



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

**TEMA:** Alianza estratégica entre Busatex y Nannytex para venta de textiles en la frontera  
entre Ecuador y Perú

**TRABAJO DE TITULACION QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PREVIO A  
OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Autor:**

Nanny Elizabeth Matute Ochoa

**Tutor:**

Teresa Ortega de Albán

SAMBORONDÓN, JULIO 2015

**1. Índice General**

1. Índice General.....	1
2. Justificación .....	4
3. Problema a resolver.....	5
4. Objetivos.....	6
4.1 Objetivo General.....	6
4.2 Objetivos específicos .....	6
5. Resumen Ejecutivo .....	6
6. Misión y Visión .....	7
6.1 Misión.....	7
6.2 Visión.....	7
7. Metas.....	7
7.1 Meta de Mercado .....	7
7.2 Meta Operativa.....	7
7.3 Meta Financiera .....	7
8. Viabilidad Legal.....	8
9. Análisis de Mercado .....	8
9.1 Mercado Objetivo .....	8
9.2 Análisis PESTAL.....	10
9.2.1 POLITICO – LEGAL .....	10
9.2.2 ECONÓMICO .....	11
9.2.3 SOCIAL.....	14
9.2.4 TECNOLÓGICO .....	16
9.2.5 AMBIENTAL .....	16
9.3 Análisis FODA .....	17
9.4 Análisis de las 4P's .....	17
9.4.1 Producto .....	17
9.4.2 Precio .....	18
9.4.3 Plaza.....	18
9.4.4 Promoción.....	18
9.5 Análisis de la demanda y oferta .....	19
9.5.1 Análisis de la Demanda .....	19
9.5.2 Análisis de la Oferta.....	28
9.6 Estrategia de Diferenciación.....	30
9.7 Acciones de promoción.....	31
9.8 Canal de Distribución .....	31
10. Análisis Operativo. ....	32
10.1 Localización y descripción de las instalaciones.....	32
10.2 Capacidad instalada. ....	33

10.3 Cadena de abastecimiento .....	35
10.4 Recursos Humanos.....	35
11. Análisis Financiero .....	38
11.1 Estado de Resultados Proyectado a Cinco Años.....	38
11.2 Flujo de Caja Proyectado a Cinco Años. ....	39
11.3 Análisis del Punto de Equilibrio .....	39
11.4 Análisis de Sensibilidad .....	40
11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión. ....	41
12. Viabilidad del Proyecto.....	42
13. Referencias Bibliográficas .....	44
14. Anexos .....	45

## **2. Justificación**

En la actualidad debido a tantos cambios que se presentan a diario, ya que vivimos en un mundo globalizado, las empresas ecuatorianas cada vez se enfrentan a constantes innovaciones en el ámbito comercial, tecnológico, medio ambiental y cultural. Es por estos motivos que las compañías establecidas en el país elaboran replanteamientos en sus estrategias comerciales enfocadas al crecimiento y diversificación de sus negocios para de esa manera no quedarse fuera de nuevos mercados.

En el Ecuador existen aproximadamente 600 locales comerciales entre grandes, medianos y pequeños dedicados a la venta de telas al por menor, los cuales en su mayoría no realizan importaciones, sino que se abastecen del mercado local. Quienes importan textiles lo realizan desde diferentes países como, China, India, Panamá, Colombia y Perú; es por este motivo que se pretende realizar una alianza estratégica entre las compañías Nannytex ubicada en la ciudad de Guayaquil y Busatex ubicada en la ciudad de Lima, la misma que se dedica a la fabricación de tejidos los cuales poseen una alta demanda en el mercado ecuatoriano, y por otro lado se enfocan a la industria de ropa para damas y caballeros (camisas y pantalones) utilizando la materia prima de ellos mismo.

Nannytex cuenta con instalaciones de la familia en la frontera sur, Huaquillas, y en el puerto principal, Guayaquil, en las mismas desea nacionalizar y almacenar la mercadería, para de esa forma abastecer a los actuales clientes que están ubicados en las diferentes provincias del país de la región costa. La finalidad es entregar productos en la línea de camisería de algodón y pantalonería de algodón y mezclas de pimapoly con un precio excelente para el mercado actual, con el cual obtendrán grandes ventajas competitivas y buenos ingresos.

Actualmente la tendencia en el Ecuador es confeccionar ropa en el país, ya que el tema de las importaciones de dichos productos está complicado por los impuestos implantados por orden del gobierno actual y los requerimientos de INEN.

### **3. Problema a resolver**

En el Ecuador el sector textil podría aportar y ser uno de los principales pilares que ayuden al desarrollo económico en el país, ya que dicho sector está formado por una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el país; es por tal motivo que se merece otorgarle mayor atención al sector textil.

La mayor parte de puntos de venta en el país requieren abastecerse de telas enfocadas a las líneas de camisería y pantalonería, y es por este motivo que tanto los confeccionistas como los almacenes tiene la necesidad de realizar una importación de telas, pero a su vez no poseen la capacidad de realizarlo, ya que requieren de pequeñas cantidades de telas y esto implica de costos extremadamente altos al momento de importar.

En el Ecuador no se conoce de fábricas que produzcan tela con los tipos de algodón, pima y tangüis en la modalidad de algodón peinado como el que ofrece la compañía peruana Busatex. Por este motivo Nannytex está analizando la firma de una alianza con la fábrica peruana para cubrir la necesidad de los clientes en el Ecuador.

Como otro punto, pero no menos importante que los anteriores, se conoce que en el país ingresan en grandes cantidades productos de China, los mismos que son de calidad inferior al que se pretende ofrecer.

Por los motivos antes mencionados es que la empresa Nannytex S.A. planifica importar contenedores completos de telas desde Perú, para de esta forma minimizar los costos del producto, y poder facilitar el servicio a los clientes de obtener las cantidades pequeñas o medianas de tela que ellos requieran, y de este modo poder cubrir la necesidad que actualmente tiene el mercado textil en el Ecuador.

Los resultados esperados es posesionar las calidades de tela que se van a ofrecer en el mercado ecuatoriano, para de esta forma empezar a abastecer a los pequeños, medianos y grandes confeccionistas de la región costa, los mismos que están creciendo notablemente debido a la renovación de la matriz productiva.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo General**

- ✓ Determinar la factibilidad de realizar una alianza estratégica con la empresa peruana Busatex S.A.

### **4.2 Objetivos específicos**

- ✓ Analizar la oferta y demanda de las telas de algodón y mezclas de pimapoly para la línea de camisería y telas de pantalón en el mercado ecuatoriano.
- ✓ Determinar la operatividad de la alianza.
- ✓ Analizar el financiamiento de la viabilidad del negocio.

## **5. Resumen Ejecutivo**

El sector textil es uno de los principales en la industria manufacturera es por tal motivo que el desarrollo del sector se incrementa cada vez más en el Ecuador. Por otro lado también se conoce que los ciudadanos ecuatorianos tienen como uno de los principales rubros de gasto en el hogar la compra de prendas de vestir.

Por todo lo antes mencionado es que la empresa ecuatoriana Nannytex ha decidido plantear una alianza estratégica a Busatex, para que de ese modo los consumidores de telas puedan adquirir productos de alta calidad y excelentes precios en el país. Y a su vez ayuden al desarrollo de la matriz productiva del Ecuador incrementando plazas de trabajo en el área de la confección.

## **6. Misión y Visión**

### **6.1 Misión**

Ser líderes en el mercado de venta de textiles para confeccionistas de prendas de vestir y locales comerciales de ventas al por menor de telas a nivel nacional, brindando productos de alta calidad con los mejores precios del mercado.

### **6.2 Visión**

Ser reconocidos a nivel nacional como una empresa pionera en la venta de textiles para el desarrollo de la moda ecuatoriana.

## **7. Metas**

### **7.1 Meta de Mercado**

Se desea poder proveer de la línea de pantalonería y camisería de algodón a los confeccionistas y distinguidos almacenes de las principales ciudades y cantones de la región costa, tales como, Santo Domingo, Machala, Manta, Portoviejo, Babahoyo, El Carmen, Esmeraldas, Guayaquil, La Libertad, Piñas, Quevedo.

### **7.2 Meta Operativa**

Plantear la alianza estratégica a la empresa peruana Busatex para de ese modo Nannytex ser la única empresa autorizada a distribuir sus productos de alta calidad en la línea de camisería y pantalonería en el Ecuador.

### **7.3 Meta Financiera**

Buscar que el costo sea lo mínimo posible, pero el beneficio obtenido sea alto; para de ese modo poder expandir el negocio en un futuro no tan lejano.

La meta financiera se va a enfocar en lograr una ventaja competitiva alta, es decir que los clientes nos prefieran por la alta calidad ofrecida en la línea de productos y menores costos.

Lograr que los ingresos sean altos para de ese modo procurar que el retorno de inversión sea en el corto plazo.

## **8. Viabilidad Legal**

Para llevar a cabo lo planteado se debe realizar un “Contrato de Alianza Estratégica Internacional”, en donde ambas partes en este caso las compañías Nannytex y Busatex firmen este documento asegurando que puedan lograr beneficios mutuos mediante el trabajo continuo y también acepten las cláusulas acordadas entre las empresas.

Actualmente en el Ecuador se requiere que las compañías importadoras de textiles cuenten con el registro de partidas arancelarias que se va a utilizar, el cual debe ser otorgado por el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO), y también que se encuentre legalmente constituida en el Ecuador, para lo cual se podrá encontrar adjunto en los anexos que la empresa Nannytex S.A. cuenta con toda la documentación en regla.

## **9. Análisis de Mercado**

El estudio de mercado empieza de la necesidad real de proveer textiles de alta calidad en la línea de pantalonería y camisería de algodón en el país.

### **9.1 Mercado Objetivo**

El mercado potencial al que se dirige este proyecto es al de los confeccionistas que se enfoquen en la elaboración de prendas de vestir como pantalones y camisas para hombres y mujeres, y también a los grandes almacenes de venta al por menor de telas en la región costa.

En cada una de las provincias de la costa la compañía Nannytex cuenta con al menos un cliente, sea confeccionista o almacenes de tela con quienes ya se tiene una relación comercial estable durante los últimos cinco años.

También es importante mencionar en este punto la cantidad de personas que habitan por cada provincia de la región costa, ya que ellos serán de manera indirecta parte de nuestro mercado (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).



*Tabla 1. Número de habitantes por provincia de la región costa.*

Provincia	Población Total
Guayas	3.645.483
El Oro	600.659
Manabí	1.369.780
Santa Elena	308.693
Santo Domingo de los Tsachilas	368.013
Los Ríos	778.115
Esmeraldas	534.092

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos  
Elaborado por: Autora

La región costa cuenta con una población total de 7.604.835 según el censo realizado en el año 2010 por el INEC. De la población total 2.996.227 de personas son económicamente activas, es decir que tienen un empleo o están en busca del mismo; en el Ecuador se considera una persona económicamente activa a partir de los 10 años de edad (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

*Tabla 2. Población Económicamente Activa (PEA)*

Provincia	Población Económicamente Activa (PEA)
Guayas	1.510.312
El Oro	254.615
Manabí	496.513
Santa Elena	108.930
Santo Domingo de los Tsachilas	135.042
Los Ríos	292.256
Esmeraldas	198.559

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

La provincia con mayor actividad económica es Guayas ya que tiene mayor cantidad de habitantes en comparación a las demás provincias de la región costa, y es donde se encuentran la mayor parte de confeccionistas.

Como parte de la investigación del mercado objetivo se obtuvo la base de datos de confeccionista de la Cámara de la Pequeña Industria de Guayaquil, pero estos resultados no tuvieron ningún impacto en la investigación ya que la mayor parte de empresas o personas naturales que pertenecen a la CAPIG se dedican a la confección de uniformes deportivos, es decir no se enfocan en la línea que se pretende ofrecer.

