



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**“PROPUESTA DE CREACIÓN DE EMPRESA MANUFACTURERA
DE LENCERÍA INSTITUCIONAL, PARA EL SECTOR
HOTELERO DE LA PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2013”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN DESARROLLO
EMPRESARIAL**

AUTOR: KERLY BERNARDITA CABRERA CHICA

TUTOR: ING. LINDA NÚÑEZ GUALE MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PROPUESTA DE CREACIÓN DE EMPRESA MANUFACTURERA
DE LENCERÍA INSTITUCIONAL, PARA EL SECTOR
HOTELERO DE LA PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2013”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN
DESARROLLO EMPRESARIAL**

KERLY BERNARDITA CABRERA CHICA

TUTOR: ING. LINDA NÚÑEZ GUALE MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

JUNIO - 2013

La Libertad, 11 de marzo 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación “PROPUESTA DE CREACIÓN DE EMPRESA MANUFACTURERA DE LENCERÍA INSTITUCIONAL, PARA EL SECTOR HOTELERO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”, elaborado por la Srta. Kerly Bernardita Cabrera Chica, egresada de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado la tesis, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ing. Linda Núñez Guale MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mi madre. **A Dios** porque ha estado conmigo, en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, **a mi madre**, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presenta sin dudar ni un solo momento en mis capacidades. Es por ella que soy lo que soy ahora. La amo con mi vida.

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo realizado. Por tal razón, un eterno agradecimiento a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, que abre sus puertas a jóvenes peninsulares, nacionales y extranjeros, preparándolos como profesionales competitivos con buenos procedimientos morales y éticos. A mi querida Universidad muy fraternamente por permitirme alcanzar un objetivo muy importante de mi carrera, el de ser Ingeniera en Desarrollo Empresarial.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón MSc.
DECANA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVA

Econ. Félix Tigrero González MSc
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL

Ing. Linda Nuñez Guale MSc.
PROFESOR-TUTOR

Ing. Margarita Palma Samaniego
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**“PROPUESTA DE CREACIÓN DE EMPRESA MANUFACTURERA DE
LENCERÍA INSTITUCIONAL, PARA EL SECTOR HOTELERO DE LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

Autor: Kerly Bernardita Cabrera Chica.

Tutor: Ing. Linda Núñez Guale Msc.

RESUMEN

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo general proponer la creación de una empresa manufacturera de lencería institucional, a través de un estudio de mercado, técnico y financiero, para el sector hotelero de la provincia de Santa Elena. Su importancia radica en que toda actividad artesanal debe ser desarrollada, debiéndose realizar diversos estudios que sustenten la instauración de una empresa. Por ello la necesidad de aplicar la investigación en el sector hotelero debido a que ha enfrentado grandes dificultades al momento de adquirir sábanas, cubrecamas, manteles, toallas, alfombras y cortinas, ya que la provincia no cuenta con un establecimiento que ofrezca lencería institucional variada y de buena calidad, teniendo que adquirirlas en otras ciudades. Así mismo persigue la finalidad de probar que existe un número suficiente de consumidores o usuarios, que cumplen con los requisitos para constituir una demanda que justifique la ejecución del proyecto en un período de tiempo determinado. De acuerdo a la metodología empleada, se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa, en la cual se recurrió a una investigación descriptiva y documental para su efecto se utilizó el método de la observación, deductivo y análisis. De acuerdo al tipo de investigación empleada se realizó una encuesta que estuvo dirigida a los empresarios del sector hotelero, a los artesanos del sector textil y a los clientes de los hoteles, tomando una muestra representativa de la población para que los datos recolectados sean veraces y confiables. La propuesta contribuirá al sostenimiento económico de la localidad a través del desarrollo del sector textil.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
ÍNDICE DE CUADROS.....	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XVII
INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
SISTEMATIZACIÓN	7
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	8
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos	9
HIPÓTESIS.....	10
Operacionalización de las Variables.....	10
CAPÍTULO I.....	13
MARCO TEÓRICO.....	13
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.....	13
1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	15
1.2.1 Variable Independiente: Empresa Manufacturera.	15
1.2.1.1 Definición de Empresa Manufacturera.	15
1.2.1.2 Importancia de las Empresas Manufactureras	16
1.2.1.3 Estructura de las Empresas Manufactureras.	17
1.2.1.4 Aportaciones de las Empresas Manufactureras en el País.....	18
1.2.2 VARIABLE DEPENDIENTE: LENCERÍA INSTITUCIONAL	20
1.2.2.1 Contexto de Lencería Institucional	20
1.2.2.2 Producción de Lencería Institucional en el Ecuador	22
1.2.2.3 Importación y Exportación del Sector Textil.....	25

