



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE ROPA FEMENINA DESDE FRANCIA A ECUADOR POR LA EMPRESA EMPORIUM

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría

Línea de Investigación:

Finanzas, Auditoría y/o Contabilidad Empresarial

Autor:

PAREDES MORALES KEVIN ALEXIS

Director:

PhD. FLORES TAPIA CARLOS ERNESTO

Ambato – Ecuador

Enero 2019

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE ROPA FEMENINA
DESDE FRANCIA A ECUADOR POR LA EMPRESA EMPORIUM**

Línea de Investigación:

Finanzas, Auditoría y/o Contabilidad Empresarial

Autor:

KEVIN ALEXIS PAREDES MORALES

Carlos Ernesto Flores Tapia, PhD.

f.

CALIFICADOR

29/10/2020


Hernán Paúl Ortiz Coloma, Mg.

f.

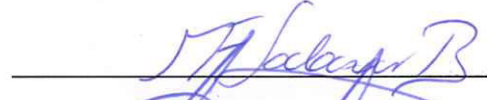
CALIFICADOR



María Fernanda Salazar Bonilla, Mg.

f.

CALIFICADOR



Christian Andrés Barragán Ramírez, Mg.

f.

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



Hugo Rogelio Altamirano Villaroel, Dr.

f.

SECRETARIO GENERAL PUCESA


Pontificia Universidad Católica del Ecuador
SECRETARÍA GENERAL PROCURADURÍA

Ambato – Ecuador

Enero 2020



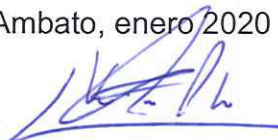
BIBLIOTECA

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: **KEVIN ALEXIS PAREDES MORALES**, con **CC. 180355157-9**, autor del trabajo de graduación intitulado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE ROPA FEMENINA DESDE FRANCIA A ECUADOR POR LA EMPRESA EMPORIUM", previa a la obtención del título profesional de **Ingeniero en Contabilidad y Auditoría**, en la escuela de **Administración de Empresa**.

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 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 Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad

Ambato, enero 2020



KEVIN ALEXIS PAREDES MORALES

CC. 180355157-9



BIBLIOTECA

AGRADECIMIENTO

Si los ladrillos no están bien hechos, las paredes se caen. Lo que he construido a lo largo de mi carrera Universitaria es una pared enorme.

Mi agradecimiento en primer lugar a Dios quien supo darme sabiduría y entendimiento en mi camino académico para alcanzar mis metas; mis padres Guillermo y Graciela quienes fueron mi inspiración y ejemplo a seguir dándome los mejores consejos y a mi hermano Christian con quien siempre he podido contado.

De igual manera mi gratitud a mis grandes amigos y a todas las personas que fueron parte de mi vida en esta etapa y que con tanta gentileza pusieron a mi disposición sus conocimientos.

Finalmente a mi tutor Ing. Flores Carlos por su guía y por sus sabios y oportunos consejos

DEDICATORIA

El esfuerzo de la presente investigación lo dedico a Dios quien siempre ha llenado mi vida de bendiciones y mi eterno agradecimiento por haberme entregado una gran familia y una gran mujer, con los cuales he podido contar incondicionalmente son ellos mi eterna inspiración, mis padres y mi hermano han hecho de mi la persona en la que me he podido convertir.

Sin ustedes esta meta no sería posible

De todo corazón.

Kevin Alexis Paredes Morales

Resumen

Actualmente el comercio de prendas de vestir, se ha visto beneficiado por la globalización, lo cual ha permitido ofrecer al consumidor una amplia gama en variedad y estilos, provoca mayor competitividad para las empresas dedicadas al comercio, esto ha llevado a la iniciativa de importar prendas de vestir desde Francia a Ecuador; con el propósito de diversificar los productos existentes en el mercado. De lo antes mencionado nace la presente investigación, cuyo fundamento metodológico es cualitativo, permite conocer los requerimientos y necesidades del usuario, elabora una propuesta que permitió hacer un estudio de factibilidad y evaluación económica, para la importación de ropa femenina además de la implementación de la imagen organizacional, proyecto de pre factibilidad y su organigrama estructural, mediante la aplicación de encuestas se recolectó información del consumidor actual y de los futuros clientes beneficiarios, se realizó el estudio financiero del proyecto, evaluación económica, desarrollo del programa de importación y estrategias de importación. La presente investigación brinda un estudio de factibilidad actual y los resultados con el proceso de importación de ropa desde Francia a Ecuador, de igual manera se indican recomendaciones que beneficiarían a la aplicación del proyecto.

Palabras clave: importación, prefactibilidad, estrategias, evaluación, icoterms.

Abstract

In the present day, the clothing trade benefits from globalization. Consumers are offered a wide range of variety and styles, leading to greater competitiveness for companies engaged in this trade. This has led to the initiative of importing clothing from France to Ecuador so as to diversify the products available in the market. In light of this situation, this study was developed using qualitative methodology. This made it possible to know the user's requirements and prepare a proposal to do a feasibility study and economic evaluation for the importation of women's clothing in addition to the implementation of the organizational image, pre-feasibility project and its structural organization chart. Data was collected through the application of surveys from the current consumer and future beneficiary clients. A financial study was then carried out along with an economic evaluation and the development of an importation program and importing strategies. This study provides an up to date feasibility study and the results with the process of importing clothing from France to Ecuador. It also offers detailed recommendations that would be beneficial to the implementation of this project.

Keywords: importation, pre-feasibility, strategies, evaluation, icoterms

INDICE GENERAL

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
Resumen	vi
INDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I.....	7
ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA.....	7
1.1. Estado del arte.....	7
1.2. Estudio de factibilidad	9
1.2.1. Estudio de mercado	9
1.2.2. Estudio técnico	10
1.2.3. Tamaño del proyecto.....	10
1.2.4. Localización	10
1.2.5. Proceso de producción.....	11
1.3. Estudio administrativo.....	11
1.3.1. Organigrama estructural.....	11
1.3.2. Organigrama funcional	11

1.3.3.	Manual de los puestos de trabajo	12
1.3.4.	Requerimientos legales.....	12
1.3.5.	Estudio económico y financiero.....	12
1.3.6.	Inversiones fijas, derivadas y capital de trabajo	12
1.3.7.	Costos fijos y variables.....	13
1.3.8.	Gastos administrativos, ventas y financieros	13
1.3.9.	Cálculo de depreciaciones	14
1.3.10.	Ingresos operativos	14
1.3.11.	Ingresos no operativos	14
1.3.12.	Cálculo del punto de equilibrio	15
1.4.	Importaciones	15
1.4.1.	Importación de textiles	16
1.4.2.	Proceso de importación de textiles	16
1.4.3.	Requisitos para la importación de textiles	17
1.4.4.	Ropa importada en el Ecuador.....	18
1.4.5.	Requisitos normativos comerciales.....	19
1.4.6.	Importadores a Nivel Mundial de productos Textiles.....	20
3	CAPÍTULO III.....	22
	DISEÑO METODOLÓGICO	22
3.1	Tipo de Investigación y Enfoque de investigación	22
3.1.1	Investigación Bibliográfica.....	22
3.1.2	Investigación de campo.....	23
3.1.3	Investigación Exploratorio	23
3.2	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación.....	24
3.2.1	Métodos	24

3.2.2	Técnicas.....	24
3.2.3	Instrumentos	24
3.3	Población y muestra	25
3.3.1	Población	25
3.3.2	Muestra	25
4	CAPITULO III.....	27
	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
4.1	Análisis e Interpretación de la encuesta	27
4.2	Registro de Observación	39
4.3	Título de la propuesta	44
4.3.2	Desarrollo da la propuesta de negocio de importación.	46
4.3.3	Estudio Económico - Financiero.....	62
4.3.4	Evaluación Financiera	70
4.4	Conclusiones	77
4.5	Recomendaciones	78
5	Bibliografía.....	79
6	Anexos.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Población.....	25
Tabla N° 2: Registro de observación.....	40
Tabla N° 3: FODA	43
Tabla N° 4: Cálculo de la demanda.....	54
Tabla N° 5: Demanda actual y proyectada.....	55
Tabla N° 6: Oferta actual y proyectada	56
Tabla N° 7: Demanda potencial insatisfecha (DPI)	56
Tabla N° 8: Número de prendas a importar en un periodo.....	57
Tabla N° 9: Tipos de prendas más demandadas	58
Tabla N° 10: Tallas de ropas.....	58
Tabla N° 11: Plan de Inversión.....	62
Tabla N° 12: Tabla de Costos	63
Tabla N° 13: Gastos administrativos	64
Tabla N° 14: Depreciación de muebles y enseres	65
Tabla N° 15: Depreciación de equipos de oficina.....	65
Tabla N° 16: Precio	66
Tabla N° 17: Punto de equilibrio.....	67
Tabla N° 18: Flujo de caja	69
Tabla N° 19: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	70
Tabla N° 20: Valor Actual Neto.....	71
Tabla N° 21: Tasa Interna de Retorno.....	72
Tabla N° 22: Estrategias de importación	75
Tabla N° 23: Cronograma de importación	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Procesos de importación	17
Gráfico N° 2: Requisitos normativos	18
Gráfico N° 3: Especificaciones en la etiqueta técnica.....	19
Gráfico N° 4: Requisitos normativos comerciales	19
Gráfico N° 5: Gustos y preferencias del consumidor	27
Gráfico N° 6 Tipos de prendas con mayor demanda	28
Gráfico N° 7: Demanda de ropa importada de Francia.....	29
Gráfico N° 8: Precio dispuesto a pagar por los clientes potenciales.....	30
Gráfico N° 9: Frecuencia de Compra.....	31
Gráfico N° 10: Número de prendas compradas anualmente	32
Gráfico N° 11: Lugares para compra de prendas de vestir	33
Gráfico N° 12: Lugares que ofrecen ropa importada de Francia.....	34
Gráfico N° 13: Tallas de ropa.....	35
Gráfico N° 14: Preferencia entre Calidad vs. Precio	36
Gráfico N° 15: Reconocimiento de la empresa	37
Gráfico N° 16: Canales de distribución	38
Gráfico N° 17: Infraestructura de la empresa	41
Gráfico N° 18: Estrategia de importación.....	41
Gráfico N° 19: Infraestructura de la empresa.....	42
Gráfico N° 20: Estrategias de importación	42
Gráfico N° 21: Organigrama	49
Gráfico N° 22: Punto de Equilibrio	68

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ubicación de la Empresa.....	45
Ilustración 2: Logo de la empresa	46
Ilustración 3: Producto buzos.....	59
Ilustración 4: Productos camisetas	59
Ilustración 5: Programa de importación	61

INTRODUCCIÓN

Los países que dieron inicio a la denominada tendencia “Ecofashion”, son Alemania, Japón, Estados Unidos y Reino Unido, los mismos que al pasar el tiempo han desarrollado alternativas novedosas como son el reciclaje de retazos para las prendas de vestir, para después transformarlas en nuevas prendas. Además, se han creado iniciativas como: Upcycling, el foro de Moda Ética Latinoamericana, el Filtrada International, este último como un sello de certificación de comercio justo (Follos, 2014).

Las grandes capitales de la moda, también han establecido diferentes estrategias, las que han afianzado la identidad de marcas reconocidas mediante el desarrollo de nuevas líneas dentro de sus productos. Tal es el caso de Evrnu, Fabscrap, Etology, Wereable Collections, Zero Waste Daiel, Ecotec, Trm Tab. Son marcas que comparten un mismo propósito de innovar la moda a partir residuos textiles (Slow Fashion Next, 2017).

En Latinoamérica, países como Colombia y Guatemala, se han convertido en referentes de innovación en la industria textil, cuenta con posicionamiento en los mercados a nivel internacional mediante la inversión en tecnología, así como la capacitación constante del talento humano (Portocarrero Lacayo, 2010).

Mientras que, Ecuador a través de los años ha crecido en el ámbito artesanal, con cualidades variadas, fragmentadas e importantes para la manufactura, el sector textil, influye en el crecimiento económico del país tiene como resultado el decremento de la demanda por la economía, uno de los principales problemas dentro de la industria textil son los precios elevados de la materia prima, los servicios, la mano de obra e incluso el desempleo de colaboradores y cierre de las industria ecuatorianas (Tejada, 2014).

En este contexto; según los datos compartidos por el INEC (2019), muestran que en el Ecuador existen aproximadamente 11.006 empresas relacionadas al ámbito textil, y otras 31.983 vinculadas a actividades complementarias dentro del sector textil. Su aportación al PIB registrado en el año 2015 es del 15.87%, lo que lo convierte en uno de los sectores generadores de economía; sin embargo “368 millones de dólares al año que se importa textil” (BCE, 2018); las importaciones generan al estado salvaguardias que hacen que los costos de las prendas se eleven y generen ingresos a la caja fiscal.

Dentro de lo anterior; el arancel integrado de importaciones está compuesto por veintidós secciones, noventa y ocho capítulos; en los que se encuentran integrados por diferentes mercancías mediante a la codificación del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, el cual se encuentra estructurado por: “los dos primeros dígitos corresponden al capítulo, el tercer y cuarto dígito corresponden a la partida, cada partida se subdivide en otros dos dígitos que son el quinto y sexto, esta subdivisión se denomina subpartida, forma así un código de 6 dígitos” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015), para este análisis se detallara de mejor manera el capítulo 61 donde se encuentra información sobre como importar “Prendas y complementos (accesorios), de vestir” donde se encuentran clasificadas las principales mercancías textiles producidas, importadas y comercializadas para Ecuador.

El acuerdo comercial pactado entre Ecuador y la Unión Europea, promueve una reducción gradual de aranceles para Ecuador y para la Unión Europea, abre la comercialización de bienes y servicios con menor aranceles dentro del marco legal y estable, lo cual permitirá un mayor número de emprendedores que realicen sus actividades económicas en materia del comercio de productos importados. Esto es lo que traerá crecimiento económico, empleos, un desarrollo sostenible y un mejoramiento en la calidad de vida de todos (Van, 2017).

A nivel local, en la provincia de Tungurahua, según datos de Pro Ecuador (2012), existen alrededor de 397 talleres dedicados a la actividad textil, los cuales se encuentran localizados principalmente en ciudades como Ambato, Mocha, Pelileo, y Quero. No obstante, son escasas las empresas que han implementado en sus actividades; la innovación de producto a partir de prendas de vestir Importadas, no existen tiendas en la que se oferten variedad de ropa exclusiva para damas realizados por diseñadores.

Problema

El problema central identificado en la empresa EMPORIUM es que, existe una disminución acentuada en las ventas de la empresa, esto generado por las escasas estrategias que posee la empresa para la importación y venta de ropa femenina, lo cual genera que afecte a la rentabilidad total de la empresa.

Otro de los problemas identificados es que posee catálogos desactualizados fuera de tendencia de la moda, lo que genera una pérdida de clientes; además que nuevos competidores importan ropa femenina de marca reconocidas mundialmente; en lo global, que afectan técnicamente a la organización.

Los consumidores son difíciles de convencer y concretar una compra, puesto que existen marcas y empresas nacionales que realizan copias a mejores costos; lo cual primero no es ético y se convierte en competencia desleal, además que existe una gran cantidad de productos sustitutos y de ropa importada de distintos países; todo esto afecta a las ventas que se han disminuido y que generan conflictos internos y la toma de decisiones inadecuadas, que ponen en peligro a toda la organización.

Planteamiento de problema

¿Cuán factible es importar ropa de dama desde Francia a Ecuador para la empresa EMPORIUM de la ciudad de Ambato?

Objetivo general

Determinar la factibilidad para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador por la empresa EMPORIUM en el cantón Ambato.

Objetivo específicos

- Fundamentar teóricamente los principales aspectos del comercio exterior.
- Diagnosticar las capacidades de la empresa EMPORIUM para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador.
- Elaborar estrategias de importación, para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador para la empresa EMPORIUM.

Metodología

Debido al tipo de proyecto, se presenta un enfoque mixto, es tanto cualitativo, como cuantitativo; el primero porque detalla y contextualiza todo lo referente al tema de estudio, sin la utilización de estadísticos; mientras que el enfoque cuantitativo, trabaja en función de estadísticos y datos numéricos recolectados del campo (Fernández, 2012).

La modalidades de la investigación es bibliográfica o documental y de campo; dentro del estudio de campo se aplica como técnicas la encuesta

para el estudio de mercado, que se aplica a la Población Económicamente Activa (PEA) de mujeres del cantón Ambato y una lista de verificación para saber el estado actual y diagnosticar las capacidades de la empresa; con lo cual se pretende conocer cuál es la factibilidad para que la empresa EMPORIUM pueda importar prendas de vestir femenina desde Francia para satisfacer la demanda.

Justificación

La investigación es importante, porque busca alternativas generadoras de ingresos, además que ayuda a mejorar los procesos de ventas de la empresa, dado que se va a considerar una tienda de ropa importada desde Francia para mujeres, lo cual va a permitir que la empresa tenga un posicionamiento en el mercado a nivel local y nacional.

La necesidad que tiene la empresa para ampliar su capacidad de importación desde nuevos mercados con el fin de alcanzar mejores niveles de eficiencia y eficacia en la empresa. Es Francia una alternativa de importación, ha incrementado sus niveles de ventas de productos a Ecuador con una alza del 0,6% en el año 2018 (OEC, 2018), Francia responde a un nuevo mercado para la empresa EMPORIUM.

Es de utilidad, puesto que la investigación pretende resolver la disminución de las ventas en la empresa; y a más de ello generar una propuesta para importar prendas desde Francia que sirva de base para ampliar las actividades de la empresa también a otros mercados. En el mismo contexto, su utilidad es mejorar los procesos administrativos para importación, puesto que permite gestionar mejor y adecuadamente la comercialización de la empresa ofrece una variedad de productos importados. Por lo general este tipo de empresas no cuentan con un proceso definido para procesos de importación, menos aún desde Francia.

Los beneficios de la investigación, están relacionados a la solución del problema; al mejorar la comercialización de prenda de vestir femenina importados desde Francia a Ecuador por la empresa EMPORIUM; con la calidad de productos y servicios, los niveles de rentabilidad, así como mejorar la competitividad empresarial; por ello los beneficios son tanto para los clientes internos, como también los externos.

Por ello, es necesario elaborar estrategias de importación para la presente investigación que se implementa con la finalidad de diferenciarse de la competencia.

CAPÍTULO I

ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

1.1. Estado del arte

En el repositorio de la Universidad Técnica de Ambato se encuentra la investigación titulada “El conocimiento sobre moda sostenible, y su impacto en el diseño de indumentaria en el clúster y confecciones de la ciudad de Ambato” de autoría de Gutiérrez (2015); cuyo objetivo, es analizar el impacto de la Moda Sostenible en el Diseño de Indumentaria en el Clúster de Confecciones de la ciudad de Ambato; cuyo propósito es que los empresarios de quienes el 41% consideran que la moda sostenible es de suma importancia en el mercado ecuatoriano y en la ciudad tienen una aceptación del 75%, como para los consumidores de quienes el 69% conocen los beneficios de la moda sostenible y el aporte significativo a la conservación del medio ambiente; así mismo, el diseño de una colección de chaquetas incorpora materiales reciclados y reutilizables, de tal modo que se demuestre la factibilidad del uso de materias primas no contaminantes, como alternativas eco-eficientes para el clúster textil y de confecciones (p. 75).

En la Escuela Politécnica del Ejército en el departamento de Ciencias Económicas se encuentra la investigación de Abad (2009), con el tema “Estudio para la creación de una importadora y comercializadora de ropa femenina ubicada en la zona sur del distrito metropolitano de Quito” cuya objetividad es comercializar prendas de vestir femeninas de marcas internacionalmente reconocidas; por ende introduce las siguientes conclusiones:

El estudio de mercado se determinó que existe una demanda insatisfecha de 258.458 prendas de vestir, principalmente pantalones jean, blusas y

chompas o chaquetas, de marcas internacionalmente reconocidas en la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito. Así mismo de realizar el estudio técnico se concluye que el tamaño óptimo le permite a la empresa cubrir un 0,5%, en el primer año, de la demanda insatisfecha que existe en la comercialización de prendas de vestir en la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito (p. 179).