## **9.2 Análisis PESTAL**

### **9.2.1 POLITICO – LEGAL**

En los últimos 15 años el Ecuador ha tenido cuatro presidentes en el cargo. Actualmente existe una inseguridad política ya que ha habido frecuentes titulares en la prensa acerca de la implementación de los diferentes impuestos y las manifestaciones del pueblo exigiendo la revocatoria del actual Presidente de la República. Todo este escenario se da a causa de la crisis económica del país; una de las principales razones de esta crisis se debe a que el valor del barril del petróleo ha ido decayendo después de entregar todo a la China.

Por otro lado según la resolución No. 010-2015 el Comité de Comercio Exterior dio a conocer que Ecuador eliminó salvaguardia del 7% para las importaciones de materia prima originario de Perú, es decir solo se debe cancelar el valor del IVA para legalizar la mercadería en el país (Secretaría tencina del COMEX, 2015).

En el ámbito legal se debe realizar un “Contrato de Alianzas Estratégicas Internacionales”, para el cual se debe pedir asesoramiento por parte de abogados especializados en el área, y luego de lograr acuerdos entre las partes tiene que ser debidamente firmado aceptando las cláusulas del contrato. Actualmente este documento ya no tiene la necesidad de ser notariado, se lo haría solo en el caso de que ambas partes deseen algo más de formalidad en el asunto.

## 9.2.2 ECONÓMICO

En Ecuador se conoce que la industria textil es uno de los principales sectores que ayuda al desarrollo económico del país ya que genera fuentes de trabajo no solo en el ámbito textil sino también en otras ramas como la agricultura, la agrícola o la química, por el consumo de lana y cuero, algodón y fibras textiles respectivamente (Banco Central del Ecuador, 2014).

La industria de la manufactura se encuentra entre uno de los principales sectores según la tabla de Valor Agregado Bruto (VAB) la cual indica el valor bruto de la producción ya que no se consideran las compras intermedias y es medido por cada sector del país.

Dentro de la industria manufacturera el sector textil se encuentra entre los tres más importantes y aporta aproximadamente el 1% al Producto Interno Bruto (PIB), valor que se ha mantenido desde el año 2000 (Banco Central del Ecuador, 2014) .

Tabla 3. Valor Agregado Bruto Por Industria / PIB.

<b>Industrias</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Agricultura	0,7	7,5	-0,5	5,1	2,3
Acuicultura y pesca de camarón	7,7	21,7	7,3	9,8	14,1
Pesca (excepto camarón)	-3,0	3,0	11,1	7,2	-0,8
Petróleo y minas	0,1	2,8	2,6	7,8	8,0
Refinación de petróleo	-14,5	10,9	-10,6	-25,7	-47,9
<b>Manufactura(excepto refinación de petróleo)</b>	<b>5,1</b>	<b>5,8</b>	<b>3,4</b>	<b>5,1</b>	<b>3,9</b>
Suministros de electricidad y agua	34,5	27,1	17,9	7,4	9,0
Construcción	3,4	17,6	13,0	8,3	5,5
Comercio	3,4	5,8	4,7	6,0	4,6
Alojamiento y servicios de comida	4,2	6,0	4,0	6,4	5,9
Transporte	2,1	5,5	5,9	5,8	4,6
Correo y comunicación	12,8	12,1	8,8	6,3	1,6
Actividades de servicios financieros	10,0	13,5	10,5	-4,8	3,6
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	3,9	7,8	6,9	5,4	7,7

Enseñanza y servicios sociales y de salud	7,2	4,6	6,8	1,6	2,0
Administración pública, defensa, planes de seguridad social obligatoria	5,2	10,4	6,8	3,6	4,2

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Autora

El estudio de las tasas de interés es indispensable al realizar el análisis PESTAL ya que son aquellas que indican si es viable o no el endeudamiento al realizar un negocio ya que si las tasas decrecen es una buena señal del desarrollo de la economía, pero en el caso que aumenten y se mantengan no es tan recomendable endeudarse para obtener financiamiento ya que puede afectar la estabilidad del negocio. A continuación se podrá observar el comportamiento de las tasas activas y pasivas en el transcurso del 2014 y 2015.

Según el Banco Central del Ecuador, la tasa activa referencial para el sector productivo de las PYMES se encuentra en 11,10% anual, mientras que la tasa activa máxima es de 11.83% (Banco Central del Ecuador, 2015).

*Tabla 4. Tasas de Interés Activa y Pasiva Referencial*

Mes	Tasa Activa Referencial	Tasa Pasiva Referencial
Enero 2014	8,17%	4,53%
Febrero 2014	8,17%	4,53%
Marzo 2014	8,17%	4,53%
Abril 2014	8,17%	4,53%
Mayo 2014	7,64%	5,11%
Junio 2014	8,19%	5,19%
Julio 2014	8,21%	4,98%
Agosto 2014	8,16%	5,14%
Septiembre 2014	7,86%	4,98%
Octubre 2014	8,34%	5,08%
Noviembre 2014	8,13%	5,07%
Diciembre 2014	8,19%	5,18%

Enero 2015	7,84%	5,22%
Febrero 2015	7,41%	5,32%
Marzo 2015	7,31%	5,31%
Abril 2015	8,09%	5,39%
Mayo 2015	8,45%	5,51%
Junio 2015	8,70%	5,48%

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Autora

La tasa activa referencial ha aumentado 0,53 puntos porcentuales entre el periodo de enero 2014 y junio 2015, lo cual no es favorable para los negocios, esta cifra ha ido aumentando a partir del mes de abril del presente año.

El sector textil es uno de los principales generadores de empleo en la industria manufacturera ya sea de manera directa o indirecta, ya que alrededor de 179.703 personas se mantienen ocupados en esta industria, lo cual significa un 10.62% en comparación al resto del sector de manufactura.

*Tabla 5.* Número de establecimientos, Personal Ocupado, Remuneraciones y Producción total del sector de la manufactura.

Actividad Económica	No. de Establecimientos	Personal Ocupado	Remuneraciones	Producción Total
<b>Manufactura</b>	<b>1477</b>	<b>179.703</b>	<b>1.644.142.283</b>	<b>18.417.502.973</b>
Fabricación de productos textiles	98	7.642	60.111.039	364.049.429
Fabricación de prendas de vestir, adobo y teñido de piel.	123	8.799	34.360.560	162.397.585
Curtido y adobo de cueros, fabricación de maletas, bolsos de mano	45	2.649	17.549.451	107.727.439
<b>Participación en comparación de la Industria Manufacturera.</b>	<b>18,01%</b>	<b>10,62%</b>	<b>6,81%</b>	<b>3,44%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

De acuerdo a la tabla anterior, el INEC con datos del año 2007 indica que el 18.01% de establecimiento pertenecen a la industria textil, y el sector de la confección de prendas de vestir es el que representa el mayor número de plazas de trabajo (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2007).

### 9.2.3 SOCIAL

Ecuador cuenta con 7.305.816 de mujeres y 7.177.683 de hombres, es decir con un población total de 14.483.499 ecuatorianos (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010), y tan solo 2.460.371 personas contaban con empleo hasta marzo del 2015, sea adecuado o inadecuado. Según el INEC un empleo adecuado es cuando la persona cuenta con un empleo que percibe por lo menos el salario mínimo y trabaja 40 horas o más como horas extras remuneradas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015).

*Tabla 6.* Composición de la población.

<b>Tipo de Población</b>	<b>Marzo-2015</b>
Población en edad de trabajar	7.751.711
Población económicamente activa	4.866.211
Población con empleo	4.630.745
Empleo adecuado	2.605.302
Empleo inadecuado	1.997.484
Subempleo	578.399
Otro empleo inadecuado	1.187.505
Empleo no remunerado	231.580
Empleo no clasificado	27.959
Desempleo	235.467
Población económicamente inactiva	2.885.500

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Entre los problemas más representativos que influyen al momento de realizar negocios en el Ecuador según Informe de Competitividad Global son: corrupción (16,5%), regulaciones laborales restrictivas (12,9%), inestabilidad política (12,5%), entre otros; estos

datos se pudieron obtener mediante encuestas realizadas en el país (Camara de Comercio de Guayaquil, 2012) .

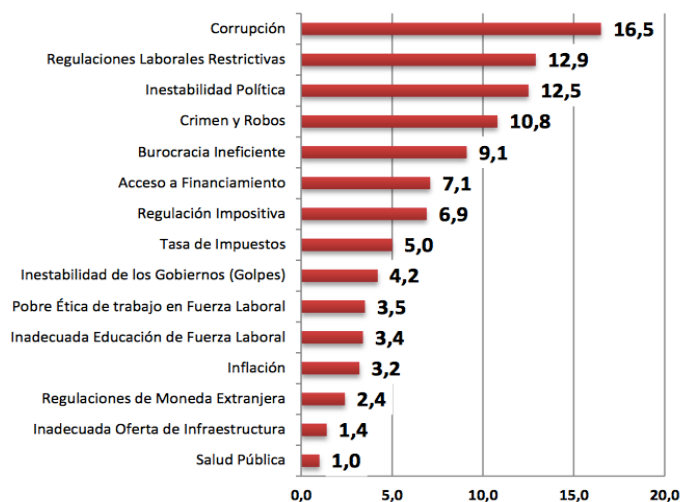


Figura 1. Factores más problemáticos para hacer negocios en Ecuador según ICG.

Elaborador por: (Camara de Comercio de Guayaquil, 2012)

Todos estos inconvenientes que se ven reflejados en la figura anterior no afectan de manera directa la idea de negocio que se está planteando, pero si hay que considerar tomar asunto en el tema ya que para la inversión extranjera estos puntos son de suma importancia.

Otro punto importante a considerar es el comportamiento del consumidor en el país en el cual se puede ver mediante la siguiente tabla que muestra la cantidad monetaria que las personas gastan en diferentes productos.

Estos datos fueron obtenidos mediante una encuesta realizada por el INEC a los hogares urbanos y rurales en el año 2011 y 2012 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012).

Tabla 7. Gastos de Consumo

Clases de Gasto	Gasto de Consumo (dólares)	%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	584.496.341	24,4%
Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	17.303.834	0,7%
Prendas de vestir y calzado	190.265.816	7,9%

Alojamiento, agua, electricidad, gas, y otros combustibles	177.342.239	7,4%
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	142.065.518	5,9%
Salud	179.090.620	7,5%
Transporte	349.497.442	14,6%
Comunicaciones	118.734.692	5,0%
Recreación y cultura	109.284.976	4,6%
Educación	104.381.478	4,4%
Restaurantes y hoteles	184.727.177	7,7%
Bienes y servicios diversos	236.381.682	9,9%
<b>Total Gasto de Consumo del Hogar</b>	<b>2.393.571.815</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos  
Elaborado por: Autora

Los ecuatorianos gastan alrededor de 190.265.816 USD en prendas de vestir y calzado, lo cual representa un 7,9% del total del gasto de consumo de los ecuatorianos y se ubica entre los principales gastos que realizan. Esta estadística es favorable para nuestro proyecto a desarrollar ya que al momento que la población tiene como principal gasto la vestimenta representa para Nannytex mayores ventas sea para confeccionistas o almacenes de venta al por menos de telas.

#### **9.2.4 TECNOLÓGICO**

La aplicación de tecnología se debe de dar en todos los procesos de la empresa; tales como, facturación, comunicación, ventas y compras, marketing, entre otros, para de esa manera no quedarse atrás de la competencia, ni fuera del mercado; esta implementación permite que la compañía tenga un mejor contacto con sus proveedores y clientes.

#### **9.2.5 AMBIENTAL**

Nuestros servicios no tendrá impacto ambiental en el Ecuador, pero si en el Perú que es donde se encuentra el fabricante de telas.