1.2.2.4 La Lencería Institucional y el Sector Hotelero	29
1.2.2.5 Aportación Económica de la Lencería Institucional del Ecuador.....	30
1.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	33
1.3.1 Constitución de la República del Ecuador, 2008.....	33
1.3.2 Plan Nacional del Buen Vivir, Año 2009 - 2013.....	33
1.3.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, Año 2010	34
1.3.4 Ley de desarrollo de la cultura del emprendimiento, la creación y fortalecimiento de empresas sociales en el Ecuador como mecanismo de generación empleo y crecimiento económico, año 2006.....	34
1.3.5 Reglamento Operativo del Fondo para el desarrollo de las Pymes (FONDEPYMES), Año 2007.	35
CAPÍTULO II	36
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	36
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	36
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	36
2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	37
2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.	37
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	38
2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
2.7.1 Población	39
2.7.2 Muestra	40
2.8 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.	42
CAPÍTULO III.....	43
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	43
3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.	44
3.1.1. Encuesta a los Empresarios Hoteleros.....	44
3.1.2. Encuesta a los Artesanos.....	55
3.1.3. Encuesta a Clientes Hoteleros.....	65
3.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
CAPÍTULO IV.....	77
CREACIÓN DE EMPRESA MANUFACTURERA DE LENCERÍA INSTITUCIONAL, PARA EL SECTOR HOTELERO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.....	77
4.1 Presentación	77
4.2 Base Filosófica de la Organización.....	78

4.2.1 Misión	78
4.2.2 Visión	78
4.2.3 Objetivos	78
4.2.4 PRINCIPIOS Y VALORES	79
4.3 Naturaleza del Proyecto	80
4.3.1 Descripción de la Empresa “Telytex S.A.”	80
4.4 Organización	81
4.4.1 Organigrama.....	81
4.4.2 Funciones y Perfiles de los cargos.....	82
4.5 Desarrollo del personal	96
4.6 EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	96
4.7 Mercado.....	98
4.7.1 Descripción de los productos a ofrecer	98
4.7.2 Distribución y puntos de venta.....	100
4.7.3 PUBLICIDAD	101
4.7.4 Marca Slogan y Logotipo.....	101
4.7.5 Proveedores	102
4.7.7 VENTAJAS COMPETITIVAS	103
4.8 Aspectos Tecnológicos del Proyecto	103
4.8.1 Ubicación del Proyecto	103
4.8.1.1 Macrolocalización	103
4.8.1.2 Microlocalización	104
4.8.2 Infraestructura, Equipo y Maquinaria	104
4.10 Diagrama de Flujo de Proceso	111
4.11 Supuestos	113
4.11.1 INCREMENTO DE LA DEMANDA:.....	113
4.12 Estimación de la demanda.....	114
4.13 Presupuesto de ventas.	116
4.14 Programa de Producción.	120

4.15	Presupuesto de Egresos	120
4.16	Capital de trabajo	121
4.17	Valor de desecho	122
4.18	Estimación de gastos	124
4.19	Financiamiento	126
4.12	Flujo de caja	127
4.13.1	VAN	132
4.13.2	TIR	132
	CONCLUSIONES	133
	RECOMENDACIONES	134
	BIBLIOGRAFÍA	135
	ANEXOS	137

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Estructura Organizacional de una Empresa Manufacturera.	17
Gráfico 2	Producción de la Industria de fabricación de productos textiles, prendas de vestir y artículos de cuero según sus componentes – Estructura porcentual año 2007.	24
Gráfico 3	Exportaciones de manufacturas textiles, miles de dólares FOB y tasa de variación, año 2003 – 2009	26
Gráfico 4	Exportaciones de textiles de acuerdo a tipo de producto. Participación porcentual año 2009.	26
Gráfico 5	Importaciones de manufacturas textiles. Miles de dólares FOB y tasa de variación.	27
Gráfico 6	Tasa de variación anual de las importaciones de textiles según tipo de producto, año 2009	27
Gráfico 7	Saldo de la Balanza Comercial del sector textil, FOB	28
Gráfico 8	Valor Agregado Bruto de la Industria de fabricación de productos textiles, prendas de vestir, fabricación de cuero y artículos de cueros a Precios de 2000. Estructura porcentual.	32
Gráfico 9	Valor Agregado Bruto de la industria de fabricación de productos textiles, prendas de vestir, fabricación de cuero y artículos de cuero a precios de 2009. Millones de dólares y tasa de variación.	32
Gráfico 10	Lugares Dónde Adquiere Lencería Institucional	44
Gráfico 11	Adquisición de lencería institucional	45
Gráfico 12	Renovación De Las Sábanas Y Edredones	46
Gráfico 13	Características De La Lencería Institucional	47
Gráfico 14	Medidas De Las Sábanas	48
Gráfico 15	Preferencia De Tela	49
Gráfico 16	Factor Importante Para Elegir Lencería Institucional	50
Gráfico 17	Quejas De Los Clientes Por La Calidad De Sábanas Y	51