En el repositorio de la Universidad Técnica del Norte en la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas se encuentra el documento titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una boutique de ropa femenina en la ciudad de Quito provincia de Pichincha” cuya autoría Cisneros (2010), con objetividad de estudiar la creciente demanda de ropa se tiene como principalmente al incremento demográfico y al alto nivel de vida de las mujeres, pero tal vez mas allá del alto nivel de vida, tenemos que la mujer de hoy desempeñan papeles y funciones muy importantes, de ahí es donde se nos origina la búsqueda de introducir productos para vestuario, estar dispuestos a cubrir las necesidades de la demanda; en conclusión:

Las encuestas a mujeres en centros comerciales y universidades, eso brindo una visión más amplia acerca de las necesidades que presenta cada una de ella con respecto a la ropa y a su vez con la implementación de una nueva boutique de ropa femenina. De acuerdo con la investigación sobre la oferta y la demanda se pudo obtener el dato de que existe una brecha bastante amplia en cual se introduce la Boutique Only Girls para así contar con su propio mercado (p. 131).

En la revista de Ciencias, se realiza un plan de negocios para la creación de una empresa de importación y comercialización de ropa y accesorios de moda para mujeres bogotanas de los estratos 4, 5 y 6 entre los 18 y 35 años de edad, se considera que tuvo en cuenta, la disponibilidad de una en el mercado y por ello se plantearon diferentes estrategias para suplirlo. Éstas incluyen las estrategias de producto, precio, plaza y promoción; de igual manera, las operativas y administrativas que ayudarán a conseguir las metas propuestas para la Compañía. También serán muy importantes los servicios pre venta, venta y post venta que harán la diferencia frente a la competencia si la hubiere. Para lograr el éxito de la empresa es comercializar productos

importados con las características antes mencionadas y ofrecer servicios de excelencia a los consumidores, añade promociones y descuentos permanentes (Ortiz, 2010).

1.2. Estudio de factibilidad

1.2.1. Estudio de mercado

La concepción de ese mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos al alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar. Aparece así la delimitación de un mercado de productos, un mercado regional, o un mercado sectorial. Esta referencia ya es abstracta pero analizable, pues se cuantifica, delimitar e inclusive influir en ella, por ende, en función de un área geográfica, se habla de un mercado local, de un mercado regional, de un mercado nacional o del mercado mundial (Estrada M. , 2017).

El estudio de mercado es la recopilación y análisis de antecedentes que permiten determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, además es conveniente tener una noción amplia del mercado incluye todo el entorno que rodeará a la empresa: consumidores, usuarios, proveedores, competidores y limitaciones de tipo político, legal, económico o social (Miranda, 2013).

El estudio de mercado constituye un medio para determinar la aceptación de un bien o servicio en un mercado. El estudio de mercado permite tener una noción más exacta de la demanda y oferta de un producto, también permite determinar lo que los consumidores estarían dispuestos a pagar por dicho producto, lo que ayudará a establecer un precio adecuado con el objetivo de que la aceptación del producto sea positiva (2009).

El estudio de mercado se enfoca a conocer los estratos sociales y económicos de las personas, mediante la oferta y la demanda misma que acondicionan el proyecto. Entre ellas se menciona factores como el grado de

necesidad o la cuantía de la demanda del servicio que se requiere producir; la influencia que estos aspectos tienen instrumentos tales como los precios.

1.2.2. Estudio técnico

El estudio técnico transige como la segunda etapa de un proyecto de inversión, misma que se examinen los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficaz de los recursos disponibles para la producción de un producto o servicio deseado y se analiza también la determinación del tamaño óptimo de la planta de producción; localización, instalaciones y organización requeridos (Estrada M. G., 2015).

1.2.3. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado. Por ende, siempre se busca el tamaño óptimo, es decir el que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios y costos sociales (Espinoza, 2013).

1.2.4. Localización

En el estudio de localización del proyecto, se toman en cuenta dos aspectos la macro y la micro localización, pero a su vez se analizan otros factores, llamados fuerzas locacionales, que de alguna manera influyen en la inversión de un determinado proyecto (Sapag & Chain, 2014).

1.2.5. Proceso de producción

Para una empresa el proceso de producción se genera en base a su capacidad instalada y el número de colaboradores que posea, dicho proceso productivo se lo realizará de manera eficiente con el propósito de obtener el mejor rendimiento de los recursos limitados, es decir que exista un relacionamiento entre los recursos empleados, los inputs, y los bienes creados o producidos, los outputs del proceso, garantizará el nivel de productividad sea competitivo en el mercado local, permite evaluar el comportamiento de la empresa como tal, considera que la productividad es el medidor para evaluar la eficiencia de la empresa (Villalba, 2014).

1.3. Estudio administrativo

1.3.1. Organigrama estructural

Son aquellos que tienen por objeto la presentación grafica de la estructura procesal (Unidades Administrativas) de una institución, así como de las relaciones que se dan entre sus órganos (Contreras & Múzquiz, 2011).

1.3.2. Organigrama funcional

Los organigramas funcionales son llamados también “organigramas de funciones”, y tienen por objeto indicar en el cuerpo de cada unidad o proceso, el nombre y las principales funciones vitales que desempeñara cada una de ellas. Esto facilita el análisis y comprensión de todo lo que se lleva a cabo en dichas áreas orgánicas que conforman a la organización (Contreras & Múzquiz, 2011).

1.3.3. Manual de los puestos de trabajo

El Manual de Procedimientos de clasificación de puestos, como una guía para homogenizar el proceso de análisis, actualización o creación de nuevos puestos dentro de los establecimientos en los puestos del trabajo, considera los factores de cambios en la organización y la tecnología (Valladares & Salinas, 2015).

1.3.4. Requerimientos legales

Un requerimiento legal es un requisito con condición o capacidad que necesita el usuario para resolver un problema o conseguir un objetivo determinado, se lo aplica también a las condiciones que cumplen o poseer un sistema o uno de sus componentes para satisfacer un contrato, una norma o una especificación (Laguna, 2016).

1.3.5. Estudio económico y financiero

El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior Estudio Técnico; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto (Aguilar, 2016).

1.3.6. Inversiones fijas, derivadas y capital de trabajo

La inversión material incluye la inversión realizada por la empresa en terrenos, construcciones, instalaciones técnicas, maquinaria, utillaje, elementos de transporte y otros activos materiales, mientras que la inmaterial

recoge la inversión realizada en aplicaciones informáticas, gastos de I+D activados, concesiones, patentes y licencias, entre otros (Zapata, 2017).

1.3.7. Costos fijos y variables

Los costes se clasifican según diversos criterios, hasta ahora se han diferenciado respecto a su imputación en directos e indirectos. Otra clasificación posible, y necesaria para el desarrollo de algunos modelos de costes, es respecto a su variabilidad, que distingue entre costes fijos y costes variables. Para afirmar si un coste es fijo o variable, es necesario en principio establecer con respecto a qué variable independiente, esa variable en principio, es el nivel de actividad, productividad, o nivel de producción, es esta la variable que nosotros vamos a considerar. Obsérvese que el análisis de variabilidad de costes enmarca siempre en un periodo de tiempo definido, puesto que a largo plazo no existen costes fijos (Dominguez, 2014).

Los costos fijos se los denomina como el desembolso de dinero, en el que incurrirá la empresa, para el giro de su negocio, estos son constantes, no dependen del volumen de producción o del volumen de unidades comercializadas.

1.3.8. Gastos administrativos, ventas y financieros

Los gastos administrativos son aquellos en los que la empresa incurre, tales como, salarios de los altos ejecutivos y la contabilidad, los gastos administrativos son actividades que no están vinculados a una función elemental de la fabricación pero se suma importancia para el éxito de la organización, siempre y cuando sean para aumentar la eficiencia de una organización (Riquelme, 2017).

1.3.9. Cálculo de depreciaciones

En términos de Contabilidad, Activos se le llama a aquellos bienes o propiedades en los cuales se ha usado el dinero de la empresa. Activos Fijos son las propiedades más difíciles de convertir en efectivo de forma inmediata, tales como terrenos, maquinarias, vehículos, etc. La mayoría de los Activos Fijos tienen una vida útil limitada, ya sea por el uso o por el deterioro físico causado por fenómenos naturales. La disminución en los libros contables del valor del artículo de su costo original es lo que conocemos como depreciación (Gonzales, 2011).

1.3.10. Ingresos operativos

La principal fuente de ingresos después de la resolución que ordeno la liquidación de la empresa es la venta de sus activos, arrendamiento de sus bienes muebles e inmuebles y la recuperación de su cartera. Aunque a la fecha se percibe recursos por otros conceptos estas cifras no son tan representativas para denominarlas como fuente principal (López, 2017).

1.3.11. Ingresos no operativos

Los ingresos no operacionales relacionados con la valoración de instrumentos financieros por su valor razonable, esta situación se presentará solo para cuentas por pagar consideradas como financiación y, para el caso de las microempresas, sin duda que este grupo comprende los ingresos provenientes de transacciones diferentes a los del objeto social o giro normal de los negocios del ente económico e incluye, entre otros, los ítems relacionados con participaciones en instrumentos de patrimonio (dividendos y participaciones propiamente dichas), valores representativos de deuda

(intereses y descuentos), créditos a corto plazo (intereses), valoración de instrumentos financieros por su valor razonable, diferencia en cambio a favor y otros ingresos financieros (León, 2019).

1.3.12. Cálculo del punto de equilibrio

En términos de Contabilidad de Costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida. Hallar el punto de equilibrio es hallar el número de unidades a vender, de modo que se cumpla con lo anterior que las ventas sean iguales a los costos (Ramirez, 2013).

El punto de equilibrio representa el número de unidades que son vendidas para que los ingresos igualen a los egresos, y a partir de este punto la empresa podrá obtener ganancias.

1.4. Importaciones

Las importaciones se consideran como un conjunto de bienes y servicios comprados por un país en territorio extranjero para su utilización en territorio nacional. Es así que, con las exportaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional. Las importaciones, normalmente, suelen estar sujetas a restricciones económicas y reguladas por todos los países para la entrada de productos. Actualmente, existen muchos convenios entre países para acordar normativas ventajosas para los países que los firman. La Unión Europea es un ejemplo claro (Kiziryan, 2019).

La importación traslada de manera formal y legal productos que se producen en otro país y que son demandados para el consumo y el uso del país al que se llevan.

1.4.1. Importación de textiles

La demanda de productos textiles está enfocada por los consumidores, en las que se brinda nuevas oportunidades de negocios a las empresas dispuestas a importar. La decisión de importar surge por dos razones principales: la escasez de producción del producto en el mercado interno y el bajo costo económico de importar ante costos altos de producción o comercialización en el país. No sólo las empresas grandes desarrollan la importación de productos. Tantas personas físicas, empresas micros y pymes, importan productos en distintos modelos de importación (Cervantes, 2012).

1.4.2. Proceso de importación de textiles

En la siguiente gráfico se observa los procesos de compra en el exterior, por parte del importador, al momento de la negociación con el proveedor al igual que la entidad financiera, quien entrega la carta de crédito para el proceso de importación:

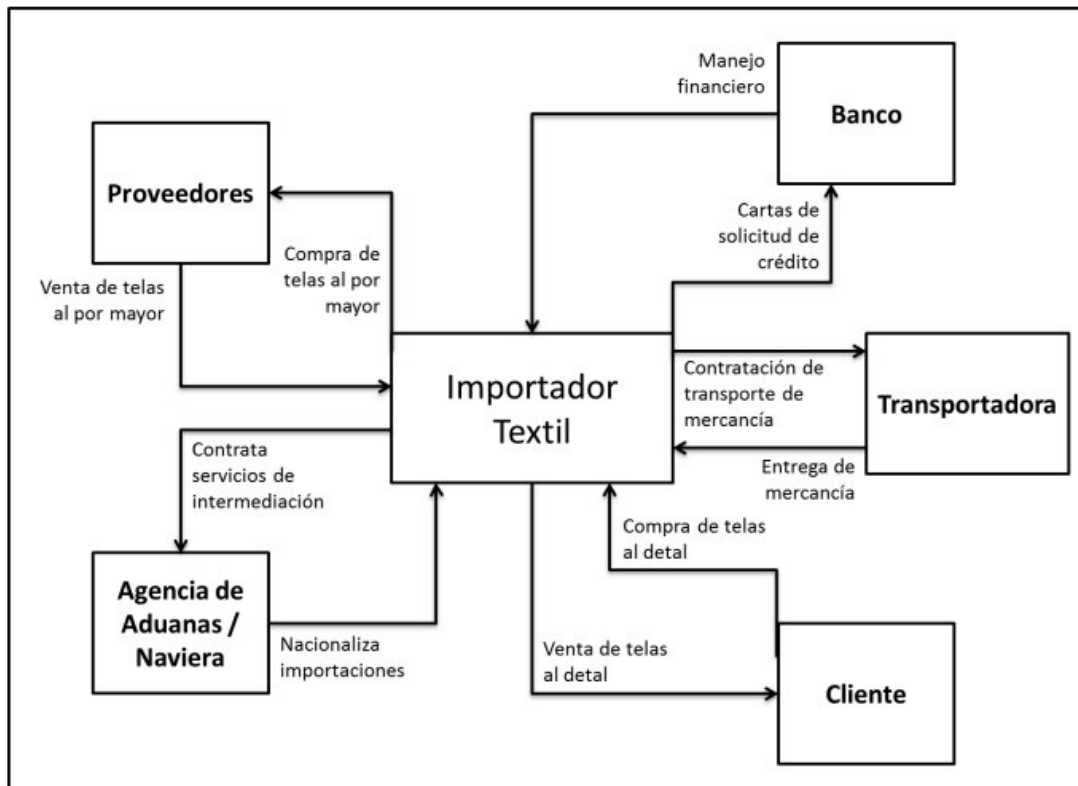


Gráfico Nº 1: Procesos de importación

Fuente: Desarrollado en base a (Bravo, 2012)

En algunas ocasiones la labor del importador suele ser tomada tanto por agentes, minoristas e incluso productores que se integran verticalmente, estos buscan la mejora de la competitividad de los productos. De hecho, en este mercado, los papeles de importadores, mayoristas, distribuidores y comerciantes se confunden y mezclan con facilidad.

1.4.3. Requisitos para la importación de textiles

A continuación, se detallan las normas requeridas de los diferentes requerimientos, para realizar importaciones, tanto de personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI)

Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)

Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)

Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)

Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)

Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)

Reimportación en el mismo estado (Art. 153 COPCI)

Gráfico N° 2: Requisitos normativos

Nota: Desarrollado en base a (Aduana del Ecuador SENAE, 2019)

Estos son los requerimientos que se cumplen con la finalidad de no evadir la normativa que lo regula, por ende, se acatará cada uno de los requerimientos aduaneros.

1.4.4. Ropa importada en el Ecuador

Uno de los requisitos técnicos que se tiene en cuenta para la comercialización de prendas de vestir dentro del país es el etiquetado de las mismas.

El objetivo de la etiqueta de marca es indicar la marca comercial. La información que contiene esta etiqueta es:

- Marca comercial
- Logotipo

En la etiqueta técnica se detalla las características técnicas de la prenda de vestir. La información que se especifica en la etiqueta técnica es:

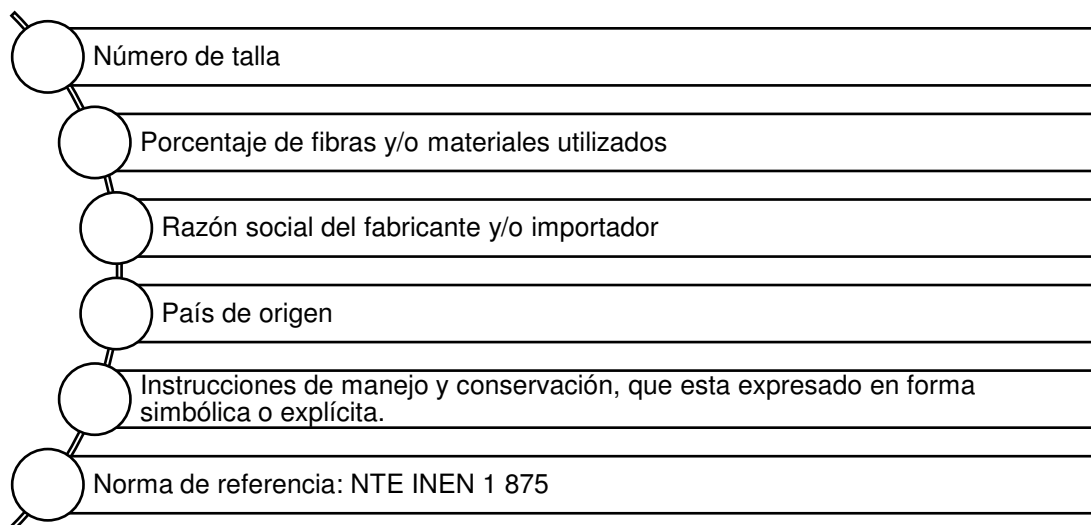


Gráfico N° 3: Especificaciones en la etiqueta técnica

Nota: Bajo la fuente de (Abad, 2009).

Estas etiquetas se consideran en cada prenda de vestir y además se identifican con facilidad. La información que se detallan en estas dos etiquetas son presentada en una sola.

1.4.5. Requisitos normativos comerciales

Los requisitos necesarios para el funcionamiento de una empresa en la ciudad de Ambato se detallan a continuación:

Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes).

Obtener matrícula de comercio.

Inscripción en la Cámara de Comercio de Ambato

Obtener Patente Municipal.

Gráfico N° 4: Requisitos normativos comerciales

Nota: Bajo la fuente de (Abad, 2009).

RUC (Registro Único de Contribuyentes). - Es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que

realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias. Este requisito es tramitado después de 30 días de haber iniciado las actividades económicas. El procedimiento que seguirá para la inscripción del RUC se detalla en el ANEXO N°. 1: Procedimiento para la inscripción del RUC.

La matrícula de comercio: Es el registro donde se inscriben las personas individuales o sociedades que ejercen habitualmente el comercio. Los requisitos necesarios para obtener la matrícula de comercio se detallan en el ANEXO N°. 2: Requisito para la obtención de la matrícula de comercio.

La patente municipal: Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipal que ejerza una actividad comercial o industrial.

1.4.6. Importadores a Nivel Mundial de productos Textiles

La Unión Europea es uno de los principales bloques económicos con mayores porcentajes de importaciones en productos textiles, a nivel de Latinoamérica, países como México y Estados Unidos redujeron su participación de producción debido a que China forma parte de la Organización Mundial del Comercio, países que participan de la demanda a este país son Australia, Singapur, Noruega, Suiza, Canadá, Guatemala, Chile, Venezuela, Colombia, Perú y Ecuador.

Desde la década de los 60 países asiáticos han tenido un gran crecimiento en el sector textil como China, Hong Kong, Vietnam, Taiwán, Paquistán, entre otros, estos países realizan la comercialización de su producción a precios relativamente bajos comparados a los precios del mercado; hoy en día China ocupa el primer lugar a nivel mundial en la producción del sector textil en referencia a productos de hilado, tejidos de seda, algodón, fibras,

prendas confeccionadas y prendas tejidas lo que le ha permitido convertirse en el mayor exportador de productos textiles y confeccionados (GLOBAL ASIA, 2018).

CAPÍTULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de Investigación y Enfoque de investigación

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo; es decir cualitativo se entiende como una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, entre otros (Herrera, 2014).

