El Comercio, 2016)

La acumulación de mercadería es otro factor preocupante, puesto que si no pueden comercializar sus productos, no pueden generar las ganancias que necesitan para cumplir con sus obligaciones financieras.

Desconocimiento amplio del mercado.- La falta de información de los recursos con los que puede contar el confeccionista, hará que el funcionamiento de la empresa o micro empresa sea disfuncional. Al ser, la mayoría, empresas que vienen de generación en generación y la falta de conocimiento o capacitación, generan problemas, ya que no saben cómo gestionar dichas empresas. (Periódicos locales 2013 – 2015)

Como se mencionó, es mucha la falta de conocimiento, sobre cuáles son las ventajas y desventajas de adquirir algunas referencias, por lo que en algunos casos se dejan “deslumbrar” por lo ofrecido; en tanto vayan adquiriendo mayor experiencia en definir el producto y tiempo después ya pueden ir adquiriendo conocimientos mayores.

Causas secundarias:

- Baja participación de mercado.
- Disminución de ventas
- Subutilización de empleados.
- Acumulación de mercadería.
- Recelo a conocer nuevas opciones.

1.1.5 Formulación del Problema:

¿Cómo estructurar el Plan de Negocios para la creación de una empresa comercializadora de textiles en la Ciudad de Ambato. 2017?

1.1.6 Sistematización del problema:

¿Cuál sería el estudio de mercado, para determinar la demanda?

¿Cuáles son los requisitos legales y comerciales que se necesita para cumplir con la creación de la empresa?

¿Cuál es el correcto plan de negocios para la creación de la empresa comercializadora de textiles?

1.1.7 Objetivo General:

Proponer el Plan de Negocios para la creación de una empresa comercializadora de textiles en la ciudad de Ambato. 2017

1.1.8 Objetivos Específicos:

- Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda, para la creación de la Empresa Comercializadora de Textiles en la ciudad de Ambato. 2017.
- Establecer los requerimientos legales y comerciales que se necesitan para crear la Empresa Comercializadora de Textiles en la ciudad de Ambato. 2017.
- Diseñar el correcto plan de negocios para crear la Empresa Comercializadora de Textiles en la ciudad de Ambato. 2017.

1.1.9 Justificación de la Investigación:

El estudio, pretende realizar una investigación mediante la que se pueda establecer crear una Empresa Comercializadora de Textiles en la ciudad de Ambato. 2017.

Busca beneficiar al mercado textil ecuatoriano, sobretodo de la ciudad de Ambato y Pelileo, de igual manera a los dueños de talleres de confección y empleados para que puedan incrementar sus ingresos y beneficiar a la economía local; adicionalmente proponer una iniciativa de mejora, posicionamiento y reconocimiento como un sector productivo y ambicioso que pueda atraer nuevos inversionistas, e incrementar el mercado de prendas de vestir, ya sean en jean, gabardina y pana; prendas que son muy utilizadas por los compradores de varios sectores del país.

1.2 Marco referencial – Teórico

1.2.1 Plan de negocios:

Un plan de negocios, es un documento donde se describe cómo se va a crear o desarrollar la empresa o negocio, describiendo los diferentes aspectos, así como objetivos, estrategias y leyes que se van a utilizar para alcanzar la meta propuesta; la inversión y rentabilidad esperada. (Negocios, 2014)

“Un modelo de negocios explica el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explorar oportunidades de negocio” Según Amit y Zott (Amit, 2001, pág. 511)

“Plan de negocios es una guía proporcionada al empresario o emprendedor, en donde se establecen las acciones que se realizarán en el futuro; donde se describen las estrategias, promociones, de que se trata el producto.” Según el portal web definición de (Julian & Ana, 2009)

Realizar un plan de negocios, permite entender de mejor manera como la empresa va a crear nuevas oportunidades de negocios, además de ayudar a planificar de manera más efectiva las estrategias, infraestructura, producción, etc.

Una característica del plan de negocios es que describirá las operaciones y procesos que se ejecutarán en la empresa. Al momento de realizar un plan de negocios se busca mantener los costos fijos bajos y un valor agregado alto para el cliente y de esta manera maximizar las ganancias de la empresa.

“Un plan de negocios describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos los componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor.” Según Rafael Alcaraz Rodríguez (Rodríguez, 2011, pág. 40)

Los bajos costos en un plan de negocios es importante para desarrollar estrategias a fin de maximizar sus ganancias, buscar proveedores que operan con costos más bajos, obtener mano de obra más barata; esto con el fin de reducir los costos de producción y distribución, y obtener como resultado hacerle frente a la competencia.

“Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias.” Según Rafael Alcatraz Rodríguez (Rodríguez, 2011, pág. 40)

“La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado.” Según Rafael Alcaraz Rodríguez (Rodríguez, 2011, pág. 41)

La propuesta de valor en un plan de negocios, es básicamente diseñado en función de lo que el consumidor desea y el valor que este le da a dicho producto capaz de resolver su problema o acomodarse a las necesidades que tenga.

“Esta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.” Según Rafael Alcatraz Rodríguez (Rodríguez, 2011, pág. 42)

Que se debe evitar al momento de elaborar un plan de negocios:

- Evitar poner límites poco razonables a las proyecciones que está planteando sobre todo a largo plazo. Es mejor establecer objetivos a corto plazo y modificarlos a medida que avanza el negocio.
- Evitar el optimismo, de hecho es bueno mantener un ambiente conservador para predecir los requerimientos de capital, plazos, ventas y ganancias. Mientras más realista, mejores serán las proyecciones y el tiempo que se necesitará.
- Evitar el uso terminología y expresiones que sean difíciles de entender; es mejor tratar de usar términos conocidos y describir las estrategias de manera adecuada.
- No dependa de la originalidad de su negocio o de la invención planteada.

Pasos para elaborar un buen plan de negocios:

Como lo redacta en el portal web de: Santa Clara University, en el año 2016, aquí se presentan los pasos básicos para elaborar un buen plan de negocios.

Tabla # 1.- Pasos la elaboración de un plan de negocios

Paso 1.-	Repase los modelos de planes proporcionados por otros.
Paso 2.-	Enfoque y afine su idea basándose en la información recopilada.
Paso 3.-	Reúna todos los datos que puedan dar vialidad a su concepto empresarial.

Paso 4.-	Resuma los detalles de su negocio preguntándose el: “ <i>que, donde, porque, y cómo</i> ”
Paso 5.-	Incluya la experiencia, educación e información personal.
Paso 6.-	Use plantillas que resuman los términos claros y proyecciones realistas.
Paso 7.-	Imprima las plantillas de los planes de negocios que tiene programadas para determinado tiempo.
Paso 8.-	Realizar diagramas de barras, o circulares que le ayuden a una presentación más limpia y específica.

Fuente: Santa Clara University, año 2016

Elaborado por: La Autora

1.2.2 Creación de una empresa en Ecuador

Constituir una empresa como tal en el país, implica algunos pasos que a continuación se detallan; los mismos que se aplican en toda la República, todos estos datos obtenidos del portal web de La Superintendencia de Compañías , Valores y Seguros, Servicio de Rentas Internas y el portal web Cuidatufuturo.com

Tabla # 2.- Pasos para la creación de una empresa en Ecuador.

a)	<i>Reservar el nombre</i>	Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías, el mismo que no tarda más de 30 minutos, se registra que ninguna otra compañía tenga el mismo nombre que se solicita.
b)	<i>Elaborar los estatutos</i>	Son el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. Se estima que este trámite dure un lapso de 3 horas.

c)	<i>Abrir una “Cuenta de Integración de Capital”</i>	<p>Este se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, pueden variar dependiendo del banco y podrían ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capital mínimo de \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima. • Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno. • Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio. <p><i>El “Certificado de cuentas de Integración de Capital” será entregado dentro de las siguientes 24 horas</i></p>
d)	<i>Elevar la escritura pública</i>	Se requiere de un notario público donde se lleva la reserva del nombre, el certificado de integración de capital y la minuta con los estatutos.
e)	<i>Aprueba el estatuto</i>	Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías para su revisión y aprobación mediante resolución; de no existir observaciones, el trámite dura cerca de 4 días.
f)	<i>Publicación en un diario</i>	La Superintendencia de Compañías le entregara 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional, para el interés público.
g)	<i>Obtener los permisos municipales</i>	<p>En el Municipio de la ciudad donde se va a crear la empresa, se deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pagar la Patente Municipal. • Pedir el Certificado de Cumplimiento de Obligaciones.
h)	<i>Inscribir la Compañía</i>	Con todos los documentos ya mencionados, acudir al Registro Mercantil del Cantón donde se va a constituir la empresa, para inscribir la sociedad.

i)	Realizar la Junta General de Accionistas	Esta será la primera reunión que servirá para nombrar a los representantes de la empresa, según se hayan definido en los estatutos
j)	Obtener los documentos habilitantes	Con la inscripción en el Registro Mercantil en la Superintendencia de Compañías le entregaran los documentos para abrir el RUC de la empresa.
k)	Inscripción del nombramiento del representante	De nuevo, en el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe realizarse dentro de los 30 días posteriores a su designación.
l)	Obtención del RUC	<p>El Registro Único de Contribuyentes se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El formulario correspondiente debidamente lleno. • Original y copia de la Escritura de Constitución. • Original y copia de los nombramientos. • Copias de cédula y papeletas de votación de los socios. • De presentarse el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizara el trámite.
m)	Obtención de una carta del banco	Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías, le entregaran una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta antes mencionada, para que se pueda disponer del valor depositado.

Fuente: Superintendencia de Compañías, SRI

Elaborado por: La Autora

Con el cumplimiento de todos estos pasos, se podrá obtener la creación de la compañía limitada o anónima lista para empezar a funcionar.

El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.

Como dato adicional; se especifica que todos estos trámites y procesos pueden ser elaborados por un abogado y su costo puede variar entre \$600 y \$1000 o dependiendo del monto de capital de la empresa. Obtenido de: (Superintendencia de Compañías, 2016)

- Si una empresa extranjera organizada como persona jurídica, desea prestar servicios públicos, explotar recursos naturales o ejercer actividad permitida por Ley dentro de Ecuador, primero deberá establecer una sucursal y cumplir con los siguientes requisitos:
 1. Certificado expedido por el Cónsul de Ecuador, acreditativo de la constitución legal de empresa en su país de origen. (Superintendencia de Compañías, 2016)
 2. Resolución por la que la autoridad competente de la compañía extranjera autoriza la apertura de la sucursal en Ecuador. (Superintendencia de Compañías, 2016)
 3. Poder del representante de la compañía extranjera, donde el representante, de ser extranjero, deberá tener calidad de residente en Ecuador. (Superintendencia de Compañías, 2016)
 4. Cuando la inversión es realizada en dinero se debe presentar el certificado bancario en donde se demuestre el mínimo que está establecido de capital asignado a la sucursal. (Superintendencia de Compañías, 2016)
- Las personas que actúen como agentes de compañías extranjeras deberán inscribirse en la Cámara de Comercio del domicilio principal de sus negocios.
- Todo tipo de empresa constituida en el país, están sujetas a los reglamentos de la Superintendencia de Compañías, la misma que se asegura del cumplimiento de las regulaciones entre otros. (Superintendencia de Compañías, 2016)

1.2.3 Mercado textil en la Ciudad de Ambato – Ecuador:

Ambato, conocida como la tierra de las flores y las frutas, y por su creciente turismo se convierte en un encanto del Ecuador, ya que tiene atractivos sitios y lugares turísticos de visitar. La ciudad de Ambato es considerada una urbe para el turismo nacional y extranjero. (Turismo, 2015)



Fuente: EcuadorTuristico.com

La actual ciudad de Ambato fue fundada el día 6 de diciembre de 1698, como Asiento de Ambato, a pedido de los ambateños por orden Judicial de la Real Audiencia de Quito. El 12 de noviembre de 1820 Ambato declara su independencia, el 23 de julio de 1860 adquiere la categoría de provincia y el 21 de mayo de 1861 se crea como tal mediante Decreto de la Convención Nacional. En Ambato se instaló la primera imprenta traída por los jesuitas, la cual fue trasladada en 1670 al seminario de San Luis en Quito. (VisitaEcuador.com, 2015)

Por otro lado, se debe hablar de San Pedro de Pelileo que está ubicado en el corazón de la provincia de Tungurahua, a 20 kms de la ciudad de Ambato. Se caracteriza por sus artesanías y por sus finos tejidos que tienen gran demanda local e internacional. La industria del jean ha convertido a Pelileo en la ciudad azul, es una de las actividades productivas más destacadas del cantón particularmente en el sector barrio el Tambo. Según datos estadísticos el 42% de la población económicamente activa de Pelileo está ligada directamente a esta actividad. (EcosTravel, 2015)

Pelileo fue fundado en 1570 por Antonio Clavijo y fue elevada al estatus de cantón el 22 de julio 1860. El 5 de agosto de 1949, la ciudad quedó sepultada por un terremoto, aproximadamente 5000 personas murieron dentro de los límites del cantón, la mayor parte atrapadas en las ruinas de la ciudad. (EcosTravel, 2015)



Fuente: EcuadorTuristico.com

El mercado textil en la ciudad de Ambato – Ecuador, ha sido un mercado en constante crecimiento. Según la evolución de la moda, se ha ido cambiando la cantidad de producción y el tipo de la misma.

La provincia de Tungurahua contaba con alrededor de 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos, que representaban el 5.15% de la producción nacional de dichos tejidos, principalmente localizados en Ambato, Pelileo, Mocha. Según: (Proecuador, 2012, pág. 4)

Siendo Ambato y Pelileo las principales localidades donde se confecciona con textiles (Índigos, pana, gabardinas etc.) que principalmente se adquieren de varios distribuidores locales e internacionales.

Pelileo, apodada la ciudad “azul” por la gran cantidad de jeans que se confeccionan y venden en varios locales, es una de las principales ciudades del país en producir este tipo de vestimenta, que claramente se ha visto afectada por el ingreso de ropa confeccionada de países como Colombia, Perú; e incluso por el contrabando que afecta la región.

Otro de los problemas que afrontan estos confeccionistas, son los costos de los insumos, telas, y mano de obra; ya que en el país han ingresado varios distribuidores que ofrecen gran variedad de referencias en diversos costos, lo que hace que los confeccionistas compren de varios distribuidores y obtengan varias deudas.

Cabe recalcar que uno de los problemas “naturales” que ha tenido que afrontar la zona, son las erupciones volcánicas del Tungurahua, que aunque no parezca, han afectado no solo al sector textil de las ciudades, sino también al agrícola entre otros.

Los problemas de cierre de vías, de contaminación por la ceniza emanada, han hecho que se pierdan varios lugares turísticos y que de forma indirecta, afecte el comercio, ya que los turistas prefieren no arriesgar su integridad y no visitar estos lugares, por lo que las ventas disminuyen.

Se han creado varias entidades para crear un respaldo, como por ejemplo:

- **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. (Proecuador, 2012, pág. P. 5)
- **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. (Proecuador, 2012, pág. P. 5)
- **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. (Proecuador, 2012, pág. P. 5)
- **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. (Proecuador, 2012, pág. P. 5)

“La industria afrontó un año 2015 complicado por el entorno económico en el país, lo cual se manifestó en la caída de las exportaciones e importaciones de materia prima y productos textiles. Sin embargo, mantuvo su aporte al PIB y una considerable participación en la generación de plazas de trabajo.” Según: (Vistazo, 12 Febrero 2016)

Gran parte de la economía del país se mueve mediante el comercio textil del país; y si se habla de jeans en específico, la ciudad de Pelileo en la ciudad de Ambato, ha sido gran referente de ventas que con mucha pena se ha visto afectado por el comercio internacional que ha ingresado al país, ya sea por comercio legal e ilegal.

Los comerciantes de la ciudad de Pelileo, se han visto afectados por los altos costos de producción; como se menciona antes, son varios los distribuidores que ofrecen gran cantidad y variedad de referencias textiles, pero que no tienen todas en un mismo lugar y así evitar hacer compras y adquirir deudas en varios proveedores; es por ello el propósito de crear esta empresa, donde el consumidor pueda adquirir todo lo que necesita en un solo lugar, logrando mejorar su eficiencia y no endeudarse en varios lugares por un mismo concepto.

Gran preocupación para los confeccionistas es el incremento de los aranceles, puesto que gran parte de los insumos que se utilizan, provienen de los países vecinos como Colombia y Perú. Esto genera que los costos de producción suban y en consecuencia el precio de la prenda de vestir aumenta y el cliente final prefiere comprar ropa más barata que llega de otros países.

Desde que el Gobierno implementó algunos aranceles, los confeccionistas se han visto obligados a prescindir de los servicios del personal, adquirir menor cantidad de telas e insumos y en algunos casos hasta adquieren prendas ya terminadas para venderlas en sus locales.

Luego de un breve análisis hecho por estas localidades, se ha podido comprobar que la situación económica fluctúa en variedad; en algunos casos, existen confeccionistas y distribuidores que mantienen una clientela fija y disponen de liquidez que les permiten otorgar algunos plazos en la forma de pago; en otros casos, la realidad es diferente, ya que debido a las deudas adquiridas, no han podido salir adelante y han tenido que cerrar sus talleres de confección, sus locales de ventas y de esta forma, disminuyendo las plazas de trabajo y haciendo que las personas que tenían trabajo, se vean en la obligación de migrar a otras provincias en busca de mejores opciones.

“Con este escenario a las puertas del nuevo año, se enciende el debate en torno a los retos y la competencia que enfrentará la industria textil nacional, que este año creció 2% en comparación con el 2013, según datos de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador” (AITE). (Revista Lideres, 2016)

Algunos de los factores que afectan, el contrabando, la falta de créditos e incentivos, así como la necesidad de tener más mano de obra calificada, son algunos de los problemas que inciden en el sector, señalan quienes están al frente de este Gremio.

Sin duda alguna, el cliente es quien tiene el poder de decisión, y es que el poder adquisitivo está en manos de quien posee el dinero; es decir que son los consumidores quienes tienen el poder de decisión, en este caso, el que se hayan abierto locales de ropa extranjera y que sus costos sean más bajos, no ayuda a la producción local.

En ciertos casos, las personas o clientes finales, prefieren acudir a estos lugares que viajar por el interior del país en búsqueda de ropa; que según un estudio, se ha demostrado que la ropa, es de los artículos que más se compran como regalos para diversas ocasiones.

“Milton Altamirano, presidente de la Asociación de Confeccionistas Textiles y Presidente de la Corporación Impaxtec, considera que hay potencial de crecer en las tiendas departamentales. Sin embargo, señala que un limitante es la capacidad de producción de los negocios de este sector que en su mayoría son artesanales. “Necesitamos más créditos y facilidades para invertir en tecnología que nos permita ser más productivos” (Revista Lideres, 2016)

“Aunque el monto de incautaciones de ‘prendas de vestir de contrabando’ ha crecido, en la SENA (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador), dicen que no se debe a que existe más contrabando, sino a que hay más controles. El monto en textiles fue de USD 8 197 943 en el 2013, mientras que la cifra en lo que va del 2014 sobrepasó los USD 10 millones.” (Revista Lideres, 2016)

El reto es afianzar la competitividad, aunque en este sector sobretodo, se nota la falta de tecnificación y capacitación.

Ecuador es un país donde se pueden encontrar algunas fábricas de telas e insumos, y que las materias primas son costosas, por lo que dichas fábricas, en algunos casos, deciden darle un giro a su negocio y en otras mantener un perfil bajo de producción.

Se reconoce además que los distribuidores y confeccionistas de la zona, se encuentran “reprimidos”, ya que no cuentan con la variedad que necesitan y en algunos casos deciden acogerse a lo que encuentran a bajo precio que especular precios.

“En entidades como la Corporación Financiera Nacional (CFN), por ejemplo, se reporta crecimiento en el otorgamiento de crédito para este sector. Entre enero y noviembre del año 2016 se otorgaron USD 31 millones en créditos para el sector textilero y del calzado, unos USD 19 millones más de los entregados en el mismo período del año pasado. Para este segmento, los créditos van desde los USD 50 000 y están dedicados a la adquisición de insumos y materias primas, señalaron voceros de CFN.” (Revista Lideres, 2016)

La creación de una empresa que pueda brindar los servicios que necesitan los confeccionistas de la zona, sería lo ideal y poder aplicar los créditos que las entidades financieras les brindan, además de fomentar la economía local, les permitirá tener una mejor visión de negocios; una empresa que les pueda ayudar a escoger entre una gran variedad de referencias sin necesidad de que deban visitar a varios distribuidores; la idea es que las tengan en un solo lugar y aprovechar los créditos.