	Edredones	
Gráfico 18	Frecuencia De Precios De Lencería Institucional	52
Gráfico 19	Importancia De La Labor De Los Artesanos	53
Gráfico 20	Aceptabilidad De La Creación De Una Empresa Manufacturera De Lencería Institucional	54
Gráfico 21	Tiempo De Ser Artesano	55
Gráfico 22	Actividad Artesanal	56
Gráfico 23	Ingresos Mensuales	57
Gráfico 24	Lugar De Adquisición De Materia Prima	58
Gráfico 25	Factores Importantes Para Elegir La Materia Prima	59
Gráfico 26	Elemento Primordial Para Una Buena Producción	60
Gráfico 27	Tiempo De Confeccionar Un Juego De Sábana	61
Gráfico 28	Confección de Modelos Creativos	62
Gráfico 29	Mano de Obra en la Confección Textil	63
Gráfico 30	Introducción de una Empresa Manufacturera De Lencería Institucional	64
Gráfico 31	Utilización del Servicio de Hospedaje	65
Gráfico 32	Factores Importantes Para Elegir el Hotel	66
Gráfico 33	Diseño de la Lencería Institucional	67
Gráfico 34	Características de la Lencería Institucional	68
Gráfico 35	Preferencia de la Calidad de las Sábanas	69
Gráfico 36	Confort de las Sábanas en el Descanso	70
Gráfico 37	Aspecto Relevante de la Decoración de las Cortinas	71
Gráfico 38	Conocimiento de la Actividad Artesanal	72
Gráfico 39	Producción Artesanal de Sábanas y Edredones	73
Gráfico 40	Importancia de Establecer una Empresa Manufacturera	74
Gráfico 41	Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A	81
Gráfico 42	Diagrama de flujo de proceso	111
Gráfico 43	Diseño de Oficina	113
Gráfico 44	Resultados por clientes	114
Gráfico 45	¿De existir la empresa usted compraría los productos?	115

Gráfico 46 Con que frecuencia adquirirá los productos (estimación anual)

115

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Matriz de Operacionalización de Variable Independiente	11
Cuadro 2	Matriz de Operacionalización de Variable Dependiente	12
Cuadro 3	Producción promedio y estructura porcentual de la producción total según tamaño del establecimiento, año 2007	25
Cuadro 4	Estructura de la industria manufacturera en términos reales, 2005–2009	31
Cuadro 5	Fuentes de Recolección de Información	38
Cuadro 6	Población	40
Cuadro 7	Muestra	41
Cuadro 8	Lugares dónde adquiere Lencería Institucional	44
Cuadro 9	Adquisición de Lencería Institucional	45
Cuadro 10	Renovación de las Sábanas y Edredones	46
Cuadro 11	Características de la Lencería Institucional	47
Cuadro 12	Medidas de las Sábanas	48
Cuadro 13	Preferencia de Tela	49
Cuadro 14	Factor importante para elegir Lencería Institucional	50
Cuadro 15	Quejas de los clientes por la calidad de sábanas y edredones	51
Cuadro 16	Frecuencia de precios de Lencería Institucional	52
Cuadro 17	Importancia de la labor de los Artesanos	53
Cuadro 18	Aceptabilidad de la creación de una empresa manufacturera de Lencería Institucional	54
Cuadro 19	Tiempo de ser Artesano	55
Cuadro 20	Actividad Artesanal	56
Cuadro 21	Ingresos Mensuales	57
Cuadro 22	Lugar de adquisición de Materia Prima	58
Cuadro 23	Factores importantes para elegir la Materia Prima	59
Cuadro 24	Elemento primordial para una buena producción	60
Cuadro 25	Tiempo de confeccionar un Juego de Sábana	61
Cuadro 26	Confección de Modelos Creativos	62