### 9.3 Análisis FODA

Tabla 8. FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Varios años de experiencia en el sector textil por parte de propietarios y administradores.</li> <li>Tecnología que se usará es muy similar en la mayoría de empresas.</li> <li>Atención que se brindará a los clientes será personalizada y detallada.</li> <li>Disposición inmediata del capital.</li> <li>Opción de compra a crédito con un plazo de 120 días.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo de prendas de vestir es alto.</li> <li>Aparición de nuevos confeccionistas en el mercado.</li> <li>Conocimiento a nivel internacional de la alta calidad de algodones que Perú fabrica.</li> <li>Acuerdos comerciales entre Ecuador y Perú por el tema de salvaguardias a la importación de materia prima.</li> <li>Cambio de la matriz productiva en el país.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bajo nivel tecnológico en el sector.</li> <li>Falta de capacitación del personal.</li> <li>Poca innovación en el mercado textil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Constante aparición de competidores directos e indirectos.</li> <li>Total dependencia de proveedores.</li> <li>Informalidad por parte de los clientes.</li> <li>Desestabilidad política y económica.</li> </ul>

Elaborado por: Autora

### 9.4 Análisis de las 4P's

#### 9.4.1 Producto

- Distribución de telas en la región costa.
- Venta de textiles en la línea de pantalonería de algodón y mezclas de pimapoly, y camisería de algodón de alta calidad.
- Entrega de puerta a puerta de la mercadería a los clientes.
- Distribución exclusiva de los mejores algodones reconocidos a nivel internacional.
- Logo y slogan de la empresa



Figura 2. Logo

Figura 3. Slogan

#### **9.4.2 Precio**

- Se pondrá un margen de ganancia moderado con respecto al precio CIF (Cost+Insurance+Freight).
- El precio que se otorga al producto es también en relación a la calidad del mismo, es decir existe una relación directa Precio-Calidad.
- Según el análisis de mercado realizado en la línea de camisería de algodón se le podría otorgar un precio entre \$3.00 - \$3.50 por metro. Por otro lado en las telas de pantalón de algodón y mezclas pimapoly el precio referido por el mercado debería ser entre \$3.70 - \$4.50 por metro.

#### **9.4.3 Plaza**

- Las telas serán adquiridas al fabricante peruano Busatex, la empresa Nannytex actuará como mayorista en el Ecuador quienes serán los encargados de distribuir la mercadería a los minorista, es decir a los confeccionistas o almacenes de venta al por menor, y a su vez los minoristas serán los que vendan como materia prima o producto terminado al consumidor final. Se eligió este canal de distribución ya que como mayoristas abarataríamos costos como empresa por lo que no se necesitaría contar con grandes almacenes ni montar grandes talleres para llegar al consumidor final.
- Nuestros principales puntos de distribución estarán ubicados en la frontera sur, en el cantón Huaquillas, y en la ciudad de Guayaquil.

#### **9.4.4 Promoción**

- La principal estrategia de publicidad será la conocida de boca en boca, para de esa manera ampliar la cartera de clientes de la empresa.
- Los clientes que cancelen la compra en su totalidad en un periodo de hasta 30 días recibirán un descuento del 5%.

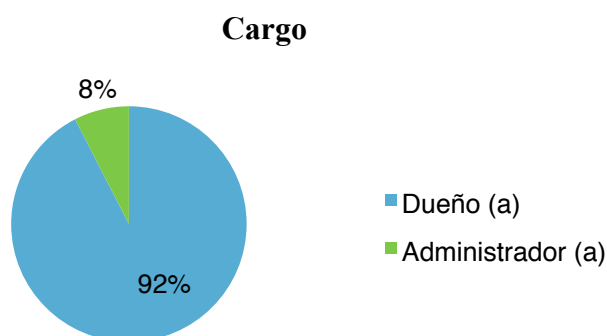
- Mediante el Show-Room de la empresa ubicado en la ciudad de Guayaquil en Parque California Dos para exponer nuestros productos a posibles clientes potenciales.
- También se auspiciará el lanzamiento de nuevas colecciones de los confeccionistas a los cuales se los proveerá de la materia prima.

## 9.5 Análisis de la demanda y oferta

### 9.5.1 Análisis de la Demanda

Se realizó una encuesta para conocer los gustos y preferencias de los clientes al momento de elegir una tela de la línea de camisería de algodón 100% peruano y/o pantalonería de algodón o de mezclas de poliéster y algodón (pimapoly) y también se pretende conocer la aceptación del proyecto planteado.

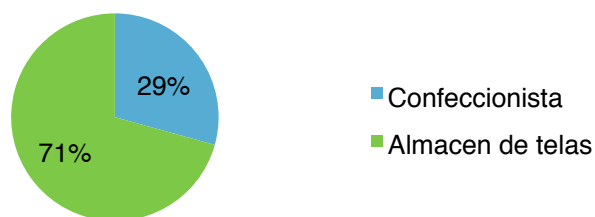
Se realizaron en total 53 encuestas dirigidas a los clientes actuales de la empresa Nannytex S.A. Estos clientes constituyen el mercado al que se dirige este proyecto. Se presentan a continuación los resultados obtenidos.



*Figura 4. Cargo del encuestado*

El 92% de las personas a las que se les realizó la encuesta eran los propietarios del negocio, y tan solo el 8% eran administradores. Esto nos permite saber en la pregunta cinco quien decide la compra.

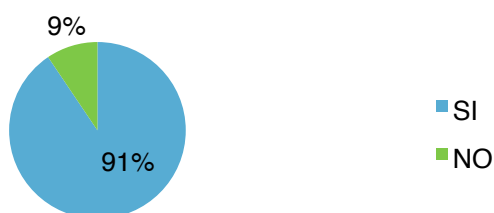
**1) ¿Dentro de qué categoría se clasifica su negocio?**



*Figura 5. Pregunta uno – Categoría del Negocio*

El 71% de clientes en la región costa que posee Nannytex son almacenes de telas y cuenta con 29% de confeccionistas de los cuales la mayoría se encuentran en la ciudad de Guayaquil. Al momento de realizar la encuesta, se preguntó al cliente, en qué ciudad estaba su negocio. De allí se obtuvo la respuesta para indicar que en Guayaquil es donde se encuentran la mayoría de confeccionistas.

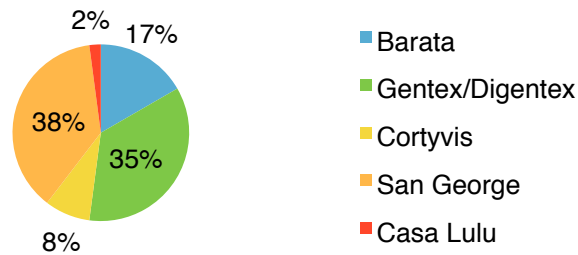
**2) ¿Compra usted línea de camisería de algodón y línea de telas de pantalon en algodón y mezclas pimapoly?**



*Figura 6. Pregunta dos*  
Elaborado: Autora

De las 53 personas a quienes se les realizó la encuesta el 91% compra la línea de productos actualmente a los diferentes importadores que existen en el país.

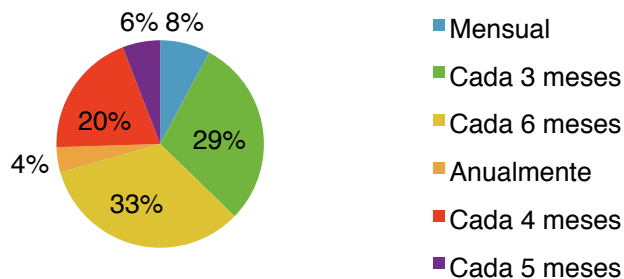
**3) Si la respuesta de la pregunta anterior es positiva, indicar el nombre del establecimiento al que le compra la línea.**



*Figura 7. Pregunta tres*  
Elaborado: Autora

La mayoría de clientes compra este tipo de telas a San George (38%) y Digentex (35%) también conocida como Gentex, ambos establecimientos se encuentran en la ciudad de Guayaquil y son importadores de telas.

**4) ¿ Con qué frecuencia compra usted esta línea de telas?**



*Figura 8. Pregunta cuatro – Frecuencia de compra*  
Elaborado: Autora

Cada seis meses compra la mayor parte de clientes esta línea (33%), pero también se puede observar que un 29% de las personas realizan pedidos cada tres meses, por medio de este análisis es que la empresa Nannytex decide importar contenedores de 20 pies llenos cada cuatro meses, y cargas sueltas bimestrales de los ítems con mayor movimiento, para de esa manera contar siempre con el stock requerido por cada uno de nuestros clientes.

### 5) ¿ Quién normalmente decide la compra?

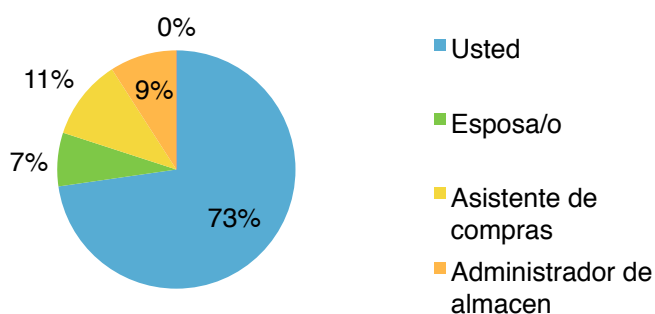


Figura 9. Pregunta cinco – Decisión de compra  
Elaborado: Autora

Esta pregunta se la incluyó en el cuestionario ya que siempre es importante brindarle la atención debida a la persona que toma la decisión al momento de comprar con respecto a diseños, cantidades, calidades y precio de la tela. Los resultados que se obtuvieron es que el 73% de las personas encuestadas eran las que realizaban las compras de la empresa, es decir que los propietarios eran los que tenían la última palabra al momento de realizar un pedido.

Se consultó sobre la calidad, precio y diseño con la siguiente pregunta ¿En que se basa al momento de comprar la línea de camisería de algodón y línea de telas de pantalón en algodón y mezclas pimapoly?

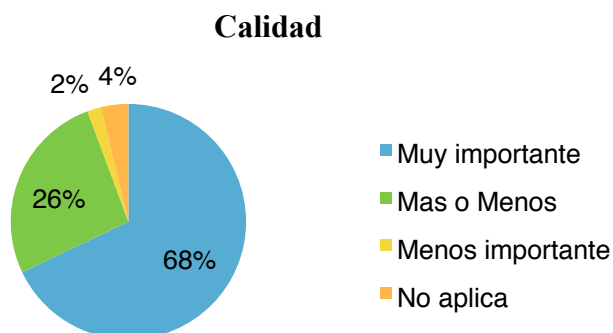
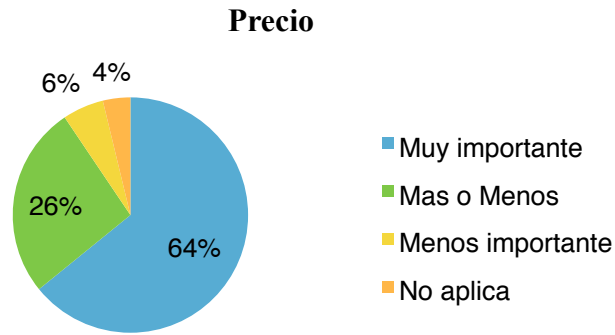
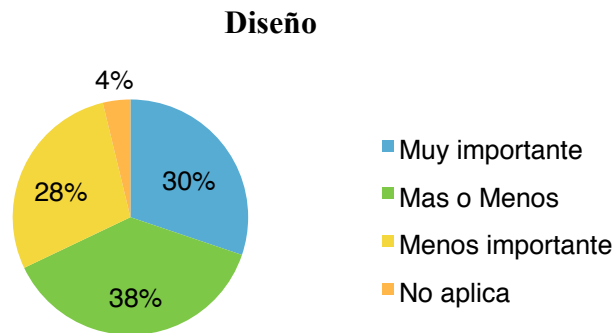


Figura 10. Pregunta seis



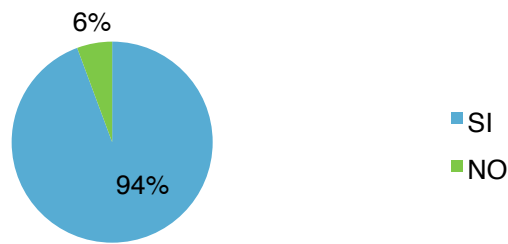
*Figura 11. Pregunta seis*  
Elaborado: Autora



*Figura 12. Pregunta seis*  
Elaborado: Autora

Los criterios con mayor importancia son en primer lugar la calidad de las telas con un 68%, de ahí le sigue el precio con un 64%, y el diseño es el criterio que no tiene tanta importancia para los clientes al momento de escoger una tela, pero vale recalcar que no por eso compran cualquier tipo de diseño.