Se espera que estas ciudades puedan desarrollarse de una forma más moderna y porque no, crear una entidad que respalde y difunda las nuevas tendencias de moda que se podrían generar.

Se estima que en el Cantón se elaboran entre 9 y 12 millones de prendas al año. Sin embargo, desde 2010 los altos costos de los insumos han procurado que esta cifra comience a disminuir notablemente.

Un confeccionista promedio, podía confeccionar entre 200 y 250 prendas a la semana, sin embargo ahora, cuando se llega a 180 es un gran logro para los productores.

Se asegura que en Pelileo hacen su mayor esfuerzo por mantener viva esta industria, en la que están inmiscuidos alrededor del 80% de la población local. El barrio El Tambo es el sitio donde mayoritariamente las industrias comercializan sus productos; las ventas son al por menor y mayor. Además se encontrará gran variedad de productos, acorde a sus necesidades y exigencias, los precios están al alcance de todo bolsillo.

La variedad de precios es notoria, pero sin duda alguna van ligadas de los materiales, el corte, la confección y la mano de obra que se emplea.

Cabe mencionar que en Pelileo, no solo se confeccionan prendas de vestir, sino que también se cuenta con “lavanderías” las cuales son las que le dan el estilo a las

prendas; es por ello que hace algún tiempo, el Cabildo de esta ciudad decidió que debían construir un parque industrial, donde estas empresas puedan funcionar y sus desechos y contaminación (sobre todo de agua) sea tratado de forma correcta.

Hace varios años había 56 empresas textiles de las cuales 12 se han retirado del mercado, presumiblemente, por la falta de espacio para las adecuaciones que exige el Ministerio del Ambiente. (Ministerio del Ambiente, 2016)

Se han realizado varios estudios que revelan que las lavanderías necesitan entre 25 y 30 litros de agua por segundo para su producción diaria. Se estima que cada mes, se lleguen a lavar 500 mil prendas, y como consecuencia del cierre de algunas lavanderías del lugar, más de la mitad de las prendas que se procesaban, ahora son trasladadas a la ciudad de Quito para ser procesadas. (El Telégrafo, 2014)



Fuente: Ministerio del Ambiente 2016

Para la creación de un parque industrial se necesita liderazgo gubernamental, voluntad empresarial y un plan de desarrollo a futuro. (El Telégrafo, 2014)

El 60% de la población total de Pelileo se dedica a la industria del jean. Trabajan en 44 lavanderías ubicadas en una zona aproximada de tres hectáreas en el barrio El Tambo a la entrada del cantón. (El Telégrafo, 2014)

La construcción de un parque industrial para la industria del jean podría tomar un tiempo estimado de cuatro años. Existen tres propuestas de ubicación, una de ellas en la ex fábrica de Coca Cola. (El Telégrafo, 2014)

El sector percibe que los costos de insumos como el demin (tela indigo) han aumentado hasta el doble de lo que se cotizaba a fines del año pasado. (El Universo, 2012)

Se asevera que las telas que más aumentan los precios son las que se importan de Colombia, Perú, Brasil, Panamá y Venezuela, por esa razón algunos confeccionistas decidieron adquirir las que llegan de China, “pero son de mala calidad y no garantizan un buen producto final”.

Según estimaciones de los productores, en Pelileo se confeccionan 10 millones de prendas al año, pero por los altos costos de los insumos tiende a disminuir esa cifra, debido a que algunos no tienen la capacidad económica para enfrentar ese aumento.

“De los 4.000 productores por lo menos el 50% enfrentan una crisis económica y por esa razón hay propietarios de talleres que en vez de cerrar en forma definitiva o despedir obreros, trabajan quince días o una semana.” (El Universo, 2012)

Como se menciona antes, el ingreso de materiales chinos, no garantiza un buen producto, pero si un costo reducido; que es lo que en muchos de los casos el cliente busca.

Antes se podía contar con prendas que se garantizaban, porque contaban con los mejores materiales y mano de obra.

CAPITULO 2

MÉTODO

2.1 Nivel de estudio

2.1.1 Nivel exploratorio.- La investigación se efectuará para examinar *“Plan de Negocios para la creación de una empresa comercializadora de textiles en la ciudad de Ambato, 2017”*, proceso que necesita ser actualizado al 2017 tanto en lo teórico como en lo práctico.

La exploración se estructurará en base a revisiones bibliográficas, opiniones de expertos en el tema e investigaciones de campo.

Además de poder realizar un proceso de investigación exploratoria y de campo mediante una encuesta aplicada a los posibles y potenciales clientes de la empresa, que proporcionará información valiosa que se pueda procesar para obtener datos fiables para la creación de la empresa.

El proceso para examinar el plan de negocios, proporcionará datos que probablemente no se encuentren a simple vista y que debemos analizarlos de una mejor manera.

2.1.2 Nivel descriptivo.- Este tipo de investigación buscara especificar las características más destacadas relacionadas con el *“Plan de Negocios para la creación de una empresa comercializadora de textiles en la ciudad de Ambato, 2017”*.

Se explicará o describirán los diferentes componentes del problema a investigar para tener mejores criterios que sean sometidos a análisis.

2.2 Modalidad de la investigación

2.2.1 Modalidad documental.- La finalidad será ampliar y profundizar el conocimiento referido a *“Plan de Negocios para la creación de una empresa comercializadora de textiles en la ciudad de Ambato, 2017”*. Se contará con el apoyo de registros impresos, audiovisuales y digitales.

Dichos apoyos impresos o digitales se los podrá obtener en las ciudades donde se pretende implementar la empresa y poder conseguir información que le haga viable, esta investigación documental, además servirá de referencias donde la estadística y datos financieros e históricos aporten con este plan de negocios.

Todo tipo de documento que se pueda recibir por parte de los posibles clientes, también es información importante que se pueda usar como herramienta de apoyo al

momento de implementar la empresa; considerando que no sea información confidencial de algún otro distribuidor, que en este caso surge como la competencia directa, y que podría sugerir como uso indebido e ilegal, el que no es el objetivo de este plan de negocios.

2.2.2 Modalidad proyecto de desarrollo.- Los resultados obtenidos de la investigación propuesta puede tener una aplicación práctica específica, con grandes opciones de ser ejecutada por diferentes organizaciones, grupos sociales o empresariales.

Este proyecto está dirigido, como un proyecto de desarrollo a ser aplicado luego de las investigaciones y resultados que presente, dado que en las ciudades de Ambato y Pelileo se considera que no existe un distribuidor como el que se propone en este plan de negocios, generando empleos en las localidades y también como una forma de emprendimiento personal.

2.3 Métodos de investigación

2.3.1 Método inductivo – deductivo.- El tema de investigación se nutrirá de aportes e información de las teorías generales del conocimiento y de los paradigmas vigentes al 2017 con la finalidad de contar con un marco teórico actualizado. Los resultados que se generen son estrictamente particulares al tema a tratar, sin embargo pueden aportar elementos a una comprensión general del fenómeno.

Se hará uso del método inductivo – deductivo ya que se irá de lo general a lo particular para de esta manera con la información recolectada determinar conclusiones que ayuden en la investigación. Se la realizara para tener un mejor entendimiento de las partes de la investigación.

2.3.2 Método analítico – sintético.- Por medio del análisis se procederá a separar en cada uno de sus componentes a los objetivos de estudio que influyen, para encontrar los tipos de relaciones que existen entre ellos y tener información clara y concisa. Una vez que se obtenga la información del análisis, se procederá a una síntesis de cada uno de los elementos descritos y serán interpretados con la finalidad de tener una comprensión justa y clara del fenómeno estudiado, para lo que se utilizara un proceso progresivo y sistemático.

2.4 Población y muestra.-

La población efectiva del estudio, está ubicada en las ciudades de Ambato y Pelileo, donde el ámbito textil tiene características que identifican a la población con este giro de negocio. Para determinar el cálculo de la muestra de la población a estudiar, se den a utilizar la siguiente formula:

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

Donde:

N= Total de la población

Z= 1.96 al cuadrado (Si la seguridad es del 95%)

p= Proporción esperada (En este caso 5% = 0.05)

q= 1 – p (En este caso 1 – 0.05 = 0.95)

d= Decisión (usar un 5%)

Para el efectos de esta investigación, se considera un universo de alrededor de 650 confeccionistas por lo que se obtiene una muestra de 65 personas, a las que se les aplicara la encuesta presentada en el Anexo #1. Se considera un aproximado, ya que no se cuenta con un dato exacto del número de confeccionistas en las ciudades de Ambato y Pelileo, ya que muchos desisten o emprenden en el negocio constantemente.

Los resultados de la aplicación de la encuesta serán presentados más adelante con sus respectivas conclusiones.

2.5 Selección de instrumentos de investigación

2.5.1 Encuestas.- Las encuestas se realizaron para poder obtener información directa de varios confeccionistas - clientes, logrando así un acercamiento más efectivo a la opinión de cada uno de ellos, y mejorar el *“Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Comercializadora de Textiles en la ciudad de Ambato. 2017”*

Las encuestas que se realizaron, fueron de mucha importancia, ya que se pudo obtener información que se requiere para esta investigación.

2.5.2 Entrevista.- Por medio de conversaciones previamente estructuradas con personas que puedan proporcionar sistemáticamente información relevante sobre el *“Plan de Negocios para la creación de una empresa comercializadora de textiles en la ciudad de Ambato, 2017”*.

Se han logrado conseguir entrevistas informales con algunos de los clientes de las ciudades de Ambato y Pelileo, en donde con preguntas no preestablecidas, a modo de conversación, se obtuvo información que es valiosa para ir mejorando las

estrategias de ventas, cobros y plazos; además de poder ir identificando las mejores referencias, los plazos que los otros distribuidores ofertan, y determinar la correcta oferta y demanda.

2.5.3 Análisis de documentos.- La información se recopilara de las diferentes fuentes disponibles, contenidas en una variedad de documentos sean impresos o digitales y se los clasificará de acuerdo con las necesidades y obtener información primaria y secundaria para procesarla de forma adecuada.

2.6 Procesamiento de datos

Dado que la investigación se realizó mediante encuestas, se realizará un procesamiento de datos, donde con un conteo uno por uno de los resultados se procederá a la elaboración de tablas y gráficos que sean de ayuda para una mejor comprensión de la información obtenida en las ciudades mencionadas.

Los procesadores de textos servirán para el tratamiento de la información obtenida. Las hojas electrónicas serán el soporte para los cálculos matemáticos requeridos. Las tablas y figuras requeridas se trabajaran con una diversidad de paquetes gráficos.

De esta manera se logrará presentar los resultados de manera óptima y que sea entendible para los interesados de este trabajo de investigación; además de incluir comentarios o conclusiones por cada gráfico que ayuden al entendimiento de los mismos; es decir:

- Elaboración de encuestas
- Recopilación
- Tabulación
- Análisis
- Interpretación

En tanto que de las entrevistas, al no ser oficiales, no se puede tener una transcripción, sino más bien datos que no se obtienen en las encuestas y que se obtienen en el momento mismo de poder observar cómo se realiza una entrega de mercadería por parte de un distribuidor a un cliente, y son datos importantes que servirán para la aplicación de este proyecto.

2.7 Metodología Específica

2.7.1 Metodología relacionada al objetivo específico N°1 = “Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda, para la creación de la Empresa Comercializadora de Textiles en la Ciudad de Ambato. 2017.”

Se comenzara por definir el mercado objetivo del proyecto, realizando la segmentación de acuerdo a las necesidades del mercado, para proseguir a elaborar las preguntas más factibles y transformar esas preguntas y diseñar una encuesta la que será aplicada al mercado objetivo. Luego se procederá a analizar y procesar la información.

Esta información será muy variable y a la vez muy valiosa, ya que ayudará a establecer las preferencias de los clientes y mediante esto, poder enfocarse en las referencias (telas) que más prefieren y así poder abastecer el inventario con las suficientes referencias y cumplir las demandas de los clientes.

Con estos resultados se podrá aplicar un mix de marketing, aplicando las 4P (precio, plaza, producto y promoción) que consideraran las características del producto que la empresa quiere ofrecer a su mercado objetivo, para que pueda ser conocido y poder determinar si el mercado está o no dispuesto a aceptar a la empresa, que tan conocida puede llegar a ser la empresa y la preferencia que tengan los clientes hacia ella; el precio con el que las referencias van a salir al mercado, en función de la rentabilidad que represente vender las telas que se ofrecen, siempre se tratará de ofrecer los mejores precios, descuentos y plazos de pago, para que los clientes sean fieles a la empresa; la plaza donde se desarrollaran las actividades que realizará la empresa para poner a disposición del mercado objetivo, como por ejemplo los canales de distribución, la cobertura, los inventarios, etc., mantener una plaza activa y en constante renovación, va a ser el plus de la empresa y que los clientes se sientan cómodos tanto en las instalaciones como en las entregas que se realicen y la promoción que se aplicará para el posicionamiento de la empresa en la mente de los confeccionistas, incluyendo la publicidad y como se puedan gestionar las relaciones públicas para llegar a los clientes. Cuáles serían los plus que como empresa se puedan ofrecer, como la publicidad personalizada, el correcto manejo de las relaciones públicas y hacia dónde van dirigidas, considerando el target al que va dirigido, entendiendo que no todos los clientes pueden ser tratados de la misma forma, existe una variedad que se debe satisfacer.

Por último, se presentarán y analizaran los resultados de todos los datos obtenidos. Datos que servirán para poder entender mejor el mercado que se plantean como

objetivo, y obtener conclusiones que sean de mucha ayuda para entender mucho mejor al consumidor o confeccionista.

Las conclusiones que se obtendrán, se utilizarán en el presente y futuro, para poder dar una mejor asesoría acerca de las telas, los tonos, precios, tratamientos etc., a nuevos confeccionistas que decidan incursionar en este negocio. Se estima poder tener un servicio completo, no solo de compra y venta, sino también de asesoría a clientes que lo requieran.

2.7.2 Metodología relacionada al objetivo específico N°2 = “Establecer los requerimientos legales y comerciales que se necesitan para crear la Empresa Comercializadora de Textiles en la ciudad de Ambato. 2017.”

Para efectos de la creación de la Empresa, se deberá tomar en cuenta e identificar los requerimientos dentro del marco legal ecuatoriano. Se procederá a cumplir con los pasos que se recomiendan en el portal electrónico de empresas de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS) (Superintendencia de Compañías, 2016) siendo indispensable tener todos los documentos que se requiera, así como determinar si la empresa va a ser una compañía limitada y hacer la respectiva reserva del nombre que se usara, abrir una cuenta bancaria y elaborar un estatuto legal; para continuar con los requisitos del Sistema Declarativo de Prevención de Incendios, otorgado por el Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Ambato; continuar con identificar y cumplir con los permisos municipales, en este caso de la ciudad de Ambato; realizar la inscripción del nombramiento en el Registro Mercantil y obtener el RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI) (SRI, 2017)

Con todos estos requisitos y documentos habilitantes se puede iniciar la creación física de la empresa ya que hasta ahora solo ha sido habilitada en papeles.

Es importante mencionar que también se deben obtener los permisos por parte de los fabricantes de telas, ya que esta empresa será netamente distribuidora y comercializadora y se requerirá de los permisos de uso de logotipos y marcas de las mismas; y tomar en cuenta que esta es una empresa individual y no una franquicia de ninguna de las fábricas o de otros distribuidores dentro y fuera del país. Estos permisos serán obtenidos dependiendo de las políticas de uso marca de cada una de las empresas con las que se va a trabajar.

2.7.3 Metodología relacionada al objetivo específico N°3 = “Diseñar el correcto plan de negocios para crear la Empresa Comercializadora de Textiles en la Ciudad de Ambato. 2017.”

Para elaborar un correcto Plan de Negocios para esta empresa, se seguirán los pasos de un correcto diseño del plan de negocios estructurado para esta Empresa, donde se detallarán datos como:

El nombre de la Empresa ser uno de los principales temas en un plan de negocios, que deberá ser registrado y reservado para que otra persona o institución no pueda obtenerlo; la misión y la visión con elementos básicos a describir en un Plan de Negocios, ya que son la parte en la que se describe como se ven los objetivos y las metas que se desean cumplir, así como las políticas que deberán ser consideradas tanto como por el cliente interno y externo. Marcar objetivos específicos y congruentes tanto del mercado como del producto.

El plan de mercadeo que se realizará para las estrategias y llegar al cliente, incluyendo aquí, la publicidad, los canales de distribución, enfocándose en tener el mejor plan de publicidad y distribución que se adapte a los clientes.

Una descripción adecuada de los productos (Los índigos, las gabardinas y las panas), así como de los precios que se manejaran dependiendo de la oferta y la demanda correspondientes a las temporadas que se presentan.

Respecto de la comunicación corporativa, tener un plan que se ejecute de manera que el funcionamiento de la empresa sea el mejor tanto con los empleados, clientes, así como también con los proveedores y personas externas a la empresa.

Realizar un Plan de Negocios, implica que se deben generar objetivos de comercialización, sería correcto fijar metas en ventas para los vendedores, mejorar los precios de la competencia y llamar la atención del comprador.

Elaborar una correcta estructura organizacional, en donde se puedan definir claramente los puestos y cargos que tendrá cada uno del personal de la empresa.

Un Plan de Negocios también involucra tener claro el esquema financiero de la empresa, donde se detalla y prepara los presupuestos a ser utilizados, costos, gastos, rentabilidad, liquidez, entre otros; así como el VAN y el TIR.

Así como evaluar el impacto social ambiental que podría generar la empresa y poder tomar medidas preventivas ante este aspecto.

CAPITULO 3

RESULTADOS

En este capítulo se procederá a dar cumplimiento a los objetivos específicos mencionados en el capítulo anterior, para lo cual se aplicara la metodología descriptiva. Para el estudio de mercado se empezara definiendo un universo que será de alrededor de 650 confeccionistas ubicados en las ciudades de Ambato y Pelileo. Una vez definido el universo, se procederá a obtener la muestra que servirá para el estudio del mercado y la base para aplicar las encuestas elaboradas.

3.1 Recolección y Tratamiento de datos

Para la recolección de información, primero se procederá a utilizar la fórmula para cálculo de la muestra, la cual arrojará el tamaño óptimo de la misma.

Para este proceso, se considera un universo de alrededor de 650 y luego de haber realizado el cálculo respectivo, se ha determinado una muestra de 65 encuestas aplicables en las ciudades de Ambato, Pelileo, para obtener la información requerida, dando como resultado la siguiente información:

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

$$n = \frac{650 * (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (650 - 1) + (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{650 * 3.84 * 0.05 * 0.95}{1.62 + 3.84 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{118.61}{1.80}$$

$$n = 65$$

Como resultado del cálculo realizado con la fórmula escogida, da como resultado, que el tamaño óptimo de la muestra será de 65, las cuales serán aplicadas a los confeccionistas.

3.1.1 Metodología para el objetivo específico N°1 = “Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda para la creación de la Empresa Comercializadora de Textiles en la Ciudad de Ambato. 2017.”

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a la muestra de personas en las ciudades de Ambato y Pelileo

Pregunta # 1

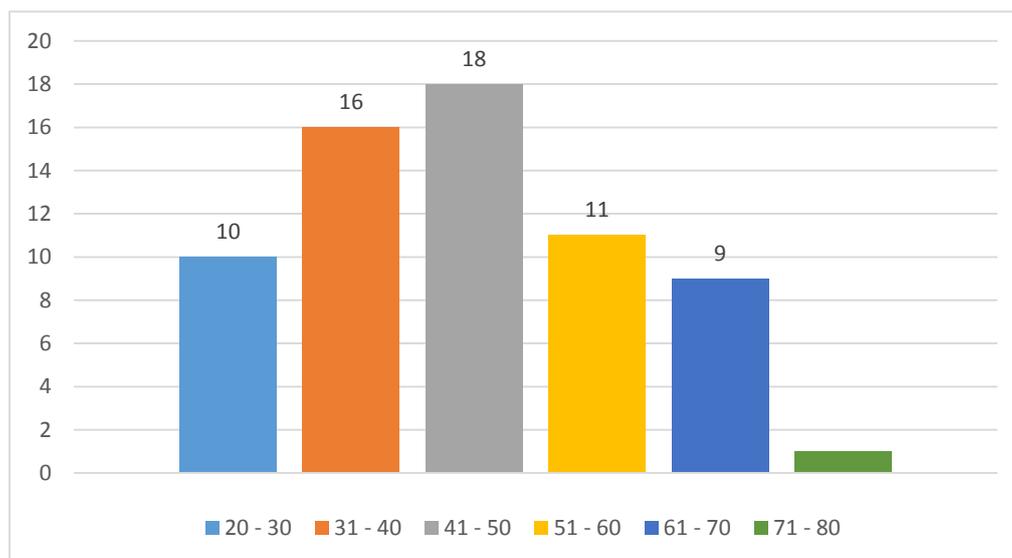
Indique su edad y género:

Tabla # 3 Indique su edad

	Frecuencia	Porcentaje
20 a 30	10	15.38%
31 a 40	16	24.62%
41 a 50	18	27.69%
51 a 60	11	16.92%
61 a 70	9	13.85%
71 a 80	1	1.54%
TOTAL	65	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 1. Indique su edad



Elaborado por: La Autora

Del total de 65 encuestas realizadas en las ciudades de Ambato y Pelileo para saber el margen de edad de los clientes y confeccionistas, se obtuvo un resultado de como edad mínima 20 años y como edad máxima 80 años; personas que recién están empezando el negocio y otras que no desean dejarlo.