Cuadro 27	Mano de Obra en la Confección Textil	63
Cuadro 28	Introducción de una Empresa Manufacturera de Lencería Institucional	64
Cuadro 29	Utilización del Servicio de Hospedaje	65
Cuadro 30	Factores importantes para elegir el Hotel	66
Cuadro 31	Diseño de la Lencería Institucional	67
Cuadro 32	Características de la Lencería Institucional	68
Cuadro 33	Preferencia de la calidad de las Sábanas	69
Cuadro 34	Confort de las sábanas en el Descanso	70
Cuadro 35	Aspecto relevante de la decoración de las Cortinas	71
Cuadro 36	Conocimiento de la actividad Artesanal	72
Cuadro 37	Producción artesanal de sábanas y edredones	73
Cuadro 38	Importancia de establecer una Empresa Manufacturera	74
Cuadro 39	Gerente General	82
Cuadro 40	Secretaria	83
Cuadro 41	Director Administrativo Financiero	84
Cuadro 42	Contador	85
Cuadro 43	Jefe De Producción	86
Cuadro 44	Supervisión De Producción	87
Cuadro 45	Diseñador	88
Cuadro 46	Operario - Cortadora Textil	89
Cuadro 47	Operario – Costurera	90
Cuadro 48	Encargada En Planchado	91
Cuadro 49	Empacador	92
Cuadro 50	Bodega	93
Cuadro 51	Jefe De Ventas y Marketing	94
Cuadro 52	Vendedor	95
Cuadro 53	Temáticas de Recursos Humanos	96
Cuadro 54	Formulario de Evaluación de Desempeño	97
Cuadro 55	Descripción de los Productos - Juegos de sábanas y edredones	99
Cuadro 56	Descripción de los Productos - Manteles y cortinas	99

Cuadro 57	Clientes potenciales	102
Cuadro 58	Micro localización	104
Cuadro 59	Maquinarias y Equipos	105
Cuadro 60	Reinversiones	106
Cuadro 61	Balance de Obras Físicas	107
Cuadro 62	Balance De Personal	108
Cuadro 63	Materiales	109
Cuadro 64	Insumos Generales	110
Cuadro 65	Matriz clientes/productos	116
Cuadro 66	Precio Lencería Institucional	117
Cuadro 67	Presupuesto de Cuentas por Cobrar	119
Cuadro 68	Estructura De Costos	120
Cuadro 69	Presupuestos de costos de producción mensual primer año	121
Cuadro 70	Capital De Trabajo	122
Cuadro 71	Valor Desecho	123
Cuadro 72	Gastos	124
Cuadro 73	Detalle De Gastos	124
Cuadro 74	Gastos de venta	125
Cuadro 75	Inversión total	126
Cuadro 76	Inversión total financiamiento	126
Cuadro 77	Estado de Situación Final	128
Cuadro 78	Estado de Resultados	129
Cuadro 79	Flujo De Efectivo Inversionista	130
Cuadro 80	Flujo De Caja Del Proyecto Puro	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Juegos de sábanas 1 PLAZA	117
Tabla 2	Juegos de sábanas 1 PLAZA Y MEDIA	117
Tabla 3	Juegos de sábanas 2 PLAZAS	118
Tabla 4	Juegos de sábanas 2 PLAZA Y MEDIA	118
Tabla 5	Edredones 1 PLAZA	118
Tabla 6	Edredones 1 PLAZA Y MEDIA	118
Tabla 7	Edredones 2 PLAZAS	118
Tabla 8	Cortinas 1,5 X 2 Metros	119
Tabla 9	Cortinas 2 X 3 Metros	119
Tabla 10	Cortinas 2,5 X 3 Metros	119
Tabla 11	Tabla De Amortización	127

INTRODUCCIÓN

En la cabecera cantonal de Santa Elena, existen artesanos calificados en la confección, tales como ropa interior de hombre y mujer, ropa de baño, pantalones, blusas, camisas de hombre, buzos y chaquetas formales e informales; elaboración de sombreros de paja toquilla; calzado de hombre y mujer, se puede notar que los artesanos no se dedican a la producción textil para el hogar como las sábanas, cubrecamas, manteles, toallas, alfombras y cortinas.

El presente trabajo de investigación tiene su importancia en que toda actividad artesanal debe ser desarrollada y para ello requiere de estudios que permitan sustentar la creación de una empresa, beneficiando a los artesanos y/o profesionales y empresarios hoteleros.

Al crear una empresa manufacturera de lencería institucional en la producción, comercialización de juegos de sábanas, edredones, cortinas y mantelería es una oportunidad viable para su desarrollo y crecimiento económico en la provincia de Santa Elena, dicha investigación se estructura en cuatro capítulos que se describen a continuación:

Capítulo I: Fundamentación teórica: Este capítulo relata toda la teoría que amplía la temática de investigación, conceptualizando cada una de las variables que componen el tema para justificar su importancia y contribución a la empresa.