La metodología cualitativa toma técnicas de observación, instrumentos como la encuesta para analizar las características e interpretar los resultados obtenidos; así mismo se denomina de carácter numérico el cual se tiene como objetivo analizar la información a través de métodos estadísticos, lo cual ayuda a la toma de decisiones exactas y efectivas dentro de las organizaciones.

3.1.1 Investigación Bibliográfica

El autor Guillermina (2013), aporta que, la investigación bibliográfica o documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura, crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas y centros de documentación e información.

La investigación bibliográfica es la parte fundamental para la presente disertación, mismo que es fundamental la lectura y análisis de la información tomada como base teórica, se define como la consulta de información de acuerdo al tema que es recogida desde materiales publicados, estos tienen

fuentes como libros, periódicos, informes, revistas y diarios, los mismos que son de fuentes confiables.

3.1.2 Investigación de campo

La investigación de campo, fundamenta el proceso con el que se desarrollan los mecanismos investigativos, a fin de aplicarlos en el intento de comprensión como también las soluciones de algunas situaciones o necesidades específicas. De esta forma se caracterizaría principalmente por la acción del investigador en contacto directo con el ambiente natural o las personas sobre quienes se desea realizar el estudio en cuestión.

Es decir, que dicha investigación se realiza en las instalaciones de la empresa EMPORIUM de la ciudad de Ambato, donde se implementará el estudio mediante los instrumentos y técnicas de investigación, las mismas que serán procesadas para obtener resultados de la situación actual y generar factibilidad para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador.

3.1.3 Investigación Exploratorio

Bermeo cita a Malhotra, (1997, p. 45) menciona que: “Es el diseño de investigación que tiene como objetivo primario facilitar una mayor penetración y comprensión del problema que enfrenta el investigador”. La investigación exploratoria enuncia la relación de la factibilidad para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador, cuya finalidad es indagar el estudio de mercado, el técnico, organizacional y por último el económico financiero para proporcionar la viabilidad del proyecto de inversión.

3.2 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.2.1 Métodos

a) Inductivo

La investigación será de método inductivo debido a que se realizará un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda lo cual parte de lo general a lo particular, es decir que permitirá descubrir si la demanda; cubrirá la oferta del estudio.

3.2.2 Técnicas

- **Registro de observación (Check list):** Mediante la recopilación de datos para identificar cual es el comportamiento y conducta de las personas que forman parte de la investigación.
- **Encuesta:** Se aplicará la encuesta para obtener información más precisa y directa de la población a estudiar.

3.2.3 Instrumentos

- **Registro de observación (Check List):** Esta técnica de observación es un instrumento que ayuda a observar el fenómeno de estudio y el comportamiento de la empresa EMPORIUM de la ciudad de Ambato (González, 2012).
- **Cuestionario de la encuesta:** Para esta técnica se aplicará un cuestionario conformado de preguntas referentes, mismo que serán estructuradas para obtener información directa (Rodríguez, 2015).

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

La población para la presente investigación se lo aplica a la PEA de mujeres del cantón Ambato la cual es de 51.168 esto emitido por el INEC (2016). Valor con el cual se procede a realizar el cálculo de la muestra para la aplicación de las encuestas necesarias con la validación de los datos recolectados.

Tabla N° 1: Población

Área	Numero
Administrativo	51.168
TOTAL	51.168

Nota: Elaborado por el autor a partir de (INEC, 2016)

3.3.2 Muestra

El tipo de muestra de la investigación es probabilística la cual se aplicará una fórmula que determina la probabilidad finita de la población.

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * N}{e^2 * (N - 1) + z * p * q}$$

Donde

- n: tamaño de la muestra
- N: tamaño de la población
- p: posibilidad de que ocurra un evento, p =0,5
- q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q =0,5
- e: error, se considera el 5%; E= 0,05
- z: nivel de confianza, que para el 95%, Z =1,96

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 51.168}{0.05^2 * (51.168 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 51.168}{0.0025 * (51.167) + 3.84 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{49.141,75}{127.92 + 0.96}$$

$$n = \frac{49.141,75}{128.88}$$

$$\mathbf{n = 381}$$

La muestra corresponde a 381 mujeres de la Población Económicamente Activa de Ambato, se tiene en conocimiento que serían quienes poseen poder adquisitivo para comprar ropa importada, por lo que este es un bien necesario (vestimenta).

CAPITULO III

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Análisis e Interpretación de la encuesta

1. ¿Qué tipo de prendas de vestir utiliza?

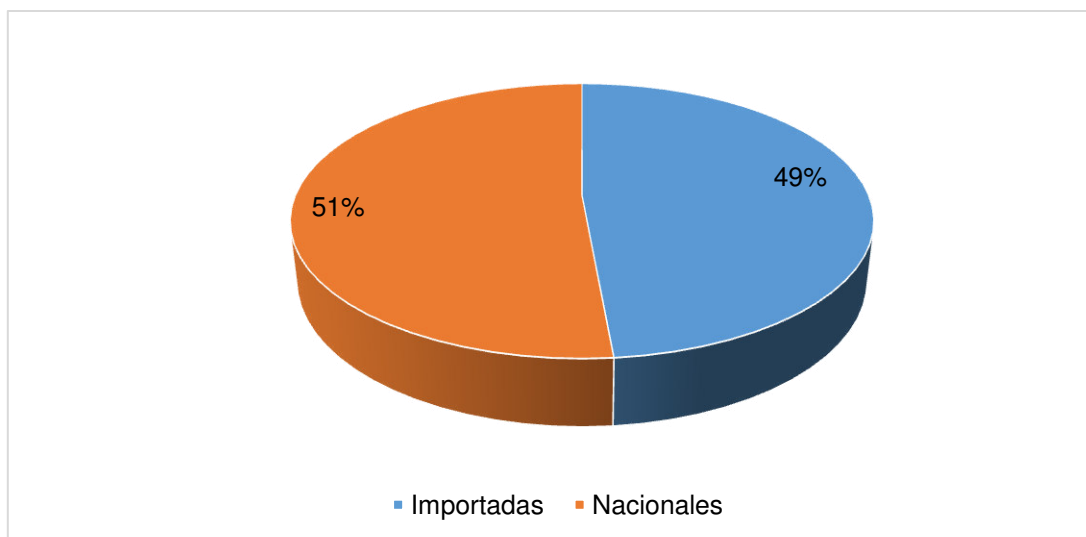


Gráfico N° 5: Gustos y preferencias del consumidor
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

El origen de los productos que adquieren nuestra población pertenece a un 51% a la elaboración nacional, es decir, 185 mujeres que representa el 41% se inclina a la compra de prendas de vestir provenientes de otros países.

Interpretación

Cerca de la mitad de la muestra en estudio adquiere productos de importación esto debido a la búsqueda de mayor calidad en los productos y procesos de fabricación, diseños variados o la fidelización de algún tipo de marca en especial.

2.1. ¿De las siguientes prendas cuál es la que más compra?

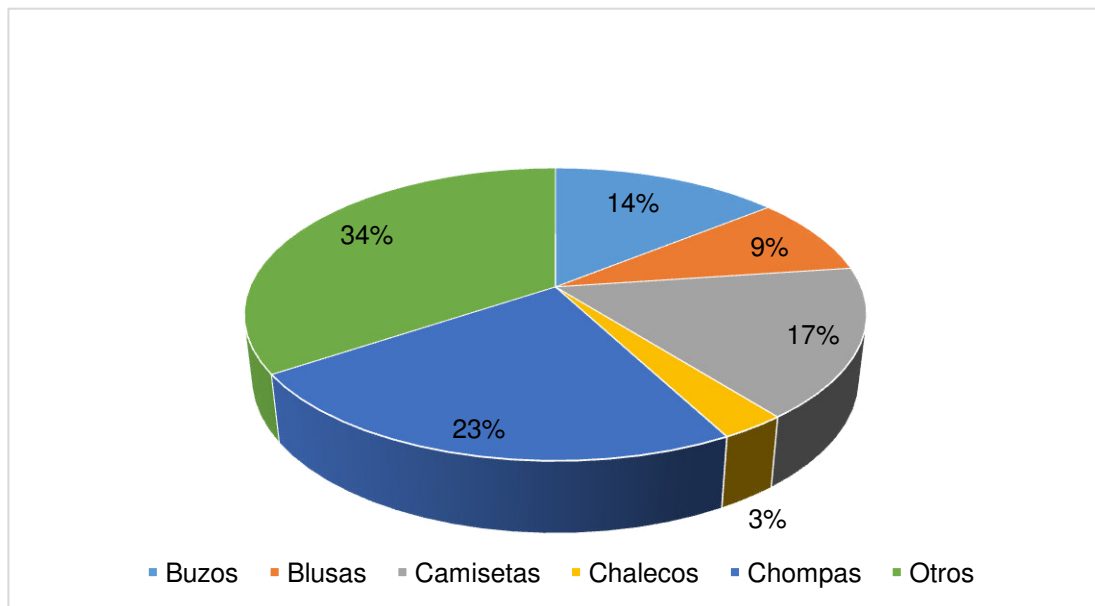


Gráfico N° 6 Tipos de prendas con mayor demanda
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

En la población de estudio, se observa las prendas con mayor frecuencia de adquisición por los consumidores, se inclinan en un 34% por carteras u otras prendas similares, seguido por la adquisición de chompas por un 23%, es decir, 89 mujeres. Otras de las prendas de vestir más recurrentes para las consumidoras corresponden a camisetas y buzos, mismo que son el 17% y 14% respectivamente.

Interpretación

Los primordiales bienes de importación que adquiere la muestra en estudio son chompas y carteras, los cuales son los principales productos importaciones por la empresa EMPORIUM.

2.2. ¿Estaría dispuesta a comprar ropa importada desde Francia?

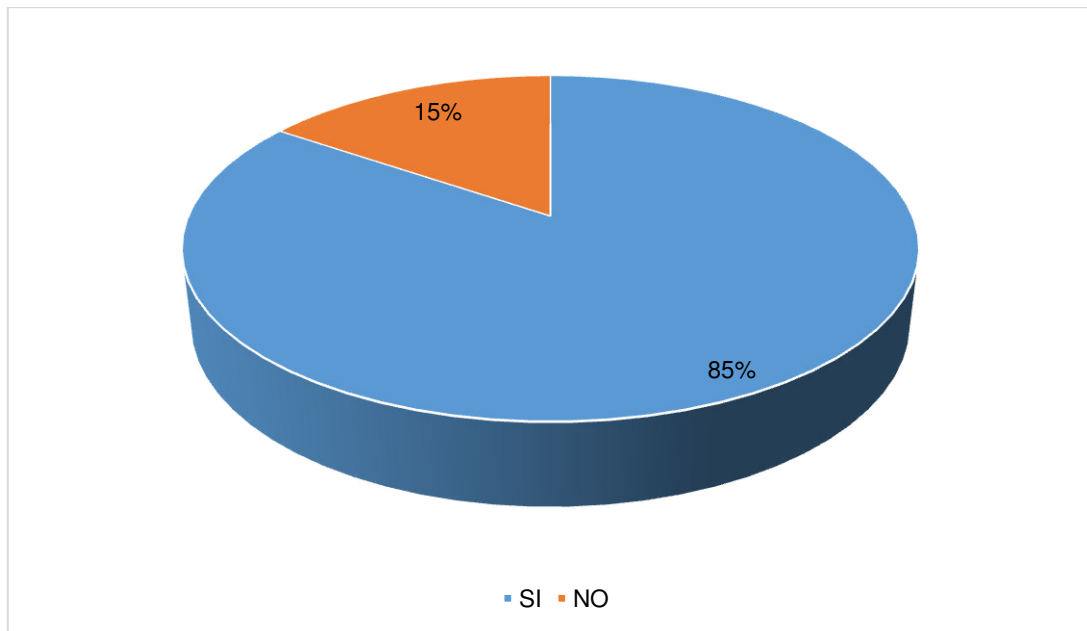


Gráfico Nº 7: Demanda de ropa importada de Francia
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

La propuesta planteada de ropa importada desde Francia para nuestra población en estudio presentó un interés del 85% de la muestra misma que es representada por 322 mujeres.

Interpretación

Es decir, 322 mujeres encuestadas le gustaría adquirir este tipo de prendas de vestir, afirmados a lo expuesto en la pregunta 1 el cual expresa que la razón de la compra es la variedad de diseños y mejor calidad de los mismos.

2.3. De la prenda escogida anteriormente (Pregunta 2). ¿Qué precio estaría dispuesta a pagar por una unidad importada desde Francia?

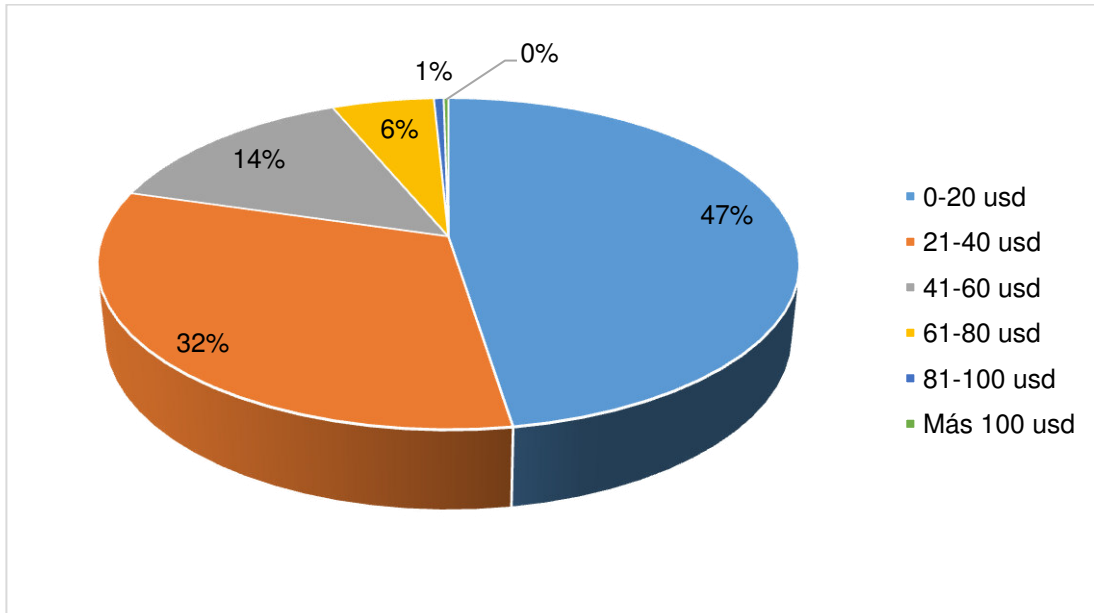


Gráfico N° 8: Precio dispuesto a pagar por los clientes potenciales
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

De la misma manera dentro del presente estudio de investigación el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por una prenda de vestir bordean los siguientes intervalos: 0 – 20 USD y 21 – 40 USD, mismos que se representan por el 48% y 32% respectivamente.

Interpretación

El precio de los productos importados fluctuará entre los valores de 21 a 40 USD, además de verificar los costos totales y el margen de utilidad para que el presente proyecto sea rentable.

2.4. ¿Con qué frecuencia compraría prendas de vestir importada desde Francia?

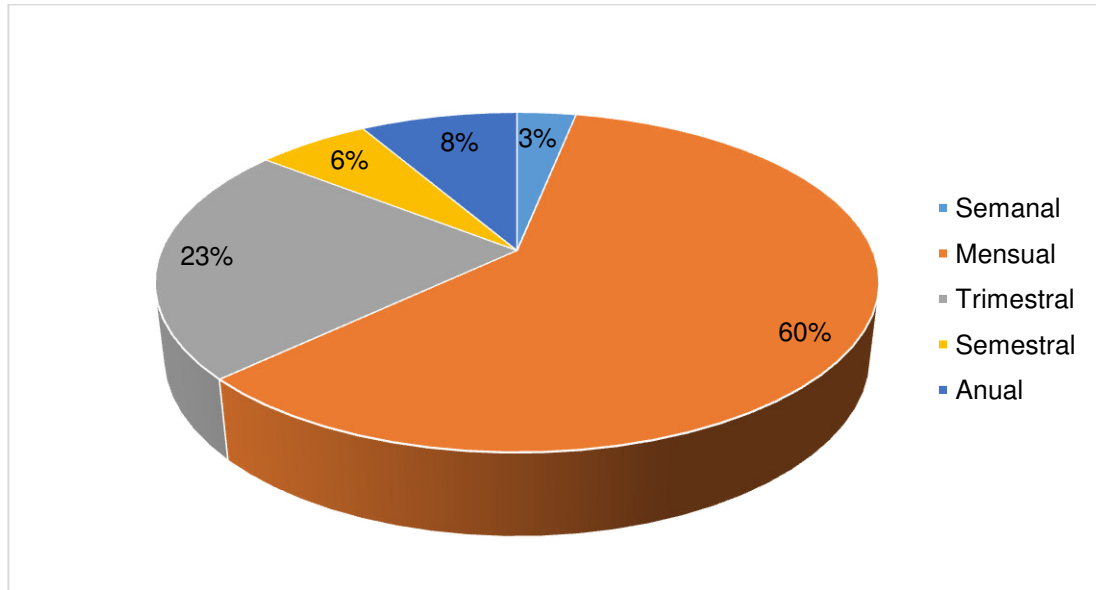


Gráfico Nº 9: Frecuencia de Compra
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

Para el análisis de los clientes potenciales se investigó la frecuencia con la que nuestra población adquiriría prendas de vestir originarias de Francia, se obtuvo resultados de 193 personas es decir el 60% de la población afirma adquirir una prenda de vestir mensual, mientras que el 23% de la población en estudio las adquiere trimestralmente.

Interpretación

El 60% de la muestra en estudio la cual representa la población total afirma adquirir una prenda de vestir cada mes, es decir que más de la mitad de la población rendiría ingresos mensuales a la empresa.

¿Cuántas prendas de ropa importada desde Francia compraría usted al año?

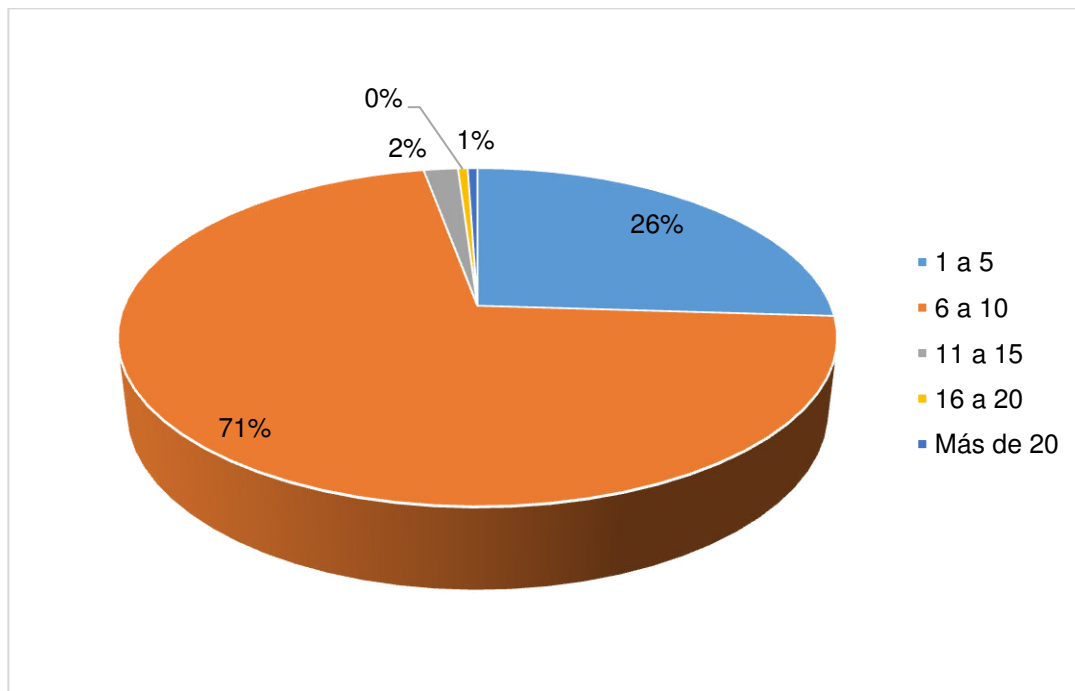


Gráfico N° 10: Número de prendas compradas anualmente
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

El consumo anual de nuestra población investigada afirma adquirir entre 6 a 10 prendas de vestir, las cuales representan el 71% de la población seguidas del 26% las cuales adquieren entre 1 a 5 prendas de vestir de origen francés.