Lo que demuestra que hay variedad en las edades para poder llegar a obtenerlos como posibles clientes.

Pregunta # 1

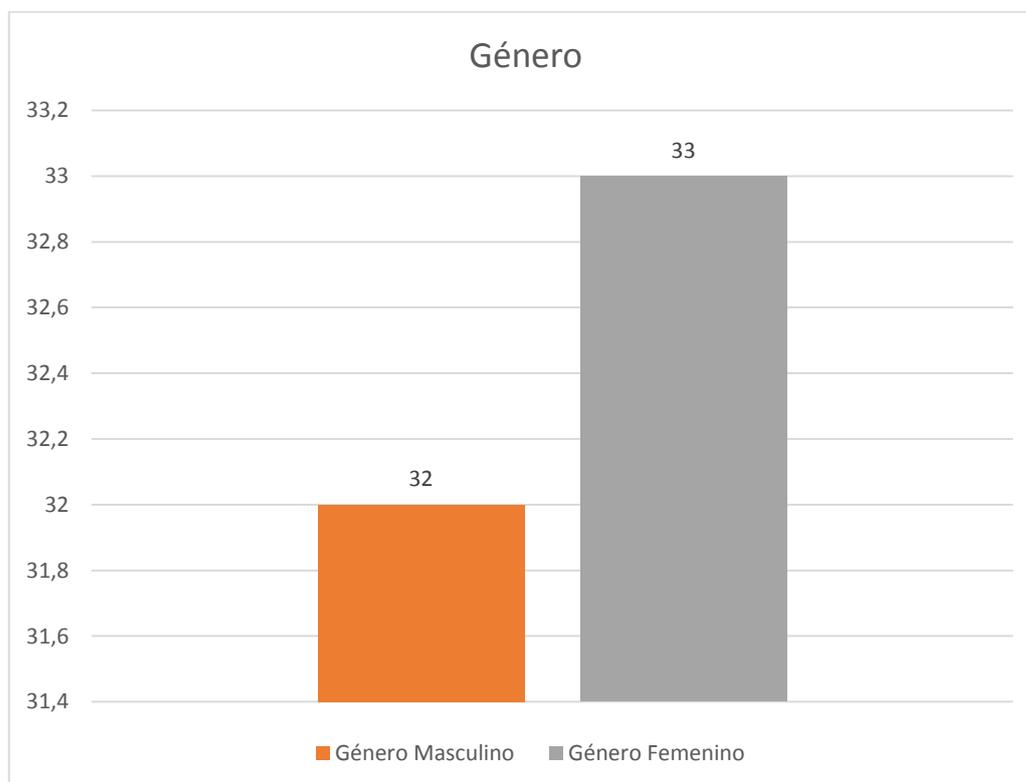
Indique su género:

Tabla # 4 Indique su género

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	32	49.23%
Femenino	33	50.77%
TOTAL	65	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 2. Indique su género



Elaborado por: La Autora

Y para la misma pregunta, se realizó otro gráfico en donde, de las 65 encuestas realizadas, el resultado de géneros fue que el 50.77% de la población que respondió la encuestar es femenino, mientras que el 49.23% de la población es de género masculino, por lo que se estima que la población es equitativa en géneros para este giro del negocio.

Pregunta # 2

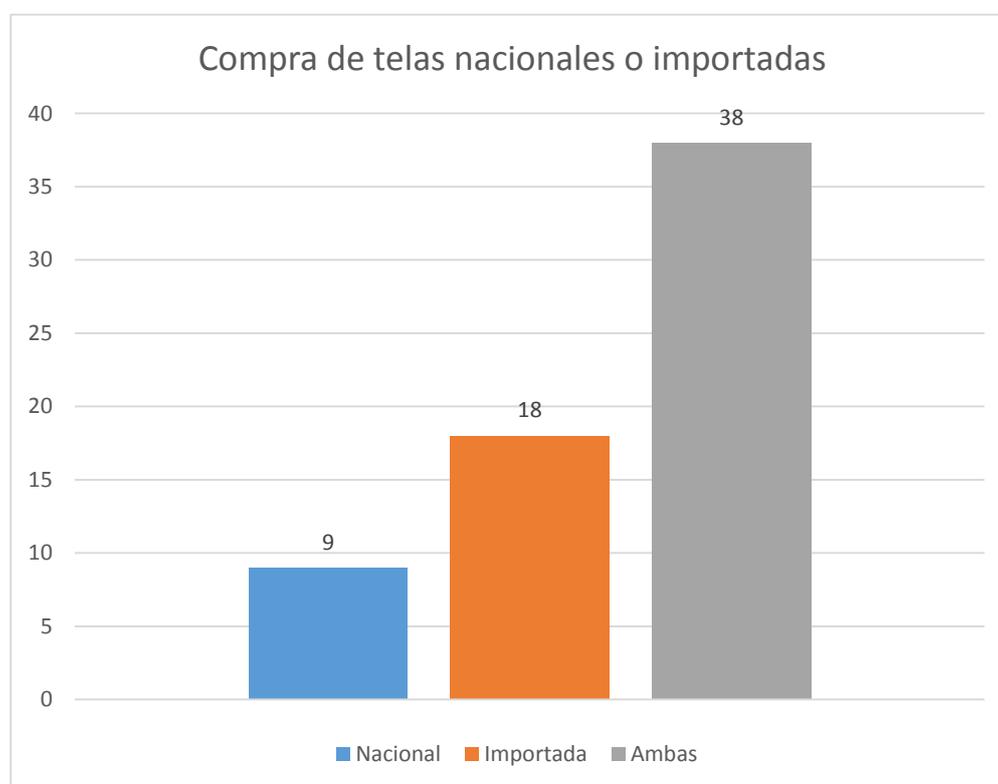
¿Compra usted telas nacionales o importadas?

Tabla # 5 ¿Compra usted telas nacionales, importadas o ambas?

	Frecuencia	Porcentaje
Nacionales	9	13.85%
Importadas	18	27.69%
Ambas	38	58.46%
TOTAL	65	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 3. ¿Compra usted telas nacionales, importadas o ambas?



Elaborado por: La Autora

En esta pregunta se obtienen resultados, determinando que los confeccionistas y productores, tienen sus preferencias en cuanto a las telas y el origen de las mismas, siendo estas, países como Colombia, Perú, Brasil, China, entre otros; dando como resultado que el 58.46% de los confeccionistas prefieren hacer una mezcla entre las telas nacionales e internacionales, debido a las características propias; mientras que otros pocos, como el 27.69% son los que tienen una preferencia por las telas nacionales y el 13.85% prefieren las internacionales, cada confeccionista tiene sus preferencias.

Pregunta # 3

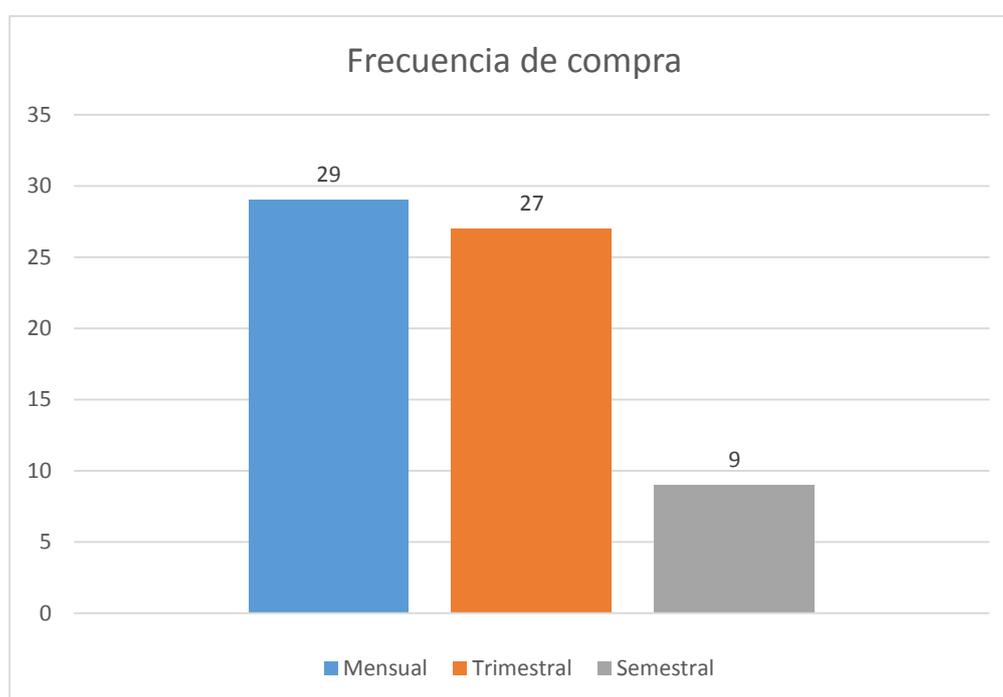
¿Con que frecuencia realiza usted sus compras?

Tabla # 6 ¿Con que frecuencia realiza usted sus compras?

	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	29	44.62%
Trimestral	27	41.54%
Semestral	9	13.84%
TOTAL	65	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 4. ¿Con que frecuencia realiza usted sus compras?



Elaborado por: La Autora

En esta pregunta, incluida en la encuesta que se aplicó a los confeccionistas en la ciudad de Ambato y Pelileo, nos da resultados muy diversos, aplicables a la investigación con mucha información importante:

Sobre la frecuencia de compras; se obtuvo que el 44.62% prefiere hacer las compras mensualmente y mantener al día sus inventarios, el 41.64% realiza sus compras cada trimestre y realizar sus confecciones con el inventario que tienen, y por último el 13.84% de los confeccionistas realizan grandes compras cada seis meses y así aprovechan el inventario así como se evitan los incrementos en los costos de las referencias.

Pregunta # 4

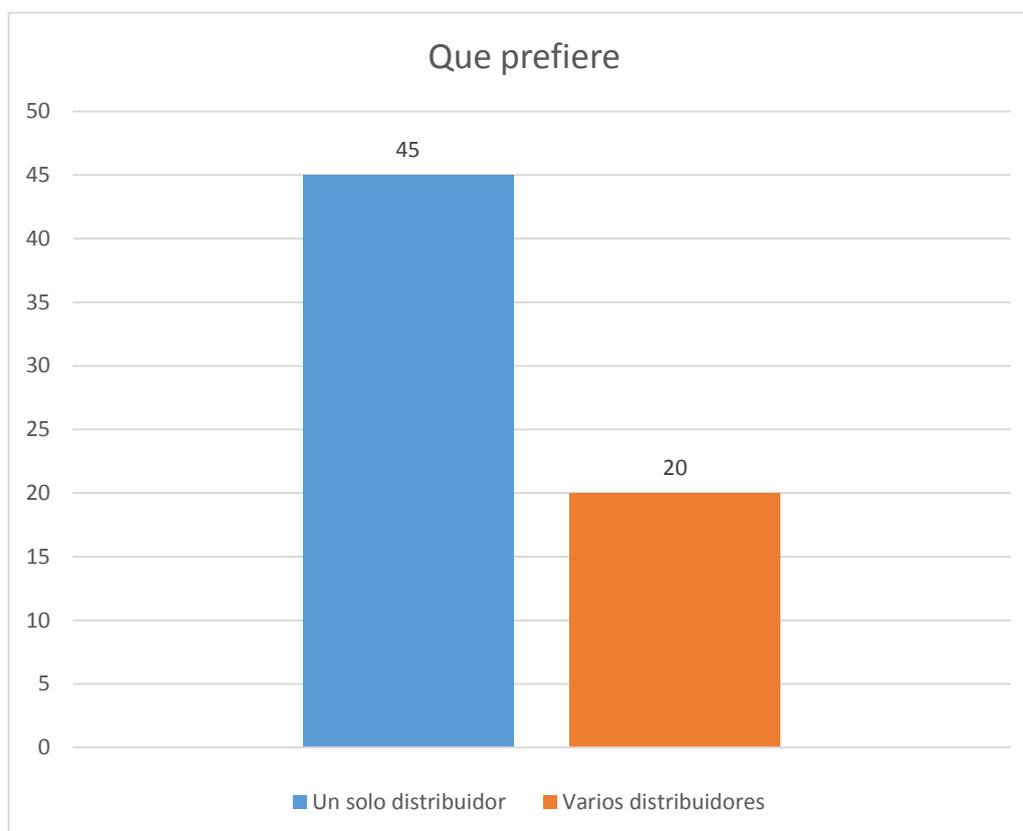
Prefiere tener:

Tabla # 7 ¿Qué prefiere, un solo distribuidor o varios distribuidores?

	Frecuencia	Porcentaje
Un solo distribuidor	45	69.23%
Varios distribuidores	20	30.77%
TOTAL	65	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 5. ¿Qué prefiere, un solo distribuidor o varios distribuidores?



Elaborado por: La Autora

De las 65 encuestas que se aplicaron en las ciudades de Ambato y Pelileo, se preguntó si los confeccionistas estaban más familiarizados con tener un solo distribuidor, o varios distribuidores y los resultados que se obtuvieron son que el 69.23% de las personas encuestadas lo prefieren así, un solo distribuidor de varias referencias, mientras que el 20.77% de los encuestados dicen que se sienten más cómodos con tener algunos distribuidores.

Pregunta # 5

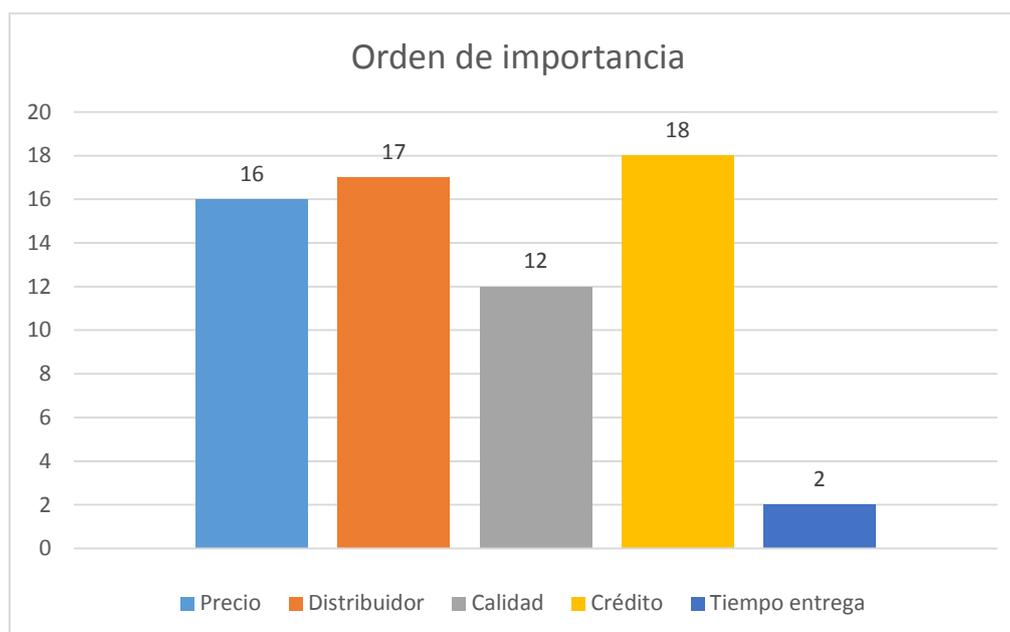
Indique en orden de importancia, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante
¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir sus referencias?

Tabla # 8 Indique en orden de importancia, ¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir sus referencias?

	Frecuencia	Porcentaje
Precio	16	24.62%
Distribuidor	17	26.15%
Calidad	12	18.46%
Crédito	18	27.69%
Tiempo de entrega	2	3.08%
TOTAL	65	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 6. ¿Qué valora más al momento de adquirir sus referencias?



Elaborado por: La Autora

Mediante los resultados obtenidos, se evidencia que los clientes y confeccionistas le dan mucho valor a todos los aspectos al momento de adquirir sus referencias, considerando la más importante el crédito con un porcentaje de 27.69%, luego el distribuidor con 26.15%, el precio con 24.62%, la calidad con 18.46% y por último y menos importante para los encuestados, el tiempo de entrega con 3.08%.

Pregunta # 6

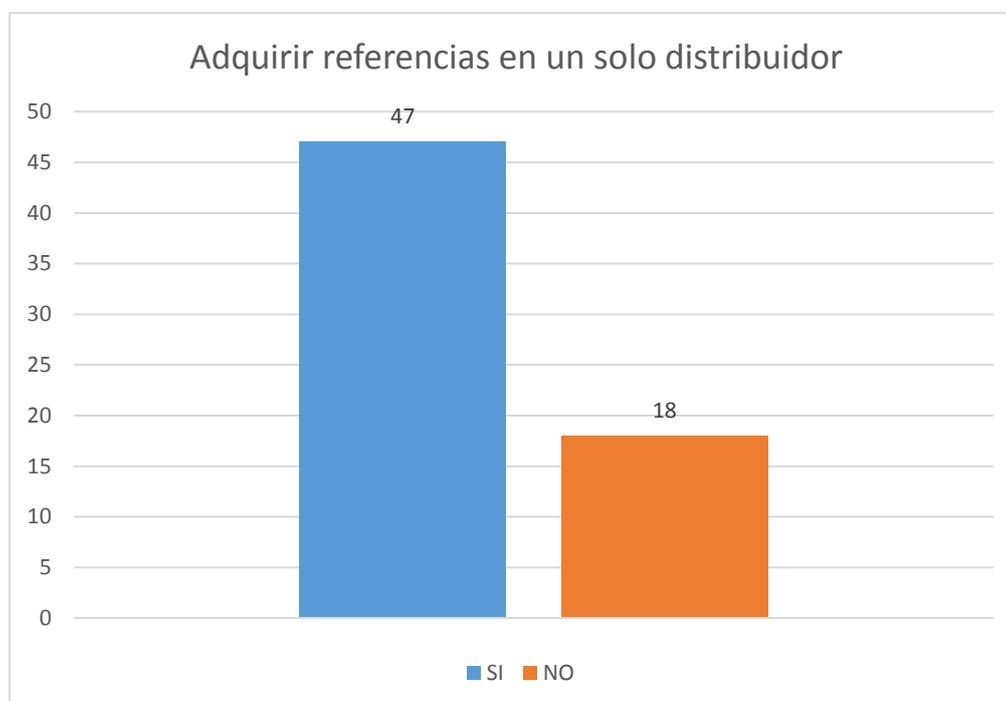
¿Estaría dispuesto a adquirir todas sus referencias en un solo distribuidor?

Tabla # 9 ¿Estaría dispuesto a adquirir todas sus referencias en un solo distribuidor?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	47	72.31%
No	18	27.69%
TOTAL	65	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 7. ¿Estaría dispuesto a adquirir todas sus referencias en uno solo distribuidor?



Elaborado por: La Autora

Según los resultados obtenidos, de las 65 encuestas realizadas, los confeccionistas prefieren adquirir sus referencias en una sola distribuidora mostrando el 72.31% del total de 100% de encuestados, mientras que el 27.69% dijo que no, que ellos prefieren tener varios distribuidores; y es que cada uno de los confeccionistas tienen sus propias preferencias de distribuidores.