**7) ¿Estaría dispuesto a comprar la línea de camisería de algodón y línea de telas de pantalón en algodón y mezclas pimapoly?**



*Figura 13.* Pregunta siete – Aceptación de las líneas de telas  
Elaborado: Autora

Según las respuestas que se obtuvieron en las encuestas realizadas, nuestro proyecto si tendría la acogida deseada por la cartera de clientes que se cuenta actualmente, ya que el 94% contestó que sí está dispuesto a comprar camisería de algodón y telas de pantalón en algodón y mezclas pimapoly proveniente de la fábrica peruana.

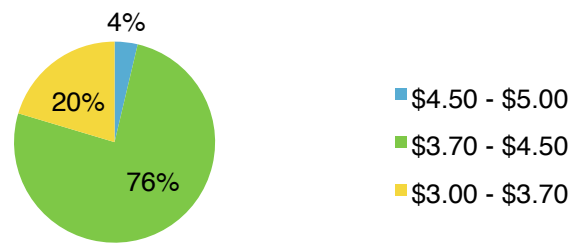
**8) ¿Qué precio esta dispuesto a pagar por metro en la línea de camisería de algodón peruano?**



*Figura 14.* Pregunta ocho – Precio Camisería  
Elaborado: Autora



**9) ¿Qué precio esta dispuesto a pagar por metro en la línea de pantalon de algodón y mezclas pimapoly?**

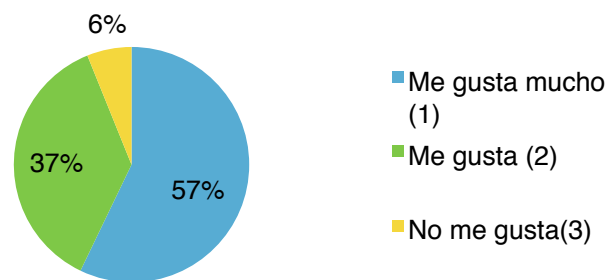


*Figura 15.* Pregunta nueve – Precio tela pantalón.  
Elaborado: Autora

En las preguntas ocho y nueve se logra conocer el precio que está dispuesto a pagar el cliente tanto para la línea de camisería que está entre \$3.00 - \$3.50 por metro, y en la línea de pantalón de \$3.70 - \$4.50, de acuerdo a estas respuestas se ha fijado el precio de venta al público.

Se consultó sobre las preferencias que el cliente tiene de acuerdo al diseño en la línea de camisería.

**Rayas**



*Figura 16.* Pregunta diez – Diseños camisería.

### Cuadros

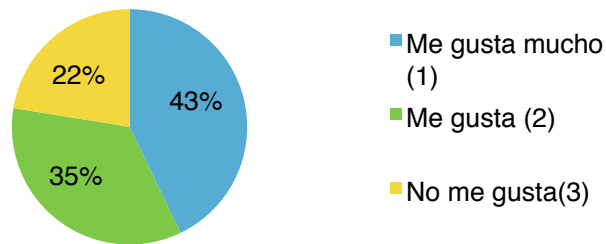


Figura 17. Pregunta diez – Diseños camisería.

### Llanos

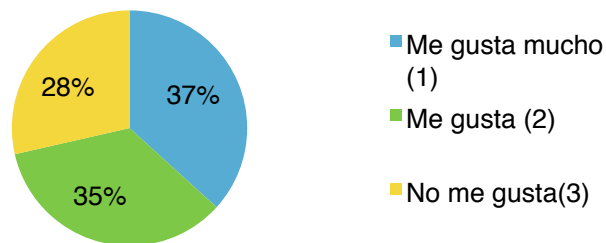


Figura 18. Pregunta diez – Diseños camisería.

En lo que es la línea de camisería los clientes prefieren comprar en primer lugar todo lo que viene en rayas, luego lo que tiene cuadros y como último punto ven los llanos.

Se consultó sobre las preferencias que el cliente tiene de acuerdo al diseño en la línea de tela de pantalón.

### Rayas

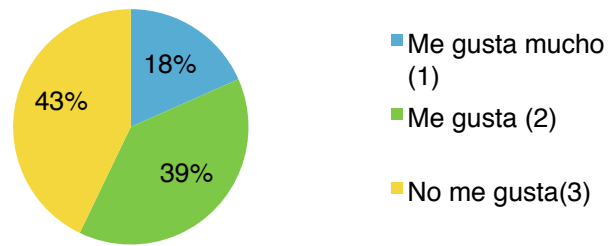


Figura 19. Pregunta once – Diseños tela de pantalón.

### Cuadros

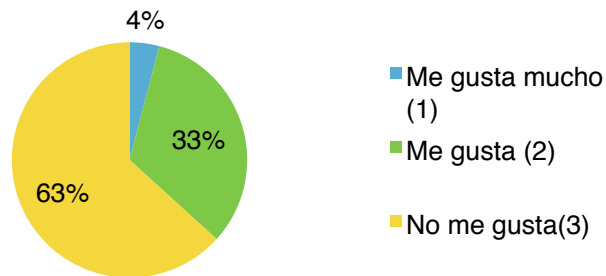


Figura 20. Pregunta once – Diseños tela de pantalón.

### Llanos

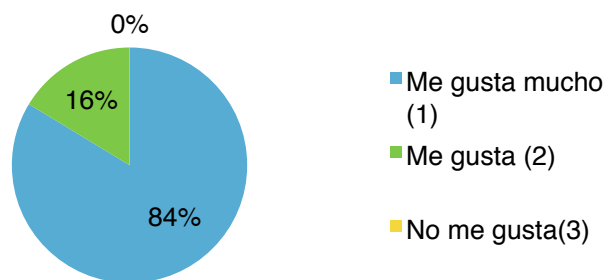


Figura 21. Pregunta once – Diseños tela de pantalón.

En esta pregunta la mayoría de los encuestados eligieron los diseños llanos como el que más les gusta, en segundo lugar las rayas, y a muy pocos de ellos les agrada los diseños de cuadros en tela de pantalón.

### 9.5.2 Análisis de la Oferta

Existen varios importadores y mayoristas que se dedican a la venta de telas en el Ecuador, pero para este punto del proyecto nos concentramos en los competidores directos de Nannytex y también porque son los que tienen mayor número de ventas a nivel nacional.

Se ha considerado analizar la oferta según las ventas y el inventario de cada compañía del periodo 2012, 2013 y 2014, ya que no se cuenta con información en el ámbito de precios, ni de cantidades de metros vendidas por cada competidor (Superintendencia de Compañías y Valores, 2015).

Los siguientes establecimientos son los que han sido tomados en cuenta:

- El Barata S.A.
- El Batatazo S.A., Batatoza
- Unicompany S.A.
- Francelana S.A.
- Casa Lulu S.A.
- Importadora y Distribuidora Gentex Digentex CIA. LTDA.
- Cortinas y Visillos Cortyvis CIA. LTDA.

Tabla 9. Ventas e Inventario de El Barata S.A.

El Barata S.A.			
Ventas 2012	7.770.744,74	Inventario 2012	3.551.837,94
Ventas 2013	8.578.843,05	Inventario 2013	5.988.488,72
Ventas 2014	9.026.715,15	Inventario 2014	5.695.882,12

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores  
Elaborado por: Autora

Tabla 10. Ventas e Inventario El Batatazo S.A. Batatoza

El Batatazo S.A. Batatoza			
Ventas 2012	2.118.814,71	Inventario 2012	659.856,21
Ventas 2013	2.339.618,58	Inventario 2013	331.788,85
Ventas 2014	2.672.860,46	Inventario 2014	132.651,12

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores  
Elaborado por: Autora

*Tabla 11. Ventas e Inventario Unicompany S.A.*

Unicompany S.A.			
Ventas 2012	2.101.470,89	Inventario 2012	67.653,31
Ventas 2013	2.454.466,44	Inventario 2013	398.295,22

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores  
Elaborado por: Autora

*Tabla 12. Ventas e Inventario de Francelana S.A.*

Francelana S.A.			
Ventas 2012	7.533.712,76	Inventario 2012	753.494,03
Ventas 2013	8.103.840,89	Inventario 2013	750.597,55
Ventas 2014	4.929.796,19	Inventario 2014	729.812,53

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores  
Elaborado por: Autora

*Tabla 13. Ventas e Inventario de Casa Lulu S.A.*

Casa Lulu S.A.			
Ventas 2012	4.378.603,61	Inventario 2012	2.796.523,25
Ventas 2013	4.250.488,98	Inventario 2013	3.396.222,22

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores  
Elaborado por: Autora

*Tabla 14. Ventas e Inventario de Importadora y Distribuidora Gentex Digentex CIA. LTDA*

Importadora y Distribuidora Gentex Digentex CIA. LTDA			
Ventas 2012	2.248.605,25	Inventario 2012	1.015.570,34
Ventas 2013	2.546.343,43	Inventario 2013	965.147,36
Ventas 2014	2.866.519,32	Inventario 2014	1.003.321,27

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores  
Elaborado por: Autora

*Tabla 15. Ventas e Inventario de Cortinas y Visillos Cortyvis CIA. LTDA.*

Cortinas y Visillos Cortyvis CIA. LTDA.			
Ventas 2012	13.873.159,94	Inventario 2012	1.258.173,72
Ventas 2013	14.379.698,95	Inventario 2013	1.582.912,08
Ventas 2014	12.639.805,30	Inventario 2014	1.865.589,91

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores

Es importante mencionar que estas empresas que se dedican a la venta de textiles no solo se enfocan en la línea de camisería y de pantalón, también venden lo que es línea hogar, tela de fiesta, entre otras. Es por tal motivo que poseen grandes ventas e inventarios altos.

## **9.6 Estrategia de Diferenciación**

1. Una de las principales estrategias que se aplicará para lograr una ventaja competitiva es por medio del tiempo de entrega de la mercadería, ya que la misma se entregará en la bodega del cliente en un transcurso de 48 horas máximo, mientras que la competencia directa tarda hasta una semana en despachar.

2. También se aplicará la estrategia de mejor precio del mercado en la línea de pantalonería y camisería de algodón de buena calidad, y por consiguiente ser los únicos en el mercado en ofrecer estos productos mediante la alianza estratégica que se planea realizar.

La alianza estratégica trata de lo siguiente; la empresa peruana Busatex S.A. llega a un acuerdo comercial con Nannytex S.A., en este acuerdo comercial la fábrica peruana fija un precio para ambas líneas de tela, es decir que según las conversaciones realizadas Busatex le ofrece a \$1.80 todo lo que es la línea de camisería, mientras que en la línea de pantalón el precio sería a \$2,40 por metro. Otro de los puntos del acuerdo trata acerca del plazo de pagos. Busatex otorga un crédito hasta de 120 días, es decir que antes de embarcar un contenedor la deuda total del embarque realizado anteriormente debe estar cancelado en su totalidad. Y como punto final, que ya ha sido mencionado anteriormente, Nannytex S.A. sería el único establecimiento autorizado de distribuir la línea de telas de camisería y pantalonería de los fabricantes peruanos Busatex.