Interpretación

Alrededor de 229 mujeres adquiriría entre 6 a 10 prendas de vestir importadas al año, es decir un consumo de 1 prenda de vestir cada 45 días, reflejados en ingresos para la empresa.

¿En qué lugar adquiere, sus prendas de vestir?

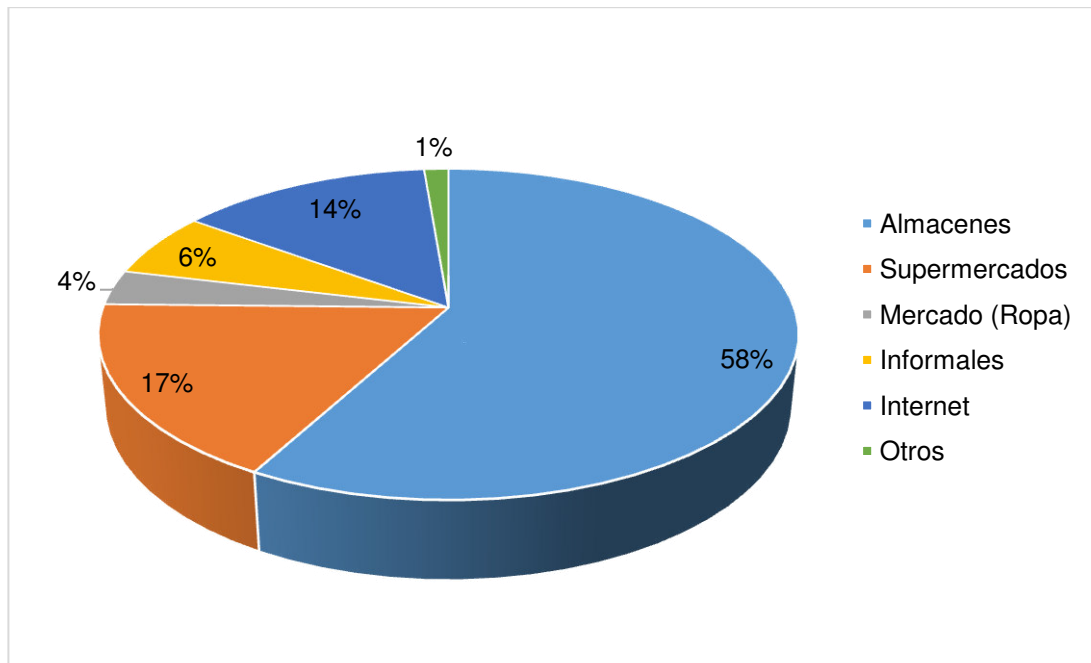


Gráfico Nº 11: Lugares para compra de prendas de vestir
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

Para la población en estudio los lugares más recurrentes para la adquisición de prendas de vestir resultan en el 58% dirigido a almacenes seguido por supermercados por el 17% de la población.

Interpretación

El mayor centro de venta para prendas de vestir importadas se las realiza en almacenes o supermercados, es decir que para obtener una mayor participación en la demanda es necesario las instalaciones físicas.

¿Ha comprado ropa importada desde Francia en tiendas o almacenes de la ciudad de Ambato?

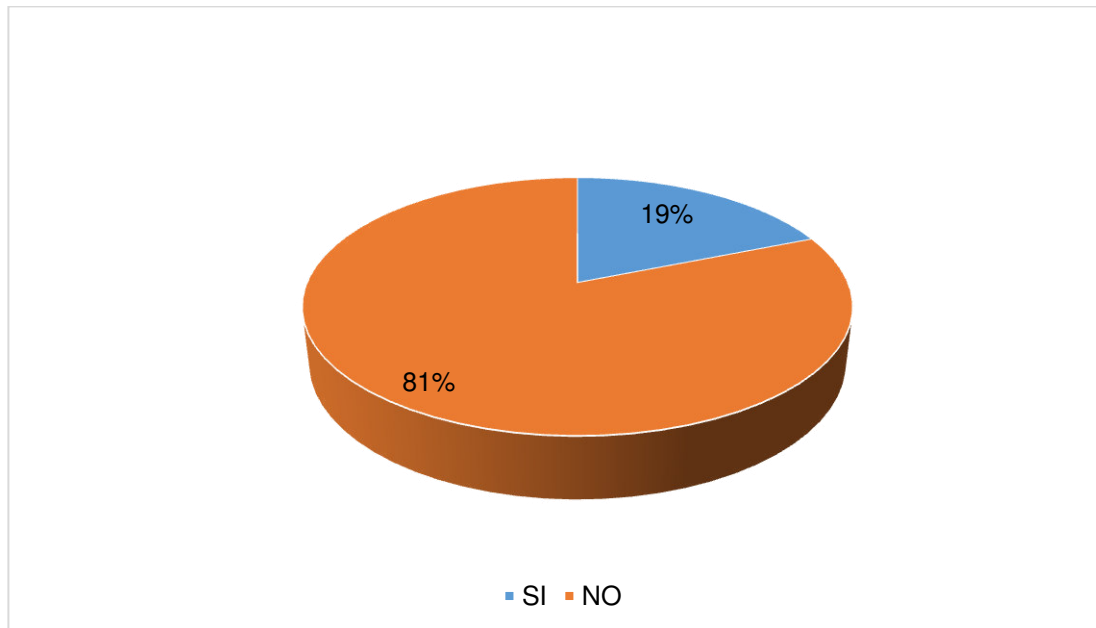


Gráfico N° 12: Lugares que ofrecen ropa importada de Francia
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

Por otro lado, se analiza la competencia a través de los mismos consumidores que adquieren productos similares de la misma procedencia de la que plantea el presente estudio, el cual da como resultado que el 19% de la población si ha podido adquirir prendas de origen francés en la ciudad, sin embargo, el 81% de la población de mujeres no lo ha hecho o desconocen.

Interpretación

Se evidencia que existe un 19% de personas que adquieren estos productos importados desde Francia en tiendas o almacenes de la ciudad, por lo cual esto se constituye en la potencial oferta actual.

¿Qué talla utiliza en ropa para adulto?

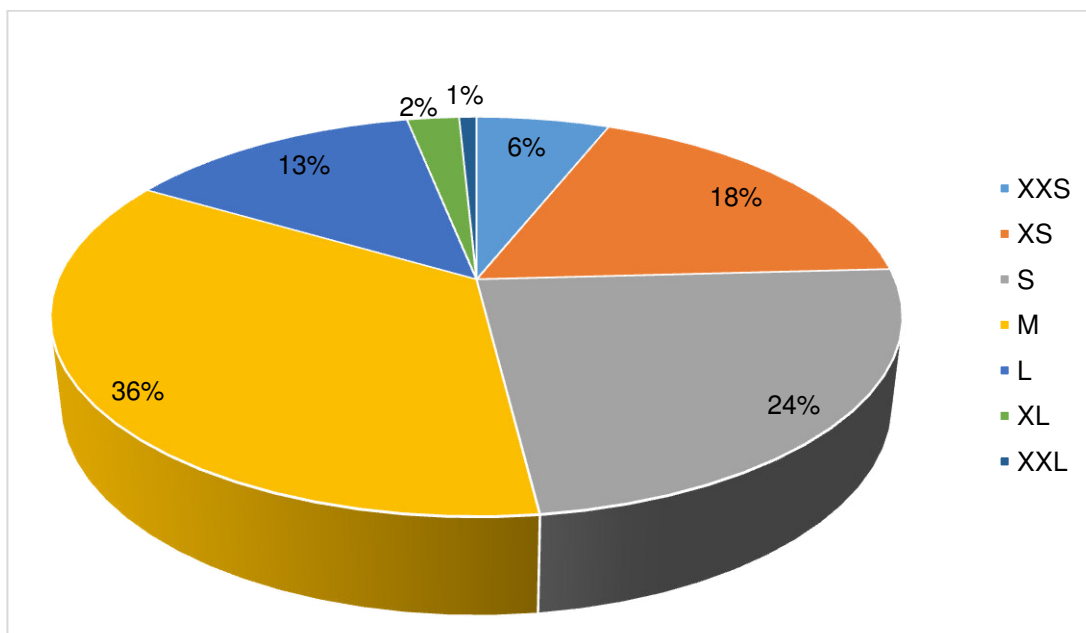


Gráfico Nº 13: Tallas de ropa
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

Entre las diferentes medidas (tallas) que posean los clientes prevalecen las siguientes: S (small), M (medium) y XS (extra small), mismas que representan 54%, 35% y 18% respectivamente.

Interpretación

Es decir que los pedidos que mantendrá la empresa serán en su mayoría a las medidas antes mencionadas, esto con el propósito de evitar acumulaciones en stock.

¿Qué Prefiere calidad o precio?

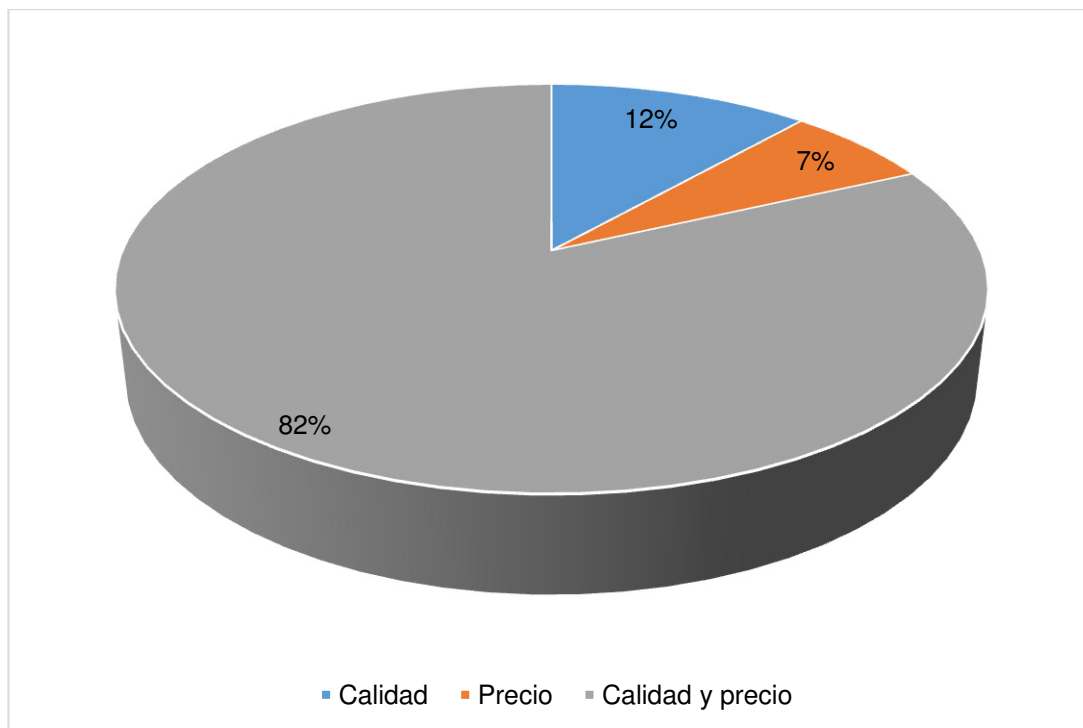


Gráfico N° 14: Preferencia entre Calidad vs. Precio

Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

Las características con mayor búsqueda por los demandantes de prendas de vestir son calidad y precio, el cual representa el 82% de los participantes es decir 312 mujeres.

Interpretación

Bajo lo antes expuesto, es necesario determinar el punto de equilibrio entre los egresos y los ingresos para la obtención de la rentabilidad del negocio y que sus precios sean llamativos para los consumidores.

¿Ha escuchado el nombre de la empresa EMPORIUM?

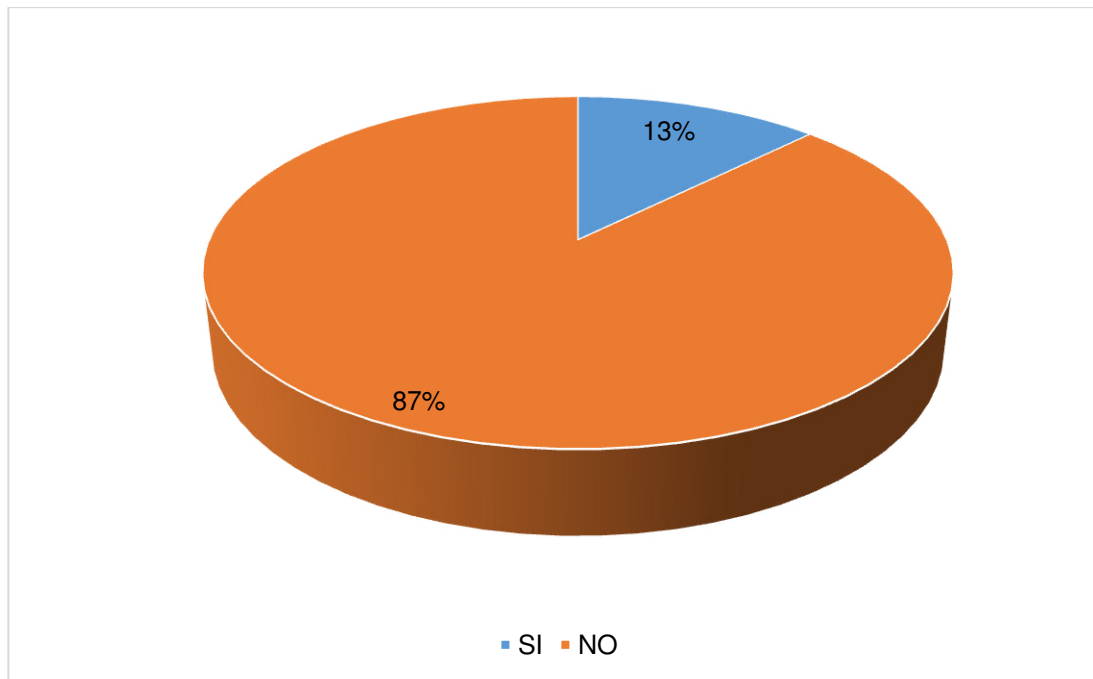


Gráfico Nº 15: Reconocimiento de la empresa
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

La muestra estudiada tiene desconocimiento de la empresa EMPORIUM en un 87% es decir 333 mujeres, mientras que tan solo 13% la identifican.

Interpretación

No hay un reconocimiento de la marca o nombre de la empresa, por lo cual las personas desconocen su origen o actividades, el cual es un factor importante a tomar en cuenta para realizar planes publicitarios a futuro.

¿Qué canales de comercialización le gustaría usar para adquirir prendas importadas?

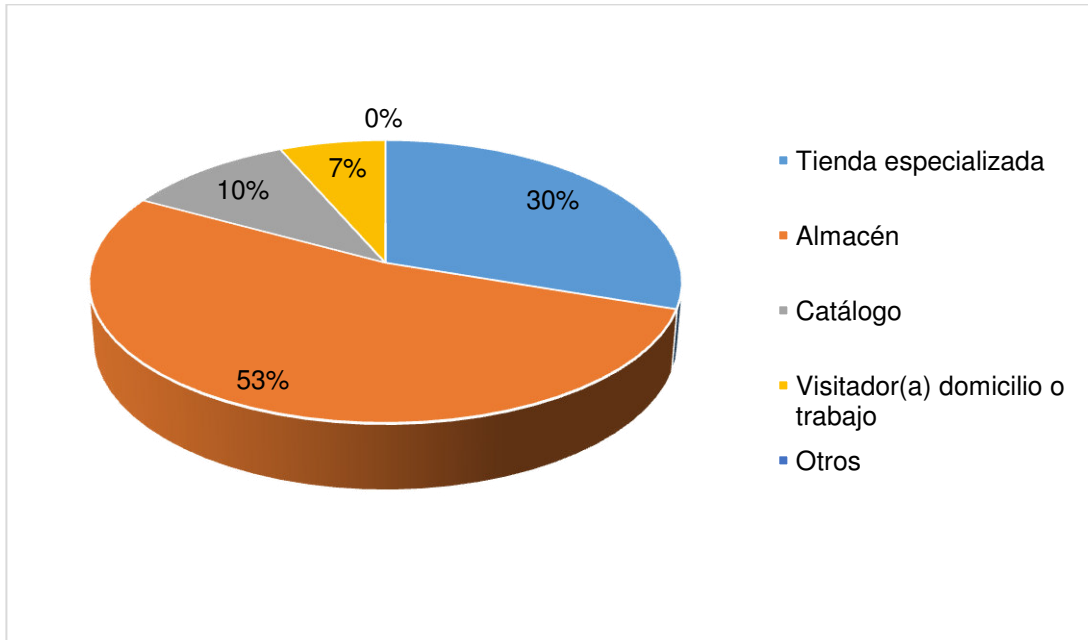


Gráfico N° 16: Canales de distribución
Elaborado por: Paredes, K 2019

Análisis

Como se observa la muestra seleccionada recurre a almacenes y tiendas especializadas para la compra de prendas de vestir, las cuales representan un 53% y 30% respectivamente.

Interpretación

Se observa que los clientes prefieren un canal directo, porque les gustan los almacenes para la adquisición de prendas de vestir importadas, esto debido a que las personas se sienten cómodas probándose las prendas antes de su compra.

4.2 Registro de Observación

Para el presente apartado se realiza el análisis de 4 aspectos fundamentales para el manejo de la empresa los cuales son: cumplimiento, conocimiento, Infraestructura y estrategias de importación. Los cuales se valoran en las escalas de Likert (malo, regular, bueno, muy bueno y excelente) mismos que serán representados mediante gráficas para una mejor comprensión por cada ítem que califica los parámetros antes mencionados, los cuales aportarán información indispensable para el desarrollo del presente proyecto.