Capítulo II: Investigación de campo: Este capítulo muestra la metodología a seguir en la investigación de campo, identificando los sujetos de investigación y determinando la herramienta a utilizar para la recolección de datos, obteniendo así la información tanto de fuentes primarias como secundarias que explican los resultados obtenidos.

El Capítulo III: Análisis e Interpretación de Resultados: Este capítulo con la finalidad de sustentar los hallazgos se procedió a la obtención de la información, mediante la aplicación de encuestas a los empresarios hoteleros, artesanos de la provincia de Santa Elena y a los clientes hoteleros.

Capítulo IV: Propuesta: Este capítulo presenta la propuesta de creación de una empresa manufacturera de lencería institucional, para el sector hotelero de la provincia de Santa Elena, año 2013.

Esperando que el trabajo de tesis pueda ser de utilidad para futuras investigaciones y a la vez fortalecer los conocimientos de los estudiantes que pertenecen a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

Planteamiento del Problema

El inicio de la actividad textil mundial se basaba en la producción doméstica, pues el trabajo se lo realizaba en casa o en talleres familiares, que permitían a los trabajadores obtener recursos en temporada baja de la agricultura.

La historia de la industria textil se remonta al primer proceso de la industrialización en regiones de Europa y Estados Unidos; conforme a otros países comenzaron su desarrollo, la industria textil jugó un papel muy importante como medio para la industrialización. (www.eumed.net/libros/2009).

Las innovaciones tecnológicas exigieron pasar de la industria doméstica y dispersa, a la fábrica, donde se concentraron maquinarias y trabajadores formando una cadena de producción. La nueva organización aumentó la productividad del trabajo e hizo descender los costos y los precios.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. (Torrer Motta Marco, 2000).

La globalización de las economías ha incrementado el comercio mundial, los acuerdos comerciales, han permitido que países como China, Hong Kong y Taiwán, se hayan especializado en la producción y exportación de ciertos productos, a costos más bajos. Actualmente son considerados como los más grandes abastecedores del mercado mundial de textiles y confecciones. (www.flacso.org.ec/portal).

Estados Unidos es uno de los mercados más importantes para los textiles y confecciones debido a su gran tamaño y capacidad de consumo; por tanto, uno de los más apetecidos y concurridos. Es trascendente no perder de vista el mercado local, el cual se ha visto afectado por la entrada de productos de países asiáticos como China y Hong Kong. (www.flacso.org.ec/portal).

En el Ecuador las exportaciones de artículos relacionados con la industria textil han presentado en los últimos años un crecimiento significativo, se enfrentan al reto de competir dentro y fuera del país con artículos en particular de procedencia china, que disfrutan de economías de escala incomparables, costos de producción menores y apoyo estatal. A pesar que desde el año 2010, el sector textil cuenta con protección arancelaria permanente, un arancel mixto para las prendas de vestir y lencería del hogar e institucional, el cual es de 5,5 dólares por kilo neto de importación y un impuesto ad valorem del 10% (Decreto Ejecutivo N° 372, del año 2010).

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo, la tasa de crecimiento promedio anual del sector textil en el Ecuador es del 1,3%, siendo después de la industria de alimentos y bebidas, el segundo sector más importante en la generación del PIB industrial. En el año 2009 el aporte al valor agregado de la industria manufacturera fue del 13% y al año 2010 el aporte del sector al PIB total fue del 1,11%. En el mes de junio de 2010, el sector textil generaba más de 160.000 empleos directos, de los cuales el 73% se concentraba en el sector urbano; es decir, 117.000 empleos y el 27% restante en el sector rural.

La industria textil ecuatoriana está afectada por graves problemas. El primero es la baja producción de algodón en el país, el cual representa apenas el 3% del requerimiento interno, el segundo problema es el contrabando; fuentes del sector manufacturero estiman que el contrabando total ingresado al Ecuador entre el año 2000 y 2004 asciende a \$2.103 millones. La misma fuente determina que este

contrabando ha generado pérdidas al fisco por \$ 585 millones en el período ya mencionado, por el no cobro de aranceles e IVA de importación. (Asociación de Industriales Textiles de Pichincha, del año 2010).

Durante el año 2009, el sector manufacturero tuvo ingresos por \$40.509 millones de dólares, el 27,77% del total de ingresos generados en el país y el 77,8% del PIB total nacional de acuerdo al Banco Central del Ecuador; con estos datos se evidencia que la industria manufacturera en el Ecuador es de vital importancia para el sector textil, visualizándolo desde el ámbito privado como fuente generadora de empleo e ingresos y desde el sector público como fuente generadora de ingresos tributarios para el Estado.