3. Y como una última estrategia se ofrecerá a los confeccionistas la primicia de realizar los pedidos de telas inmediatamente de encuentre la mercadería se encuentre en

las bodegas de Nannytex para que de esa manera tengan los diseños exclusivos de las telas para sus colecciones.

### **9.7 Acciones de promoción**

Como se mencionó anteriormente las acciones de promoción de nuestros productos serán las siguientes:

La principal estrategia de publicidad será la conocida de boca en boca, para de esa manera ampliar la cartera de clientes de la empresa.

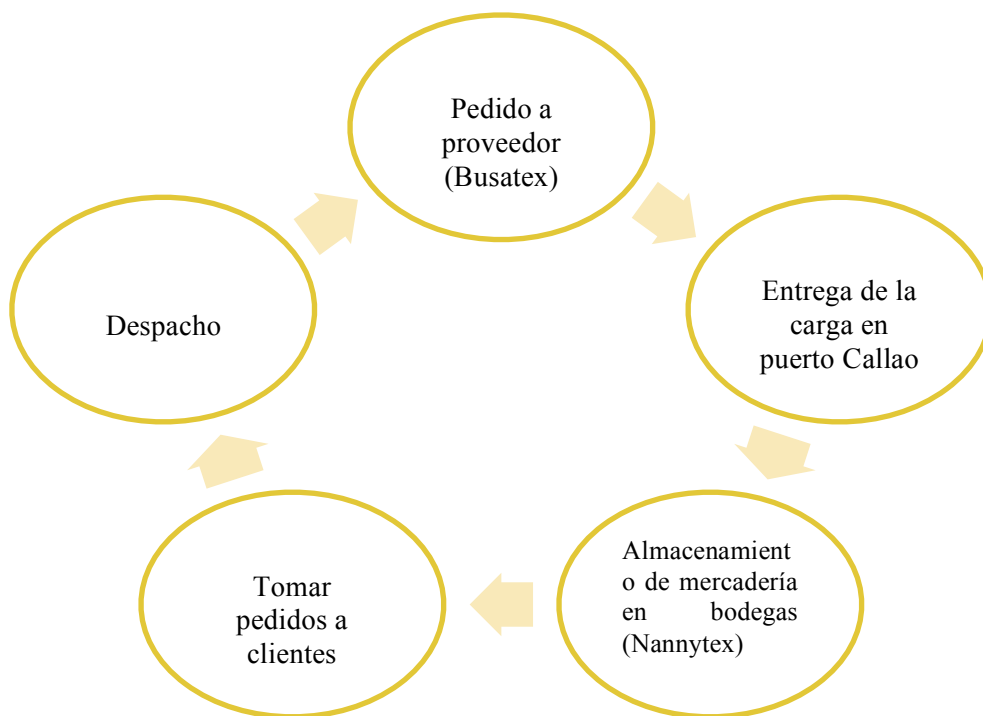
Los clientes que cancelen la compra en su totalidad en un periodo de hasta 30 días recibirán un descuento del 5%.

Mediante el Show-Room de la empresa exponer los productos a posibles clientes potenciales.

También se auspiciara al lanzamiento de nuevas colecciones de los confeccionistas a los cuales se los proveerá de la materia prima.

### **9.8 Canal de Distribución**

El canal de distribución, será directamente de los productores Busatex a la empresa ecuatoriana Nannytex. Se realiza el pedido de cantidades, colores y diseños de las telas que se requiere, la empresa peruana despacha el pedido, entrega la carga en el puerto Callao (Lima) o si se envía la mercadería por vía terrestre sale directamente desde las bodegas de Busatex, se almacena en las bodegas de Nannytex. Si la mercadería viaja de forma marítima llega a la ciudad de Guayaquil, pero si es de forma terrestre el transporte se desembarca en el cantón Huaquillas; los clientes en el Ecuador realizan los pedidos y se despacha.



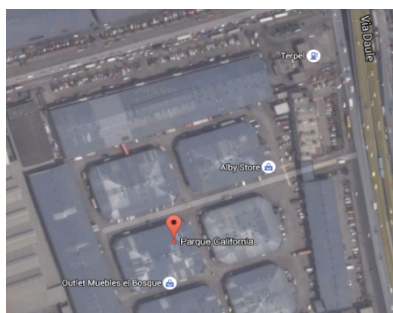
*Figura 22. Canal de Distribución*  
Elaborado: Autora

## 10. Análisis Operativo.

### 10.1 Localización y descripción de las instalaciones.

Para llevar a cabo este proyecto se necesita contar con instalaciones amplias y preferiblemente propias. Nannytex cuenta con dos establecimientos, uno en la ciudad de Guayaquil y el otro en el cantón Huaquillas, frontera con Perú.

En la ciudad de Guayaquil se cuenta con una bodega en Parque California Dos, ubicado en el km 12 vía Daule, en el corazón industrial de la ciudad, a tan solo 30 minutos del puerto marítimo (Google Maps, 2015)



*Figura 23. Ubicación de Parque California Dos*  
Fuente: Google Maps.



Y en el cantón Huaquillas la bodega se encuentra en la Avenida Machala y Santa Rosa, en el edificio Movistar (Google Maps, 2015)



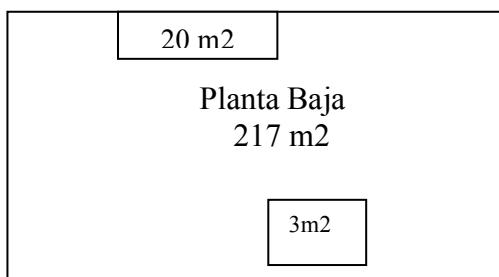
*Figura 24.* Ubicación de Bodega Huaquillas  
Fuente: Google Maps.

En el caso que la mercadería viaje de manera terrestre se desembarcara en Huaquillas, o si es de forma marítima sería en Guayaquil.

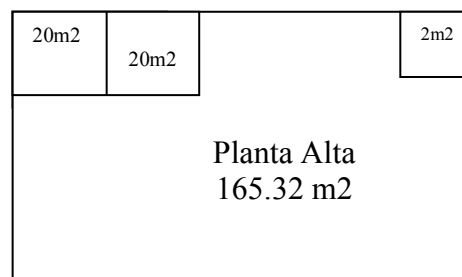
Cuando se importe carga suelta, el transporte de la mercadería se lo realizará vía terrestre. Este tipo de carga se da cuando el pedido es urgente y relativamente pequeño. En estos casos no se podrá llenar un contenedor de 20 pies (20'). Cuando se importe un contenedor completo el transporte se lo realizará vía marítima. En este último caso ayuda a obtener un menor costo.

## 10.2 Capacidad instalada.

### Guayaquil – Parque California Dos.



*Figura 25.* Planta Baja



*Figura 26.* Planta Alta

Tabla 16. Capacidad instalada Bodega Guayaquil

Nº	Área	Medidas
1	Oficina de Gerencia	20 m <sup>2</sup>
1	Show – Room	20m <sup>2</sup>
2	Sanitarios	5m <sup>2</sup>
1	Oficinas Administrativas	20m <sup>2</sup>
2	Bodegas	382.32 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>		447.32m <sup>2</sup>

Elaborado por: Autora

### Huaquillas – Edificio Movistar

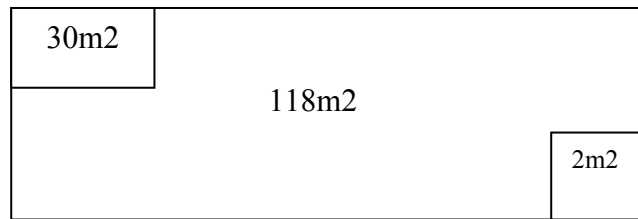


Figura 27. Bodega Huaquillas.

Tabla 17. Capacidad instalada Bodega Guayaquil

Nº	Área	Medidas
1	Oficinas Administrativas	30m <sup>2</sup>
1	Sanitario	2m <sup>2</sup>
1	Bodega	118 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>		150 m <sup>2</sup>