Cuestionamientos	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
De cumplimiento	1	1	3	3	3
1. Cumple con todo lo reglamentario para las importaciones de ropa femenina.				1	
2. Tiene actualizado las licencias y demás documentos para las importaciones.			1		
3. Cumple con los procesos de importación.				1	
4. Tiene descrito los procesos para la importación.	1				
5. Cumple con el personal mínimo requerido para la actividad de importación.		1			
6. Tiene definido las funciones para el personal que realiza las importaciones en la empresa.			1		
7. La empresa está en la capacidad física de realizar operaciones de importación desde Francia a Ecuador.					1
8. La empresa cuenta con la capacidad económica para realizar operaciones de importación desde Francia a Ecuador.				1	
9. La empresa cuenta con la capacidad organizativa para realizar operaciones de importación desde Francia a Ecuador.			1		
10. Cumple con sus obligaciones tributarias al día.					1
11. Cumple con sus obligaciones patronales.					1
De conocimiento	4	1	2	1	1
1. Conocen de los procesos para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador.				1	
2. Cuentan con el capital intelectual adecuado.		1			

3. Estudia el mercado previo realización de las importaciones.	1				
4. Ha realizado estudios para determinar la demanda potencial insatisfecha.	1				
5. Conoce los costos de compra y venta de ropa importada en el país.			1		
6. Conoce la competencia existente.			1		
7. Posee experiencia necesaria en el mercado.					1
8. Tiene un plan de capacitaciones para las personas que realizan las importaciones.	1				
9. Cuenta con un presupuesto para capacitaciones en la empresa.	1				
Infraestructura	3	1	2	4	1
1. Cómo es su infraestructura física				1	
2. Cómo es su infraestructura organizacional				1	
3. La empresa lleva contabilidad					1
4. Cuenta con sucursales	1				
5. Posee almacenes propios		1			
6. Cuenta con distribuidores				1	
7. Tiene plataforma de compras virtual			1		
8. Tiene página web corporativa	1				
9. Manejan redes sociales y google ads para publicidad empresarial				1	
10. Tiene departamento de ventas o de marketing	1				
11. Tiene sala de ventas			1		
Sobre estrategias importación	5	1	0	0	0
1. Posee estrategias de importación	1				
2. Su misión y visión están enfocados al mercado	1				
3. Se ha realizado análisis FODA	1				
4. Las estrategias cumplen con los objetivos de la empresa	1				
5. Tiene estrategias enfocadas a otras áreas distintas a las importaciones	1				
6. Manejan un plan estratégico organizacional		1			

Tabla N° 2: Registro de observación

Elaborado por: Paredes, K (2019)

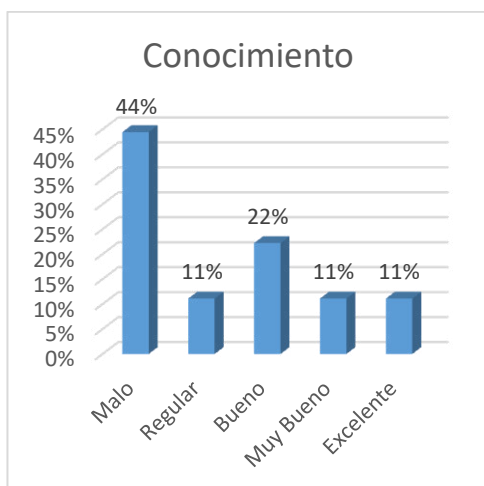


Gráfico N° 17: Infraestructura de la empresa
Elaborado por: Paredes, K (2019)

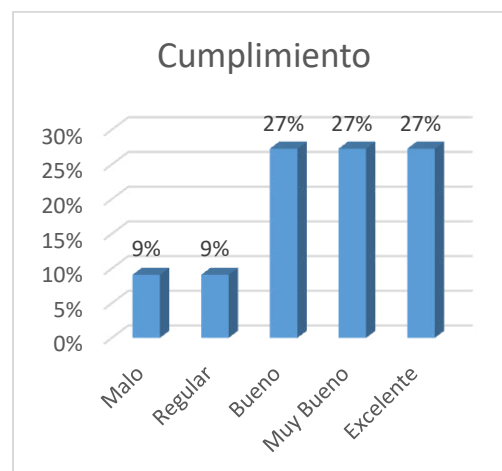


Gráfico N° 18: Estrategia de importación
Elaborado por: Paredes, K (2019)

Conocimiento

La empresa EMPORIUM posee fuertes debilidades en el campo de conocimiento, es decir, la empresa no realiza estudios de mercado previo a la realización de importaciones, además la empresa desconoce sus tres demandas: total, la que cubre la empresa y la insatisfecha. Por otro lado, la actualización de conocimiento para sus colaboradores no se ha realizado. Estas falencias representan el 44% de los problemas observados en el presente análisis seguido por el 11% el cual simboliza no contar con un personal intelectual adecuado.

Cumplimiento

Por otro lado, el grado de cumplimiento que posee la empresa EMPORIUM se encuentra categorizada entre bueno, muy bueno y excelente el cual tiene como participación del 81%, se destaca las actividades de importaciones, el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y sus obligaciones personales, además del cumplimiento con la capacidad económica que conlleva los procesos de las importaciones y el conocimiento de los reglamentos y licencias que se necesitan.

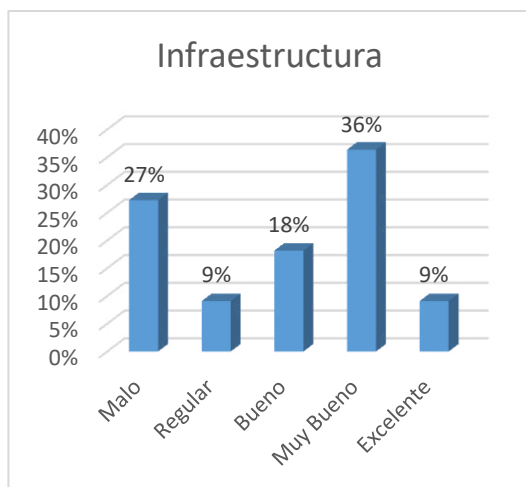


Gráfico N° 19: Infraestructura de la empresa
Elaborado por: Paredes, K (2019)

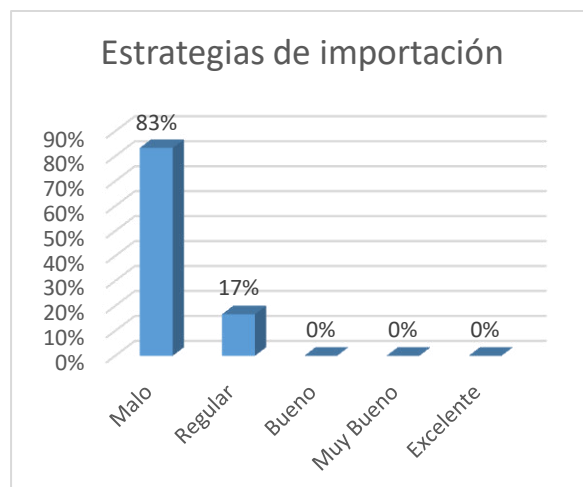


Gráfico N° 20: Estrategias de importación
Elaborado por: Paredes, K (2019)

Infraestructura

Con respecto a la infraestructura que posee la empresa EMPORIUM se encuentra categorizada como “Muy Bueno” la cual representa el 36% del estudio realizado, fortalecidos en el espacio física de la empresa, su estructura organizacional, el correcto uso de sus distribuidores y el manejo de redes sociales. Muy seguidos por el 27% del estudio la cuales se representan por la utilización de plataformas virtuales para la comercialización del producto y poseer una sala de ventas.

Estrategias de Importación

Por otro lado, el plan estratégico de importaciones presenta inconvenientes, que fueron detectados en los aspectos analizados. La empresa no ha determinado: estrategias de importación, misión, visión, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

FODA

Cada empresa tiene que conocer las características de su modelo de negocio y al mismo tiempo las amenazas que se presenta, factores tanto internos como externos, es por ello que para la empresa EMPORIUM se realiza el cuadro de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, como lo manifiesta García & Cano (2013) un análisis de estos factores permitirá entender con claridad las diversas actividades y por tanto, las metas necesarias que se establecen para alcanzar los objetivos planteados (p.2) .

Tabla N° 3: FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Productos de calidad, apreciados en el mercado. - Prendas de vestir acorde a las tendencias de la moda. - Recurso humano comprometido con sus actividades. - Buen ambiente laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> - Arriendo de instalaciones. - La empresa no posee personal de Marketing - Falta de canales de distribución.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Acuerdos comerciales entre Ecuador y la Unión Europea. - Decisiones políticas a favor de los emprendedores. - Mercado mal atendido. 	<ul style="list-style-type: none"> - Economía fluctuante. - Posible aumento de tasas fiscales. - Comercio informal.

Elaborado por: Paredes, K (2019)

LA PROPUESTA

El presente trabajo se estructura a través del sustento teórico el cual respalda el modelo de negocio propuesto y el estudio de factibilidad presentado anteriormente mismo que evidencia la aceptabilidad por parte de las consumidoras y posteriormente en el presente apartado se establece la propuesta.

Propuesta que trabaja en “Diseñar un modelo de negocios direccionado a la definición de estrategias de importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador”.

A continuación, se detalla varios elementos que integran la conformación de la empresa dedicada a la importación de prendas de vestir femeninas, elementos que se detallan a continuación.

4.3 Título de la propuesta

“Diseñar un modelo de negocios direccionado a la definición de estrategias de importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador”.

4.3.1.1 Beneficios

Las principales personas en beneficiarse por las actividades a las cuales la empresa EMPORIUM, está dedicada son las consumidoras femeninas de prendas de vestir importadas de Francia, a las cuales se les provee de mercadería acorde a sus gustos y preferencias.

4.3.1.2 Ubicación

Sector: Ficoa

Perímetro:

- **Norte:** Frambuesas
- **Sur:** Pomelos
- **Este:** Av. Los Guaytambos
- **Oeste:** Toctes



Ilustración 1: Ubicación de la Empresa.

Fuente: Google maps (2019).

Género: Femenino

Edad: Personas entre 16 a 40 años

Sector: Urbano - Rural

4.3.1.3 Objetivos de la propuesta

Los objetivos que persigue el presente escrito son actividades clave para lograr establecer el modelo de negocios planteado, los cuales están conformados por objetivo general y específicos detallados a continuación:

4.3.1.4 Objetivo General

Diseñar un modelo de negocios direccionado a las importaciones de ropa femenina desde Francia a Ecuador por la empresa EMPORIUM en el cantón Ambato.

4.3.1.5 Objetivo específicos

- Establecer la demanda insatisfecha para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador por la empresa Emporium.
- Determinar el estudio económico - financiero de la viabilidad del proyecto.
- Elaborar estrategias de importación en base a los estudios realizados.

4.3.2 Desarrollo da la propuesta de negocio de importación.

4.3.2.1 Propuesta de imagen corporativa

- **Logotipo**

El logotipo con el cual se distingue la empresa EMPORIUM está constituido de la siguiente manera:



Ilustración 2: Logo de la empresa
Elaborado por: Paredes, K 2019

El significado de los colores del logotipo son elementos semióticos no verbales claves para atraer la atención del público, en el caso del color blanco trasmite a los clientes seguridad y luz además brinda pureza dentro de los servicios de ventas, mientras que el color rosado proporciona una sensación de libertad a forma de ver y vivir lo cual refleja nuevas tendencias y calma.

- **Slogan**

El slogan de la empresa es la frase con la cual se identifica su producto.

¡TODOS A LA MODA.....!

- **Misión**

Ofertar productos de excelente calidad a precios accesibles, lo cual proporcionará nuevas tendencias de moda, que cumplan con las necesidades y exigencias de los clientes.

- **Visión**

Ser una empresa referente en la comercialización de prendas de vestir que cumpla con el gusto del consumidor lo cual proporcionará confort, calidad y excelente servicio.

- **Principios**

Actitud de Servicio.- Escuchar las necesidades que poseen los consumidores y presentar los productos que cumplan con sus expectativas.

Trabajo en equipo.- Brindar atención oportuna a cada uno de los clientes, lo cual ofrece un excelente servicio en la presentación del producto, exhibición y venta.

Calidad.- Comercializar proveer de buena calidad en las prendas de vestir, lo cual da como resultado mayor confianza y seguridad en los productos que cumplan con las necesidades de los consumidores y clientes.

Innovación.- Mantenerse en constante actualización de proveedores que oferten en el mercado nuevas tendencias de moda que deleite a nuestros clientes.

- **Valores**

Respeto.- Trabajar bajo principios éticos y honestos en las condiciones laborales.

Responsabilidad.- Cumplir con las necesidades requeridas para impulsar un excelente ambiente laboral.

Confiabilidad. - Ofertar productos con honestidad y responsabilidad.

Lealtad.- Cumplimiento en nuestros deberes y obligaciones con el cliente y colaboradores.

Integridad. - Actuar bajo completa honestidad de ley, demostrado por todo el personal que integra la organización.

- **Organigrama Estructural**

Dentro de cada empresa es necesario que cada área de trabajo posea un panorama claro de las actividades a las cuales dirigen sus labores, para ello se procede a graficar mediante un organigrama estructural el cual para Marín (2012) “el organigrama es una representación gráfica de jerarquía, la cual está dispuesta por funciones, por productos, por clientes, por regiones, por procesos o por hibridación” (p. 51).

Para la empresa EMPORIUM el organigrama estructural se encuentra definido de la siguiente manera:

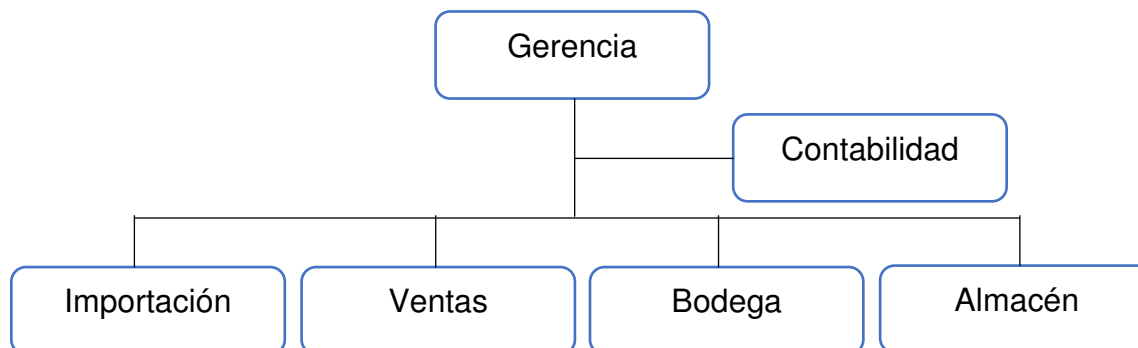


Gráfico N° 21: Organigrama
Elaborado por: Paredes, K 2019

Gerencia

El rol que ejerce la gerencia conlleva la planificación de estrategias a ejecutarse tanto a largo y corto plazo, los colaboradores de la empresa se encuentran bajo la responsabilidad del Gerente, tanto la parte legal para la apertura y funcionamiento de la empresa, así como la parte financiera y el destino de las inversiones se encuentran bajo su tutela, el talento humano que posee se encuentra bajo la decisión de aprobación del propietario.

Contabilidad

El personal dedicado a la atención de las actividades contables de la empresa posee la responsabilidad de realizar registros en donde se especifiquen tanto ingresos, egresos y el pago de impuestos como tributación fiscal, además, posee el rol como auditor mismo que asesoran al propietario para la toma de decisiones orientadas a la generación de mayores ingresos hacia la empresa.

Importaciones

Dentro de esta organización, la importación lo realiza el mismo gerente, sin embargo dentro de la estructura organizacional es necesario que exista este elemento; además de definir cuál es el proceso, de esa manera se podrá contemplar de mejor manera la logística.

Ventas

Varias son las teorías que colocan las funciones del Departamento de Ventas, como la fuerza motriz de la empresa, debido a su contacto directo con los clientes, para ello el personal dedicado a esta actividad, conoce perfectamente de su producto las cualidades específicas para ejecutar una venta correcta y el conocimiento necesario en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) para cerrar ventas.

Bodega

La bodega y almacén quedan en el mismo lugar, sin embargo, dentro de la organización no existe estas denominaciones, lo cual es necesario implementarlas, puesto que son los mismos vendedores quienes realizan estas tareas, en lo cual tienen a cargo funciones que no les compete exactamente a su perfil ocupacional. Se espera que la propuesta de organigrama sea acogida por la empresa, se lo ha tratado de hacerlo a la estructura y tamaño de la empresa, de manera que pueda dividir funciones que faciliten mejor la logística y atención a los clientes.

Almacén

El almacenamiento que posee la empresa para sus productos se ubica dentro de las instalaciones de la empresa, dichas instalaciones se caracterizan por mantener un ambiente fresco y seco.

Definición del producto

La mercadería ofertada por EMPORIUM, está conformada por confeccionados de distintas clases de tejidos elaborados en el extranjero, específicamente en Francia, entre las prendas de vestir que se importa se encuentran: pantalones, camisetas, buzos, bufandas, entre otras.

Para la selección de productos que será destinada a la comercialización será seleccionada rigurosamente para que logre satisfacer los requerimientos de la empresa: calidad, estilo y precio.

4.3.2.2 Estudio de mercado

En este apartado se detalla los componentes que interactúan en el mercado, como por ejemplo demanda, demanda proyectada, oferta y oferta proyectada mismas que son consideradas para la elaboración del presente proyecto.

- **Segmentación socioeconómica**

Una vez descritas ampliamente las actividades a las cuales se dedica la empresa; y, definido los productos se indica que la población objetiva se encuentra conformada por las mujeres pertenecientes de la PEA, la principal razón de esta segmentación es el costo del producto, pese a que es un producto denominado de primera necesidad (vestimenta), no todas las personas acceden a comprar productos importados puesto que relativamente tienen costos más altos que los nacionales.

La oportunidad de poseer un trabajo o fuente de ingresos permiten tener el poder adquisitivo, puesto que labora y generan economía (remuneración) con lo cual acceden a estos productos, además que está en la vanidad de la mujer aparentar un buen vestir ante la sociedad.

- **Cálculo de la demanda**

Para la estimación del cálculo potencial, se toma los datos que arrojó la encuesta aplicada a la PEA de mujeres de Ambato en el capítulo 4, para ello se tomó las preguntas 1, 3 y 6, a fin de cruzar los gustos y preferencias del consumidor versus las mujeres que estarían dispuestas a comprar ropa importada desde Francia; y, la cantidad comprada en un año por la mayoría de dichas mujeres, información que ha sido tratada de la siguiente manera:

Para iniciar el cálculo de la demanda se toma en consideración la pregunta número 1 de la encuesta la cual menciona ¿Qué tipo de prendas de vestir utiliza? Se tiene como opciones importada o nacional, de lo cual se obtiene una respuesta del consumo de prendas de vestir importadas del 49% en la muestra. Es conocido que las propiedades de severidad de la información que posee la muestra a comparación de la población son similares. Para tal efecto se plantea que el total de la población 51.168 mujeres el 49% de ellas adquiere prendas de vestir importadas, es decir 24.845 mujeres consumidoras de prendas de vestir importadas.

Posteriormente en la encuesta aplicada se utiliza la pregunta número 2 la cual menciona ¿Estaría dispuesta a comprar ropa importada desde Francia? Se obtiene una respuesta positiva del 85% de la población. Entonces se tomo el porcentaje de aceptabilidad de la pregunta 2 en relación a las 24.845 mujeres que adquieren prendas de vestir importadas, lo cual desemboca como resultado 20.998 mujeres que cumplen con dos características principales:

- Adquirir prendas de vestir importadas
- Interés en adquirir prendas de vestir importadas desde Francia

Se deduce que 20.998 mujeres se encuentran interesadas en la adquisición de prendas de vestir, sin embargo, es necesario conocer el número de prendas que la clientela estaría dispuesta a comprar para obtener la demanda. Para lo cual

utilizaremos la pregunta número 6 de la encuestada aplicada, misma que menciona ¿Cuántas prendas de ropa importada desde Francia compraría usted al año? Se obtiene que el 71% de la muestra adquiere un promedio de 8 prendas de vestir al año.

Para concluir el valor de la demanda anual calculado es de 119.484, esto fruto de multiplicar la media de prendas de vestir adquiridas al año (8) por el número de mujeres que adquieren prendas de vestir importadas y que están interesadas que las prendas de vestir sean de origen francés (20.998). Como se demuestra a continuación el procedimiento en detalle para el cálculo de la demanda.

PEA Mujeres	51.168	Inec
--------------------	---------------	-------------

1. ¿Qué tipo de prendas de vestir utiliza?		
Items	Frecuencia	Percentages
Importadas	185	49%
Nacionales	196	51%
Total	381	100%

Gustos de preferencia	
24.845	Mujeres

3. ¿Estaría dispuesta a comprar ropa importada desde Francia?		
Items	Frecuencia	Porcentaje
SI	322	85%
NO	59	15%
Total	381	100%

Demanda potencial	
20.998	Mujeres

6. ¿Cuántas prendas de ropa importada desde Francia compraría usted al año?		
Items	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	99	26%
6 a 10	271	71%
11 a 15	7	2%
16 a 20	2	1%
Más de 20	2	1%
Total	381	100%

Demanda actual (en productos)	
119.484	Prendas

Tabla N° 4: Cálculo de la demanda

Elaborado por: Paredes, K (2019)

- **Demanda proyectada**

Según el Ministerio de Industrias y Productividad, en Tungurahua y en el país, se ha evidenciado un crecimiento sostenido del sector textil en cuanto a la importación de prendas de vestir, por lo que, para efectos de cálculos para la demanda proyectada o futura, se toma como referencia este sector textil a nivel nacional del 5,8% su crecimiento anual en el último periodo (Ministerio de Industrias y Productividad, 2019).