Pregunta # 7

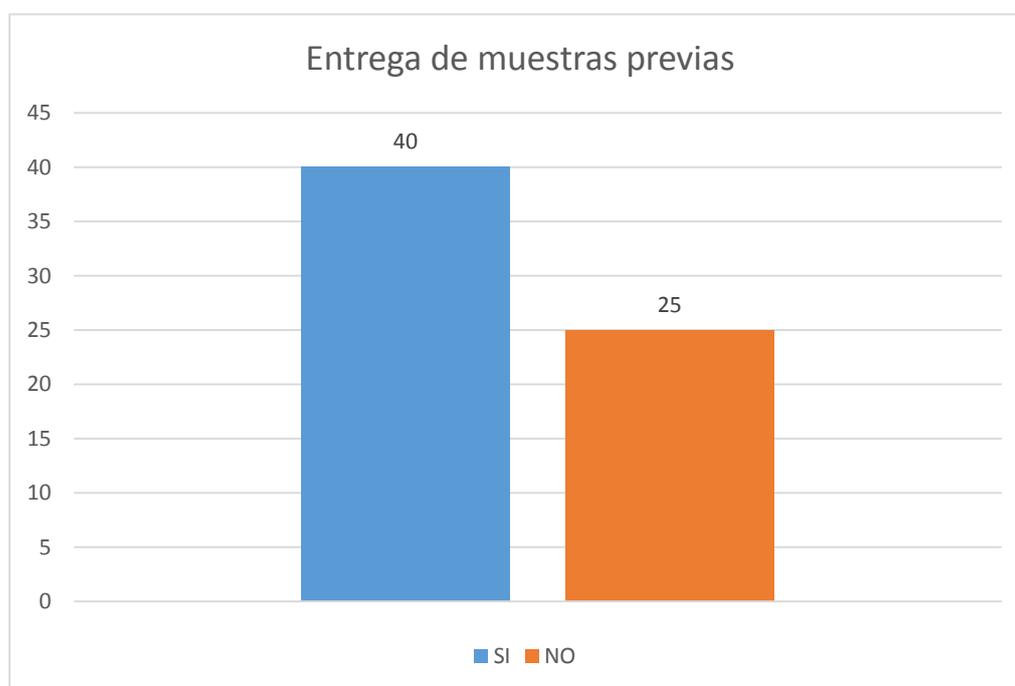
¿Cree usted que la entrega de muestras previas debe ser una prioridad?

Tabla # 10 ¿Cree que la entrega de muestras debe ser prioridad?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	61.54%
No	25	38.46%
TOTAL	65	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 8. ¿Cree que la entrega de muestras debe ser prioridad?



Elaborado por: La Autora

Los confeccionistas, mediante esta pregunta formulada en la encuesta, han dicho que ellos si prefieren la entrega de muestras previas con el 61.54%, y es que prefieren recibir hacer pruebas previas antes de realizar el pedido al por mayor; mientras que el 38.46% dicen que no a las muestras, ya que ellos ya saben el tipo de telas y procesos se les realiza a las prendas y prefieren no acumularse de muestras de varios proveedores.

Esto permite a los distribuidores saber a qué clientes se les ofrece las muestras y el metraje que puede recibir cada uno.

Pregunta # 8

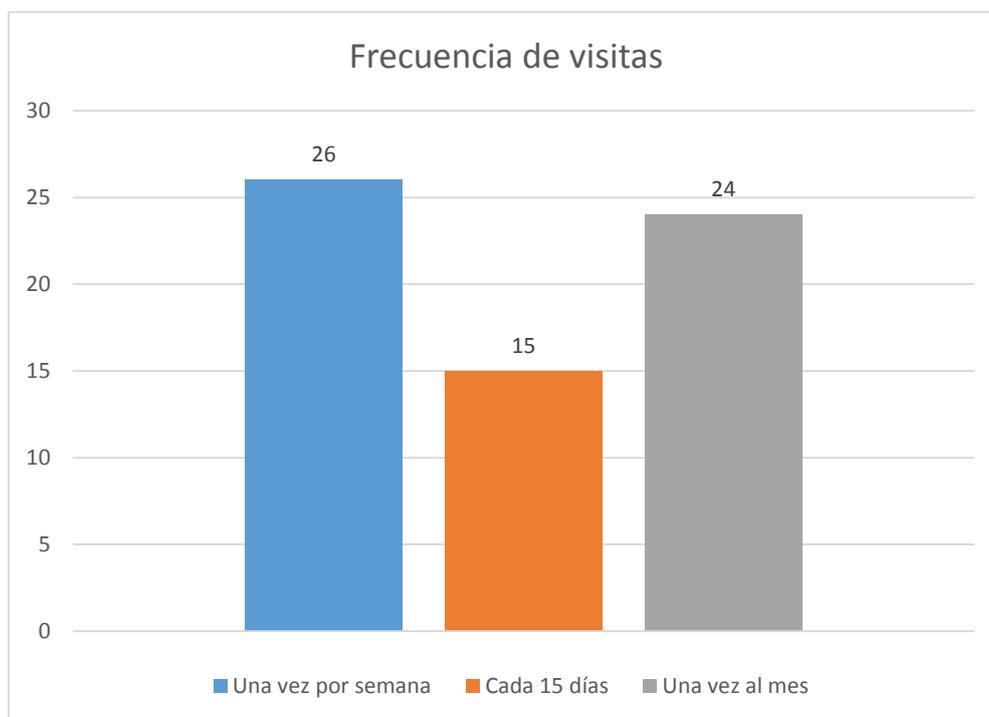
¿Cuántas veces cree que un agente de ventas debe visitarlo al mes?

Tabla # 11 ¿Cuántas veces cree que un agente de ventas debe visitarlo al mes?

	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	26	40.00%
Cada 15 días	15	23.08%
Una vez al mes	24	36.92%
TOTAL	65	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 9. ¿Cuántas veces cree que un agente de ventas debe visitarlo al mes?



Elaborado por: La Autora

Con estos resultados se puede definir que los clientes están más interesados en que se les visite constantemente (Una vez a la semana) el 40.00%, a diferencia de que sea cada 15 días el 23.08% y de visitas una vez al mes, están interesados el 36.92%, es decir que los clientes están más dispuestos a recibir a los vendedores, por un lado frecuentemente y por otro cada que existan novedades en las telas y referencias.

Pregunta # 9

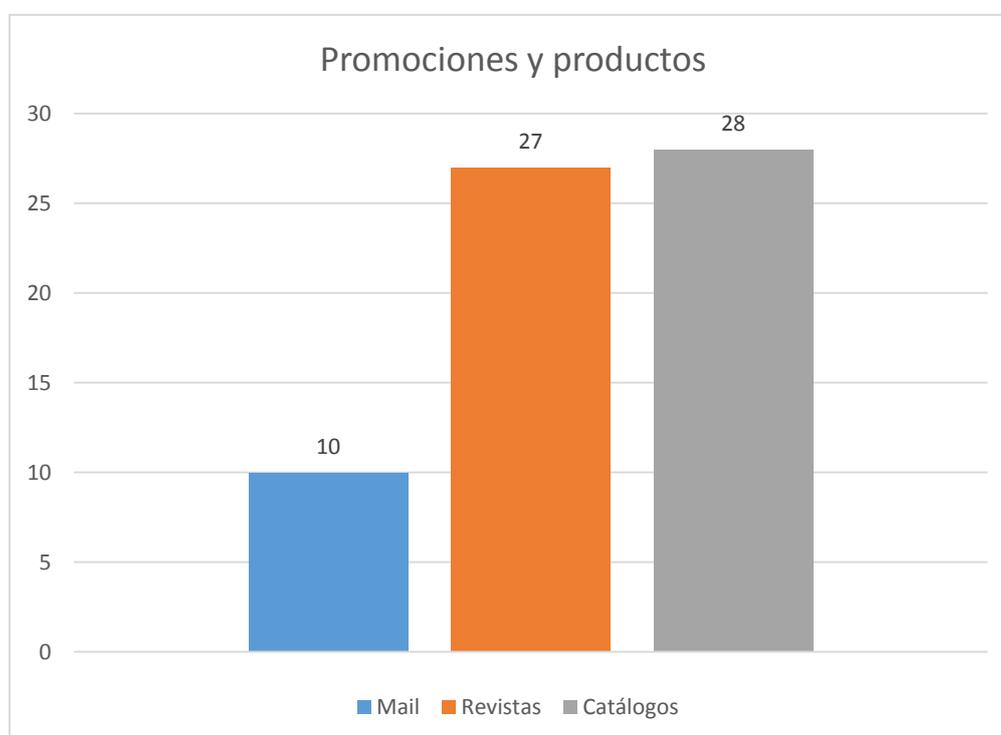
Desearía recibir noticias acerca de nuestros productos o promociones por:

Tabla # 12 ¿Por qué medio prefiere recibir nuestras productos o promociones?

	Frecuencia	Porcentaje
Mail	10	15.38%
Revistas	27	41.54%
Catálogos	28	43.08%
TOTAL	65	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico 10. ¿Por qué medio prefiere recibir nuestras productos o productos?



Elaborado por: La Autora

Con estos resultados se obtiene información, que los clientes aún no se sienten satisfechos o listos para recibir información vía medios electrónicos como el mail, que es el 15.38%. Ellos prefieren recibir información de las telas en revistas con el 41.54% y un poco más en catálogos con el 43.08% de los encuestados, donde pueden palpar las telas y ver las diferencias y los diversos procesos que se les puede dar.

3.1.2 Metodología para el objetivo específico N°2 = “Establecer los requerimientos legales y comerciales que se necesitan para la creación de la Empresa Comercializadora de Textiles en la Ciudad de Ambato. 2017.”

Para construir la empresa, se empezará con la creación de una Compañía Limitada, es decir, que se podrá conformar con mínimo 2 y máximo 15 socios.

Para efectos del proyecto a desarrollar se creará con dos 2 socios, el capital de esta compañía es cerrado, es decir, un número limitado de acciones que se podrán cotizar en la bolsa.

A continuación, se van a detallar los pasos que se requieren para crear una empresa en territorio Ecuatoriano

- 1. Reserva de dominio o dominación.-** Este trámite se lo realiza en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, ahí es donde se debe revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que se ha pensado para crear esta.
 - a)** Acceder a la página web: <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
 - b)** Dar clic en la opción “Sector Societario”.
 - c)** Después dar clic en el “Portal de trámites” y luego sector “Sector Societario”.
 - d)** Se debe crear una cuenta de usuario proporcionando toda la información.
 - e)** Revisar la dirección de correo electrónico proporcionado y seguir los pasos que así se detallan. (Superintendencia de Compañías, 2016)
- 2. Elaboración de los estatutos.-** Este es el contrato social que regirá a la sociedad y se valida mediante una minuta firmada por un abogado. (Superintendencia de Compañías, 2016)
- 3. Se abre una “cuenta de integración de capital”.-** Este proceso se lo realiza en cualquier institución bancaria del país. Cumplir con los requisitos básicos, que puedan variar dependiendo de la institución son:
 - a)** Capital mínimo de \$400 para una compañía limitada, que es la que se va a crear.
 - b)** Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno.
 - c)** Copias de la cédula y papeleta de votación de cada socio.
 - Luego pedir el “certificado de cuentas de integración de capital.”
- 4. Elevar a escritura pública.-** Acudir a un notario público y llevar la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos. (Superintendencia de Compañías, 2016)

- 5. Aprobación del estatuto.-** Se lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, para su revisión y aprobación mediante resolución.
- 6. Publicación en un diario.-** La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, entregara 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en cualquier diario de circulación nacional. (Superintendencia de Compañías, 2016)
- 7. Inscripción de la compañía.-** Para esto, se debe presentar todos los documentos antes mencionados, presentarse en el Registro Mercantil del cantón donde fue inscrita la empresa, para inscribir la sociedad para esto se debe cumplir con los siguientes requisitos, conforme lo determinado en los artículos 37, 38, 136, 307 y 311 de la Ley de Compañías para la inscripción de una constitución de Compañías en los registros mercantiles, donde el usuario debe presentar: Cabe mencionar que toda la información fue obtenida, personalmente en la Superintendencia de Compañías . Anexo #2
 - a)** Llevar por lo menos 3 copias certificadas de los testimonios de la escritura pública de la constitución, en las cuales deberá constar la razón de marginación de la Resolución aprobatoria en la respectiva escritura matriz, sentada por el notario ante el cual se otorgó la constitución.
 - b)** Publicación del extracto emitido por la autoridad competente realizada en uno de los periódicos de mayor circulación del domicilio de la compañía.
 - c)** Si la compañía se constituye con la aportación de un bien inmueble, el usuario deberá inscribir la escritura en el registro de la propiedad, de forma previa a la presentación en el Registro Mercantil, de no cumplirse con esta formalidad el registrador mercantil no podrá inscribir dicho inmueble.
 - d)** De tener socios o accionistas que fueran personas naturales o jurídicas extranjeras residentes en el Ecuador, deberán presentar el RUC (Registro Único de Contribuyentes) o el documento que emita el Servicio de Rentas Internas, cuando se trate de aquellas personas naturales extranjeras residentes o no en Ecuador y sociedades extranjeras no domiciliadas en el país y que de acuerdo a la normativa tributaria vigente no tengan establecimiento permanente en Ecuador;
 - e)** Si la compañía que se está constituyendo es de aquellas cuyo objetivo social sea exclusivo para actividades complementarias como: (vigilancia, alimentación, mensajería y limpieza) el capital social mínimo será de 10.000,00 Dólares de los Estados Unidos

- f) Las compañías que formen parte del sistema de seguros privados (seguros, reaseguros, intermediarios de reaseguros y asesores productores de seguros) deben adjuntar la calificación de los accionistas emitido por la Superintendencia de Bancos, de al menos 5 personas que actúen en calidad de promotores.
 - g) Se realizará la Junta General de Accionistas; esta es la primera reunión que servirá para nombrar a los representantes de la empresa, según se haya definido en los estatutos.
- 8. Obtención de los documentos habilitantes.-** Con la inscripción en el Registro Mercantil, (Mercantil, 2017) en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, se entregaran los documentos para abrir el RUC de la empresa.
- 9. Inscripción del nombramiento del representante.-** Esto se lo realiza en el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del administrador designado de la empresa, en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe realizarse dentro de los 30 días posteriores a su designación.
- 10. Obtención del RUC.-** El Registro Único de Contribuyentes, se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI) con los siguientes requisitos: (SRI, 2017)
- a) Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
 - b) Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
 - c) Original y copia de los nombramientos, de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
 - d) Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
 - e) Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
 - f) De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.
 - g) Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente.
 - h) Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes

11. Obtención de la carta para el banco.- Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías se le entregara una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta para que pueda disponer del valor depositado.

- Cumplimiento de los pasos indicados, se podrá hacer la constitución de la compañía limitada o anónima; un abogado puede ser de ayuda en el proceso, donde el costo del servicio dependerá del monto de capital de la empresa.

12. Requisitos en el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social).- Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá: (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2017)

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz.
- Calificación artesanal si es artesano calificado.

13. Permisos de Funcionamiento de locales comerciales y uso de suelo.

- Pago de tasa de trámites.
- Presentación de formulario en el Departamento de Uso de Suelo.

14. Patentes Municipales, y obtención de los permisos municipales (Ciudad de Ambato).-

15. Para obtener la patente Municipal se requiere de:

- RUC actualizado.
- Declaración del Impuesto a la Renta o pago del Rise (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano).

(Municipalidad, 2017)

16. Permisos del Cuerpo de Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos Ambato.

Cualquier persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que quiera operar en la Provincia de Tungurahua, deberá obtener los siguientes permisos por parte del Municipio, así como del Cuerpo de Bomberos de la Ciudad. (Cuerpo de Bomberos de Ambato, 2011)

* Para todo tipo de locales

- a) Pago de Predio actualizado.
- b) Copia del RUC
- c) Copia del permiso del año anterior (para ser verificado)
- d) Informe de Inspección, elaborado por el personal autorizado del Departamento de Prevención de la EMBA-EP.

* Para vehículos

- Copia del Permiso del año anterior (para verificación)
- Copia de la matrícula del vehículo.
- Informe de Inspección, elaborado por el personal autorizado del Departamento de Prevención de la EMBA-EP. (Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos Ambato)
- Permiso de la DNH, (Ministerio de Hidrocarburos) del año anterior.
(Cuerpo de Bomberos de Ambato, 2011)

17. Compañía Limitada.- Se conforma esta como compañía limitada, que se formará entre dos personas, que responderán por las obligaciones sociales así también del monto de sus aportaciones individuales que en este caso se harán del 25% cada uno y ejercer el comercio bajo a la razón social o denominación que se presenta.

Tabla # 13 Tabla de aporte por parte de los socios.

TABLA DE APORTES			
Ord.	Socios	Valor aporte	Porcentaje
1	Socio #1	\$ 25.000,00	50%
2	Socio #2	\$ 25.000,00	50%
	TOTAL	\$ 50.000,00	100%

Elaborado por: La Autora

- 3.1.3 Metodología relacionada al objetivo específico N°3 = “Diseñar el correcto plan de negocios para crear la Empresa Comercializadora de Textiles en la Ciudad de Ambato. 2017.”

DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

- 1.1 **Nombre de la empresa:** El nombre ha sido diseñado a partir del nombre de la persona que inspiró este proyecto. El nombre es: Scarter– Distribuidora de Textiles. A usarlo como nombre de la empresa, así como logotipo también.



Elaborado por: La Autora

- 1.2 **Visión:** Ser una empresa líder comercializadora de textiles diversificados, manteniendo una flexibilidad dirigida a los clientes, y el mercado; diversificar las referencias y satisfacer las necesidades de los clientes; contar con el personal capacitado y motivado todo esto orientado a cumplir las metas a corto, mediano y largo plazo; y tener un crecimiento e incremento sostenible de la rentabilidad de la empresa, así como un alto nivel de atención a los clientes.
- 1.3 **Misión:** Somos una empresa textil motivada para satisfacer las necesidades de los clientes, mejorar los estándares de calidad, la atención al cliente, acompañados de una vocación de servicio; contar con un equipo humano comprometido con la empresa y los clientes con las mejores referencias textiles y costos basados en la innovación, y mejoramiento de servicios, para generar un vínculo no solo comercial con los clientes.

1.4 Políticas: Las políticas de la empresa están basados sobretodo en el cumplimiento de la misión y visión.

- Compromiso de cumplir los requisitos de calidad.
- Cumplimiento del adecuado servicio al cliente, satisfacer los requerimientos de entregas a los clientes.
- Ser una empresa confiable y lograr disminuir las devoluciones por parte de los clientes.
- Mantener al día los permisos y certificaciones que nos permitan seguir cumpliendo con los clientes.
- Comprometimiento con los clientes internos, fidelizando con el personal, disminuyendo los despidos, manteniendo las capacitaciones y con los clientes, disminuir los residuos que se podrían generar al momento de realizar cortes para muestras.

1.5 Valores: La organización se sustenta bajo los siguientes valores:

- **El respeto:** Fundamental para trabajar en un ambiente laboral agradable con el personal y que se refleje en la atención adecuada para el cliente externo y el valorar a todas las personas que intervienen.
- **Trabajo en equipo:** Comprometidos con mantener un clima laboral adecuado, confiable y seguro; se fomenta el trabajo en equipo, en donde todos sean partícipes y puedan contribuir con sus talentos, ideas, para obtener buenos resultados.
- **Calidad:** Se busca obtener la mejor calidad tanto en el talento humano que labora en la empresa, así como el compromiso con la calidad de los productos, los procesos que efectúan y cumplir con las exigencias actuales del mercado y de los clientes.
- **Responsabilidad:** La empresa tiene la responsabilidad de, cumplir con las normas legales y sociales vigentes; generar un ambiente responsable con los recursos naturales que se emplean, así como financieros y poder mejorar la calidad de vida de los colaboradores, clientes y con la sociedad.
- **Confianza:** Es muy importante generar un ambiente de confianza interna y externa, de forma que se refleje en los clientes y puedan sentir la seguridad de que están siendo bien tratados.
- **Comunicación:** Tener una constante y efectiva comunicación entre el personal y los clientes hará del proceso de compra, una experiencia positiva en el confeccionista y el vendedor, ya que lograra entender de mejor forma la

necesidad del comprador; así también mantener una buena comunicación con del personal interno y nuestros proveedores.

- **Honestidad:** Aquí que se aplican los principios básicos de la sociedad en donde se garantice y asegure que el proceso de compra sea completamente transparente, así como las relaciones interna y externas también se lleven a cabo bajo el principio de la honestidad.

1.6 Objetivos:

1.6.1 Objetivo de la empresa:

- El objetivo principal del plan de negocios es proveer de telas índigo, gabardina y pana al 15% de confeccionistas de las ciudades de Ambato y Pelileo.
- Alcanzar el 15% de la rentabilidad sobre inversión (ROI).
- Lograr la sostenibilidad en relación a los anteriores períodos.