De acuerdo a los datos de la Revista Potencialidades Península de Santa Elena - Subsecretaria de inclusión económica agosto, 2008, la industria manufacturera ha tomado una gran importancia para el desarrollo del Ecuador; en la provincia de Santa Elena el sector textil está representando por unidades productoras cuyo trabajo lo efectúan de forma artesanal, en el cantón La Libertad los sastres y las modistas se han asociado para atender la demanda en lo que corresponde a prendas de vestir por pedido, en la comuna Valdivia existe una Cooperativa de Producción Textil Artesanal Punto Ecuador, que fue constituida con el apoyo del MIES desde el año 2007, en la actualidad se encuentra luchando por mantenerse en el mercado pero que ha ido decayendo por el mal manejo administrativo.

En la cabecera cantonal existen artesanos calificados en la confección tales como ropa interior de hombre y mujer, ropa de baño, pantalones, blusas, camisas de hombre, buzos y chaquetas formales e informales; elaboración de sombreros de paja toquilla; calzado de hombre y mujer, se puede notar que los artesanos no se dedican a la producción textil para el hogar como las sábanas, cubrecamas, manteles, toallas, alfombras y cortinas. Cabe resaltar que la producción textil de la

provincia de Santa Elena es a pequeña escala por lo general para los hogares y no para las empresas hoteleras.

De acuerdo a la información proporcionada por la Asociación de Artesanos de la provincia el 15 de Julio del 2012, esta labor que realizan amas de casa y/o artesanas peninsulares, se ve muy afectado por la insuficiente producción de lencería institucional, las mismas que se adquieren en otras ciudades del país. Esta escases, afecta directamente al sector hotelero de vuestra provincia, debido que la limitada lencería institucional que existe en los centros comerciales de Santa Elena son costosas, con limitadas variedades y modelos repetidos.

En la provincia de Santa Elena no existe una empresa manufacturera que confeccione lencería institucional de buena calidad, con personal capacitado y calificado, tomando muy en cuenta a los artesanos y/o profesionales de la costura moderna. Con la escasa circulación de lencería institucional que encontramos en la provincia, en su mayoría son modelos repetidos que se ofrecen en los mercados de esta línea de productos, lo que conllevan a clientes en general, no tengan otra alternativa de compra aceptando las ofertadas en el mercado en otras ciudades del país.

De igual forma, en la actualidad hay una sobrevaloración de los precios de ventas de la lencería institucional debido a las especulaciones que se dan dentro de la provincia de Santa Elena. Existe una demanda insatisfecha de lencería institucional en el sector hotelero haciéndose evidente la necesidad de establecer una empresa manufacturera que confeccione este tipo de productos. Según un estudio realizado por el Ministerio de Industria y Productividad, del año 2010, la provincia de Santa Elena es meramente consumista y muy poco productora; por esta razón, es hora de desarrollar industrias textiles que permita el crecimiento económico de la localidad brindando nuevas plazas de empleo, sin afectar el medio ambiente.

En la actualidad se está desaprovechando a los artesanos capacitados y calificados impidiendo el desarrollo de la industria textil de la provincia de Santa Elena.

El sector hotelero se ve afectado en la calidad e innovación de los diseños de lencería institucional, de modo que los productos que se ofrezcan a los clientes sean variados, nuevos y resistentes, brindado un ambiente innovador

Formulación del Problema

¿Qué efecto ocasiona la inexistencia de una empresa manufacturera de lencería institucional, para el sector hotelero de la provincia de Santa Elena, año 2013?

Sistematización

¿Qué incidencia tendría la confección artesanal en el desarrollo de la industria textil de la provincia de Santa Elena?

¿Cuál será el beneficio de aprovechar la mano de obra capacitada y calificada en el crecimiento económico de la provincia de Santa Elena?

¿Cuál será las consecuencias de la falta de producción de lencería institucional en la provincia de Santa Elena?

¿Cómo afectarán los modelos repetitivos de lencería en los gustos y preferencias del empresario hotelero?

¿Cuáles serían las ventajas que la provincia de Santa Elena tendría al explotar la industria textil?

Justificación del Tema

En el Ecuador está creciendo el turismo de negocios, un total de 2.878 hoteles hay en el país, según cifras dadas por el ministerio de Turismo, correspondiente al año 2005, lo que implica una tasa de incremento anual, de alojamiento, del 4,14%, además, que el crecimiento hotelero va de la mano con la generación de empleo en la hotelería.