Tabla N° 5: Demanda actual y proyectada

Años	Demanda actual y proyectada
2019	119.484
2020	126.414
2021	133.746
2022	141.504
2023	149.711
2024	158.394

Elaborado por: Paredes, K 2019

- **Cálculo de la oferta**

Para el cálculo de la oferta, se considera la capacidad de importación que posee la empresa, para realizar sus actividades comerciales mismas que se basa en el desarrollo de los cálculos financieros, que se muestran a continuación.

- La empresa EMPORIUM dedicada a la comercialización de prendas de vestir desde Francia posee la capacidad de importar alrededor de 1000 chompas, 800 camisetas y 500 carteras, para ello es necesario una inversión de alrededor de \$58.000 anuales los cuales cubren los costos de importación, la compra de Inventario (chompas, camisetas y carteras) y los costos de icoterms.
- Dicha capacidad de producción provee a las consumidoras de 2300 prendas de vestir las cuales el 60% de nuestra población (119.484)

afirman según la encuesta aplicada en la pregunta número 5 en donde la frecuencia de consumo de prendas de vestir es de 1 cada mes, es decir 71.690,4 mujeres consumen mensualmente por lo menos 1 prenda, de esta cantidad de demandantes por su frecuencia concurrida de consumo se afirma cubrir tan solo el 3.2% de las mujeres a nivel provincial.

- **Oferta proyectada**

Tabla N° 6: Oferta actual y proyectada

Años	Oferta
2019	55.022
2020	58.214
2021	61.590
2022	65.162
2023	68.942
2024	72.940

Elaborado por: Paredes, K 2019

Para la proyección de la oferta se estima con el mismo indicador de la demanda, puesto que este mide el crecimiento anual de todo el sector de importación de textiles que es del 5,8% en el último periodo.

- **Demanda Insatisfecha**

Tabla N° 7: Demanda potencial insatisfecha (DPI)

Años	Demanda	Oferta	Demanda Potencial Insatisfecha
2019	119.484	55.022	64.462
2020	126.414	58.214	68.200
2021	133.746	58.214	75.532
2022	141.504	58.214	83.290
2023	149.711	58.214	91.497
2024	158.394	58.214	100.180

Elaborado por: Paredes, K 2019

La demanda potencial insatisfecha, es la diferencia entre la demanda y la oferta, si la demanda es mayor que la oferta indica que existe un potencial mercado, sino caso contrario existiría mayor ofertantes y un mercado reducido donde no hubiera éxito alguno. En este sentido, se tiene para el primer año una demanda insatisfecha de 64.462 prendas de vestir que se importan desde Francia a la ciudad de Ambato.

EMPORIUM como empresa importadora desea cubrir la necesidad de este tipo de prendas de 1.000 mujeres ambateñas de la PEA (12% de la demanda insatisfecha); entonces se obtienen los siguientes datos proyectados:

Tabla N° 8: Número de prendas a importar en un periodo

Años	DPI	EMPORIUM 12%
2019	64.462	8.000
2020	68.200	8.464
2021	75.532	9.374
2022	83.290	10.336
2023	91.497	11.355
2024	100.180	12.432

Elaborado por: Paredes, K 2019

Para el primer año se observa que de la DPI se toma un 12% que es la capacidad de la empresa en poder importar ese número de prendas desde Francia al año (8.000 prendas femeninas) y a partir de este año se realiza la proyección con el índice o factor de crecimiento sectorial.

- **Producto**

En la encuesta realizada existe la pregunta para saber cuál es la preferencia de compra en cuanto a tipos de prendas de vestir, así como a tallas; para de esta manera definir y estar seguros de lo que se va importar con el fin de que no permanezca mucho tiempo en almacenes y bodegas, lo cual posee una alta rotación; de esta manera se genera efectivo para poder realizar una nueva importación.

Tabla N° 9: Tipos de prendas más demandadas

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Buzos	54	14%
Blusas	33	9%
Camisetas	63	17%
Chalecos	11	3%
Chompas	89	23%
Otros (Carteras, vestidos, entre otros)	131	34%
Total	381	100%

Elaborado por: Paredes, K 2019

Tabla N° 10: Tallas de ropas

Talla USA	Talla Europa	Frecuencia	Porcentaje
XXS	34	23	6%
XS	36	69	18%
S	38	91	24%
M	40	135	35%
L	42	51	13%
XL	44	9	2%
XXL	46	3	1%
Total		381	100%

Elaborado por: Paredes, K 2019

Evidenciado las tablas anteriores, la decisión adecuada sería traer tres prendas de vestir en sus distintos modelos:

- Chompas
- Camisetas
- Carteras

Las prendas mencionadas habría que importarlas en tallas:

- XS
- S
- M
- L

Algunos ejemplos de lo que se va a importar se muestra a continuación:

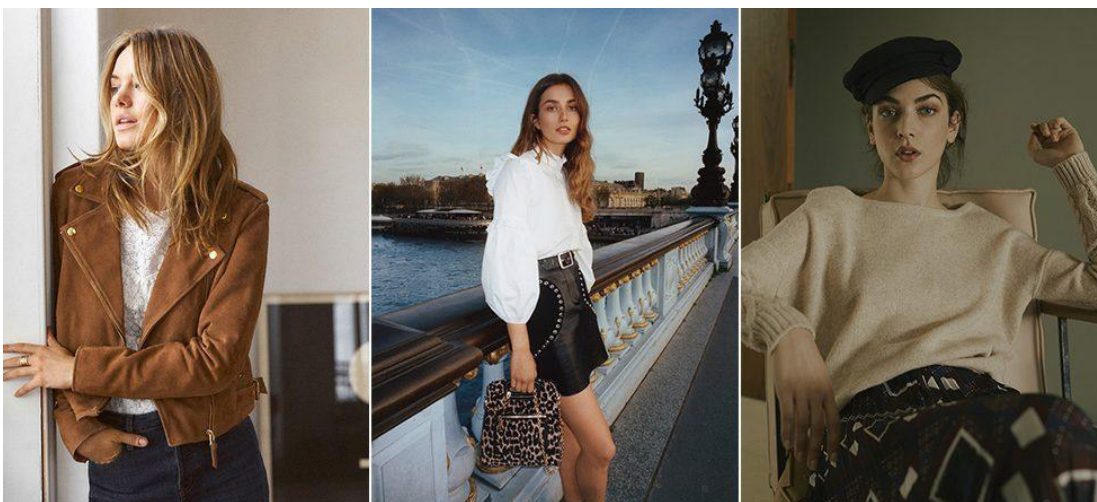


Ilustración 3: Producto buzos

Fuente: Canal Chic (2019)

Zoubuk

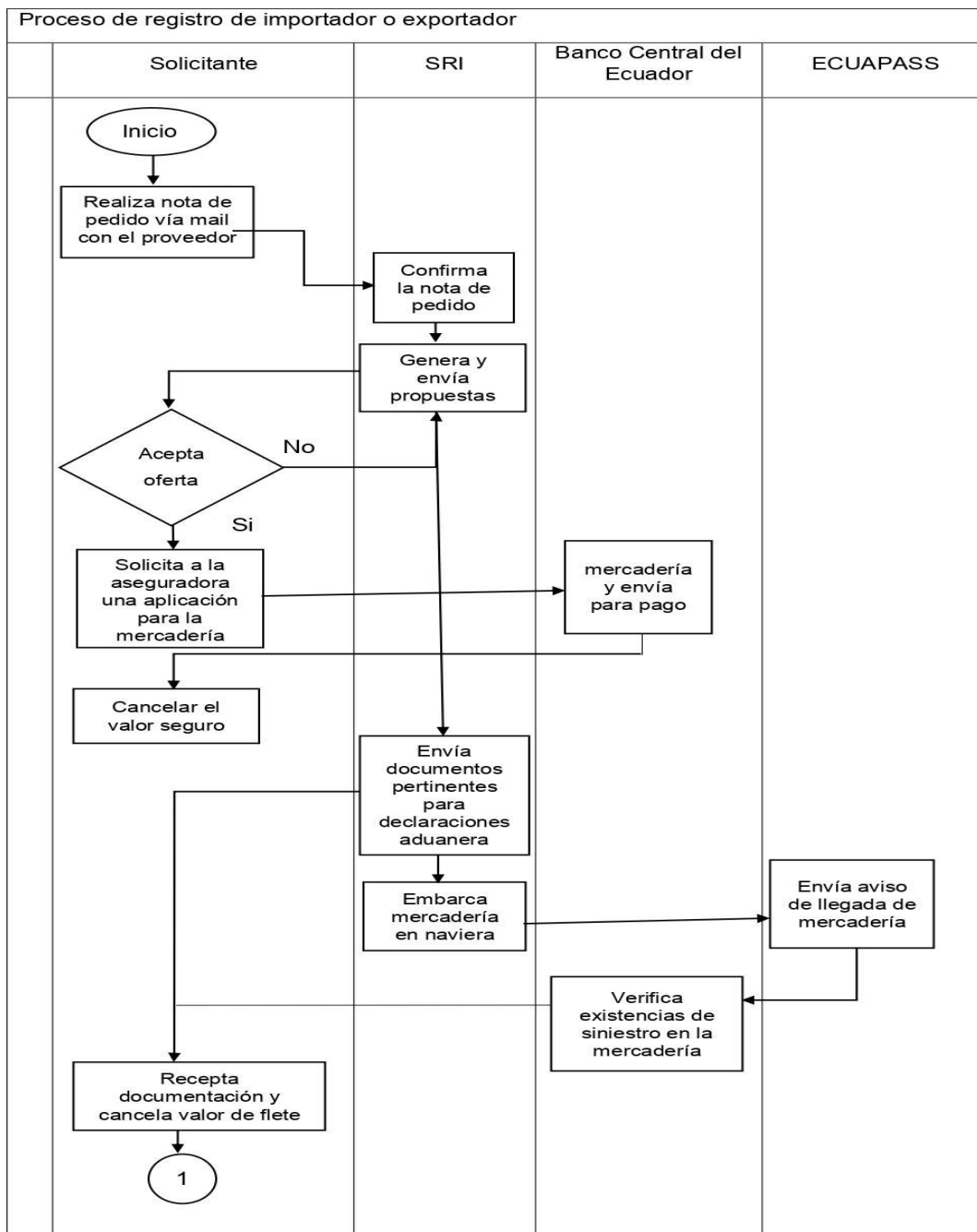


Ilustración 4: Productos camisetas

Fuente: Canal Chic (2019)

Los modelos y catálogos de las prendas se conocen, una vez que se contacta con las empresas de donde se va importar, así que las imágenes que se muestran son ejemplos de algunos diseños traídos desde Francia.

4.3.2.3 Fases de la operación



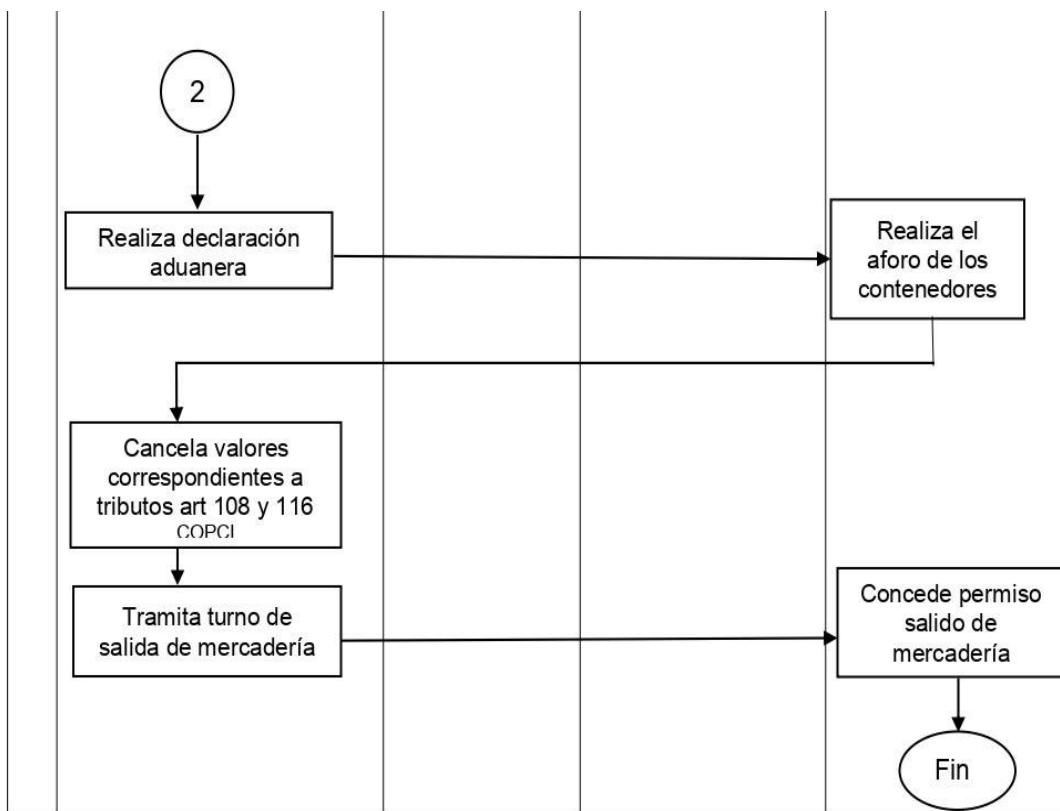


Ilustración 5: Programa de importación

Fuente: Ayala López & Tapia Guerrero (2014)

Para iniciar con las actividades de importación es necesario contar con los documentos habilitantes para iniciar el procedimiento (véase ilustración 5), los primeros documentos necesarios es la obtención del registro único de contribuyentes (RUC), seguido del certificado del banco central del Ecuador el cual otorga la firma digital, finalmente, el registro en la página web de ECUAPSS se obtendrá la generación del usuario.

Impuestos

Los impuestos en los cuales se incurre en el proceso de importación se dividen en tres: derechos de arancel, impuestos establecidos al ingreso o salida de productos y la tasa por servicios aduaneros.

4.3.3 Estudio Económico - Financiero

4.3.3.1 Inversiones fijas, derivadas y capital de trabajo

La empresa EMPORIUM, realiza el cálculo de sus inversiones necesarias para la constitución formal la empresa, expresados con un plan de inversión, el mismo que para Ajeasturias (2014) manifiesta que para realizar el plan de inversión se “recoge los elementos materiales necesarios para el inicio y desarrollo de la actividad de la empresa, es un listado exhaustivo de todos los elementos materiales que serán necesarios, su cuantificación económica” (p. 3).

Tabla N° 11: Plan de Inversión

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
	Muebles y enseres		\$ 9.870,00
1	Anaquelel archivador	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Arriendo	\$ 400,00	\$ 4.800,00
1	Escritorio de madera, para la oficina de 60 x 1,20 cm	\$ 400,00	\$ 400,00
4	Sillas de escritorio de madera	\$ 80,00	\$ 320,00
1	Teléfono	\$ 20,00	\$ 20,00
15	Vitrinas	\$ 250,00	\$ 3.750,00
10	Maniquis	\$ 50,00	\$ 500,00
	Equipo de computo		\$ 4.250,00
1	Una impresora Canoon, tinta continua	\$ 250,00	\$ 250,00
5	Computadoras	\$ 800,00	\$ 4.000,00
	Costos de Constitución		\$ 1.545,00
5	Permisos	\$ 300,00	\$ 1.500,00
1	Patente Municipal	\$ 45,00	\$ 45,00
	Total	\$ 2.675,00	\$ 15.665,00

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa el valor de la inversión inicial es de \$15.665,00 dólares, que serán financiados por recursos propios del gerente de la empresa, los cuales cubrirán la compra de muebles y enseres, equipo de cómputo y costos de constitución.

4.3.3.2 Costos fijos y variables

Se entiende como costos fijos a aquellos costos que permanece sin cambios en total durante un periodo de tiempo, a pesar de cambios en volumen de producción dentro de una escala, mientras que los costos variables pertenecen aquellos costos que cambian el total en proporción directa con los cambios en volumen de producción total relevante (Mola, 2014).

Tabla N° 12: Tabla de Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad	Costo mensual	Costos anual
Costo Fijo			\$ 8.300,00	\$ 86.600,00
Compra de Inventario chompas	Trimestral	4	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Compra de Inventario camisetas	Trimestral	4	\$ 1.166,67	\$ 14.000,00
Compra de Inventario carteras	Trimestral	4	\$ 533,33	\$ 6.400,00
Costos de icoterms	Trimestral	4	\$ 1.800,00	\$ 7.200,00
Costos de flete	Trimestral	4	\$ 1.600,00	\$ 6.400,00
Addvalorem	Trimestral	4	\$ 700,00	\$ 2.800,00
Arriendo	Mensual	12	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Luz electrica	Mensual	12	\$ 40,00	\$ 480,00
Agua potable	Mensual	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Telefono	Mensual	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	Mensual	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Suedos administrativos	Mensual	12	\$ 850,00	\$ 10.200,00
Salarios Vendedores	Mensual	12	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Costos Variables			\$ 500,00	\$ 6.000,00
Diseño e impresión de afiches	Mensual	12	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Cuña Publicitaria	Mensual	12	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Sesiones Fotográficas	Mensual	12	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Total			\$ 8.800,00	\$ 92.600,00

Fuente: Elaboración Propia

Para la empresa EMPORIUM la cual posee como costos variables un valor de \$6.000,00 mensuales, sin embargo, para los costos fijos de la empresa EMPORIUM posee un valor de \$ 86.600,00 esto debido a que las importaciones se las realiza 4 veces año es decir trimestral, esto por mantener nuestros inventarios actualizados para brindar las mejores prendas de vestir.

4.3.3.3 Gastos administrativos

“Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas” (Riquelme, 2019).

Tabla N° 13: Gastos administrativos

Detalle	GASTOS ADMINISTRATIVOS				
	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
SUMINISTROS DE OFICINA				\$ 1,96	\$ 23,52
Papel	RESMA	5	0,2	\$ 0,90	\$ 10,80
Esferos	UNIDAD	1	0,12	\$ 0,06	\$ 0,72
Clips	CAJA	1	0,4	\$ 0,40	\$ 4,80
Grapas	CAJA	1	0,6	\$ 0,60	\$ 7,20
UTILES DE LIMPIEZA				\$ 1,89	\$ 22,68
Escobas	UNIDAD	3	0,01	\$ 0,03	\$ 0,36
Palas	UNIDAD	3	0,01	\$ 0,03	\$ 0,36
Desinfectantes	UNIDAD	2	0,9	\$ 1,80	\$ 21,60
Trapeador	UNIDAD	3	0,01	\$ 0,03	\$ 0,36
Depreciaciones	UNIDAD		1	\$ 131,53	\$ 1.578,33
Total				\$ 135,38	\$ 1.624,53

Fuente: Elaboración Propia

Los gastos administrativos de la empresa EMPORIUM son de \$1.624,53 mensuales, cubren los sueldos del personal administrativo suministros de oficina útiles de limpieza y se considera las depreciaciones de los bienes de la empresa.

4.3.3.4 Calculo de depreciación

Se conoce como depreciación de bienes al reconocimiento racional y sistemático del costo de los activos fijos, distribuido durante su vida útil estimada, que reconozca de alguna manera el uso de este bien en un determinado proceso productivo o comercial (Falconí, 2014, p. 2). Para la empresa EMPORIUM los bienes a depreciarse están conformados por 1 escritorio de madera, 4 Sillas de escritorio de madera, 15 vitrinas, 5 equipos de cómputo, maniqués y 1 impresora.