2. PLAN DE MERCADO:

2.1 Objetivos del mercado:

- Realizar un monitoreo de la gestión de ventas cada seis meses
- Fidelizar con la empresa el 80% de confeccionistas seleccionados.
- Ofrecer las mejores referencias, a precios y plazos competitivos.
- Capacitar periódicamente a los empleados para potenciar valores, calidad y servicio.
- Atraer a nuevos compradores mediante planes de promoción y financiamiento acordes la situación económica del sector.
- Ser efectivos y eficaces a la hora de realizar las ventas y las entregas, que los clientes se sientan satisfechos desde el momento de asesoramiento, hasta el momento de la entrega.
- Brindar asesoramiento a los clientes que requieran, respecto del manejo y tratamientos que requiere cada tela.
- Mantener un margen de ventas entre los \$ 400.000 y \$ 900.000 con los mejores escenarios económicos; creer en un aumento en las ventas y los ingresos hacia la empresa a corto y mediano plazo.
- Obtener buenos resultados en las ventas por parte de los vendedores; incrementar la rentabilidad financiera, económica y estabilidad.

2.2 El producto

2.2.1 Características del producto; marca, empaques, envases, embalajes

- Los productos son textiles; algunos de tejido de origen natural como el algodón, otras de productos sintéticos como el poliéster y elásticos y algunas otras de origen reciclado de plásticos, hilos etc.
- Son telas que provienen de diversos países como de Colombia, Perú, Brasil entre los más importantes, así como telas que son elaboradas en el país.
- Se cuenta con una gran variedad en el mercado de referencias, algunas solo son elaboradas por temporadas cortas, mientras que otras han sido fabricadas durante mucho tiempo, dado que los clientes se acostumbran a esas telas.
- Las telas, en la mayoría de las presentaciones, necesitan un proceso de lavado especial, realizado cuando la prenda está confeccionada, que le permite eliminar la goma de la tela y sea más flexible para darle terminados a las prendas y puedan salir a la venta.
- Son muy pocas las prendas que se las confecciona y vende en estado “crudo” que significa que la tela no paso por un proceso de desengome; siendo estas prendas generalmente utilizadas como ropa de trabajo.
- Los procesos de colores, modelos, y detalles se realizan acorde a los gustos del confeccionista que en su mayoría se guían por la moda que esté vigente y siempre manteniendo lo clásico.
- Las marcas son variadas, ya que depende del lugar de procedencia, al ser una distribuidora, se mantienen los nombres o códigos que se les da a las telas, para que sea más fácil de identificar por los confeccionistas al momento de comprarlas.
- Todas las telas o referencias, siempre estarán agrupadas según su marca y respetando a las demás marcas, sin dar prioridad a ninguna en específico.
- Los empaques o como se presentan las telas, vienen en rollos de diferentes metrajes, dependiendo de la tela y sus componentes; existe gran variedad en metrajes, coincidiendo siempre en la presentación en rollos.
- Para mantener al producto en buen estado, durante su almacenaje y mediante los traslados, se las recubre con plástico, protegiéndolas de daños por lluvia, polvo, humedad o alguna rasgadura, asegurando que llegue en buen estado.

2.2.2 Precio

2.2.2.1 Determinación de costos y gastos

Tabla # 14 Determinación de Costos y Gastos de la empresa.

COSTOS Y GASTOS		
RUBRO	MONTO/MES	MONTO/ANUAL
Útiles de oficina	200,00	2.400,00
Mantenimiento Instalaciones (anual)	2.000,00	2.000,00
Luz, agua, teléfono	300,00	3.600,00
Pago Abogado constitucion empresa	-	2.500,00
Permisos y patentes costo anual	-	100,00
Trámites (anual)	-	50,00
Estudios (por una sola vez)	-	1.000,00
Alimentación personal (diario) \$3.75	630,00	7.560,00
Suministros de aseo y limpieza	300,00	3.600,00
Publicidad	500,00	6.000,00
Servicios de Internet	38,00	456,00
TOTAL	3.968,00	29.266,00

Elaborado por: La Autora

- Para la determinación de los costos y gastos de implementación, se ha tomado en cuenta que la empresa es pequeña y que no se necesitan de muchos equipos, muebles o enseres.
- Para determinar estos costos y gastos, se han tomado referencias de costos de mercado actual, contando con el precio de un camión que en principio será el primero de los que se tendrá para la distribución de las telas.
- Los costos y gastos en un principio deberán ajustarse a un presupuesto muy limitado que dependerán del préstamo bancario que sea otorgado.

2.2.2.2 Fijación de precios

Tabla # 15 Fijación de precios.

FIJACIÓN DE PRECIOS			
Tipo de tela	Calidad de tela	Precio real	Más Utilidad 40 ctvs.
Jean / Indigo	1ra. Calidad -De 80 a 120 metros-	\$ 4,20	\$ 4,60
	2da. Calidad -De 100 metros con pequeñas fallas (18% menos de las de 1ra. Calidad)-	\$ 3,44	\$ 3,84
	Piezas medias -De 25 a 40 metros (10% de las de 1ra. Calidad)-	\$ 3,78	\$ 4,18
Gabardina	1ra. Calidad -De 80 a 120 metros-	\$ 5,00	\$ 5,40
	2da. Calidad -De 100 metros con pequeñas fallas (18% menos de las de 1ra. Calidad)-	\$ 4,10	\$ 4,50
Pana	1ra. Calidad -De 80 a 120 metros-	\$ 7,00	\$ 7,40
			Valores referenciales a tomar en cuenta

Elaborado por: La Autora

- Como se puede observar en la tabla se elaboró una segmentación en los tipos y calidades de telas para una mejor comprensión por parte del cliente.
- Los valores presentados, son una referencia de cuanto pueden ser los valores, tanto del precio real, más el margen de utilidad que requiere la empresa.
- La fijación de precios se hará de acuerdo a las políticas de crédito y pronto pago, en el precio real, para que pueda aplicarse un margen de utilidad más alto para la empresa.
- Los precios del tipo y calidad de tela, varían según sus características como por ejemplo el metraje de los rollos o los colores; es mediante estas características que las empresas fabricantes deciden fijar los precios, y como se mencionó antes, se les brinda mejores beneficios en plazos y precios.
- El precio final, con el que la empresa va a comenzar sus labores, están fijados con un margen de utilidad de 40 centavos, con lo que se pretende obtener ganancias que permita cubrir los costos y gastos que se generen; como el pago a empleados, el mantenimiento del camión, así como de las bodegas y oficinas, y las áreas aledañas, servicios básicos, etc.
- Las empresas fabricantes o distribuidores, son quienes ponen precio en primer lugar, así como la oferta y demanda, y también depende de la temporada.

2.2.3 Distribución

2.2.3.1 Canales de distribución

- Mantener un contacto directo con el cliente es lo más importante para la empresa, es por ellos que pensamos tener un canal de distribución directo, es decir, que el proyecto contara con un camión que este programado para realizar las entregas directamente de las bodegas hacia la puerta del cliente, previo realizado el pedido, evitando la intermediación y la pérdida de tiempo.
- También el proceso de comercialización se lo realizara directamente con el cliente, haciendo visitas permanentes a sus empresas, a sus domicilios o talleres para poder hacer una demostración de las existencias más personalizadas, manteniendo un contacto más cercano con el cliente.
- Los canales mediante los cuales se llegara a los clientes, será previsto por la empresa, pero en algunos casos, los clientes prefieren dirigirse directamente a las bodegas y ser ellos quienes le lleven las telas, es una forma de evitar esperar, ya que los clientes necesitan de las telas para continuar con su producción.

- O en algunos casos los clientes se acercan a las bodegas, para así confirmar su pedido, realizar la documentación (pagos) que se solicita y así evitar demoras o cambios etc.
- La empresa se compromete, como objetivo, a siempre cumplir con las entregas, que se realizaran mediante un plan de recorrido realizado con anterioridad.
- Parte del presupuesto que tiene la empresa, existe un porcentaje de imprevistos que serán asignados a las necesidades que correspondan para no falla con el cliente; en este caso, dicho presupuesto será utilizado para contratar un servicio de transporte que pueda hacer llegar los pedidos a los clientes en caso de que el transporte de la empresa no pueda cumplir con dicho objetivo.



Elaborado por: La Autora

2.2.4 Comunicación

2.2.4.1 Imagen corporativa

- El nombre de la empresa, proviene de la unión de los nombres de la persona que inspiro este proyecto, es así que la empresa se llama Scarter.
- Es un nombre que es muy fácil de identificar para los clientes y fácil de reconocer para ellos y la competencia.
- Los colores que se han utilizado para la elaboración de la imagen de la empresa, son varios tonos de azul y celeste; que son colores que representan al “Jean” como el objeto confeccionado que se usan.

- El diseño de las letras, se ha considerado poder usar letras legibles y claras que puedan ser bien identificadas por los clientes.



Elaborado por: La Autora.

- Se ha incluido una forma de rollos de telas y un personaje con tijeras en forma de dibujo, para que sea plenamente identificable se que se trata.
- Además de incluir la descripción de cuál es el giro del negocio.
- Para incluir un logotipo, se ha pensado que con la descripción de ser una “Distribuidora Textil” es suficiente para ser identificados.
- Como un slogan para la empresa, se pensó en una frase que sea entendible y nada complicada que es: *“A la hora de confeccionar, somos el mejor lugar”*
- No se busca crear una imagen muy complicada, sino por el contrario, generar una imagen que sea sencilla y positiva, que los clientes se sientan satisfechos del servicio que se les brinda.
- Brindar mejor posicionamiento de las referencias y marcas en el mercado.

2.2.4.2 Publicidad

- Se prevé que se utilizará todo tipo de publicidad que sea accesible a los clientes, y se considera que la mejor publicidad que una empresa pueda tener es la que se consigue de persona a persona, de cliente a cliente o por referencias.
- Se elaboraran vallas publicitarias que se ubiquen en lugares estratégicos de la ciudad de Ambato y Pelileo, sobre todo para la apertura de las oficinas e instalaciones.

Publicidad en vallas publicitarias



Elaborado por: La Autora

- Por medio de la publicidad se dará a conocer el servicio especializado a través de diferentes medios de comunicación como es por: radio, televisión e impresiones de banners en paradas de buses o lugares transitados.

Publicidad en paradas de buses



Elaborado por: La Autora

- Otro medio de publicidad que se aplicará es por medio del E-Marketing, donde se incursionará a través de boletines electrónicos y redes sociales, que es lo que actualmente se utiliza en el mercado online.

El manejo estratégico en redes sociales.



Elaborado por: La Autora

- Una de las formas más efectivas para generar publicidad es realizar visitas personales a los clientes difundiendo el mensaje de la empresa.

Tarjetas de presentación



Elaborado por: La Autora

- Difundir el logotipo, y algunos de los objetivos para generar una buena imagen en la memoria del consumidor.

2.2.4.3 Promoción de ventas

- Para las promociones de ventas en algunas referencias se podrán hacer descuentos por baja temporada, o por eliminación de referencias que dejan de producirse.
- También se ha pensado en hacer descuentos en conjuntos de referencias, es decir que si se compra algunas referencias, se podrá bajar el precio, así como también en compras altas en volumen.
- Descuentos para los clientes más cumplidos que paguen sus facturas en las fechas establecidas, recibirán una bonificación para la próxima compra.
- Clientes nuevos referidos por clientes ya antiguos, también podrán recibir premios o beneficios.

2.2.5 Ventas

2.2.5.1 Presupuesto de ventas

Tabla # 16 Presupuesto de ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS		
	Detalle	Año 1
Jean / Indigo	Tela de 1ra.	
	Ventas en el mercado (metros)	410.000
	Precio SCARTER	4,60
	TOTAL INGRESOS 1ra.	1.886.000,00
	Tela de 2da.	
	Ventas en el mercado (metros)	145.000
	Precio SCARTER	3,84
	TOTAL INGRESOS 2da.	556.800,00
	Piezas medias	
Ventas en el mercado (metros)	85.000	
Precio SCARTER	4,18	
TOTAL INGRESOS Piezas medias	355.300,00	
Gabardina	Tela de 1ra.	
	Ventas en el mercado (metros)	240.000
	Precio SCARTER	5,40
	TOTAL INGRESOS 1ra.	1.296.000,00
	Tela de 2da.	
	Ventas en el mercado (metros)	120.000
Precio SCARTER	4,50	
TOTAL INGRESOS 2da.	540.000,00	
Pana	Tela de 1ra.	
	Ventas en el mercado (metros)	120.000
	Precio SCARTER	7,40
TOTAL INGRESOS 1ra.	888.000,00	
	TOTAL	5.522.100,00
<i>Valores referenciales a tomar en cuenta</i>		

Elaborado por: La Autora.

- Proyecta los ingresos calculados, a partir de las ventas de la unidad pronosticada y el promedio de los precios.
- El presupuesto de ventas debe ser calculado en este caso trimestralmente, ya que la variación de precios y cantidades podría ser constante.
- Aquí se debe multiplicar las cantidades estimadas, por el valor de las mismas.
- Se deberá tomar en cuenta también que si se venden productos a terceros, implica un costo adicional.

3 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN



Elaborado por: La Autora

3.1 Objetivos

- Ser una empresa innovadora en la comercialización de telas en las ciudades de Ambato, Pelileo y tender a expandirse a otras ciudades.
- Los objetivos son comercializar telas (Jean, gabardinas y pana) que son la materia prima para la elaboración de prendas de vestir.
- Poder ser una empresa colaboradora con los clientes para que puedan adquirir las telas y generar rotación de los productos en el negocio.
- Brindar los mejores precios y plazos, para que el cliente se sienta cómodo y no comprometido con fechas límites de pago que no podrá cumplir.
- Permitir que las microempresas conozcan más sobre las telas y puedan hacer que sus negocios sigan creciendo.
- Hacer que los clientes conozcan más de moda y se puedan acoplar de mejor manera para la venta de sus prendas.

- Generar una ganancia, que permita como empresa seguir adquiriendo telas y continuar con el giro del negocio.
- Hacer del proceso de compra, una satisfacción para el cliente, que se sienta bien atendido y asesorado.
- Contribuir con la economía nacional, fomentando el consumo de productos que sean nacionales.

3.2 Diseño y descripción del producto

- El producto a comercializar, son textiles que se usan para la fabricación de prendas de vestir, ya sean pantalones, chompas, camisas, etc.
- Las telas son fabricadas con productos sintéticos, pero también con productos naturales como el algodón y en otras telas se han creado mecanismos a partir de plástico reciclados, como plástico, hilos, etc.
- Los porcentajes de algodón, elastano y poliéster; varían con cada una de las referencias que se ofrecen; sería complejo determinar cada una de las referencias ya que contienen composiciones distintas; al igual que las telas que son fabricadas con plástico reciclado, hilos, etc.; son telas que contienen diversas combinaciones.
- Una de las combinaciones más comunes que se presentan en las referencias de indigo es: 65% de algodón y 35% de poliéster para telas rígidas, que son utilizadas principalmente para ropa de hombre y en otros casos para ropa de trabajo, ya que al recibir un proceso de lavado muy ligero, se convierte en una tela muy resistente para el trabajo.
- Otra de las combinaciones más comunes que se producen es un indigo con la siguiente composición: 75% de algodón, 23% de poliéster y 2% de elastano, donde se considera una combinación un poco más delicada para elaborar ropa para mujer, además de que es más accesible a los procesos de lavado y desgaste en las prendas, dependiendo de que ofrezca la nueva moda. Cabe recalcar que este tipo de tela también se la usa para ropa de hombres.
- Los diseños son muy variados ya que cada una de las telas, tienen un proceso diferente de elaboración, tratamiento, coloración y son sus componentes, resulta una gran variedad de diseños; y más aún cuando las telas ya han pasado por el proceso de confección, lavados, y terminados; la variedad se convierte en más grande.

3.3 Diseño del proceso de comercialización

- Para poder tener un mejor entendimiento de cómo se realiza el proceso de comercialización, se ha creado un flujograma donde se detallan los pasos que se siguen para realizar la venta.

Diagrama de proceso de comercialización



Elaborado por: La Autora

- El proceso de comercialización se convierte en algo muy fácil de describir, puesto que una vez realizada la visita de un representante de ventas al cliente o que el cliente visite las instalaciones y haya decidido su pedido, se realiza la recepción del mismo, se constata de la existencia de las referencias, se prepara el despacho, considerando la ruta de transporte, se entrega el pedido al cliente, este firma la guía de remisión y la factura correspondiente y el camión de repartos, puede regresar a su ruta o a las instalaciones.

3.4 Determinación de equipos, mobiliario y presupuesto

- Para la determinación de los equipos, mobiliarios y el presupuesto previsto para esto, se ha elaborado un cuadro para mejor comprensión donde se detallan los bienes y los valores que implican.

Tabla # 17 Determinación de equipos, mobiliario y presupuesto

DETERMINACIÓN DE EQUIPO, MOBILIARIO Y PRESUPUESTO	
EQUIPOS	COSTO
Sistema de computo	2.000,00
Central telefonica	150,00
Escritorios y counters	500,00
Camión	21.500,00
Utiles de oficina	200,00
Muebles y sillas	800,00
Sala de espera / Reuniones	1.000,00
TOTAL	26.150,00

Elaborado por: La Autora

- La determinación de los costos, fue realizado mediante cálculos con los valores actuales y vigentes en el mercado, así detallando los equipos que serán necesarios para la implementación de la empresa.
- Se ha recurrido a un proceso de unificar a varios de los requerimientos, ya que si se detallan uno a uno, el proceso de estudio y aprobación para la empresa, se alargaría mucho tiempo; siempre se han mantenido las características para poder unificarlos.

3.5 Determinación de instalaciones necesarias y presupuestos

- Las instalaciones de la empresa, será fundamental, por lo que se ha considerado tener las bodegas de la distribuidora en la provincia de Tungurahua. lo que podrá hacer mucho más fácil el transporte de la mercadería hacia los sectores aledaños como Pelileo, Patate, Baños, etc.

Tabla # 18 Determinación de Inversiones

DETERMINACION DE INVERSIONES		
DETALLE	PARCIAL	TOTAL
INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS		\$ 128.826,70
INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS- OPERACIONALES		\$ 99.536,70
Terreno - 800 metros (costo en metros)	\$ 36.720,00	
Obras Civiles	\$ 62.816,70	
INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS- ADMINISTRATIVOS		\$ 7.790,00
Muebles y enseres	\$ 4.340,00	
Equipos de Computación	\$ 2.000,00	
Central de Telefonos	\$ 150,00	
Software	\$ 1.300,00	
INVERSIONES TANGIBLES ACTIVOS FIJOS- VENTAS		\$ 21.500,00
Vehículos	\$ 21.500,00	
INVERSIONES INTANGIBLES OTROS ACTIVOS		\$ -
Permisos y patentes costo anual	\$ -	
Trámites (anual)	\$ -	
Estudios (por una sola vez)	\$ -	
CAPITAL DE TRABAJO		0
Capital de trabajo operacional	0	
Capital de trabajo administrativo	0	
Capital de trabajo ventas	0	
TOTAL DE INVERSIONES		\$ 128.826,70

Elaborado por: La Autora

- La determinación de las inversiones se ha calculado con valores del mercado actual; los datos generan un valor alrededor de: \$128.826,70 en un general de activos fijos.
- El presupuesto, solo para las instalaciones físicas, está determinado por los costos que se han obtenido en el mismo lugar, es decir que se han acercado al lugar para poder constatar los precios y valores que implicaría la instalación de la empresa, por lo que la obra civil, llegaría a costar más o menos \$62.816,70 la cual constara de la bodega (galpón) las oficinas, la sala de espera, incluyendo las áreas verdes y los parqueaderos.
- Además se consideran los valores de las inversiones de activos fijos – administrativos como los muebles y enseres, equipos de computación, central telefónica entre otros -.

- Se considera que, mientras más cerca se esté de los clientes, más pronto se va a poder llegar a ellos, cumpliendo con la meta de satisfacer sus necesidades lo más pronto posible, haciendo también, que los clientes puedan contar con la gran variedad de referencias y que los clientes generen más pronto su ciclo de producción, confección y ventas, haciendo que mejoren sus ingresos.

3.6 Localización geográfica del negocio

3.6.1 Macro localización

- Es muy importante determinar la macro localización del negocio, ya que esta debe ser una que este cerca de los clientes y que de igual forma sea de fácil acceso para los proveedores que se van a tener.
- Como macro localización, se ha determinado que sea en la ciudad de Ambato, lugar céntrico para manejar el negocio, aquí se presenta un mapa, en donde se puede apreciar la localización y cercanía con otras ciudades.



Obtenido de: Google.com

- Se puede observar que la ciudad de Ambato se encuentra, en un lugar donde se pueda acceder a varios lugares.
- Se determinan que las carreteras están en buenas condiciones para el mejor traslado de la mercadería.
- A demás se considera que el mercado no solo se puede quedar en la ciudad de Ambato y Pelileo, sino que también se pueden llegar a satisfacer las

necesidades de nuevos clientes y empresas que se están desarrollando a los alrededores de la ciudad.

- Con el progreso de la empresa, no solo se podrá acceder a los clientes de las ciudades antes mencionadas, sino que se piensa en poder abarcar mucho más del mercado ecuatoriano.