El presente trabajo de investigación tiene su importancia en que toda actividad artesanal debe ser desarrollada y para ello requiere de estudios que permitan sustentar la creación de una empresa.

Por ello la necesidad de aplicar la investigación en el sector hotelero debido a que ha enfrentado grandes dificultades al momento de adquirir sábanas, cubrecamas, manteles, toallas, alfombras y cortinas ya que en la provincia de Santa Elena no cuenta con un establecimiento que ofrezca lencería institucional variada y de buena calidad teniendo que adquirirlas en otras ciudades.

Es de gran pertinencia fomentar iniciativas emprendedoras y determinar la factibilidad de la creación una empresa manufacturera en la provincia de Santa Elena que desarrolle el talento humano peninsular, capacitado y calificado en el arte de la costura moderna e implementar un sistema de producción y comercialización, que nos permita ofertar productos de buena calidad a precios muy competitivos.

En la actualidad no se han realizado indagaciones de esta índole dentro de la provincia; por lo que, la presente investigación es original, ya que no existen trabajos investigativos similares que demuestren la inconformidad del sector hotelero en la adquisición de lencería institucional.

La investigación propuesta beneficiará a los artesanos y/o profesionales que laboran en este sector ya que se creará una nueva fuente de ingresos económicos; a los empresarios del sector hotelero, porque les permitirá recibir productos de mejor calidad y al crear una empresa manufacturera de lencería institucional en la producción, comercialización de juegos de sábanas, edredones, cortinas y mantelería es una oportunidad viable para su desarrollo y crecimiento económico en la provincia de Santa Elena.

Dicha investigación será desarrollada en la provincia de Santa Elena, dirigida a la siguiente población: 235 empresas hoteleras que serán los principales clientes potenciales, un aproximado de 500 clientes de los hoteles, quienes proveerán con información relevante de gustos y preferencias para el estudio deseado y 120 artesanos que de una u otra forma serán parte fundamental para la investigación.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer la creación de una empresa manufacturera de lencería institucional, a través de un estudio de mercado, técnico y financiero, para el sector hotelero de la provincia de Santa Elena, año 2013.

Objetivos Específicos

- Recolectar información relevante mediante fuentes primarias y secundarias fundamentando teóricamente la propuesta presentada.
- Elaborar instrumentos de recopilación de datos, en base a la metodología y operacionalización de las variables de investigación.

- Interpretar los resultados obtenidos en las encuestas que permitan la orientación de la propuesta.
- Diseñar las herramientas fundamentales para la creación de una empresa manufacturera de lencería institucional

Hipótesis

¿Con la creación de una empresa manufacturera, se ofertará productos de lencería institucional, para el sector hotelero de la provincia de Santa Elena, año 2013?

Operacionalización de las Variables

Variable Independiente

Empresa manufacturera

Variable Dependiente

Lencería institucional

CUADRO N° 1
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE INDEPENDIENTE

HIPÓTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
¿Con la creación de una empresa manufacturera, se ofertará productos de lencería institucional, para el sector hotelero de la provincia de Santa Elena, año 2013?	Empresa Manufacturera	Organización dedicada a la transformación de materia prima en un producto terminado, utilizando mano de obra, tecnología, maquinarias y a un precio determinado.	Transformación de materias primas Mano de Obra Maquinaria	Costo de Producción Proceso de Producción Tiempo de Producción Diseñador Modista Artesanos Artesanal Industrial	¿Cómo adquieren la materia prima? ¿Cuál es el proceso de producción de la lencería institucional? ¿Cuál es el costo de producir lencería institucional? ¿Existen en la localidad personas con experiencia en el arte de la costura moderna? ¿Qué maquinarias utilizan para realizar las prendas de lencería institucional?	Encuesta Entrevista

Fuente: Variable Independiente

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes del Tema.

La Asociación de Industriales Textiles del Ecuador–AITE, en una publicación del año 2010, informa que el sector manufacturero produce algo más de 1% del PIB anual, pero emplea a cerca de 2.5% de la población económicamente activa. El sector combina empresas artesanales pequeñas, con fuerte proporción de mano de obra y otras grandes, con dependencia de tecnología moderna y con un peso relativamente menor de la mano de obra.

Más de la mitad de los establecimientos agremiados en la AITE son integrados verticalmente entre las distintas fases del proceso productivo - tejeduría, hilatura, tintorería y acabado.