Elaborado por: Autora

### 10.3 Cadena de abastecimiento

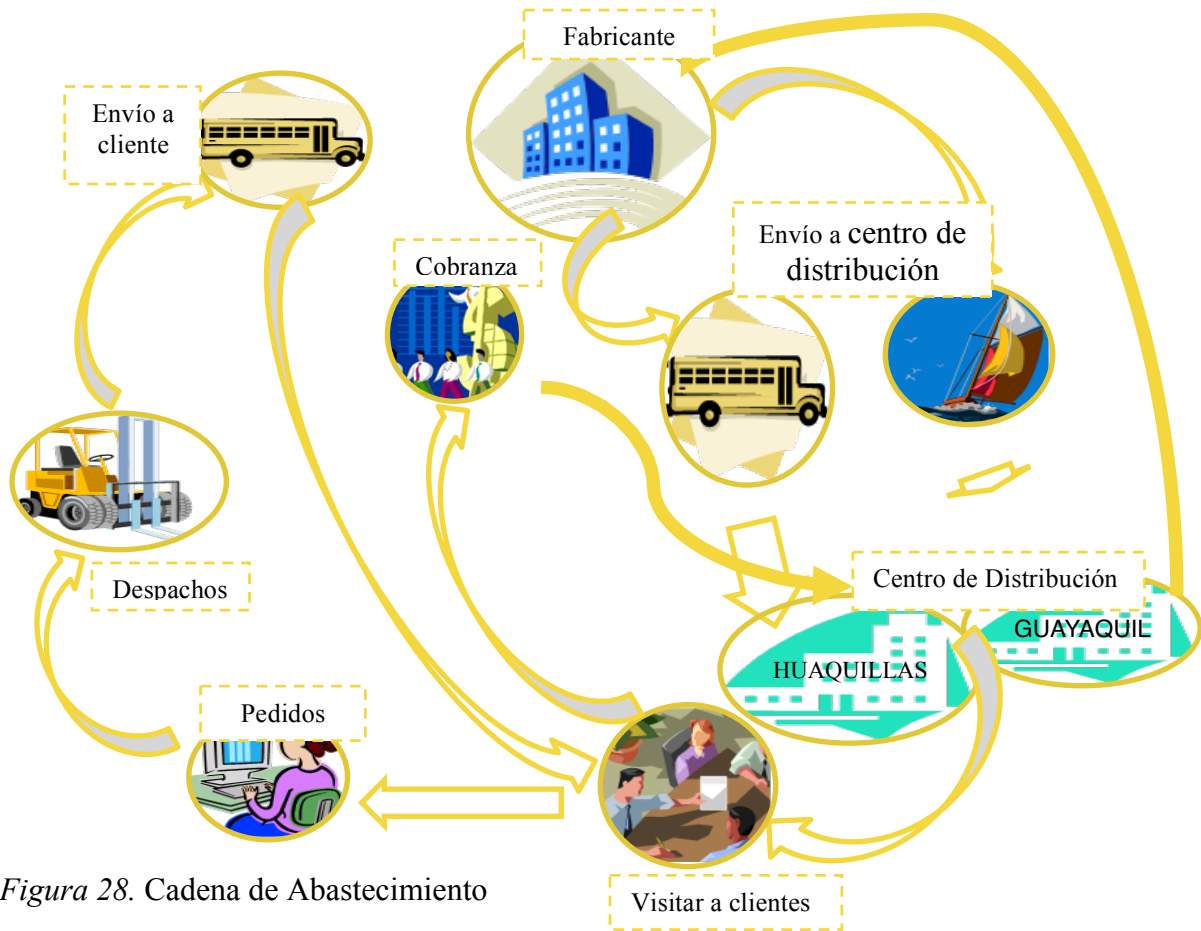


Figura 28. Cadena de Abastecimiento

### 10.4 Recursos Humanos.

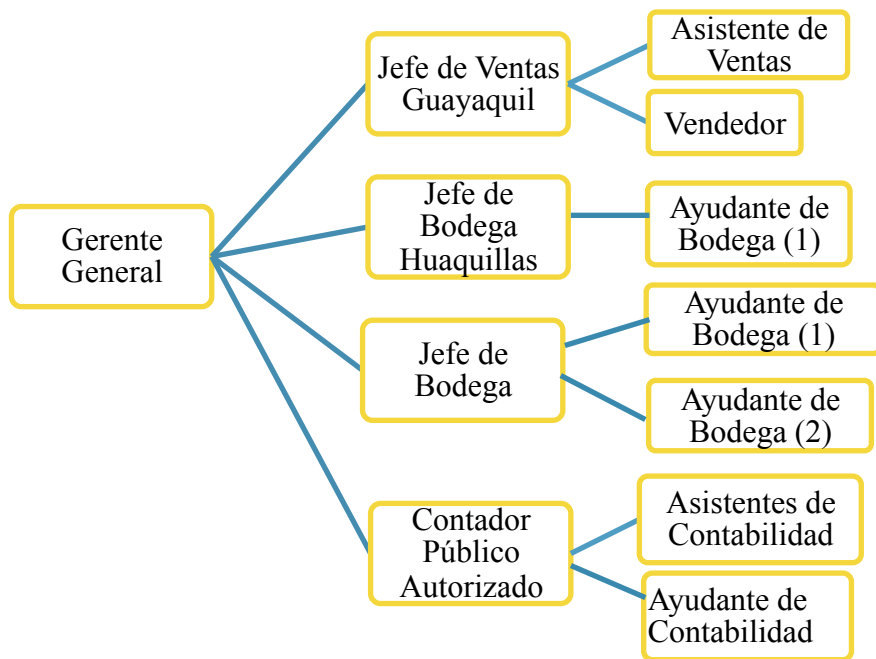


Figura 29. Organigrama

Con respecto a la estructura de recursos humanos de la empresa, se divide de tal modo:

- **Gerente General - Nanny Matute**

- Manejar las importaciones de la empresa.
- Dar seguimiento a la cartera de clientes.
- Visitar de manera personalizada a los clientes cuando se requiera.
- Estar atenta ante cualquier inconveniente que se presente.

- **Departamento de Ventas**

- ✓ **Jefe de Ventas**

- Recibir pedidos
- Revisar pedidos
- Facturar
- Coordinar rutas de venta con vendedor
- Cobrar

- ✓ **Asistente de Ventas (Huaquillas)**

- Receptar pedidos
- Revisar pedidos
- Facturar

- ✓ **Vendedor**

- Visitar clientes de acuerdo a la ruta establecida.
- Cubrir las ventas y cobros de la región costa.

- **Departamento de Bodega**

- ✓ **Jefe de Bodega**

- Responsable de la bodega.
- Verificar los despachos.
- Receptar los contenedores al momento que la importación llega a destino.

- Controlar a los ayudantes de bodega.
- Tomar inventario de bodega cada cuatro meses.

✓ **Ayudante 1.**

- Cortar la tela según los pedidos receptados.
- Mantener la bodega limpia y organizada.
- Embalar los bultos para realizar los despachos.

✓ **Ayudante 2**

- Cortar la tela según los pedidos receptados.
- Mantener la bodega limpia y organizada.
- Embalar los bultos para realizar los despachos.

✓ **Jefe de Bodega (Huaquillas)**

- Responsable de la bodega.
- Verificar los despachos.
- Receptar las cargas sueltas en bodega.
- Controlar a los ayudantes de bodega.
- Tomar inventario de bodega cada cuatro meses.

✓ **Ayudante 1 (Huaquillas)**

- Cortar la tela según los pedidos receptados.
- Mantener la bodega limpia y organizada.
- Embalar los bultos para realizar los despachos.

• **Departamento de Contabilidad**

✓ **Contador Público Autorizado (CPA).**

- Encargado de la contabilidad de la empresa.
- Realizar y presentar los estados financieros de la empresa a las entidades pertinentes, y por consiguiente a los dueños de la empresa.

✓ **Ayudante de Contabilidad**

- Organizar la información contable, tales como; facturas, retenciones, anexos, entre otros.
- Alimentar constantemente el sistema de contabilidad.

✓ **Asistente de Contabilidad (Huaquillas)**

- Organizar la información contable, tales como; facturas, retenciones, anexos, entre otros.
- Supervisar y controlar gastos de la bodega de Huaquillas.
- Realizar los pagos.

**11. Análisis Financiero**

**11.1 Estado de Resultados Projectado a Cinco Años.**

**ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO A 5 AÑOS**

<b>Años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
ventas		\$ 614,863.50	\$ 676,349.85	\$ 743,984.84	\$ 818,383.32	\$ 900,221.65
Costo de Ventas)		\$ 429,000.00	\$ 450,450.00	\$ 472,972.50	\$ 496,621.13	\$ 521,452.18
<b>ventas Netas</b>		<b>\$ 185,863.50</b>	<b>\$ 225,899.85</b>	<b>\$ 271,012.34</b>	<b>\$ 321,762.19</b>	<b>\$ 378,769.47</b>
<b>utilidad Bruta</b>		<b>\$ 185,863.50</b>	<b>\$ 225,899.85</b>	<b>\$ 271,012.34</b>	<b>\$ 321,762.19</b>	<b>\$ 378,769.47</b>
<b>Egresos o Costos</b>						
<b>gastos</b>		\$ 96,419.68	\$ 104,300.27	\$ 106,948.33	\$ 109,689.72	\$ 112,528.49
<b>total Egresos o Costos</b>		<b>\$ 96,419.68</b>	<b>\$ 104,300.27</b>	<b>\$ 106,948.33</b>	<b>\$ 109,689.72</b>	<b>\$ 112,528.49</b>
<b>AII</b>		<b>\$ 89,443.82</b>	<b>\$ 121,599.58</b>	<b>\$ 164,064.01</b>	<b>\$ 212,072.48</b>	<b>\$ 266,240.98</b>
<b>depreciación</b>		\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00
<b>intereses</b>		\$ 6,811.06	\$ 5,578.27	\$ 4,207.40	\$ 2,683.00	\$ 987.86
<b>AI</b>		<b>\$ 80,703.77</b>	<b>\$ 114,092.31</b>	<b>\$ 157,927.61</b>	<b>\$ 207,460.48</b>	<b>\$ 263,324.12</b>
participación de los Trabajadores	15%	\$ 12,105.56	\$ 17,113.85	\$ 23,689.14	\$ 31,119.07	\$ 39,498.62
mpuesto	22%	\$ 15,091.60	\$ 21,335.26	\$ 29,532.46	\$ 38,795.11	\$ 49,241.61
<b>utilidad neta</b>		<b>\$ 53,506.60</b>	<b>\$ 75,643.20</b>	<b>\$ 104,706.00</b>	<b>\$ 137,546.30</b>	<b>\$ 174,583.89</b>

## 11.2 Flujo de Caja Proyectado a Cinco Años.

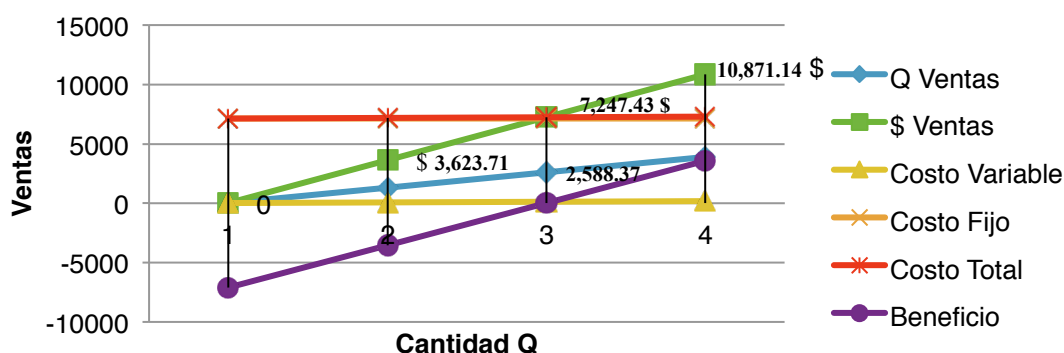
FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS						
Años	0	1	2	3	4	5
<b>Inversión Fija</b>	<b>-\$ 11,080.00</b>					
<b>UAI</b>		<b>\$ 80,703.77</b>	<b>\$ 114,092.31</b>	<b>\$ 157,927.61</b>	<b>\$ 207,460.48</b>	<b>\$ 263,324.12</b>
Participación de los Trabajadores		\$ 13,096.82	\$ 12,105.56	\$ 17,113.85	\$ 23,689.14	\$ 31,119.07
Impuesto		\$ 16,327.37	\$ 15,091.60	\$ 21,335.26	\$ 29,532.46	\$ 38,795.11
<b>Efectivo neto</b>		<b>\$ 51,279.58</b>	<b>\$ 86,895.14</b>	<b>\$ 119,478.50</b>	<b>\$ 154,238.88</b>	<b>\$ 193,409.94</b>
Depreciación		\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00
Inversión	\$ 50,000.00					
Préstamo	\$ 68,822.61					
Amortización		\$ 11,006.98	\$ 12,239.77	\$ 13,610.64	\$ 15,135.04	\$ 16,830.18
<b>Flujo Neto del Periodo</b>	<b>\$ 107,742.61</b>	<b>\$ 42,201.60</b>	<b>\$ 76,584.37</b>	<b>\$ 107,796.86</b>	<b>\$ 141,032.84</b>	<b>\$ 178,508.76</b>
<b>(+) Saldo Inicial</b>	<b>\$ 0.00</b>	\$ 107,742.61	\$ 149,944.21	\$ 226,528.58	\$ 334,325.44	\$ 475,358.28
<b>(=) Flujo Acumulado</b>	<b>\$ 107,742.61</b>	<b>\$ 149,944.21</b>	<b>\$ 226,528.58</b>	<b>\$ 334,325.44</b>	<b>\$ 475,358.28</b>	<b>\$ 653,867.04</b>

## 11.3 Análisis del Punto de Equilibrio

### Línea de Camisería

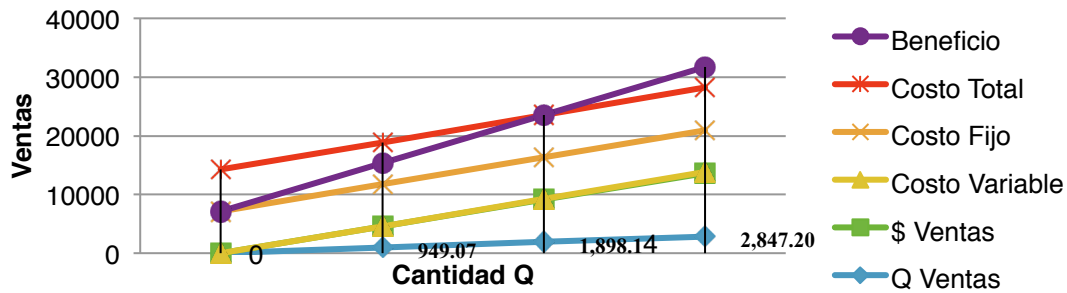
Datos para el gráfico				
Q Ventas	0	1,294.18	2,588.37	3,882.55
\$ Ventas	0	3,623.71 \$	7,247.43 \$	10,871.14 \$
Costo Variable	0	64.71 \$	129.42 \$	194.13 \$
Costo Fijo	7,118.01 \$	7,118.01 \$	7,118.01 \$	7,118.01 \$
Costo Total	7,118.01 \$	7,182.72 \$	7,247.43 \$	7,312.14 \$
Beneficio	- 7,118.01 \$	- 3,559.00 \$	- \$	3,559.00 \$

Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender al menos 2,588.37 metros de tela



## Línea de Pantalón

Datos para el gráfico				
Q Ventas	0	949.07	1,898.14	2,847.20
\$ Ventas	0	3,606.46 \$	7,212.91 \$	10,819.37 \$
Costo Variable	0	47.45 \$	94.91 \$	142.36 \$
Costo Fijo	7,118.01 \$	7,118.01 \$	7,118.01 \$	7,118.01 \$
Costo Total	7,118.01 \$	7,165.46 \$	7,212.91 \$	7,260.37 \$
Beneficio	- 7,118.01 \$	- 3,559.00 \$	- \$	3,559.00 \$
Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender al menos 1,898.14 metros de tela				



## 11.4 Análisis de Sensibilidad

### Análisis de Sensibilidad Escenario Bueno

Años	0	1	2	3	4	5
<b>Inversión Total</b>	<b>-\$ 118,822.61</b>					
<b>Ventas (precio*cantidad)</b>		\$ 645,606.68	\$ 710,167.34	\$ 781,184.08	\$ 859,302.48	\$ 945,232.7
<b>Costo de Ventas</b>		\$ 429,000.00	\$ 450,450.00	\$ 472,972.50	\$ 496,621.13	\$ 521,452.1
<b>Utilidad Bruta</b>		\$ 216,606.68	\$ 259,717.34	\$ 308,211.58	\$ 362,681.36	\$ 423,780.5
<b>Egresos o Costos</b>						
<b>Egresos</b>		\$ 96,419.68	\$ 104,300.27	\$ 106,948.33	\$ 109,689.72	\$ 112,528.4
<b>Total Egresos o Costos</b>		\$ 96,419.68	\$ 104,300.27	\$ 106,948.33	\$ 109,689.72	\$ 112,528.4
<b>Antes de Impuestos (AII)</b>		\$ 120,187.00	\$ 155,417.07	\$ 201,263.25	\$ 252,991.64	\$ 311,252.0
<b>Depreciación</b>		\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.0
<b>Intereses</b>		\$ 6,811.06	\$ 5,578.27	\$ 4,207.40	\$ 2,683.00	\$ 987.8
<b>Antes de Impuestos (AII)</b>		\$ 111,446.94	\$ 147,909.80	\$ 195,126.85	\$ 248,379.65	\$ 308,335.2
<b>Participación de los Trabajadores</b>		\$ 13,096.82	\$ 12,105.56	\$ 17,113.85	\$ 23,689.14	\$ 31,119.0
<b>Impuesto</b>		\$ 16,327.37	\$ 15,091.60	\$ 21,335.26	\$ 29,532.46	\$ 38,795.1
<b>Utilidad neta</b>		\$ 82,022.75	\$ 120,712.63	\$ 156,677.74	\$ 195,158.04	\$ 238,421.0
<b>Depreciación</b>		\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.0
<b>Amortización</b>		\$ 11,006.98	\$ 12,239.77	\$ 13,610.64	\$ 15,135.04	\$ 16,830.1
<b>Capital de trabajo</b>						\$ 11,492.6
<b>Flujo de Caja</b>	<b>-\$ 118,822.61</b>	<b>\$ 72,944.78</b>	<b>\$ 110,401.86</b>	<b>\$ 144,996.11</b>	<b>\$ 181,952.00</b>	<b>\$ 235,012.4</b>
<b>Saldo Periodo de Recuperación</b>	<b>-\$ 118,822.61</b>	<b>-\$ 45,877.83</b>	<b>\$ 64,524.03</b>			



<b>VAN</b>	\$ 325,124.97
<b>TIR</b>	86.39%
<b>TMAR</b>	16.50%
<b>PRI</b>	1.42

### Análisis de Sensibilidad Escenario Malo

Años	0	1	2	3	4	5
<b>Inversión Total</b>	<b>-\$ 118,822.61</b>					
<b>Ventas (precio*cantidad)</b>		\$ 584,120.33	\$ 642,532.36	\$ 706,785.59	\$ 777,464.15	\$ 855,210.57
<b>(-) Costo de Ventas</b>		\$ 429,000.00	\$ 450,450.00	\$ 472,972.50	\$ 496,621.13	\$ 521,452.18
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 155,120.33</b>	<b>\$ 192,082.36</b>	<b>\$ 233,813.09</b>	<b>\$ 280,843.03</b>	<b>\$ 333,758.39</b>
<b>Egresos o Costos</b>						
<b>Egresos</b>		\$ 96,419.68	\$ 104,300.27	\$ 106,948.33	\$ 109,689.72	\$ 112,528.49
<b>Total Egresos o Costos</b>		<b>\$ 96,419.68</b>	<b>\$ 104,300.27</b>	<b>\$ 106,948.33</b>	<b>\$ 109,689.72</b>	<b>\$ 112,528.49</b>
<b>UAII</b>		<b>\$ 58,700.65</b>	<b>\$ 87,782.08</b>	<b>\$ 126,864.77</b>	<b>\$ 171,153.31</b>	<b>\$ 221,229.90</b>
<b>Depreciación</b>		\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00
<b>Intereses</b>		\$ 6,811.06	\$ 5,578.27	\$ 4,207.40	\$ 2,683.00	\$ 987.86
<b>UAI</b>		<b>\$ 49,960.59</b>	<b>\$ 80,274.82</b>	<b>\$ 120,728.37</b>	<b>\$ 166,541.31</b>	<b>\$ 218,313.04</b>
Participación de los Trabajadores		\$ 13,096.82	\$ 12,105.56	\$ 17,113.85	\$ 23,689.14	\$ 31,119.07
Impuesto		\$ 16,327.37	\$ 15,091.60	\$ 21,335.26	\$ 29,532.46	\$ 38,795.11
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$ 20,536.40</b>	<b>\$ 53,077.65</b>	<b>\$ 82,279.26</b>	<b>\$ 113,319.71</b>	<b>\$ 148,398.86</b>
Depreciación		\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00	\$ 1,929.00
Amortización		\$ 11,006.98	\$ 12,239.77	\$ 13,610.64	\$ 15,135.04	\$ 16,830.18
Capital de trabajo						\$ 11,492.61
<b>Flujo de Caja</b>	<b>-\$ 118,822.61</b>	<b>\$ 11,458.43</b>	<b>\$ 42,766.88</b>	<b>\$ 70,597.62</b>	<b>\$ 100,113.67</b>	<b>\$ 144,990.28</b>
<b>Saldo Periodo de Recuperación</b>	<b>-\$ 118,822.61</b>	<b>-\$ 107,364.18</b>	<b>-\$ 64,597.30</b>			

VAN	89,084.36 \$
TIR	36.41%
TMAR	16.50%
PRI	3.51

### 11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.

<b>TIR</b>	71.18%
<b>VAN</b>	<b>\$232,361.48</b>
<b>Pay Back</b>	<b>1.62</b>
<b>TMAR</b>	16.50%
<b>IR</b>	2.96

## 12. Viabilidad del Proyecto

De acuerdo al mercado objetivo al que se pretende llegar con la línea de productos de algodón y mezclas de pimapoly se ha podido conocer que el proyecto que se pretende llevar a cabo tendría la acogida esperada. Esto se lo pudo constatar mediante la encuesta realizada a los 53 clientes actuales de la región costa de la empresa Nannytex. Como proyección de la demanda la empresa Nannytex indica que las ventas deben incrementar un 10% anual como base, es decir que para que se cumpla este requerimiento al menos se debe tener cinco nuevos clientes cada año. Por otro lado la oferta en este sector es alta ya que existen grandes importadores de tela pero que no solo se centran en unas cuantas líneas de tela sino que procuran cubrir la mayoría, como por ejemplo línea hogar, vestidora, de fiesta, moda, entre otras.

Luego de haber realizado el respectivo análisis de la oferta y demanda en el sector textil, empezamos a plantear los parámetros a seguir al realizar la alianza estratégica para de ese modo alcanzar las metas esperadas tales como, ofrecer la línea de camisería de algodón y tela de pantalón de pimapoly y algodón al menor precio del mercado. Para esto se pretende llegar al acuerdo con Busatex que toda la tela de camisa se facture a \$1.90 por metro y la tela de pantalón a \$2.50 cada metro. De este modo Nannytex podrá vender con un margen de ganancia del 40% y aun así se ofrecerá un precio muy competitivo tanto a confeccionistas, como almacenes de tela.

Según el análisis financiero realizado se llega a la conclusión que el proyecto cuenta con un valor actual neto de \$232,361.48. Al ser positivo este valor se indica que el proyecto es rentable, lo cual también se puede observar por la tasa interna de retorno de 71.78%, la cual es sumamente mayor a la tasa de descuento establecida de 16.50%. De acuerdo al periodo de recuperación se conoce que antes del cuarto año la inversión inicial será recuperada en su totalidad.

Por último se llega a la conclusión que el proyecto planteado tiene una viabilidad de negocio positiva, es decir que al momento de ser ejecutado se podrá obtener ganancias y a su vez ayudará a aumentar la rentabilidad de la empresa Nannytex S.A.

### 13. Referencias Bibliográficas

- Banco Central del Ecuador. (2014). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 27 de Junio de 2015, de <http://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Anuario/Anuario32/IndiceAnuario36.htm>
- Banco Central del Ecuador. (1 de Julio de 2015). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 22 de Julio de 2015, de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Camara de Comercio de Guayaquil. (Agosto de 2012). *Camara de Comercio de Guayaquil*. Recuperado el 26 de Junio de 2015, de <http://www.lacamara.org/website/images/boletines/2012%20agosto%20be%20ccg%20icg%202012%20ecuador%20avanza%20pero%20aun%20sigue%20entre%20los%20ultimos.pdf>
- Global Negotiator. (s.f.). *Global Negotiator*. Recuperado el 15 de Julio de 2015, de <http://www.globalnegotiator.com/files/modelo-contrato-alianza-estrategica-internacional-ejemplo.pdf>
- Google Maps. (2015). *Google Maps*. Recuperado el 5 de Julio de 2015, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Parque+California/@-2.0965108,-79.9364422,191m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x902d0d41610e4b75:0xe447ae6fd6869fd5?hl=es>
- Google Maps. (2015). *Google Maps*. Recuperado el 4 de Julio de 2015, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Cant%C3%B3n+Huaquillas/@-3.4813157,-80.2308048,16z/data=!4m2!3m1!1s0x90339bb1c72e8bd5:0xe5cddac1d5ed359e?hl=es>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (marzo de 2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)*. Recuperado el 27 de Junio de 2015, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion\\_Empleo\\_Marzo\\_2015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion_Empleo_Marzo_2015.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2007). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)*. Recuperado el 27 de Junio de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/produccion-industrial/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)*. Recuperado el 27 de Junio de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)*. Recuperado el 27 de Junio de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)*. Recuperado el 26 de Junio de 2015, de [http://www.inec.gob.ec/Enighur\\_/Analisis\\_ENIGHUR%202011-2012\\_rev.pdf](http://www.inec.gob.ec/Enighur_/Analisis_ENIGHUR%202011-2012_rev.pdf)
- Secretaría tencina del COMEX. (6 de Marzo de 2015). *Ministerio de Comercio Exterior*. Recuperado el 20 de Junio de 2015, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Resoluci%C3%B3n-010-2015.pdf>
- Superintendencia de Compañías y Valores. (2015). *Superintendencia de Compañías y Valores*. Recuperado el 27 de Junio de 2015, de <http://www.supercias.gob.ec/portaldocumentos/>

## 14. Anexos

### 14.1 Ejemplo de Contrato de alianza estratégica internacional

FECHA:.....