3.6.2 Micro localización

- Mediante el método cualitativo de calificación por puntos, se puede definir los principales factores determinantes de una localización. Se busca elegir en los siguientes 3 sitios determinando en tres sectores y el modelo se aplica como lo indica en la siguiente tabla:

Tabla # 19 Método cualitativo de calificación por puntos

MÉTODO CUALITATIVO DE CALIFICACIÓN POR PUNTOS							
FACTOR	PESO	ZONA NORTE		ZONA CENTRO		ZONA SUR	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Espacio	0,35	5	1,75	3,00	1,05	4,00	1,40
Costo	0,15	9	1,35	9,00	1,35	9,00	1,35
Ubicación	0,12	3	0,36	7,00	0,84	8,00	0,96
Cercanía	0,2	9	1,80	5,00	1,00	8,00	1,60
Servicios	0,18	8	1,44	7,00	1,26	7,00	1,26
	1,00		6,70		5,50		6,57

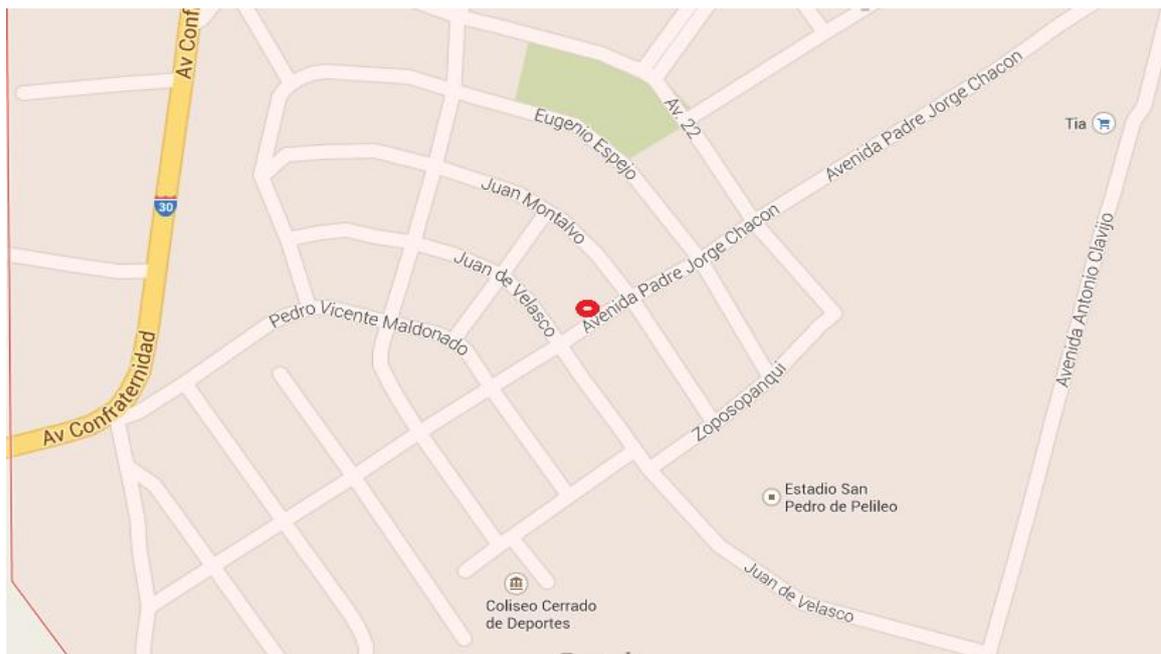
Elaborado por: La Autora.

- Según el método cualitativo de calificación por puntos, se determinó que la bodega (principal) debe estar ubicada en la zona norte de la ciudad de Ambato, considerando la ponderación que obtuvo de 7.10 puntos sobre las demás.
- Esta zona es muy productiva, ya que se encuentra cerca de la zona bancaria de la ciudad, lo que facilita para realizar pagos y transacciones. Además como zona industrial permite la libre circulación de vehículos semipesados que ayudaran al transporte de las telas a los clientes.
- La ubicación se la realizara en las calles: Av. Padre Chacón y Juan de Velasco, sector donde se encuentran los principales locales de distribución de telas e insumos, además de showrooms que permiten que los clientes tengan a su disposición la variedad de distribuidores, además que se pondría a

disposición de los mismos la gama de telas y referencias con las que contamos.

- Se determina como ideal este sector de la ciudad, ya que cuenta con las vías de fácil acceso, además de ser un sector conocido por los empresarios del lugar a los que se quiere llegar para que pueden identificar el lugar y puedan ser atendidos con la comodidad que se espera recibirlos.
- La bodega y oficinas serán instaladas en un galpón de 280 metros cuadrados que permita la correcta distribución de la bodega en la parte posterior, mientras que en el parte delantera se instalara las oficinas y el showrooms donde se atenderá a los clientes, además de designar un área específica para los parqueaderos y el acceso a personas con discapacidades.
- Lo que se trata, es de tener un lugar donde los clientes y las personas que visiten el lugar, se sientan cómodas en las instalaciones, además de mantener un contacto directo.

Mapa de la ubicación de la bodega y oficinas



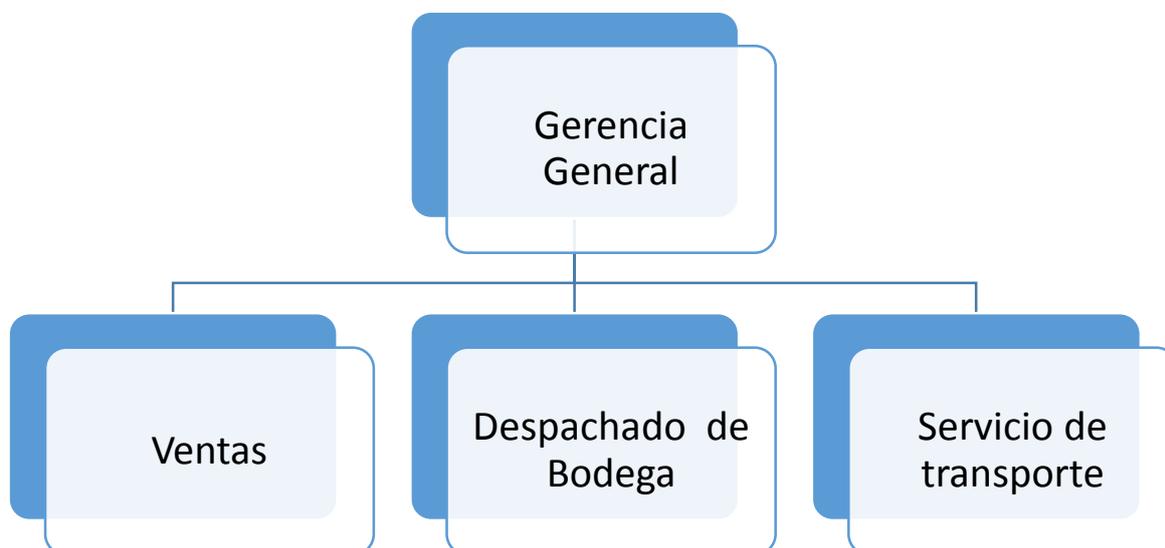
Obtenido de: Google.com

- Este es el mapa en donde se encuentra la ubicación exacta de donde se puede implementar el negocio.
- Es un lugar, donde ya fue visitado y cuenta con las condiciones adecuadas que se busca para la instalación.
- Como se mencionó, es un lugar accesible, cerca de otros comercios relacionados a la confección y donde tengan la opción de elegir.

- Se ha hecho un reconocimiento del área y es de fácil acceso para que los clientes puedan estacionar dentro de la propiedad y no arriesguen su seguridad. El terreno está en óptimas condiciones para empezar a construir.

4 Organización de la empresa

4.1 Diseño del organigrama estructural



Elaborado por: La Autora

- Para la creación de la Empresa Comercializadora de Textiles en la ciudad de Ambato, se considera que la empresa necesita del siguiente personal, que será el necesario para la gestión de la empresa; en caso de requerir más personal dependiendo las temporadas, este será contratado acorde a las necesidades.
 - * 1 Gerente General
 - * 1 Asistente Administrativo
 - * 2 Vendedores
 - * 1 Conductor de camión
 - * 3 Encargados de despachos de bodega
- Un total de 8 personas que colaborarán en la empresa, que serán registradas en el IESS a partir de cumplir su periodo de prueba (tres meses); y en algunas temporadas, se requerirá de más personal, que será contratados bajo las normas de temporales que establece el Ministerio de Trabajo con respecto del tiempo, remuneración y funciones que deberá realizar.

4.2 Definición de puestos de trabajo y responsabilidades.

- **Gerente General.-** El gerente general debe ser una persona que tenga un título de tercer nivel, además que tenga conocimientos básicos en la administración de empresas que la respalde con experiencia y de preferencia con recomendaciones que avalen que es una persona lista para ocupar el puesto.

El gerente deberá desempeñar el rol de líder, en donde pueda mantener una comunicación abierta con todos los empleados, sobre todo con el asistente, que de alguna forma debe tener claros los objetivos para poder transmitirlos a los demás. Tener la capacidad de enfrentarse a cambios económicos y poder solucionarlos. Mantener siempre al día los inventarios de las referencias que existen, cuales están por terminar y considerar las peticiones de los clientes.

El gerente será la persona que esté a cargo de las finanzas y la contabilidad de la empresa, el encargado de firmar cheques, mantener la comunicación con los proveedores, aprobar los pedidos y vigilar que la empresa marche bien.

- **Asistente Administrativo.-** El asistente administrativo, será una persona que posea un título de tercer nivel, que tenga experiencia en puestos similares. El será quien apoye al gerente en la realización de documentos, estará a cargo de realizar los pagos, realizar los pedidos de las referencias, así como de material de oficina, y materiales que requieran los vendedores, en bodega y de limpieza, manejo adecuado con las cuentas bancarias y ser la receptora de los pagos de los clientes y mantener las cuentas al día, mantener la documentación de los permisos de la empresa, realizar la facturación de los pedidos, así como estar al día en los cobros de los clientes, documentación de impuestos y dirigir al resto del personal y ser un apoyo en cualquier conflicto que se presente.
- **Vendedores.-** Los vendedores deberán ser personas que estén capacitadas y que tengan experiencia en el área textil, ya que la moda está en constante evolución y es preciso que los vendedores estén al tanto. Ellos serán quienes se presenten a los clientes para ofrecer las telas que tendrá la empresa, además harán visitas constantes para promocionar nuevas telas, precio u ofertas. Deberán ser personas muy serias y confiables, porque serán ellos quienes se encarguen de recibir los pagos o documentación que envíen los clientes para sus cuentas, además de llevar consigo documentación como: estados de cuenta, recibos de caja, facturas, notas de pedido etc. Mantener catálogos, muestras y revistas al día para las visitas a los clientes. Ser

receptivos a los pedidos de los clientes ya sean quejas, encargos o peticiones. Deben mantener buena relación y comunicación con todo el personal.

- **Conductor de camión.-** Esta persona deberá tener una licencia de conducir adecuada para el tipo de transporte que va a conducir (camión), licencia tipo B, registrada por la Agencia Nacional de Transito, tener experiencia y certificados que avalen su experiencia, buenas recomendaciones y predisposición al trabajo constante, deberá conocer las calles y rutas de las ciudades donde la empresa va a atender, ser muy responsable con los horarios establecidos y respetuoso con las personas que trabaja. Identificar las telas que se comercializan, para evitar errores al momento de las entregas, de igual forma mantener limpio el vehículo y tener todos los documentos que necesita para llegar a cada cliente. Ser muy organizado con los tiempos y rutas que debe seguir, respetar a sus compañeros y lograr una familiarización con los clientes.
- **Encargados de despachos de bodega.-** Ellos deberán ser de preferencia varones, ya que ellos son los encargados de descargar los contenedores que llegan con la tela, transportan la mercadería a su lugar indicado en la bodega y de igual forma, cargan el camión para cuando se realizan las entregas a los clientes; dado que es un trabajo de fuerza y atención se considera que deberían ser jóvenes varones, talvez con experiencia en manejo de bodegas y documentación. Que no tengan problema con el horario de trabajo y de igual forma realizar actividades de limpieza en la bodega y ser acompañantes del chofer para realizar las entregas.
Deberán ser muy comprometidos con su labor y de igual forma mantener buenas relaciones con el resto del personal, con quien deberán tener contacto constante.

4.3 Perfil del puesto de trabajo, funciones y responsabilidades.

- **Gerente de General.-** Al ser un puesto importante en cualquier empresa, se considera que el perfil que debe tener, es de una persona con título profesional, referente a las obligaciones que va a tener, podría ser un Administrador de Empresas o alguna carrera a fin que pueda con las obligaciones de un gerente; de genero indistinto, con edad desde los 25 años en adelante; que cuente con experiencia y buenas referencias; poder trabajar bajo presión, resolución de problemas, tener potencial de líder, además que tenga conocimientos básicos de que se trata la empresa. Tener referencias

que permitan comprobar que ha trabajado en un puesto similar y que sea factible su adaptación a la empresa. Con conocimientos básicos de administración para que pueda guiar a la asistente, manejo de cuentas bancarias, verificar con franqueza y claridad los documentos que firma, así como revisar los pagos y nómina.

- **Asistente administrativo.-** Deberá ser una persona de apoyo para todas las áreas, con conocimientos en contabilidad, administración, tributaria; lo ideal sería un/una profesional, egresada o con una persona que continúe sus estudios o pueda realizar labores de pasantía, con una carrera afín a los requerimientos del puesto, responsable de la nómina de los empleados, que sea carismática y que pueda mantener buenas relaciones con sus colaboradores, así como también con los clientes, experiencia en servicio al cliente y manejo de central telefónica, ser una persona organizada, que pueda aportar al crecimiento de la empresa, con una edad entre 25 y 45 años, sin preferencia de género, buena presencia.
- **Vendedores.-** Personas que conozcan del ámbito textil, sobretodo en índigos y gabardinas; si es posible que cuente con una cartera de clientes en los sectores donde se va a ubicar la empresa, ser personas honestas y responsables, de preferencia que vivan cerca de la empresa, si es posible que cuenten con vehículo propio para que sea más fácil llegar a las visitas con los clientes, disponibilidad de tiempo y de poder viajar a otras provincias. Que cuenten con una edad entre 28 y 60 años, sin preferencia de género, con buena predisposición a trabajar, buena presencia y predisposición a aprender más, contar con buenas referencias de otros empleos.
- **Conductor de camión.-** Debe ser un chofer profesional, que cuente con licencia profesional de tipo B, avalada por la ANT (Agencia Nacional de Transito), que cuente con experiencia en la conducción de camiones y sea responsable, conducir dentro de las normas, que no haya participado de multas o choques, que sea responsable de transportar la mercadería de una forma segura, que se asegure de la carga y descarga de rollos de tela, lo que implica un esfuerzo físico y que tenga buenas condiciones de salud. De preferencia que sea hombre, con una edad entre 25 y 55 años.
- **Encargados de despacho de bodega.-** Este es un puesto, en el que se podrá ubicar a personal joven, que no necesariamente tenga un título, personas que terminaron el colegio, pero que cuenten con la predisposición de realizar su trabajo, ser organizados, cumplir con las funciones de mantener una bodega en orden, y las instalaciones limpias, poder manejar los

inventarios de la mercadería y que poco a poco se vayan familiarizando con las referencias ya que ellos son la principal ayuda con la que cuenta el chofer para la carga y descarga de los rollos, ya sea cuando lleguen a la bodega o al momento de realizar las entregas a los clientes. Que se identifiquen con los documentos para que puedan ser completados de manera correcta a la administración

5 Esquemas Financieros

5.1 Presupuestos

- Aquí se determinaran los presupuestos que se han asignado para cada una de los segmentos de la empresa.

5.1.1 Presupuestos de nómina

Tabla # 20 Presupuesto de nómina

ANALISIS SALARIAL											
DETALLE	N°PERSONAS	SUELDO MENSUAL	SUELDO POR PERSONA	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	SUMA DECIMO TERCERO POR PERSONA	DECIMO CUARTO	SUMA DECIMO CUARTO POR PERSONA	TOTAL POR PERSONA AÑO 1	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldos y Salarios Producción											
Mano de obra directa											
Mano de obra directa										1.026,37	36.153,96
Vendedores	2	400,00	800,00	48,60	33,34	66,67	31,25	62,50	513,19	1.026,37	12.316,44
Obreros encargados de planta	3	375,00	1125,00	45,56	31,25	93,75	31,25	93,75	483,06	1.449,18	17.390,16
Chofer para distribucion	1	420,00	420,00	52,03	35,00	35,00	31,25	31,25	537,28	537,28	6.447,36
Sueldos y Salarios Administración											
Gerente Administrativo	1	1300,00	1300,00	157,95	-	-	-	-	1.457,95	1.457,95	17.495,40
Asistente administrativo	1	900,00	900,00	109,35	75,00	75,00	31,25	31,25	1.115,60	1.115,60	13.387,20
Sueldos y Salarios Ventas											
		3395,00	4545,00	413,49	174,59	270,42	125,00	218,75	4.107,08	1.115,60	67.036,56
TOTAL SUELDO Y SALARIOS	8									5.586,38	67.036,56

Elaborado por: La Autora

- Mediante esta tabla, se puede determinar cuáles van a ser los valores correspondientes al presupuesto de la nómina de pago a los empleados.

- Se estima un valor de \$5,586.38 mensual y \$67,036.56 anual; valores que en los próximos años tendrán variación dependiendo de la inflación, y alzas por parte del gobierno o por la prosperidad de la empresa.
- Los valores han sido considerados por las funciones que realizan en la empresa.

5.1.2 Presupuesto de muebles y enseres para la empresa

Tabla # 21 Presupuesto de muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	
Detalle	Costo
Escritorios y counters	500,00
Muebles y sillas	800,00
Sala de espera / Reuniones	1.000,00
TOTAL	2.300,00

Elaborado por: La Autora

- Se invertirá un total de \$2300 en muebles y sillas para las adecuaciones de las oficinas, sala de espera y sala de reuniones para mejor comodidad de los clientes que visiten la empresa.

5.1.3 Presupuesto de equipos para administración, marketing y finanzas

Tabla # 22 Presupuesto de equipos para administración

EQUIPOS PARA ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	
Detalle	Costo
Sistema de computo	\$ 2.000,00
Central telefonica	\$ 150,00
Software	\$ 1.300,00
TOTAL	3.450,00

Elaborado por: La Autora

- Estos equipos serán utilizados para la administración, marketing y finanzas, incluyendo un software especial que permita ver los inventarios, disponibles, faltantes, así como introducir los datos de los clientes y generar las facturas, notas de venta, despachos, notas de crédito y débito, etc.

5.1.4 Presupuesto de suministros de oficina para la empresa

Tabla # 23 Presupuesto de suministros de oficina para la empresa

Útiles de oficina	
Detalle	Costo
Útiles de oficina	200,00
TOTAL	200,00

Elaborado por: La Autora

- Este es un suministro previsto mensualmente, para los útiles de oficina que incluirá, tinta de impresora, lápices y esferos, papel para imprimir, facturas etc.

5.1.5 Presupuesto de suministros de aseo para la empresa

Tabla # 24 Presupuesto de suministros de aseo para la empresa

Suministros de aseo y limpieza	
Detalle	Costo
Suministros de aseo y limpieza	300,00
TOTAL	300,00

Elaborado por: La Autora

- Estos suministros de aseo incluyen aromatizantes, escobas y recogedores tanto para la oficina como para la bodega y los exteriores de la empresa, así como paños, líquidos de limpieza, etc.

5.1.6 Presupuesto de alimentos y bebidas para la empresa

Tabla # 25 Presupuesto de alimentos y bebidas para la empresa

Alimentación y bebidas para la empresa	
Detalle	Costo
Alimentación personal (diario) \$3.75	630,00
Bebidas y extras	60,00
TOTAL	690,00

Elaborado por: La Autora

- Este presupuesto está basado, primero, en la alimentación de los empleados los días laborables asumiendo el costo total; así como también se consideran algunas bebidas y extras en caso de reuniones o para algún cliente.

5.1.7 Presupuesto de servicios varios

Tabla # 26 Presupuesto de servicios varios

Servicios varios	
Detalle	Costo
Servicios de Internet	38,00
TOTAL	38,00

Elaborado por: La Autora

- Se considera como un servicio adicional a la instalación de internet y Wi-Fi para el uso de los clientes y empleados.