Para la presente investigación el cálculo de la depreciación se lo realiza mediante dos factores: depreciaciones de muebles y enseres y por equipos de oficina como se muestra las tablas 14 y 15.

Tabla N° 14: Depreciación de muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES				5050
AÑO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS	
Año 0			\$ 5.050,00	
Año 1	\$ 1.010,00	\$ 1.010,00	\$ 4.040,00	
Año 2	\$ 1.010,00	\$ 2.020,00	\$ 3.030,00	
Año 3	\$ 1.010,00	\$ 3.030,00	\$ 2.020,00	
Año 4	\$ 1.010,00	\$ 4.040,00	\$ 1.010,00	
Año 5	\$ 1.010,00	\$ 5.050,00	\$ -	

Fuente: Elaboración Propia

Como se demuestra en la tabla 14 la depreciación de mueble y enseres suma un valor de \$5.050,00 los cuales son depreciados en un lapso de tiempo de 5 años con un valor de \$1.010,00.

Con respecto a la depreciación de equipos de oficina se lo calcula en un tiempo de 3 años, obtenido \$ 1.416,67 anual de los cuales se realizará el procedimiento respectivo hasta la depreciación total.

Tabla N° 15: Depreciación de equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA				4250
AÑO	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS	
Año 0			\$ 4.250,00	
Año 1	\$ 1.416,67	\$ 1.416,67	\$ 2.833,33	
Año 2	\$ 1.416,67	\$ 2.833,33	\$ 1.416,67	
Año 3	\$ 1.416,67	\$ 4.250,00	\$ -	

Fuente: Elaboración Propia

4.3.3.5 Precio

El precio es el resultado de la suma de los costos fijos y costos variables que se necesita emplear para la importación de cada una de las prendas de vestir sumado el ingreso que ganara la empresa por el ejercicio de sus actividades económicas.

Tabla N° 16: Precio

Productos	Unidad de medida	Costo Anuales	Margen de utilidad		Precio de venta	Unidades Comercializadas	Precio de venta unitario
			%	\$			
Chompas	Unidad	\$ 6.000,00	375%	\$ 16.500,00	\$ 22.500,00	\$ 300,00	\$ 75,00
Camisetas	Unidad	\$ 3.500,00	300%	\$ 7.000,00	\$ 10.500,00	\$ 350,00	\$ 30,00
Carteras	Unidad	\$ 1.600,00	375%	\$ 4.400,00	\$ 6.000,00	\$ 200,00	\$ 30,00
TOTALES		\$ 11.100,00		\$ 27.900,00	\$ 39.000,00	\$ 850,00	\$ 135,00

Fuente: Elaboración Propia

Una vez calculado el precio de venta al público para cada uno de los productos importados se considera que para los productos chompas, camisetas y carteras generan una rentabilidad del 375%, 300% y 375% respectivamente a comparación de sus costos totales de importación.

4.3.3.6 Cálculo del punto de equilibrio anual

En toda organización empresarial, la planificación de las operaciones con actividades, hace que sus ejecutivos traten de encontrar un balance entre el total de sus costos y lograr un excedente como rendimiento a los recursos que han puesto los accionistas al servicio de la organización, es por ello que el punto de equilibrio trata de que los ingresos son iguales a sus costos, momento en el cual se denomina PUNTO DE EQUILIBRIO es decir no hay pérdida ni utilidad.

Tabla N° 17: Punto de equilibrio

Ventas	Costos Fijos	Costos Variable	Total	Ingresos
0	\$ 86.600,00	-		\$ -
2226	\$ 86.600,00	\$ 2,70	\$ 86.602,70	\$ 100.170,00
2227	\$ 86.600,00	\$ 2,69	\$ 86.602,69	\$ 100.215,00
2228	\$ 86.600,00	\$ 2,69	\$ 86.602,69	\$ 100.260,00
3000	\$ 86.600,00	\$ 2,00	\$ 86.602,00	\$ 135.000,00

Fuente: Elaboración Propia

Fórmula para el cálculo del punto de equilibrio

$$P.Q. = \frac{CF}{P - CV/U}$$

PV=Precio de venta

CF=Costo fijo

P=Precio

CV=Costo de venta

U=Unidades a comercializar

$$PQ = \frac{\$86.600,00}{\$45 - \$6.000,00/2300,00} = 2043 \text{ unidades vendidas}$$

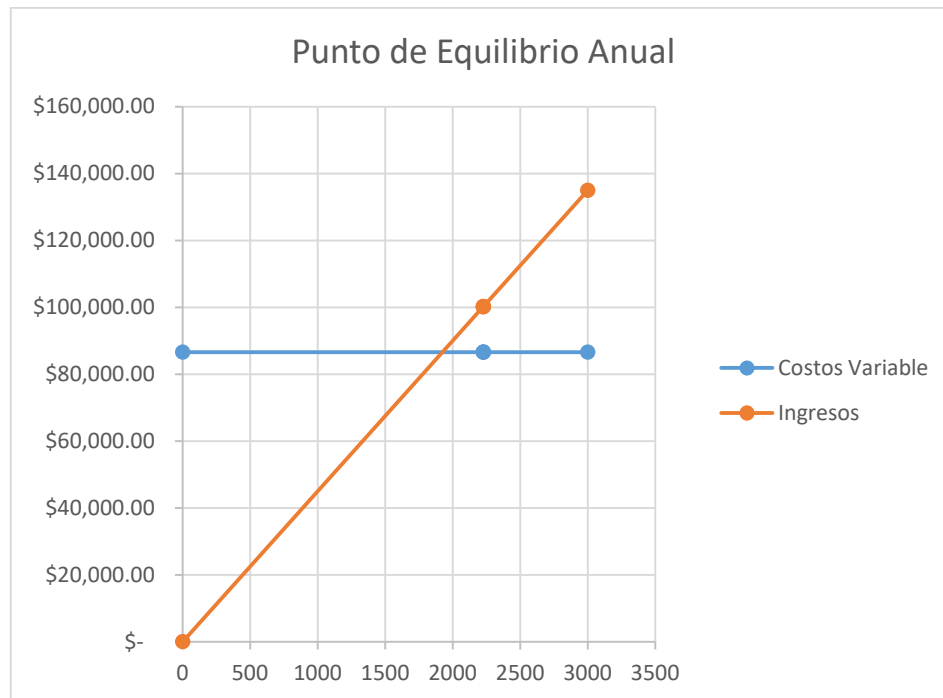


Gráfico Nº 22: Punto de Equilibrio
Fuente: Elaboración Propia

La empresa EMPORIUM dedicada a la importación y comercialización de 3 diferentes productos (chompas, camisetas y carteras) los cuales poseen diferentes precios 75, 30 y 30 respectivamente, de los cuales se procede a calcular un promedio de los precios establecidos de \$45; con la cual se utiliza para el cálculo del punto de equilibrio, los costos variables resultantes en la actividad económica alcanzan los \$6.000,00 cantidad que es dividida por el número de unidades a comercializares es de \$2.300,00 prendas anuales.

Como resulta la cantidad de 2043 unidades lo cual significa que una vez vendido dicho número de prendas de vestir se alcanza el punto de equilibrio de la empresa, los niveles de ingresos por ventas cubren la totalidad de los costos de importación.

4.3.3.7 Flujo de caja

Tabla N° 18: Flujo de caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	\$ 53.665,00	\$ 40.204,00	\$ 42.535,83	\$ 45.002,91	\$ 47.613,08	\$ 50.374,64
Recursos propios	\$ 15.665,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recursos de terceros			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos por ventas	\$ 38.000,00	\$ 40.204,00	\$ 42.535,83	\$ 45.002,91	\$ 47.613,08	\$ 50.374,64
B. EGRESOS OPERACIONALES	\$ 43.289,53	\$ 29.624,53	\$ 29.624,53	\$ 29.624,53	\$ 29.624,53	\$ 29.624,53
Instalaciones y remodelaciones	\$ -	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Muebles y Enseres	\$ 9.870,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de computación	\$ 4.250,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos de Constitución	\$ 1.545,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos de importación	\$ 16.400,00	\$ 16.400,00	\$ 16.400,00	\$ 16.400,00	\$ 16.400,00	\$ 16.400,00
Gastos Administrativos	\$ 1.624,53	\$ 1.624,53	\$ 1.624,53	\$ 1.624,53	\$ 1.624,53	\$ 1.624,53
Gastos de Ventas	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$ 10.375,47	\$ 10.579,47	\$ 12.911,30	\$ 15.378,38	\$ 17.988,55	\$ 20.750,10
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
G. FLUJO NETO GENERADO (C - F)	\$ 10.375,47	\$ 10.579,47	\$ 12.911,30	\$ 15.378,38	\$ 17.988,55	\$ 20.750,10
H. SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 10.375,47	\$ 20.954,93	\$ 33.866,23	\$ 49.244,61	\$ 67.233,15
I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	\$ 10.375,47	\$ 20.954,93	\$ 33.866,23	\$ 49.244,61	\$ 67.233,15	\$ 87.983,26

Fuente: Elaboración Propia

4.3.4 Evaluación Financiera

Una vez que se ha elaborado los flujos de efectivo vinculados con el proyecto, se evalúa la viabilidad económico financiero de las diferentes alternativas que se nos presenta, decisiones que pasará por aceptar o no la propuesta, la teoría económica propone diferentes maneras de evaluar y seleccionar los proyectos, la más utilizada son el flujo de efectivo, Valor Actual Neto (VAN) y Tasa interna de Retorno (TIR) (Mete, 2014). Bajo lo expuesto anteriormente en el siguiente apartado corresponde a la evaluación económica del presente proyecto.

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Tabla N° 19: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

<u>PONDERACIÓN</u>	
0,053	Tasa activa
0,087	Tasa pasiva
<u>0,14</u>	<u>TMAR</u>

Fuente: Elaboración Propia

Para efectuar el presente estudio el VAN toma un valor positivo de \$393.173,51, es decir que el proyecto es rentable con una tasa de retorno del 67%, por lo cual se constituye que el proyecto es viable evidenciar que el valor de la empresa se incrementa al efectuarse la inversión.

4.3.4.1 Valor Actual Neto (VAN)

Para Uco (2019) el Valor Actual Neto (VAN) es el valor de todos los flujos de caja esperados referido a un mismo momento del tiempo (p. 52). Se conoce a la fórmula que calcula el VAN de la siguiente forma:

$$VAN = -I_i \pm \sum \frac{VF}{(1 + ip)^n}$$

I= Inversión inicial

VF= Flujos de dinero de cada periodo

ip= Tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

n= Número de periodo de tiempo

$$VAN = -\$ 15.665,00 + \frac{\$53.665,00}{(1 + 0.14)} + \frac{\$40.204,00}{(1 + 0.14)^2} + \frac{42.535,83}{(1 + 0.14)^3} + \frac{\$45.002,91}{(1 + 0.14)^4} + \frac{\$47.613,08}{(1 + 0.14)^5}$$

Tabla N° 20: Valor Actual Neto
VAN

TMAR	14%
AÑO 1	\$53.665,00
AÑO2	\$40.204,00
AÑO3	\$42.535,83
AÑO4	\$45.002,91
AÑO5	\$47.613,08

Fuente: Elaboración Propia

VAN \$393.173,51

En términos generales se interpreta el VAN del modo siguiente:

VAN > 0 => Que la empresa genera beneficio

VAN = 0 => No hay beneficio ni pérdidas, aunque se pierde el tiempo

VAN < 0 => hay pérdidas en la empresa, además de perder el tiempo.

Para tal efecto, se considera el VAN obtenido de \$393.173,51 valor positivo mayor que a 0, lo cual se interpreta que el proyecto generaría beneficios a favor de los propietarios de la empresa.

4.3.4.2 TIR

Para la evaluación económica del presente proyecto se utiliza la tasa interna de retorno la cual es otro criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos (Uco, 2019).

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I$$

Y_t=Flujo de ingresos del proyecto

E_t=Flujo de egresos

N =Número de períodos considerados

I = Tasa de descuento

Tabla N° 21: Tasa Interna de Retorno
TIR

Inversión	-\$15.665,00
Año 1	\$53.665,00
Año2	\$40.204,00
Año3	\$42.535,83
Año4	\$45.002,91
Año5	\$47.613,08

Fuente: Elaboración Propia

TIR= 67 %

La tasa Interna de retorno (TIR) es el 67 % con este indicador el proyecto se considera viable al ser mayor a 0; en donde el TIR es mayor al TMAR (suma entre la tasa activa y la tasa pasiva).

4.3.4.3 Estrategias de importación

El propósito de la presente propuesta es permitir a la empresa EMPORIUM a elaborar y aplicar estrategias que permitan a la entidad mejorar sus rendimientos económicos, dichas estrategias son orientadas específicamente a la importación de las prendas de vestir.

Con respecto a la selección de proveedores que posee la empresa EMPORIUM procede a realizar evaluaciones en los productos adquiridos, dicha evaluación se regirá específicamente en temas que abordan: el cumplimiento en el pedido solicitado, calidad y cumplimiento de especificaciones de las prendas de vestir, documentación y garantías, servicios de postventas y precio (véase Anexo 3). Dependerá de la calificación asignada para continuar las relaciones comerciales.

Posteriormente, se realizará búsquedas de nuevos proveedores que replacen o mejoren los servicios de ventas ofertados por los existentes. La sostenibilidad de prendas de vestir actualizada a las últimas tendencias se importará trimestralmente, lo que evitará el almacenamiento de prendas de vestir en Stock.

Para tal efecto es necesario solicitar cada dos meses actualizaciones de catálogos de prendas de vestir a los importadores en Francia para realizar el pedido de la próxima mercadería.

Para el caso de medios publicitarios, se utilizará cuñas en los programas de radio más escuchados en Ambato ubicadas en horas pico (9:00 y 15:00), además, se utilizará publicidad impresa con ofertas, ubicación y las prendas de vestir de última tendencia acorde a la moda, para ello, se realizará sesiones de fotografías profesionales con la mercadería ofertada.

Una vez realizado el estudio de pre factibilidad con el valor de los costos y gastos en los que, se incurre en el proceso de importación y pago de impuestos al estado, se fija un precio estándar para cada producto importado (chompas, camisetas y carteras) lo cual verifica la competitividad del precio acorde al mercado.

Tabla N° 22: Estrategias de importación

Nº	Estrategias	Actividades	Responsable	Recurso
1	Estrategia de actualización de modelos en prendas de vestir y precios	Proforma	Gerente	\$0,00
2	Estrategia de actualización de proveedores	Registro de observación (Anexo 3)	Gerente	\$0,00
3	Estrategia de distribuidores	Localizar distribuidores	Gerente	\$0,00
4	Estrategia de pedidos de compra trimestral	Generación de Orden de compra	Gerente	\$ 3,700,00 (trimestrales)
5	Estrategia de precios competitivos	Precios acorde al estudio de factibilidad	Gerente	\$0,00
6	Estrategia Publicitaria	Radio	Gerente	\$4.000
		Sesión de fotos	Gerente	\$1.500
		Hojas volantes y afiches	Gerente	\$500

Fuente: Elaboración Propia

Para la aplicación de cada una de las estrategias en la empresa EMPORUIM alcanza un valor de \$6.000,00, de los cuales poseen un tiempo determinado y su responsable, el cual está encargado del cumplimiento de las mismas.

Por el cumplimiento de las estrategias presentadas se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N° 23: Cronograma de importación

	Diciembre 2019	Enero 2020	Febrero 2020	Marzo 2020	Abril 2020	Mayo 2020	Junio 2020	Julio 2020	Agosto 2020	Septiembre 2020	Octubre 2020	Noviembre 2020	Diciembre 2020
Estrategia de actualización de modelos en prendas de vestir y precios			X			X			X			X	
Estrategia de actualización proveedores		X			X			X			X		
Estrategia de distribuidores			X			X			X			X	
Estrategia de pedidos de compra trimestral	X			X			X			X			X
Estrategia de precios competitivos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Estrategia de Publicitaria			X	X	X		X	X	X			X	X

Fuente: Elaboración Propia

Se considera de manera mensual el cumplimiento de cada estrategia, mismas que guardan concordancia con cada una de las actividades, en primer lugar las actualización en prendas de vestir se la realiza con un mes de anticipación a la generación de la orden de compra enviado a los proveedores, de Francia, posteriormente las auditorías a los proveedores se las realiza un mes después de la generación de la orden de compra tiempo en el cual la mercadería seleccionada se traslada desde su país de origen (Francia) hacia su destino (Ecuador), una vez obtenidas las puntuaciones mediante el instrumento evaluador se procede a la búsqueda de nuevos distribuidores en el caso de ser necesario. Mientras en la publicidad se efectuarán estratégicamente en los meses cercanos a la entrega de los productos en la empresa EMPORIUM, además, el uso de precios competitivos se mantendrá en todos los meses del año.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.4 Conclusiones

- La fundamentación teórica de los principales aspectos del comercio exterior, mediante los acuerdos comerciales entre Ecuador y la Unión Europea y diferentes factores detallados en el presente escrito, abre una posibilidad a los emprendedores en realizar sus actividades en la rama del comercio de productos importados.
- El diagnóstico de las capacidades de la empresa EMPORIUM para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador, a través del análisis financiero indicó que la inversión inicial para el proyecto se considera con un valor de \$ 15.665,00, mismo que cubren los gastos de constitución, permisos, equipos de cómputo, impresoras, escritorio, sillas, muebles y enseres. Las ventas en el primer año alcanzarán un valor de \$103.500,00, mientras que el punto de equilibrio se tiene \$91.929,23, con un flujo de caja positivo, por lo cual los inversionistas no necesitan realizar nuevas aportaciones. Se identificó los valores económicos en los que se incurrirá en la constitución de la empresa y el desarrollo de sus actividades, esto incluye la integración del valor a cancelar por sueldos y salarios respectivos al personal administrativo y de venta, además, se proyecta el nivel de ingresos que se beneficiaría la empresa por sus actividades económicas, lo cual, se evidencia que los ingresos superan a los egresos, es decir, se cubre los costos totales generados y brinda una rentabilidad positiva el proyecto planteado. Por todos los aspectos analizados anteriormente, los cuales indican la viabilidad del presente proyecto posee tanto administrativo, legal, operativa y financiera, lo cual genera rentabilidad o beneficios al propietario, empleados y especialmente a sus clientes.

- Por último, la elaboración de estrategias de importación permite a la empresa poseer un producto variado y acorde a la tendencia de la moda, lo cual evitara almacenar prendas de vestir que se podrían quedar en stock, además, se realizan planificaciones de la inversión necesaria durante el año.

4.5 Recomendaciones

- Para la empresa EMPORIUM ubicada en el sector Ficoa capacitara a sus colaboradores en el área de ventas, esto con el propósito de generar un servicio de calidad y enfocado al cierre de ventas.
- Para la realización de las importaciones se recomienda, planificarlas de la siguiente manera: cuatro importaciones al año lo cual tiene como objetivo que las prendas de vestir adquiridas tendrán acogida dentro del mercado mismas que correspondan a las tendencias de moda que se marcan alrededor del mundo.
- Con respecto al análisis financiero es necesario que la empresa EMPORIUM realice disminución de costos en sus actividades que desarrollan, esto con el propósito de generar un mejor rendimiento financiero.
- Se recomienda a la empresa EMPORIUM realizar un plan estratégico de marketing en el cual se dedique a la búsqueda del fortalecimiento de las 4p's del marketing (precio, promoción, plaza y producto), lo cual brinda mayor reconocimiento de la empresa.