DE UNA PARTE,

..... [denominación social de la empresa], con domicilio en  
..... [dirección, ciudad y país] y número de identificación/registro fiscal  
....., representada por .....  
[nombre y apellidos, cargo](en adelante, "Empresa A"),

Y DE OTRA,..... [denominación social de la empresa], con domicilio social  
en ..... [dirección, ciudad y país] y número de identificación/registro fis-  
cal..... ,representada por ..... [nombre y apellidos,  
cargo](en adelante, "Empresa B").

Ambas Partes se reconocen expresa y recíprocamente capacidad legal suficiente para  
otorgar el presente Contrato de Alianza Estratégica y manifiestan que:

I.La Empresa A es una sociedad de nacionalidad..... presente en ..... [Indicar  
países] que cuenta con amplia experiencia en el sector de..... y cuya actividad  
principal es.....

II.La Empresa B es una sociedad de nacionalidad..... presente en..... [Indicar  
países] que cuenta con amplia experiencia en el sector de..... y cuya actividad  
principal es.....

III.Las Partes creen que pueden lograr beneficios mutuos mediante el trabajo conjunto y  
han acordado establecer una Alianza Estratégica (la "Alianza") en el área de.....  
[Especificar] bajo los términos que se establecen en este Contrato.2

1.1 Las Partes acuerdan establecer una Alianza cuyos objetivos primordiales son [especificar los objetivos esenciales; los siguientes son algunos ejemplos]:

1.1.1 Explorar diferentes sinergias que puedan obtenerse mediante el trabajo conjunto, especialmente en el campo de..... [Especificar].

1.1.2 Llevar a cabo proyectos conjuntos de investigación en el campo de..... [Especificar] y considerar la explotación conjunta de cualquier tecnología o producto resultante de la investigación conjunta.

1.1.3 Poner el conocimiento técnico de la Empresa A en el campo de..... [Especificar] a disposición de la Empresa B para de esta forma llevar a cabo una actividad de..... [Describir].

1.1.4 De manera general, explorar acuerdos comerciales que sean mutuamente beneficiosos para las Partes.

1.2 Cada una de las Partes reconoce que el éxito de la Alianza requerirá de una relación cooperativa de trabajo basada en la buena comunicación y en el trabajo en equipo, en todos los niveles.

1.3 Alternativa A [cuando no se incluye un Plan de Acción de la Alianza como Anexo del Contrato].

Las Partes confirman su intención de establecer y desarrollar la Alianza de acuerdo a los principios establecidos en este Contrato con miras a lograr el éxito de la Alianza en beneficio mutuo.

Alternativa B [cuando se incluye un Plan de Acción de la Alianza como Anexo del Contrato].

Las Partes confirman su intención de establecer y desarrollar la Alianza de acuerdo a los principios establecidos en este Contrato con miras a lograr el éxito de la Alianza, inclu-

yendo los logros y otras metas señaladas en el Plan de Acción que se incluye como Anexo 1 de este Contrato.

## ARTÍCULO 2. ÁMBITO GEOGRÁFICO

Alternativa A.

El ámbito geográfico de la Alianza se centrará en todo el territorio de..... [Insertar país o países].

Alternativa B

El ámbito geográfico de la Alianza se centrará inicialmente en todo el territorio de..... [Insertar país o países] y en una segunda fase en el ámbito geográfico de..... [Insertar país o países]. (Global Negotiator)



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
SOCIEDADES**



**NUMERO RUC:** 0992450789001  
**RAZON SOCIAL:** NANNYTEX S.A. NANNYTEX

**ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:**

<b>No. ESTABLECIMIENTO:</b> 001	<b>ESTADO</b> ABIERTO MATRIZ	<b>FEC. INICIO ACT.</b> 10/04/2006
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b> NANNYTEX		<b>FEC. CIERRE:</b>
		<b>FEC. REINICIO:</b>

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS:**

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES  
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRENDAS DE VESTIR

**DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:**

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: ROCAFUERTE Calle: LUQUE Número: 641 Intersección: GARCIA AVILES  
Referencia: FRENTE A LA DISTRIBUIDORA FERCHED Telefono Trabajo: 042515982 Telefono Trabajo: 042515979 Email:  
nannytex@hotmail.com

<b>No. ESTABLECIMIENTO:</b> 002	<b>ESTADO</b> ABIERTO	<b>FEC. INICIO ACT.</b> 30/05/2006
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b> NANNYTEX		<b>FEC. CIERRE:</b>
		<b>FEC. REINICIO:</b>

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS:**

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES  
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRENDAS DE VESTIR

**DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:**

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: ROCAFUERTE Calle: CHIMBORAZO Número: 326 Intersección: AGUIRRE  
Referencia: JUNTO AL RESTAURANTE UNITRES Telefono Trabajo: 042320979 Telefono Trabajo: 042519836 Email:  
nannytex@hotmail.com

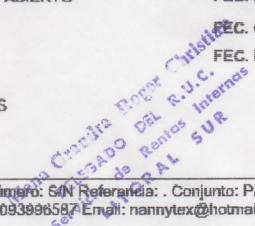
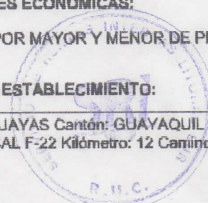
<b>No. ESTABLECIMIENTO:</b> 003	<b>ESTADO</b> ABIERTO	<b>FEC. INICIO ACT.</b> 21/07/2011
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b> NANNYTEX		<b>FEC. CIERRE:</b>
		<b>FEC. REINICIO:</b>

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS:**

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES

**DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:**

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: TARQUI Número: SIN Referencia: . Conjunto: PARQUE CALIFORNIA DOS  
Oficina: LOCAL F-22 Kilómetro: 12 Camino: VIA DAULE Celular: 093896597 Email: nannytex@hotmail.com



*[Handwritten Signature]*

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

*[Handwritten Signature]*

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

**Usuario:** RCMENA **Lugar de emisión:** GUAYAQUIL/AV. FRANCISCO **Fecha y hora:** 22/07/2011 10:00:14





**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
SOCIEDADES**



**NUMERO RUC:** 0992450789001  
**RAZON SOCIAL:** NANNYTEX S.A. NANNYTEX  
**NOMBRE COMERCIAL:** NANNYTEX  
**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS  
**REPRESENTANTE LEGAL:** MATUTE OCHOA NANNY ELIZABETH  
**CONTADOR:** MERCHAN SANCHEZ OMAR WILFRIDO

<b>FEC. INICIO ACTIVIDADES:</b>	10/04/2006	<b>FEC. CONSTITUCION:</b>	10/04/2006
<b>FEC. INSCRIPCION:</b>	21/04/2006	<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	22/07/2011

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**  
 VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**  
 Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: ROCAFUERTE Calle: LUQUE Número: 641 Intersección: GARCIA AVILES Referencia ubicación: FRENTE A LA DISTRIBUIDORA FERCHED Telefono Trabajo: 042515382 Telefono Trabajo: 042515379 Email: nannytex@hotmail.com  
**DOMICILIO ESPECIAL:**

- OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**
- \* ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
  - \* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
  - \* DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
  - \* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
  - \* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:</b>	del 001 al 003	<b>ABIERTOS:</b>	3
<b>JURISDICCION:</b>	\ REGIONAL LITORAL SUR\ GUAYAS	<b>CERRADOS:</b>	0



Mena Gabriela Lopez Christian  
 DELEGADO DEL R.U.C.  
 Servicio de Rentas Internas  
 LITORAL SUR

*Mateo*  
 FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

*[Signature]*  
 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: RCMENA Lugar de emisión: GUAYAQUIL/AV. FRANCISCO Fecha y hora: 22/07/2011 10:00:14

RUC: 0992450789001	Razón Social: NANNYTEX S.A. NANNYTEX
Detalle de Subpartidas	

Codigo de Subpartida	Nombre
1	5209.31.00 - - De ligamento tafetán
2	5210.59.00 - - Los demás tejidos
3	5211.39.00 - - Los demás tejidos
4	5407.42.00 - - Teñidos
5	5407.52.00 - - Teñidos
6	5407.54.00 - - Estampados
7	5407.61.00 - - Con un contenido de filamentos de poliéster sin texturar superior o igual al 85% en peso
8	5407.72.00 - - Teñidos
9	5407.73.00 - - Con hilados de distintos colores
10	5407.81.00 - - Crudos o blanqueados
11	5407.84.00 - - Estampados
12	5513.21.00 - - De fibras discontinuas de poliéster, de ligamento tafetán
13	5514.21.00 - - De fibras discontinuas de poliéster, de ligamento tafetán
14	5514.22.00 - - De fibras discontinuas de poliéster, de ligamento sarga, incluido el cruzado, de curso inferior o igual a 4
15	5515.11.00 - - Mezcladas exclusiva o principalmente con fibras discontinuas de rayón viscosa
16	5515.12.00 - - Mezcladas exclusiva o principalmente con filamentos sintéticos o artificiales
17	5603.94.00 - - De peso superior a 150 g/m2
18	5801.36.00 - - Tejidos de chenilla
19	5810.92.00 - - De fibras sintéticas o artificiales
20	6303.19.90 - - - Las demás

ENCUESTA PARA EL PROYECTO DE ALIANZA ESTRATEGICA CON EMPRESA PERUANA BUSATEX S.A. PARA COMERCIALIZAR TEXTILES DE ALGODÓN Y MEZCLAS DE PIMAPOLY EN ECUADOR.

El objetivo de la encuesta es obtener mayor información acerca de las preferencias de los clientes al elegir una tela de la línea de camisería y/o pantalonería, y también conocer si estarían dispuestos a comprar esta línea de telas realizadas 100% en algodón peruano y de mezclas de poliéster y algodón (pimapoly).

Fecha:

Ciudad:

Provincia:

Empresa:

Clasificación de la empresa (Indicar si es pequeña, mediana o grande):

Nombre:

Cargo en la empresa:

1. ¿Dentro de que categoría se clasifica su negocio?

- Confeccionista
- Almacén de telas

2. ¿Compra usted línea de camisería de algodón y línea de telas de pantalón en algodón y mezclas pimapoly?

- SI
- No

3. Si la respuesta de la pregunta anterior es positiva, indicar el nombre del establecimiento al que le compra el producto. \_\_\_\_\_

4. ¿Con que frecuencia compra usted esta línea de telas?

- Mensual
- Cada 3 meses
- Cada 6 meses
- Anualmente
- Otros

5. ¿Quién normalmente decide la compra?

- Usted
- Esposa/o
- Asistente de compras
- Administrador/a de almacén
- Otros

6. ¿En que se basa al momento de comprar la línea de camisería de algodón y línea de telas de pantalón en algodón y mezclas pimapoly?

	Muy importante	Mas o Menos	Menos importante
Calidad			
Precio			
Diseño			

7. ¿Estaría dispuesto a comprar línea de camisería y de pantalón de 100% algodón peruano?

- Si
- No

8. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por metro la línea de camisería de algodón peruano?

- 3.00 – 3.50
- 3.50 – 4.00

9. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por metro en la línea de telas de pantalón en algodón y mezclas pimapoly?

- 4.50 – 5.00
- 3.70 – 4.50
- 3.00- 3.70

10. ¿Qué diseños prefiere en la línea de camisería? Califique según su escala de preferencia del 1 al 3. Dónde: 1 Me gusta mucho – 2 Me gusta – 3 No me gusta nada

Rayas	
Cuadros	
Llanos	

10. ¿Qué diseños prefiere en la línea de pantalón? Califique según su escala de importancia del 1 al 3. Dónde: 1 Me gusta mucho – 2 Me gusta – 3 No me gusta nada

Rayas	
Cuadros	
Llanos	