5.1.8 Presupuesto de publicidad

Tabla # 27 Presupuesto de publicidad

Servicios varios	
Detalle	Costo
Publicidad - Anual -	6.000,00
TOTAL	6.000,00

Elaborado por: La Autora

- El presupuesto ha sido considerado anualmente, ya que los cambios que se prevén se los hará en periodos de un año, actualizando las vallas publicitarias en los exteriores, así como la publicidad interna como las tarjetas de presentación.

5.1.9 Cuadro resumen de costos y gastos

Tabla # 28 Cuadro de costos y gastos

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS					
DESCRIPCIÓN	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Costos Fijos					
Depreciaciones	7.700,85	7.700,85	7.700,85	7.100,85	7.100,85
Sueldos	67.036,61	74.588,04	77.720,74	80.985,01	84.386,38
Gastos Administrativos	19.112,04	19.685,40	20.275,96	20.884,24	21.510,77
Gastos de constitución	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00
Gastos financieros	72.686,57	60.830,16	46.931,23	30.637,92	11.537,75
TOTAL COSTOS FIJOS	167.266,07	163.534,45	153.358,78	140.338,02	125.265,75
Costos Variables					
Costos y gastos de ventas	11.600,00	11.948,00	12.306,44	12.675,63	13.055,90
Costos de producción	4.604.150,00	4.742.274,50	4.884.542,74	5.031.079,02	5.182.022,39
TOTAL COSTOS VARIABLES	461.575.000,00	4.754.222,50	4.896.849,18	5.043.754,65	5.195.067,29
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	478.016,07	4.917.756,95	5.050.207,95	5.184.092,67	5.320.333,04

Elaborado por: La Autora

- Este cuadro de resumen de costos y gastos hace que sea más fácil poder clasificar los costos y gastos para los periodos de 5 años; en donde se observan los costos fijos y los costos variables y como total de costos de producción.

5.2 Estados Financieros Proyectados

5.2.1 Estado de Flujo de Efectivo

Tabla # 29 Flujo de Efectivo

Estado de Flujo de Efectivo					
DESCRIPCIÓN	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas proyectadas	5.522.100,00	5.687.763,00	5.858.395,89	6.034.147,77	6.215.172,20
(-) Costos	4.701.898,65	4.848.495,94	4.994.845,87	5.145.623,90	5.300.964,44
Utilidad Bruta	820.201,35	839.267,06	86.355,02	888.523,87	914.207,76
(-) Depreciaciones	7.700,85	7.700,85	7.700,85	7.100,85	7.100,85
(-) Amortizaciones	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00
Utilidad Operacional	811.770,50	830.836,21	855.119,17	880.693,02	906.376,91
(-) Intereses	72.686,57	60.830,16	46.931,23	30.637,92	11.537,75
Utilidad antes de impuestos	739.083,93	770.006,05	808.187,94	850.055,10	894.839,16
15% distribución empleados	110.862,59	115.500,91	121.228,94	127.508,26	134.225,87
Utilidad antes de impuestos	628.221,34	654.505,15	686.959,75	722.546,83	760.613,29
22% de Impuesto a la Renta	157.055,33	163.626,29	171.739,94	189.636,71	190.153,32
Utilidad Neta	471.166,00	490.878,86	515.219,81	541.910,12	570.459,32
(+) Depreciaciones	7.700,85	7.700,85	7.700,85	7.100,12	7.100,85
(+) Amortización gastos constitución	730,00	730,00	730,00	730,00	730,00
(-) Amortización préstamo	68.824,28	80.680,70	94.579,63	110.872,93	129.973,10
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	410.772,57	418.629,01	429.071,04	438.868,04	448.317,72

Elaborado por: La Autora.

- En este cuadro se puede observar las ventas proyectadas en cinco periodos, así como la utilidad que se va a obtener, antes y después de aplicar las depreciaciones, las amortizaciones e intereses, dejando así las utilidades de las cuales son beneficiarios los trabajadores, dando como resultado un flujo de caja proyectado a los cinco periodos.

5.2.2 Estado de Resultados

Tabla # 30 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
DESCRIPCIÓN	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
ACTIVOS						
Activos corrientes	403.753,94	814.526,51	1.233.155,53	1.662.226,57	2.101.094,61	2.549.412,32
Caja	403.753,94	814.526,51	1.233.155,53	1.662.226,57	2.101.094,61	2.549.412,32
Activos fijos	127.526,70	119.825,85	112.125,53	104.424,15	97.323,29	90.222,44
Inmuebles	99.536,70	99.536,70	99.536,70	99.536,70	99.536,70	99.536,70
Muebles, equipo y maquinaria	4.490,00	4.490,00	4.490,00	4.490,00	4.490,00	4.490,00
Vehiculos	21.500,00	21.500,00	21.500,00	21.500,00	21.500,00	21.500,00
Equipos de oficina	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Depreciación Activos Fijos	0,00	7.700,85	15.401,70	23.102,55	320.203,41	37.304,26
Activos diferidos	3.650,00	2.920,00	2.190,00	1.460,00	730,00	0,00
Gastos de constitución de la empresa	3.650,00	3.650,00	3.650,00	3.650,00	3.650,00	3.650,00
(-) Amortización gastos	0,00	730,00	1.460,00	2.190,00	2.920,00	3.650,00
TOTAL ACTIVOS	534.930,64	937.272,36	1.347.470,53	1.768.110,71	2.199.147,90	2.639.634,77
PASIVOS						
Pasivos a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pasivos a largo plazo	484.930,64	416.106,36	335.425,66	240.846,04	129.973,10	0,00
Crédito bancario	484.930,64	416.106,36	335.425,66	240.846,04	129.973,10	0,00
TOTAL PASIVOS	484.930,64	416.106,36	335.425,66	240.846,04	129.973,10	0,00
PATRIMONIO						
Capital	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Utilidad o pérdida del ejercicio	0,00	471.166,00	962.044,86	1.477.264,68	2.019.174,80	2.589.634,77
TOTAL PATRIMONIO	50.000,00	521.166,00	962.044,86	1.527.264,68	2.069.174,80	2.639.634,77
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	534.930,64	937.272,36	1.347.470,53	1.768.110,71	2.199.147,90	2.639.634,77

Elaborado por: La Autora.

- En el estado de resultados, se puede observar detalladamente los activos, pasivos y el patrimonio con el que cuenta la empresa para su constitución.
- El detalle servirá para ser presentado como evidencias a los socios que han aportado su dinero en forma de inversión para realizar la creación de la empresa.
- A medida que se vaya progresando con el proyecto, si irán presentando los estados financieros necesarios para evidenciar el progreso y las ganancias que ha generado la Empresa Distribuidora de Textiles en la ciudad de Ambato.
- Se espera que el patrimonio siga creciendo semestralmente o anualmente, y de esta manera poder seguir invirtiendo.

5.3 Evaluación Financiera

5.3.1 Evaluación Financiera del primer año

5.3.1.1 De liquidez

Tabla # 31 Evaluación de Liquidez

EVALUACIÓN DE LIQUIDEZ						
DESCRIPCIÓN	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Activos corrientes	403.753,94	814.526,51	1.233.155,53	1.662.226,57	2.101.094,61	2.549.412,32
Pasivos corrientes	484.930,64	416.106,36	335.425,66	240.846,04	129.973,10	153.173,10
LIQUIDEZ	0,83	1,96	3,68	6,90	16,17	16,64

Elaborado por: La Autora.

- Los porcentajes de liquidez van en aumento en cada uno de los periodos programados para la inversión, es decir que en cada uno de los años se va incrementando la liquidez de la empresa.

5.3.1.2 De endeudamiento

Tabla # 32 Evaluación de Endeudamiento

EVALUACIÓN DE ENDEUDAMIENTO						
DESCRIPCIÓN	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Pasivo total	484.930,64	416.106,36	335.425,66	240.846,04	129.973,10	0,00
Patrimonio	50.000,00	521.166,00	962.044,86	1.527.264,68	2.069.174,80	2.639.634,77
ENDEUDAMIENTO	9,70	0,80	0,35	0,16	0,06	0,00

Elaborado por: La Autora.

- El endeudamiento como parte de evaluación va disminuyendo progresivamente en cada periodo, hasta que se pueda llegar a un periodo de cero, lo que quiere decir que en el tiempo estimado, no solo se va a lograr cubrir las deudas de implementación, sino que también se va a percibir mayores porcentajes de ganancias.

5.3.2 Evaluación Financiera a Largo Plazo

5.3.2.1 Periodo de recuperación

Tabla # 33 Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN			
PR=		100%	TIR
PR=		1,36	Años

Elaborado por: La Autora.

- Mediante los cálculos del periodo de recuperación, indica que en 1,36 años, se logra recuperar la inversión realizada para la creación de la empresa.
- Esto quiere decir que en un año y cuatro meses se recupera la inversión, sobretodo de los dos socios que aportaron con \$25.000 cada uno.
- Es un tiempo corto, por lo que se consideraría en volver a invertir y hacer de la distribuidora más grande o crear sucursales y poder seguir atendiendo a los confeccionistas de la zona y de otras más.

5.3.2.2 Valor Actual Neto (VAN)

Tabla # 34 –VAN-

VALOR ACTUAL NETO											
Monto de inversión		534.931									
Tasa de retorno		0,1731602									
VAN =	$\frac{-534.931}{(1+i)^0}$	$+$	$\frac{410.773}{(1+i)^1}$	$+$	$\frac{418.629}{(1+i)^2}$	$+$	$\frac{429.071}{(1+i)^3}$	$+$	$\frac{438.868}{(1+i)^4}$	$+$	$\frac{448.318}{(1+i)^5}$
VAN =	-534.931	$+$	410.773	$+$	418.629	$+$	429.071	$+$	438.868	$+$	448.318
			1,17		1,38		1,61		1,89		2,22
			350.142		304.169		265.750		231.689		201.743
Resultado=	-534.931	$+$	1,353.483								
VAN	=	818.552									

Elaborado por: La Autora.

5.3.2.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla # 35 –TIR-

TASA INTERNA DE RETORNO	
Inversión	-534.930,64
Flujo año 1	410.772,57
Flujo año 2	418.629,01
Flujo año 3	429.071,04
Flujo año 4	438.868,04
Flujo año 5	448.317,72
TIR =	73,4996%

Elaborado por: La Autora.

- Mediante los cálculos que se han realizado, tanto en el VAN como en el TIR, se puede observar que la empresa tiene todas las condiciones favorables para que funcione y no solo recupere la inversión, sino que también se obtienen ganancias que al final de cada periodo se podrá ir aumentando las compras hacia la fábrica, así como también realizar las programaciones anuales e ir incrementado el negocio.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Tabla # 36 Personal de la Empresa

PERSONAL			
CARGO	NUMERO	SUELDO BASICO	ANUAL
Gerente General	1	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00
Asistente Administrativo	1	\$ 900,00	\$ 10.800,00
Obreros encargados de planta	3	\$ 375,00	\$ 13.500,00
Vendedores	2	\$ 400,00	\$ 9.600,00
Chofer para distribucion	1	\$ 420,00	\$ 5.040,00
TOTAL PERSONAL	8	3.395,00	\$ 54.540,00

Elaborado por: La Autora.

- Se ha podido determinar que para el inicio del funcionamiento de la empresa se requiere de ocho personas que colaboraran en todas las funciones posibles, pudiendo así que los gastos de salarios sean más accesibles al iniciar la empresa.

Tabla # 37 Inversiones

INVERSIONES	
DESCRIPCIÓN	COSTO
Terreno - 800 metros (costo en metros)	\$ 36.720,00
Obras Civiles	\$ 62.816,70
Vehículos	\$ 21.500,00
Equipos de Oficina	\$ 3.000,00
Muebles y enseres	\$ 2.040,00
Sistemas de Cómputo - Central de Telefonos	\$ 2.000,00
Software	\$ 1.300,00
TOTAL	\$ 129.376,70

Elaborado por: La Autora.

- Las inversiones han sido consideradas con los costos actuales del mercado y siendo verificados cada uno de ellos.
- Se requerirá de un total de \$129.376,70 como inversiones en terrenos y obras civiles, siendo las más costosas así como el vehículo que serán las inversiones que estarán disponibles a largo plazo; mientras que las otras inversiones si serán sometidas a cambios a mediano plazo o según lo requieran.

Tabla # 38 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
Descripción	Valor Total
Terreno	\$ 36.720,00
Construcciones	\$ 62.816,70
Vehiculos	\$ 21.500,00
Equipos de oficina	\$ 3.000,00
Sistemas de Cómputo - Central de	\$ 2.000,00
Muebles y Enceres	\$ 2.040,00
TOTAL activos fijos (USD)	\$ 128.076,70

Elaborado por: La Autora.

- Los activos fijos serán aquellos con los que cuenta la empresa para empezar a funcionar y poder servir a los clientes lo antes posible.
- Los activos fijos están determinados según los costos y precios actuales del mercado, es por ello que han sido considerados para este proyecto.

Tabla # 39 Descripción Terreno

TERRENOS			
Descripción	Cantidad mtrs.	Valor Unitario	Valor Total
TERRENO (metros)	800	\$ 45,00	\$ 36.000,00
Imprevistos 2%			\$ 720,00
TOTAL			\$ 36.720,00

Elaborado por: La Autora.

- Para la ubicación de la empresa, se ha previsto de la adquisición de un terreno que se encuentra en una zona central de la ciudad de Ambato y ahí construir las oficinas y bodegas para el almacenamiento de las telas, y también contar con espacios verdes para que los clientes se sientan más cómodos.

Tabla # 40 Descripción Construcción

CONSTRUCCIONES/EDIFICIOS			
Descripción	Cantidad mtrs.	Valor Unitario	Valor Total Anual
Galpón y bodegas	665	\$ 80,00	\$ 53.200,00
Oficina	80	\$ 100,00	\$ 8.000,00
Áreas verdes	20	\$ 8,00	\$ 160,00
Parqueaderos	15	\$ 15,00	\$ 225,00
Subtotal			\$ 61.585,00
Imprevistos 2%			\$ 1.231,70
TOTAL			\$ 62.816,70

Elaborado por: La Autora.

- Así como la adquisición del terreno, la construcción que se prevé es sumamente importante, ya que aquí es donde se localizaran las bodegas y las oficinas donde se espera recibir a los clientes y poder atenderlos con la mayor comodidad, en sala de ventas, un showroom donde se puedan apreciar las calidades de telas, una sala de espera, así como también áreas verdes y parqueaderos suficientes para los visitantes y clientes.

Tabla # 41 Costos y Gastos

COSTOS Y GASTOS		
RUBRO	MONTO/MES	MONTO/ANUAL
Utiles de oficina	200,00	2.400,00
Mantenimiento Instalaciones (anual)	2.000,00	2.000,00
Luz, agua, teléfono	300,00	3.600,00
Pago Abogado constitucion empresa	-	2.500,00
Permisos y patentes costo anual	-	100,00
Trámites (anual)	-	50,00
Estudios (por una sola vez)	-	1.000,00
Alimentación personal (diario) \$3.75	630,00	7.560,00
Suministros de aseo y limpieza	300,00	3.600,00
Publicidad	500,00	6.000,00
Servicios de Internet	38,00	456,00
TOTAL		29.266,00

Elaborado por: La Autora.

- Entre las variables de costos y gastos para la implementación de la empresa en este proyecto, se han considerado varios costos y gastos que son necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa, como por ejemplo los servicios de internet y WI-FI que servirá para el personal y los clientes, otro ejemplo es que la empresa brinda la alimentación al personal y así generar un mejor ambiente de trabajo y que los empleados se sientan identificados con la empresa.

Tabla # 42 Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
ORD.	BIEN	VALOR
1	Permisos y Patentes	100,00
2	Tramites varios	50,00
3	Estudios de piso	1.000,00
4	Pago Abogado	2.500,00
TOTAL		3.650,00

Elaborado por: La Autora.

- Para constituir la empresa como tal, se requiere de varios trámites en diversas entidades del estado y municipales, por lo que es importante contar con estos valores, que dependen de la entidad, son variados.

Tabla # 43 Depreciaciones

DEPRECIACIONES				
DETALLE	INMUEBLES 5%	MUEBLES 10%	VEHICULOS 20%	EQUIPO DE COMPUTO 33,33%
BIENES A SER ADQUIRIDOS				
Terrenos	36.720,00			
Construcción	62.816,70			
Muebles		4.340,00		
Equipos		150,00		
Equipos de computo				2.000,00
Vehículos			21.500,00	
TOTALES	99.536,70	4.490,00	21.500,00	2.000,00
VALOR DEPRECIACIONES	2.826,75	404,10	3.870,00	600,00
TOTAL DEPRECIACIONES MENSUAL				641,74
TOTAL DEPRECIACIONES ANUAL				7.700,85

Elaborado por: La Autora.

- Las depreciaciones son parte fundamental de la contabilidad de la empresa, por lo que es necesario tomar en cuenta cuales son los bienes que deben depreciarse y en que tiempo se lo debe hacer, y de esta manera prever los montos que se deben considerar dependiendo del tiempo y el valor de cada uno de los bienes y considerarlos en la contabilidad de la empresa.

Tabla # 44 Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS			
ORD.	DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	Publicidad	500	6.000,00
2	Mantenimiento del vehículo	1200	1.200,00
3	Combustible	200	2.400,00
4	Manten. Correctivo vehículo	166,67	2.000,04
TOTAL		2066,67	11.600,04

Elaborado por: La Autora.

- Los gastos de ventas que se han tomado en cuenta son la publicidad, ya que mediante esta es que se va a poder conocer la empresa para los clientes que aún no sepan de la empresa.

Tabla # 45 Inversión

CUADRO DE INVERSIÓN		
ORD.	BIEN	VALOR
1	Inmuebles Terrenos	36.720,00
	Edificios	62.816,70
2	Muebles	4.340,00
3	Central de teléfonos	150,00
4	Equipos de computación	2.000,00
5	Vehiculos	21.500,00
6	Capital de trabajo	402.186,28
	Materia prima	383.679,17
	Gastos administrativos	3.185,34
	Remuneraciones	11.172,77
	Gastos de ventas	500,00
7	Gastos de constitución	3.650,00
TOTAL INVERSION		533.363,98
RECURSOS PROPIOS		
ORD.	BIEN	VALOR
1	Aportes	50.000,00
TOTAL RECURSO PROPIOS		50.000,00
FINANCIAMIENTO REQUERIDO		483.363,98

Elaborado por: La Autora.

- Mediante el cuadro de inversiones, se puede determinar los costos que la empresa va a utilizar como son el terreno, la construcción de la edificación, así como los muebles que se utilizaran para las oficinas, el capital de trabajo, los gastos administrativos, de constitución de la empresa y como valor importante el aporte que van a realizar los socios que es de \$25.000 cada uno.

Tabla # 46 Gastos de Administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Útiles de oficina	200,00	2.400,00
Mantenimiento de la construcción	166,67	2.000,04
Servicios básicos	300,00	3.600,00
Servicio de internet	38,00	456,00
Suministros de aseo	300,00	3.600,00
Alimentación	588,00	7.056,00
TOTAL	1592,67	19.112,04

Elaborado por: La Autora.

- Mantener un presupuesto para gastos de administración es muy importante, ya que se toman en cuenta valores como los servicios básicos, los útiles de oficina, etc. que son utilizados diariamente.

Tabla # 47 Amortización de Préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO					
AÑO	Valor deuda	Cuota anual	Interés anual	Cuota pago mensual	Saldo de Deuda
0	484.931,00	0,00	0,00	0,00	484.931,00
1	484.931,00	68.824,28	72.686,57	141.510,85	416.106,36
2	416.106,00	80.680,70	60.830,16	141.510,85	335.425,66
3	335.426,00	94.579,63	46.931,23	141.510,85	240.846,04
4	240.846,00	110.872,93	30.637,92	141.510,85	129.973,10
5	129.973,00	129.973,10	11.537,75	141.510,85	0,00
TOTAL		484.930,64	222.623,62	707.554,26	

Tiempo de periodo	1
Tasa de interes	0,16
Plazo en años	5
Monto	484.931,00

Elaborado por: La Autora.

- Parte del proceso financiero, es identificar los pagos que se deberán realizar por el concepto del crédito bancario que se va a obtener, mes a mes; año tras año; solo así se podrá ir reservando cada una de las cuotas que se deben ir cancelando, sumando el porcentaje de interés, cumpliendo cada mes con los valores establecidos en las fechas acordadas.
- Para fines de contabilidad se determina que el monto a recibir por parte del banco es de \$484.932,00 que serán cancelados en un plazo de cinco años, con una tasa de interés del 16% anual.