Bibliografía

- Abad, C. V. (2009). Estudio para la creación de una importadora y comercializadora de ropa femenina ubicada en la zona sur del distrito metropolitano de Quito. <http://repositorio.espe.edu.ec:8080/bitstream/21000/1145/1/T-ESPE-021695.pdf>.
- Aduana del Ecuador SENA. (2019). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador > Servicio al Ciudadano. <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>.
- Aguilar, M. E. (2016). ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO. <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>.
- Ajeasturias. (2014). *Plan de inversiones y económico financiero*. Obtenido de <https://www.ajeasturias.com/wp-content/uploads/2014/04/plan-de-inversiones-economico-financiero.pdf>
- Ayala López, Á., & Tapia Guerrero, R. (2014). Diseño de un mecanismo técnico-operativo para el manejo de los procesos de importación de la empresa. *Universidad Politecnica salesiana Sede Quito*. Obtenido de <file:///C:/Users/CODEPRO/Desktop/CODEPRO/Documents/Kevin%20Paredes/Flujogramas%2026.pdf>
- BCE. (2018). *Balanza comercial Dic. 2018*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Bravo, C. J. (2012). ANÁLISIS SECTORIAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA Y DISEÑO DE UN MODELO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA MODATEX SA.". <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4831/1/UPS-GT000421.pdf>.
- Canal Chic. (2019). Ropa y tendencias en Francia. Francia. Obtenido de http://3.bp.blogspot.com/_YFtTN6IOIHM/SjNcVcSsdMI/AAAAAAAAGwU/oXBohuOH5pl/s400/sandro4.jpg
- Cervantes, L. (2012). Concepto: Que Es Importar textiles . <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>.

- Cisneros, T. P. (2010). Estudio de factibilidad para la creación de una boutique de ropa femenina en la ciudad de Quito provincia de Pichincha. Ibarra : <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/852/2/02%20ICO%20175%20TESIS%20GENERAL.pdf>.
- Contreras, C. R., & Múzquiz, P. A. (2011). GUÍA TÉCNICA PARA ELABORAR ORGANIGRAMAS. https://info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/leyes/dom-p003-d2_003_guia_tecnica_para_elaborar_organigramas.pdf.
- Cornejo, A. Á. (2017). Acuerdos comerciales con la Unión Europea: aporte al desarrollo económico del Ecuador . <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9468/1/T-UCSG-POS-MFEE-97.pdf>.
- Dominguez, A. J. (2014). LOS COSTES FIJOS Y VARIABLES. <http://www.academiamat.com/descarga/65.pdf>.
- Espinoza, M. E. (2013). Tamaño del Proyecto. [http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%200Fase%20I%20\(Segundo%20Momento\)/tamao_del_proyecto.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%200Fase%20I%20(Segundo%20Momento)/tamao_del_proyecto.html).
- Estrada, M. (2017). Estudio de mercado: Consulte las GUÍAS EMPRESARIALES en las delegaciones. México: <http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/GuiaEstudioMercado.pdf>.
- Estrada, M. G. (2015). ESTUDIO TÉCNICO. <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>.
- Falconí, R. (2014). *Depreciación Contable y Fiscal*. Obtenido de http://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques//FALCONI_Depreciacion_Contable_y_Fiscal.pdf
- Fernández, P. (2012). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. España : CAD ATEN Primaria. Obtenido de https://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp

- Follos, P. F. (2014). Ser ECO-Fashion esta de MODA. <http://ferfollos.blogspot.com/2014/06/ser-eco-fashion-esta-de-moda.html>.
- García, R. M. (2013). LAS VENTAJAS DE DISPONER DE UNA MARCA FUERTE EN LOS MERCADOS ACTUALES. En *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. file:///D:/Tesis/Tesis%20Erick%20Paredes/Dialnet-LasVentajasDeDisponerDeUnaMarcaFuerteEnLosMercados-187751.pdf.
- GLOBAL ASIA. (10 de agosto de 2018). Obtenido de <http://www.globalasia.com>
- Gonzales, E. M. (2011). DEPRECIACIONES . http://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/EDA_Hab_Neg_Depreciaciones_06_07.pdf.
- González, R. (2012). *PCDA.com* . Obtenido de <https://www.pdcahome.com/check-list/>
- Guillermina, B. (2013). licenciada en Ciencias de la Información. <https://www.lifeder.com/investigacion-bibliografica/>.
- Gutiérrez, S. T. (2015). El conocimiento sobre moda sostenible, y su impacto en el diseño de indumentaria en el clúster y confecciones de la ciudad de Ambato. <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20148/1/Tesis%20Final%20.pdf>.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.
- Herrera, L. M. (2014). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito : Editorial Pearson.
- INEC. (2011). *Balanza Comercial del Ecuador* . Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- INEC. (2016). Instituto Nacional de Estadística y Censos . www.ecuadorencifras.com .

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). Información Estadísticas del Ecuador. Quito: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>.
- Kiziryan, M. (2019). Las importaciones como un conjunto de bienes y servicios . <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>.
- Laguna, M. A. (2016). Requerimientos legales . <https://www.infor.uva.es/~mlaguna/is1/apuntes/2-requisitos.pdf>.
- León, V. C. (2019). Ingresos no operacionales. http://www.temasdeclase.com/textos/index.php?option=com_content&view=article&id=115:ingresos-no-operacionales&catid=91:capitulo-14-ingresos-no-operacionales&Itemid=260.
- López, M. A. (2017). INGRESOS OPERACIONALES EN UNA EMPRESA . http://www.electrolima.com/informe/N_Dic_31_03_03_pyg.pdf.
- Marín, I. A. (2012). Estructura organizacional y sus parámetros de diseño: análisis descriptivo en pymes industriales de Bogotá. *Estudios Gerenciales*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21224852003.pdf>
- Mete, M. (2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SUUTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS YEVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSION. Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OJTYxo74JxAJ:www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2019). Crecimineto del sector textil en el año 2018. Quito: MIPRO 2019.
- Miranda, J. J. (2013). Gestión de Proyectos, Evaluación Financiera Económica Social Ambiental. Colombia – Bogotá: Quinta edición MM editores .
- Mola, F. M. (2014). Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8924/1/Clase01.pdf>

- Muñiz, L. (2015). CHECK-LIST PARA EL DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL. España: BRESKA (PROFIT EDITORIAL). doi:9788416583867
- OECD. (2018). *Atlas media*. Obtenido de Atlas media: <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/fra/>
- Ortiz, S. P. (2010). Plan de negocios para la creación de una empresa de importación y comercialización de ropa y accesorios de moda para mujeres bogotanas de los estratos 4, 5 y 6 entre los 18 y 35 años de edad .
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9318/tesis407.pdf;sequence=1>.
- Portocarrero Lacayo, A. V. (2010). Hoja de ruta para el sector textil y de confecciones y el desarrollo sostenible en Nicaragua. <https://www.ictsd.org/themes/development-and-ldcs/research/hoja-de-ruta-para-el-sector-textil-y-de-confecciones-y-el>.
- Pro- Ecuador . (2012). Competitividad en cuanto al Clúster Textil y Confecciones . Quito .
- Ramirez, P. D. (2013). Planeación financiera: Punto de Equilibrio . México: McGraw Hill,; http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/04/punto_equilibrio.pdf.
- Riquelme, M. (2017). ¿Qué Son Los Gastos Administrativos? <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>.
- Riquelme, M. (2019). Obtenido de <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>
- Rodríguez, P. (2015). *Técnicas e instrumentos de investigación*.
- Sapag, C. N., & Chain, R. (2014). Preparación y Evaluación de Proyectos. Mexico: 4Ta edición; Mc. Granw- Hill.
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir* . Quito.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2015). *Codificación del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías*. Ecuador: SNAE.

- Slow Fashion Next. (2017). Diez marcas moda innovan residuo textil. <https://www.slowfashionnext.com/blog/2017/03/01/diez-marcas-moda-innovan-residuo-textil/>.
- Tejada, E. (2014). *Propuesta para el mejoramiento turistico*. Quito: Universidad Tecnologica Equinoccial. Obtenido de repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1662/1/45508_1.pdf
- Thompson, I. (2014). Definición de Precio. <https://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>.
- Uco. (2019). ANÁLISIS DE INVERSIONES GANADERAS. Obtenido de http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/19_09_19_tema5.pdf
- Valladares, F., & Salinas, S. v. (2015). Manual de Procedimientos de Clasificación de Puestos . https://www.paho.org/nic/index.php?option=com_docman&view=download&alias=602-indicador-20-manual-2-procedimientos-clasificacion-hss&category_slug=documentos-proyecto-holanda&Itemid=235.
- Van, S. M. (2017). Acuerdo Comercial de Ecuador y la Unión Europea . En *Publicación de la Delegación de la Unión Europea en Ecuador*. https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador_0.pdf.
- Villalba, N. M. (2014). El financiamiento del proyecto que se realizará mediante el aporte de los emprendedores y con préstamo del C.E.E. Quito : <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1245/5/T-ESPE-024411-C3.pdf>.
- Zapata, M. A. (2017). Concepto y tipos de inversión. [file:///C:/Users/BIOSTAR/Downloads/INDcap07%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/BIOSTAR/Downloads/INDcap07%20(1).pdf).

Anexos

En el presente apartado se muestra los instrumentos utilizados para la recolección de información, la cual es utilizada para la construcción del capítulo III perteneciente a la demanda y la oferta del proyecto.

Anexo 1

Encuesta dirigida a mujeres de la PEA del Cantón Ambato

Objetivo: Determinar la factibilidad para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador por la empresa EMPORIUM en el cantón Ambato.

Desarrollo: Escoja una sola respuesta, según corresponda sus intereses.

1. ¿Qué tipo de prendas de vestir utiliza?

Importadas	
Nacionales	

¿Porque? _____

2. ¿De las siguientes prendas cuál es la que más compra?

Buzos	
Blusas	
Camisetas	
Chalecos	
Chompas	
Otros	

3. ¿Estaría dispuesta a comprar ropa importada desde Francia?

SI	
NO	

4. De la prenda escogida anteriormente (Pregunta 2). ¿Qué precio estaría dispuesta a pagar por una unidad importada desde Francia?

0-20 USD	
21-40 USD	
41-60 USD	
61-80 USD	
81-100 USD	
Más 100 USD	

5. ¿Con qué frecuencia compraría prendas de vestir importada desde Francia?

Semanal	
Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

6. ¿Cuántas prendas de ropa importada desde Francia compraría usted al año?

7. ¿En qué lugar adquiere, sus prendas de vestir?

Almacenes	
-----------	--

Supermercados	
Mercado (Ropa)	
Informales	
Internet	
Otros	

8. ¿Ha comprado ropa importada desde Francia en tiendas o almacenes de la ciudad de Ambato?

SI	
NO	

9. ¿Qué talla utiliza en ropa para adulto?

TALLA USA	TALLA EUROPA	
XXS	34	
XS	36	
S	38	
M	40	
L	42	
XL	44	
XXL	46	

10. ¿Qué Prefiere calidad o precio?

Calidad	
Precio	
Calidad y precio	

11. ¿Ha escuchado anteriormente el nombre de la empresa EMPORIUM?

SI	
NO	

12. ¿Qué canales de comercialización le gustaría usar para adquirir prendas importadas?

Tienda especializada	
Almacén	
Catálogo	
Visitador(a) domicilio o trabajo	
Otros	

Fuente: Elaborado por Paredes, K. (2019) a partir de Muñiz (2015)

Elaborado por: El investigador

Gracias por su colaboración

Anexo 2

Registro de observación (Check list) a aplicar en la empresa EMPORIUM del cantón Ambato

Objetivo: Diagnosticar las capacidades de la empresa EMPORIUM para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador.

Desarrollo: Marque según corresponda, 1 lo más bajo y 5 lo más alto.

1. Malo o no posee; 2. Regular, o posee parcialmente; 3. Bueno, o completo; 4. Muy bueno, o cumplido; 5. Excelente, o sin novedades.

Cuestionamientos	1	2	3	4	5
De cumplimiento					
1. Cumple con todo lo reglamentario para las importaciones de ropa femenina desde Francia a Ecuador.					
4. Tiene actualizado las licencias y demás documentos para las importaciones.					
5. Cumple con los procesos de importación.					
6. Tiene descrito los procesos para la importación.					
7. Cumple con el personal mínimo requerido para la actividad de importación.					
8. Tiene definido las funciones para el personal que realiza las importaciones en la empresa.					
7. La empresa está en la capacidad física de realizar operaciones de importación desde Francia a Ecuador.					
8. La empresa cuenta con la capacidad económica para realizar operaciones de importación desde Francia a Ecuador.					
9. La empresa cuenta con la capacidad organizativa para realizar operaciones de importación desde Francia a Ecuador.					
10. Cumple con sus obligaciones tributarias al día.					
11. Cumple con sus obligaciones patronales.					
De conocimiento					
1. Conocen de los procesos para la importación de ropa femenina desde Francia a Ecuador.					
2. Cuentan con el capital intelectual adecuado.					
3. Estudia el mercado previo realización de las importaciones.					
4. Ha realizado estudios para determinar la demanda potencial insatisfecha.					
5. Conoce los costos de compra y venta de ropa importada en el país.					
6. Conoce la competencia existente.					
9. Posee experiencia necesaria en el mercado.					
10. Tiene un plan de capacitaciones para las personas que realizan las importaciones.					
11. Cuenta con un presupuesto para capacitaciones en la empresa.					
Infraestructura					
1. Cómo es su infraestructura física					

2. Cómo es su infraestructura organizacional					
3. La empresa lleva contabilidad					
4. Cuenta con sucursales					
5. Posee almacenes propios					
6. Cuenta con distribuidores					
7. Tiene plataforma de compras virtual					
8. Tiene página web corporativa					
9. Manejan redes sociales y google ads para publicidad empresarial					
10. Tiene departamento de ventas o de marketing					
12. Tiene sala de ventas					
Sobre estrategias importación					
1. Posee estrategias de importación					
2. Su misión y visión están enfocados al mercado					
3. Se ha realizado análisis FODA					
4. Las estrategias cumplen con los objetivos de la empresa					
5. Tiene estrategias enfocadas a otras áreas distintas a las importaciones					
6. Manejan un plan estratégico organizacional					

Fuente: Elaborado por Paredes, K. (2019) a partir de Muñiz (2015)

Elaborado por: El investigador

Gracias por su colaboración

Anexo 3

A través del presente instrumento se verificó el cumplimiento o no de los factores de evaluación establecidos en la siguiente tabla, se calificará al proveedor con un puntaje entre 0.0 a 5.0 puntos conforme a los siguientes criterios.

OFICINA DE CONTRATACIÓN Y CONVENIOS		EVALUACIÓN DE PROVEEDORES	
		Código: CYC-GEF-FR-06	
		Página: 1 de 1	
		Versión: 3	
		Vigente a partir de: 2015-07-06	
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL PROVEEDOR: _____		EVALUACIÓN <input type="checkbox"/>	
C.C. O NIT: _____			
LUGAR Y FECHA DE LA EVALUACIÓN: _____			
CONTRATO No. _____			
Verificado el cumplimiento o no de los factores de evaluación establecidos en la siguiente tabla, se calificará al Proveedor con un Puntaje entre 0.0 a 5.0 puntos, conforme a los siguientes criterios:			
CARACTERÍSTICAS	PUNTAJE	CRITERIOS	CALIFICACION
CUMPLIMIENTO Y ENTREGA	Entre 4,5 y 5,0	EXCELENTE.- El contrato se terminó antes de lo estipulado.	0,0
	Entre 3,9 y 4,4	BUENO.- El contrato se terminó en la fecha estipulada.	
	Entre 3,0 y 3,8	REGULAR.- El contrato se entregó posterior a la fecha estipulada, pero no superior al 20% de la duración del mismo.	
	Entre 0,0 y 2,9	NO CUMPLE.- El contrato se entregó en fecha posterior a la estipulada, superior al 20% de la duración del mismo.	
CALIDAD Y CUMPLIMIENTO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	Entre 4,5 y 5,0	EXCELENTE.- El contratista supera las expectativas y mejora las especificaciones técnicas establecidas para el bien y/o servicio adquirido.	0,0
	Entre 3,9 y 4,4	BUENO.- El contratista cumplió con los requisitos y especificaciones técnicas establecidas para el bien y/o servicio adquirido.	
	Entre 3,0 y 3,8	REGULAR.- El contratista faltó a uno o más requisitos y/o especificaciones técnicas, que previo requerimiento fueron subsanadas sin incurrir en perjuicios para la Universidad.	
	Entre 0,0 y 2,9	NO CUMPLE.- El contratista presentó inconformidades graves en la calidad y cumplimiento de especificaciones técnicas exigidas, ocasionando incumplimiento del contrato y dando lugar a la aplicación de garantías.	
DOCUMENTACIÓN Y GARANTÍAS	Entre 4,5 y 5,0	EXCELENTE.- El contratista mantiene actualizado su documentación en el Banco de Proveedores de la Universidad y constituye las garantías para el perfeccionamiento del contrato en tiempo oportuno.	0,0
	Entre 3,9 y 4,4	BUENO.- El contratista presenta su documentación y/o actualiza su registro antes de la suscripción del contrato y constituye las garantías dentro del término pactado.	
	Entre 3,0 y 3,8	REGULAR.- El contratista no actualiza los documentos de su inscripción en el Banco de Proveedores y/o constituye las garantías en fecha posterior al término pactado.	
	Entre 0,0 y 2,9	NO CUMPLE.- El contratista no actualiza los documentos de su inscripción en el Banco de Proveedores y/o se rehúsa a constituir la garantías requeridas.	
SERVICIO POSTVENTA	Entre 4,5 y 5,0	EXCELENTE.- El contratista lleva control postventa sobre la calidad y/o correcto funcionamiento del bien y/o servicio contratado, sin petición y/o requerimiento de la Universidad.	0,0
	Entre 3,9 y 4,4	BUENO.- El contratista atiende las peticiones y/o requerimientos de la Universidad y se preocupa por garantizar la calidad y/o funcionamiento del bien y/o servicio contratado.	
	Entre 3,0 y 3,8	REGULAR.- El contratista atiende en forma desobligada a las peticiones y/o requerimientos de la Universidad frente a la calidad y correcto funcionamiento del bien y/o servicio contratado.	
	Entre 0,0 y 2,9	NO CUMPLE.- El contratista desatiende o atiende tardíamente las peticiones y/o requerimientos de la Universidad frente a la calidad y correcto funcionamiento del bien y/o servicio contratado.	
PRECIO	Entre 3,0 y 5,0	EXCELENTE: El precio es competitivo	0,0
	Entre 0,0 y 2,9	NO CUMPLE: el precio no es competitivo	

CAPACIDAD INSTALADA	Entre 4,5 y 5,0	EXCELENTE: las instalaciones y tecnología para atender las solicitudes de la Universidad superan las expectativas.	0,0
	Entre 3,9 y 4,4	BUENO: las instalaciones y tecnología para atender las solicitudes es suficiente.	
	Entre 3,0 y 3,8	REGULAR: las instalaciones y tecnología para atender las solicitudes no es suficiente.	
	Entre 0,0 y 2,9	NO CUMPLE: No tiene las instalaciones y tecnología para atender las necesidades de la Universidad	
SOPORTE TÉCNICO	Entre 4,5 y 5,0	EXCELENTE: La asesoría es oportuna y acertada.	0,0
	Entre 3,9 y 4,4	BUENO: Realizará asesoría cuando se requiere.	
	Entre 3,0 y 3,8	REGULAR: La asesoría es ocasional.	
	Entre 0,0 y 2,9	NO CUMPLE: No realiza el servicio de asesorías pactado en el contrato.	
PROMEDIO			0,0
Criterios de Calificación Definida	PUNTAJE	RESULTADO	
	4,5 - 5,0	Excelente - Proveedor confiable y recomendado.	
	3,9 - 4,4	Bueno - Proveedor confiable.	
	3,0-3,8	Regular - Proveedor poco confiable. Condicionado y/o Sancionado	
	0,0 - 2,9	No Confiable - Proveedor NO confiable. Restringido.	
OBSERVACIONES:			
RESPONSABLES:			
_____		_____	
Ordenador de Gasto		Interventor	