Tabla # 48 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
CONCEPTO	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ventas proyectadas	5.522.100,00	5.687.763,00	5.858.395,89	6.034.147,77	6.215.172,20
(-) Costos	4.678.887,46	4.824.563,39	4.969.964,32	5.119.164,87	5.273.498,62
Utilidad bruta	843.212,54	863.199,61	888.432,57	914.982,89	941.673,58
(-) Gastos Administrativos	19.842,02	20.415,40	21.005,96	21.614,24	22.240,77
(-) Gastos de ventas	11.600,00	11.948,00	12.306,44	12.675,63	13.055,90
(-) Gastos financieros	72.686,00	60.830,16	46.931,23	30.637,92	11.537,75
Utilidad antes de impuestos	739.083,93	770.006,05	808.187,94	850.055,10	894.839,16
15% distribución al personal	110.862,59	115.500,91	121.228,19	127.508,26	134.225,87
Utilidad antes de impuestos	628.221,34	654.505,15	686.959,75	722.546,83	760.613,29
22% Impuesto a la renta	157.055,33	163.626,29	171.739,94	180.636,71	190.153,32
UTILIDAD DEL EJERCICIO	471.166,00	490.878,86	515.219,81	541.910,12	570.459,97

Elaborado por: La Autora.

- Presentar un estado de pérdidas y ganancias es muy importante, ya que en este se presentan las ventas proyectadas, los costos que implica y las utilidades que se presentan antes de impuestos y el porcentaje a distribuir a los empleados desde el primer periodo, además de incluir el porcentaje que se debe pagar como impuesto a la renta.
- Mediante este cuadro se puede observar que las ganancias de esta empresa, se presentan desde el primer año con un valor de \$471.166,00 lo que significa, y junto con otros cálculos, como el VAN y el TIR se ha determinado que la implementación de la empresa es completamente factible y viable. Es por ello que en las recomendaciones, se sugiere que la empresa debe ser constituida según los resultados presentados.
- Así mismo, se puede observar que la utilidad, aunque no es mucha, sigue creciendo periodo tras periodo.
- El objetivo de estudio de este plan de negocios es aplicable.

6 Impacto Ambiental y Social

6.1 Impacto Ambiental

- Al ser una empresa comercializadora, se puede decir que no se generara mucho impacto ambiental, que no se usa elementos que contaminen el agua por ejemplo.
- La empresa se compromete a usar contenedores especiales para reciclar ya sean los desperdicios de telas cortadas, así como de plástico, vidrio, papel y cartón, así como también material orgánico.



Obtenido de: Google.com

- La contaminación del agua será mínimamente afectada por el uso de servicios sanitarios y para el uso en la cafetería de la empresa.
- Se tratara de reusar o reciclar el papel que se utilice para darle más vida útil.
- La empresa funcionara, en su mayor parte del tiempo, en el día, para así evitar el uso excesivo de luz eléctrica.
- Se mantendrá un espacio solo dedicado a áreas verdes que contribuyan a disminuir la contaminación.
- El uso del camión será para entrega de mercadería y mantendrá sus mantenimientos al día, para así evitar la contaminación vehicular.
- La empresa prevé contratar a personal que su domicilio esta cerca de la empresa para que eviten el uso de transporte público o privado y porque no fomentar el uso de bicicletas o caminatas para poder llegar a su trabajo.
- Consumir productos más sostenibles, como por ejemplo, existen folders, cartuchos de tinta, bolsas biodegradables que contribuyen a disminuir la contaminación.

6.2 Impacto Social

- La empresa, cree que generar un impacto social, sería muy importante para la comunidad de Ambato y Pelileo, transformando la idea de solo la compra y venta de telas para la confección; en un ambiente donde el cliente se pueda sentir con la confianza y el asesoramiento adecuado para sus necesidades.
- Además, la empresa quiere contratar a personal que esté dispuesto a ser capacitado constantemente para que adquiera mejoras en sus habilidades en ventas y manejo de personal, este sería un aporte social a las personas que colaboran en la empresa.
- Para la empresa sería beneficioso, y satisfactorio si pudiera contribuir con alguna fundación o acción social de sector.
- Se planifica que la rotación del personal de la empresa sea mínimo, pero en caso de suceder de otra forma, poder seguir instruyendo al personal que llegue y poder dejar de lado, la opinión pública de que los ecuatorianos no tienen un buen trato con los clientes en diversas áreas de comercialización.

CAPITULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Luego de haber realizado, analizado y concluido cada uno de los resultados necesarios sobre la creación de la “Empresa Distribuidora de Textiles en la ciudad de Ambato”, se concluye lo siguiente:

- Actualmente, el mercado textil cuenta con varias distribuidoras textiles que no llegan a satisfacer las necesidades de los confeccionistas y compradores en la ciudad de Ambato, por lo que se estimó conveniente la creación de una distribuidora que pueda ser accesible a los confeccionistas contando con la gran mayoría de las referencias que se ofrecen en el mercado actual.
- Luego de haber realizado el estudio de mercado, se determinó que la implementación de la empresa sería muy factible, ya que abarcaría la insatisfacción del mercado.
- Las personas encuestadas en el estudio de mercado, determinaron que están dispuestos a ser clientes de la empresa distribuidora.
- También luego del análisis de constitución de la empresa se determinó que en el país, no se requiere de muchos documentos o tramites que permiten la creación de la empresa; y es que esto no solo genera fuentes de trabajo, también se genera nuevos movimientos en la economía del país.
- La localización de este proyecto es muy importante, ya que está ubicado en el centro del comercio de Ambato y accesible de los confeccionistas.
- Por medio de los resultados de los análisis financieros, se puede concluir que el proyecto es factible para ser aplicado, con muy buenos resultados en el corto y mediano plazo.
- La aceptación de los clientes es muy buena, ya que han pasado por varias experiencias de compras en varias distribuidoras y su experiencia no ha sido muy buena, es por ello que tienen la apertura de recibir a una nueva distribuidora con nuevas y mejores ideas para el mercado.
- Es necesario dejar atrás la idea de la mala atención al cliente por parte de los ecuatorianos y enfocarse en establecer que se puede mejorar, sobretodo enfocarse en el servicio al cliente.
- Las instalaciones de la distribuidora son completamente adecuadas en relación con otras y eso es un plus que se genera ante los confeccionistas.

- La competencia directa tratara de disminuir el espacio que la empresa desea abarcar, pero si se mantiene la estrategia prevista, se podrá lograr la introducción al mercado adecuada y un posicionamiento en la mente de los clientes.
- No se trata de generar un ambiente de “pelea” entre las distribuidoras que ya existen, sino por el contrario generar un ambiente amigable donde se pueda trabajar conjuntamente y generar apoyo entre confeccionistas y distribuidores.
- Mediante el estudio de mercado, se pudo observar que la mayoría de las personas, clientes de las distribuidoras, se encuentran en edades donde la moda influye mucho y es por eso que ellos buscan las mejores telas (referencias) para la confección de sus prendas y poder competir en el mercado, tratando de dejar de lado las prendas que han ingresado de otros países.
- Hay una gran predisposición por parte del mercado a adquirir telas que sean nacionales pero un porcentaje un poco mayor las importadas.

4.2 Recomendaciones

Así como las conclusiones fueron obtenidas de todos los estudios realizados, las recomendaciones también salen de estos análisis y son las siguientes:

- Se recomienda principalmente enfocarse en el servicio al cliente, ya que es la imagen que la empresa tendrá hacia sus clientes.
- Capacitar a los empleados sería una prioridad, ya que las telas vienen en constantes cambios y deben estar preparados para brindar la mejor asesoría a los clientes no solo conocedores sino también a los novatos en el mercado.
- Crear la mejor estrategia de marketing, con buenos precios y promociones con los que se pueda fidelizar a los clientes, expandiendo el mercado.
- La administración deberá ser muy efectiva al momento de realizar actividades que motiven al grupo de trabajo, garantizando un servicio eficiente y eficaz para los confeccionistas.
- Tomar en cuenta cada una de las sugerencias que podrían dar los clientes en cuanto a cualquier área de la empresa, siempre que sean positivas.
- Realizar una evaluación de posible expansión podría convertirse en una realidad. La meta es que los clientes se sientan cómodos con el servicio, y si se podría llegar más cerca de ellos, la empresa habrá cumplido con uno de los objetivos planteados.

- Se podrían realizar alianzas estratégicas con otras distribuidoras o fabricas dentro y fuera del país, para así mejorar las calidades y precios de las telas.
- Mejorar los índices financieros a corto plazo es una recomendación que se hace a la empresa, para que el dinero y las ganancias puedan seguir generando el giro del negocio.
- Se recomienda también que la empresa, pueda ampliar el negocio no solo a la venta de telas, sino que se pueda pensar en expandir el negocio a la venta de insumos y así facilitar a los clientes las compras en un solo lugar y aprovechando descuentos y promociones en las ventas en conjunto.
- Mejorar la propuesta inicial de marketing, en cuanto a precio, producto, plaza y promoción, a las creadas en el inicio de la creación de la empresa. De esta forma se mejorara la imagen que los clientes tienen de la empresa y que consideren buena la actualización y renovación de la imagen.
- Implementar mejoras en los sistemas electrónicos de la empresa, para que sea mucho más fácil la toma de pedidos, actualización de listas de precios, inclusión y actualización de datos de los clientes, así como también poder tener una actualización de cupos, créditos, pagos, etc.

Anexos

ANEXO # 1.- ENCUESTA REALIZADA EN EL ESTUDIO DE MERCADO

Encuesta de Estudio de Mercado

Encuesta dirigida a confeccionistas para conocer cuál es la opinión que tienen respecto de los proveedores

1.- Indique su:

Edad _____ Género _____

2.- Compra usted telas nacionales o importadas?

Importada _____ Nacional _____ Ambas _____

3.- Con qué frecuencia realiza usted las compras?

Mensual _____

Trimestral _____

Semestral _____

4.- Prefiere tener:

Uno solo distribuidor _____

Varios distribuidores _____

5.- Indique en orden de importancia, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante. ¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir sus referencias.

Precio Distribuidor Calidad Crédito Tiempo de entrega

6.- Estaría dispuesto a adquirir todas sus referencias en un solo distribuidor?

Si _____

No _____

7.- Cree usted que la entrega de muestras previas debe ser una prioridad?

Si _____

No _____

8.- Cuantas veces cree usted necesario que un agente de ventas debe visitarlo al mes?

9.- Desearía recibir noticias acerca de nuestros productos o promociones por:

Mail _____ Revistas _____ Catálogos _____

Muchas gracias por su colaboración

ANEXO # 2.- DOCUMENTOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA MEDIANTE LA PÁGINA WEB DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

**REGISTRO DE USUARIO**

1. INFORMACIÓN PERSONAL:

(*) TIPO DE IDENTIFICACIÓN:	Cédula de Identidad	(*) NO. CÉDULA DE IDENTIDAD/PASAPORTE:	1720256229
(*) EMAIL:	alejagata_85@hotmail.com	(*) CONFIRMAR MAIL:	alejagata_85@hotmail.com
(*) PRIMER APELLIDO:	AGUILAR	SEGUNDO APELLIDO:	TERAN
(*) PRIMER NOMBRE:	SILVIA	SEGUNDO NOMBRE:	ALEJANDRA
TERCER NOMBRE:		(*) NACIONALIDAD:	ECUADOR

2. DIRECCIÓN:

(*) PROVINCIA:	TUNGURAHUA	(*) CANTÓN:	AMBATO
(*) CIUDAD:	AMBATO	BARRIO O SECTOR:	NORTE
(*) CALLE:	AV. PADRE JORGE CHACON	NÚMERO:	S/N
(*) INTERSECCIÓN:	JUAN DE VELASZO	EDIFICIO:	
PISO/DEPARTAMENTO:		SITIO WEB:	
CA SILLA POSTAL:		FAX:	
(*) TELÉFONO FIJO (con código de área):	032479824	TELÉFONO FIJO (2):	
(*) TELÉFONO CELULAR:	0984507708	(*) CONFIRMAR TELÉFONO CELULAR:	0984507708

 Registrar  Limpiar

**RESERVAR DENOMINACIÓN**

Seleccione el tipo de reserva que desea realizar:



RESERVAR DENOMINACIÓN

Estimado Usuario:

Está dando inicio al proceso de Reserva de Denominación para una HOLDING cuyo objeto único es:

Actividades de sociedades de cartera, es decir, unidades tenedora de activos de un grupo de empresas filiales (con participación de control en su capital social) y cuya actividad principal consiste en la propiedad del grupo. Las sociedades de cartera clasificadas en esta clase no suministran ningún otro servicio a las empresas participadas, es decir, no administran ni gestionan otras unidades (HOLDING).

Domicilio Legal

País *	ECUADOR	Provincia *	TUNGURAHUA
Cantón *	AMBATO	Ciudad *	AMBATO

 Reuerde que el código CIU, debe estar en concordancia con el objeto social de la compañía

 Regresar

Siguiente 

ETAPAS O FASES INCLUIDAS EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA SELECCIONADA

OPERACIÓN PRINCIPAL

K8420.00	Actividades de sociedades de cartera, es decir, unidades tenedoras de activos de un grupo de empresas filiales (con participación de control en su capital social) y cuya actividad principal consiste en la propiedad del grupo. Las sociedades de cartera clasificadas en esta clase no suministran ningún otro servicio a las empresas participadas, es decir, no administran ni gestionan otras unidades (HOLDING).
----------	---

La actividad económica podrá comprender el desarrollo de varias etapas o fases de una misma actividad. Seleccione las etapas o fases a las que se dedicará la compañía.

Código	Descripción	
		<input type="checkbox"/> Marcar todos
08	Investigación y Desarrollo	<input type="checkbox"/>
09	Promoción	<input type="checkbox"/>
10	Capacitación	<input type="checkbox"/>
12	Intermediación	<input checked="" type="checkbox"/>
13	Inversión	<input type="checkbox"/>

 Regresar

Siguiente 

RESERVAR DENOMINACIÓN PARA CONSTITUCIÓN

Identificación del Solicitante: 1720256229 Fecha del Solicitud: 08/09/2017
Actividad Económica: ACTIVIDADES DE SOCIEDADES CIU: K6420.00

ESTRUCTURA DE LA DENOMINACIÓN

RECUERDE QUE EL CAMPO 'EXPRÉSION REGULAR' DEBE SER OBLIGATORIO PARA CUALQUIER TIPO DE DENOMINACIÓN, INCLUSO SI LA DENOMINACIÓN CONTIENE UNA RAZÓN SOCIAL

¿CÓMO ESTRUCTURAR MI DENOMINACIÓN?

Razón Social:

Tipo de Compañía: (*)

- Anónima
- De Responsabilidad Limitada
- Economía Mixta
- Comandita dividida por acciones

Formato del Tipo de compañía: (*)

- Abreviada
- Palabra Completa

- CIA, LTDA.
- C, LTDA.
- C, L.

VER DENOMINACIÓN PROPUESTA

SCARTER CIA, LTDA.

VERIFICAR

CANCELAR

Su reserva ha sido aprobada exitosamente.

Recuerde que su reserva de denominación tiene una vigencia de 30 días término a partir de la fecha de aprobación

Usted puede imprimir su absolución desde nuestro sitio Web Institucional

http://www.supercias.gob.ec/consultar_reserva

Número de Solicitud: 7777859

NUEVO

SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS

Nombre Reserva (Denominación):	DISTRIBUIDORA TEXTIL SCARTER. ATSAGIL CIA.LTDA.	Fecha de Caducidad Reserva:	2017-10-23
Tipo de Compañía:	RESPONSABILIDAD LIMITADA		
Actividad Económica:	K64 : ACTIVIDADES DE SERVICIOS FINANCIEROS, EXCEPTO LAS DE SEGUROS Y FONDOS DE PENSIONES.		

1. Datos Compañía | 2. Socios / Accionistas | 3. Cuadro de suscripciones y pago de capital | 4. Representantes Legales | 5. Datos Notaría | 6. Costos Trámite | 7. Iniciar Trámite

Nombre Comercial

Nombre Comercial: SCARTER CIA.LTDA.

Domicilio Legal

País * ECUADOR Provincia * TUNGURAHUA
Cantón * AMBATO Ciudad * AMBATO

Direccion de la Compañía

Calle * PADRE JORGE CHACÓN
Número * SIN
Intersección JUAN DE VELAZCO
Edificio/Centro Comercial
Piso Número Oficina
Barrio
Ciudadela
Conjunto
Manzana Bloque
Kilómetro
Camino
Carretero
Referencia / Ubicación *

ANEXO # 3.- FOTOGRAFÍAS QUE DEMUESTRAN COMO SE MANTIENEN LOS ROLLOS DE TELAS, ASI COMO EL PROCESO DE REPOSO DE LA TELA ANTES DE SER CORTADA, EL CORTE Y LA CONFECCIÓN.

Almacenamiento de rollos de tela







Desenrollado y reposo de tela antes de ser cortada





Proceso de corte de la tela mediante patrones





Proceso de empaque de piezas y confección



Bibliografía

- ACONTEX, A. d. (05 de Noviembre de 2014).
- Adan, P. (2000). Rock Marketing. En P. Adan, *Rock Marketing*. Argentina: ALFAOMEGA GRUPO EDITOR ARGENTINO S.A.
- AITE. (2014). <http://www.aite.com.ec/industria.html>.
- Amit, Z. (2001). Modelo de Negocios. *Revista de Gestión Estratégica*, P.511.
- Castro, L. D. (1994). Ingeniería Financiera, la gestión en los mercados financieros . En L. D. Castro, *Ingeniería Financiera, la gestión en los mercados financieros* (pág. 47). Madrid España: Mc Graw Hill .
- Chiavenato, I. (1994). Iniciación a la administración general. En I. Chiavenato, *Iniciación a la administración general* (págs. 53-61). Mexico.
- Chiavenato, I. (2016). Introducción a la teoría general de la administración. En I. Chiavenato, *Introducción a la teoría general de la administración* (págs. 274-275). Mexico: Mc Graw Hill.
- Cuerpo de Bomberos de Ambato, E. M. (20 de Octubre de 2011). <http://www.bomberosmunicipalesambato.com/pagina.php?id=3>.
- Cuidatufuturo. (2015). <https://cuidatufuturo.com/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecua>.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones . (Diciembre de 2012). *Proecuador*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- EcosTravel. (2015). <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/pelileo.php>.
- El Comercio. (28 de Mayo de 2016). <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-importacion-courier-aduana.html>.
- El Telégrafo. (04 de Septiembre de 2014). *El Telégrafo*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-centro/1/taiwan-ofrece-asesoria-para-textileros-de-pelileo>
- El Universo. (01 de Abril de 2012). *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2011/04/01/1/1356/produccion-jeans-pelileo-baja-altos-costos-insumos.html>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, I. (10 de Febrero de 2017). <https://www.iess.gob.ec/#>.
- Julian, P. P., & Ana, G. (2009). <http://definicion.de/plan-de-negocios/>.
- Mercantil, R. (14 de Marzo de 2017). <http://registromercantil.gob.ec/ambato.html>.
- Ministerio del Ambiente. (26 de Diciembre de 2016). *Ministerio del Ambiente* . Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/sistema-de-gestion-de-desechos-peligrosos-y-especiales/>
- Municipalidad, d. A. (15 de Mayo de 2017). <https://gadmatic.ambato.gob.ec/bancos/>.
- Negocios, C. (12 de Noviembre de 2014). www.crecenegocios.com.
- Proecuador. (Diciembre de 2012). www.proecuador.gob.ec. Obtenido de Analisis Sectorial de Textiles y Confecciones : www.proecuador.gob.ec

- Revista Lideres. (25 de Diciembre de 2016). *Revista Lideres*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/competencia-textileros-ecuatorianos-aumenta.html>
- Rodríguez, R. A. (2011). *Emprendedor de Éxito*. México: mc graw hil edit.
- Santa Clara University. (25 de Diciembre de 2016). *www.scu.edu*. Obtenido de <https://www.scu.edu/mobi/espanol/2-el-plan-de-negocios/>
- Santillan, A. G. (2010). Administración Financiera 1. En A. G. Santillan, *Administración Financiera 1* (pág. 53). Mexico.
- Sondeo. (2015).
- SRI Rentas, S. I. (10 de Diciembre de 2016). <http://www.sri.gob.ec/web/guest/tramites>.
- SRI, S. R. (10 de Mayo de 2017). <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>.
- Superintendencia de Compañías. (27 de Diciembre de 2016). *www.supercias.gob.ec*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Superintendencia de Compañías, V. y. (15 de Diciembre de 2016). <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>.
- Turismo, E. y. (Mayo de 2015). <http://www.ecuador-turistico.com/2013/02/turismo-en-ambato-sitios-turisticos-de-ambato.html>.
- VisitaEcuador.com. (2015). <https://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=34420>.
- Vistazo, R. (12 Febrero 2016). El sector textil en cifras. *Vistazo*.