Los datos de la Superintendencia de Compañías del año 2010, sugieren que los indicadores financieros del sector - activos, ingresos operacionales, utilidades, liquidez, capacidad de endeudamiento, rentabilidad, han evolucionado de forma saludable en la última década, pese a cierta reducción de actividades en el año 2009 cuando el país tuvo un entorno económico débil antes de recuperarse en el año 2010.

Sin embargo, el número de empresas registradas se ha ido reduciendo, sugiriendo una mayor concentración, lo que probablemente refleja la creciente importancia de la tecnología y la necesidad de una cierta escala para enfrentar adecuadamente la mayor competencia mundial. Con maquinaria que tiene en promedio 12 y 14

años y 80% de los establecimientos que indican tener programas de capacitación a sus empleados, es una industria que necesita actualizarse para no perder mercados.

La continua innovación en algunas empresas del sector manufacturero ha sido motivo para diferentes niveles de desarrollo de las mismas en los últimos años y este impacto ha contribuido de manera significativa el desarrollo de los países. Los avances técnicos en el campo de la confección y la importancia económica que fue adquiriendo el mundo de la costura, propició la realización de prendas, tales como, sábanas, edredones, sobrecamas, manteles, cortinas y líneas de baño en serie.

Esta actividad constituye una importante fuente generadora de empleo, demanda mano de obra no calificada y es además una industria integrada que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, ganadero, industria de plásticos, industria química. La industria textil contribuye al crecimiento del sector manufacturero con un valioso aporte, las exportaciones de artículos relacionados con esta industria han presentado en los últimos años un crecimiento significativo, sin embargo se enfrenta al reto de competir dentro y fuera del país con artículos de origen externo en particular los de procedencia china. (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2010)

El presente trabajo de creación de empresa manufacturera de lencería institucional para el sector hotelero tiene la finalidad de probar que existe un número suficiente de consumidores o usuarios, que cumplen con los requisitos para constituir una demanda que justifique la implantación del proyecto en un período de tiempo determinado.

Hace relativamente poco tiempo, la lencería para hoteles y restaurantes se adquiría de forma rutinaria, sin tener en cuenta modas. Sin embargo, en la actualidad el concepto ha cambiado por parte de los profesionales en el arte de la costura moderna y todo lo relativo a lencería institucional, adquiriendo un valor diferenciador para destacar dentro del sector hotelero. (Vayoil Textil año 2011).

La calidad de las prendas, los diseños utilizados en cada institución y que se ajustan a la practicidad y al ambiente en el que se desenvolverá el profesional y los distintos tipos de tejidos son elementos que las cadenas hoteleras y los establecimientos estudian a la hora de decidir cómo vestirán sus habitaciones, locales y a sus equipos.

La durabilidad y el confort son aspectos que se exige en toda la línea de lencería institucional para el sector hotelero con la finalidad de proporcionar comodidad a los clientes.

1.2 Fundamentación Teórica.

1.2.1 Variable Independiente: Empresa Manufacturera.

1.2.1.1 Definición de Empresa Manufacturera.

Las empresas manufactureras son aquellas que transforman las materias primas en artículos terminados y por lo general utilizan cuatro cuentas que son: almacén de materiales directos, suministros de fábrica, producción en proceso y almacén de artículos terminados. (Molina, 2000)

Las empresas manufactureras son aquellas que transforman las materias primas en productos terminados, ya que la variedad de los productos que el mercado demanda es muy amplia y variada. (Fernández, 2003)

Una manufactura es un producto industrial, es decir, es la transformación de las materias primas en un producto totalmente terminado que ya está en condiciones de ser destinado a la venta. La distribución de las manufacturas está a cargo del área de despachos de la empresa. (Niebel, 2009)

La industria manufacturera es la transformación física y química de materiales y componentes en productos nuevos, ya sea que el trabajo se efectúe con máquinas o a mano, en la fábrica o en el domicilio, o que los productos se vendan al por mayor o al por menor. (Corzo, 2003)

1.2.1.2 Importancia de las Empresas Manufactureras

Las empresas manufactureras son muy importantes porque contribuyen una fuente generadora de empleo, demanda mano de obra no calificada y es además una industria integrada que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, ganadero, industria de plásticos, industria química. (Fernández, 2003)

Es de mucha importancia las empresas manufactureras por el incremento constante de la productividad y esto conlleva a una organización eficiente de los factores productivos. (<http://www.buenastareas.com>, 2010)

Además es importante porque provee de bienes a la sociedad y por ende la empresa va a incrementar la producción para satisfacer las necesidades de los demandantes. (<http://www.buenastareas.com>, 2010)

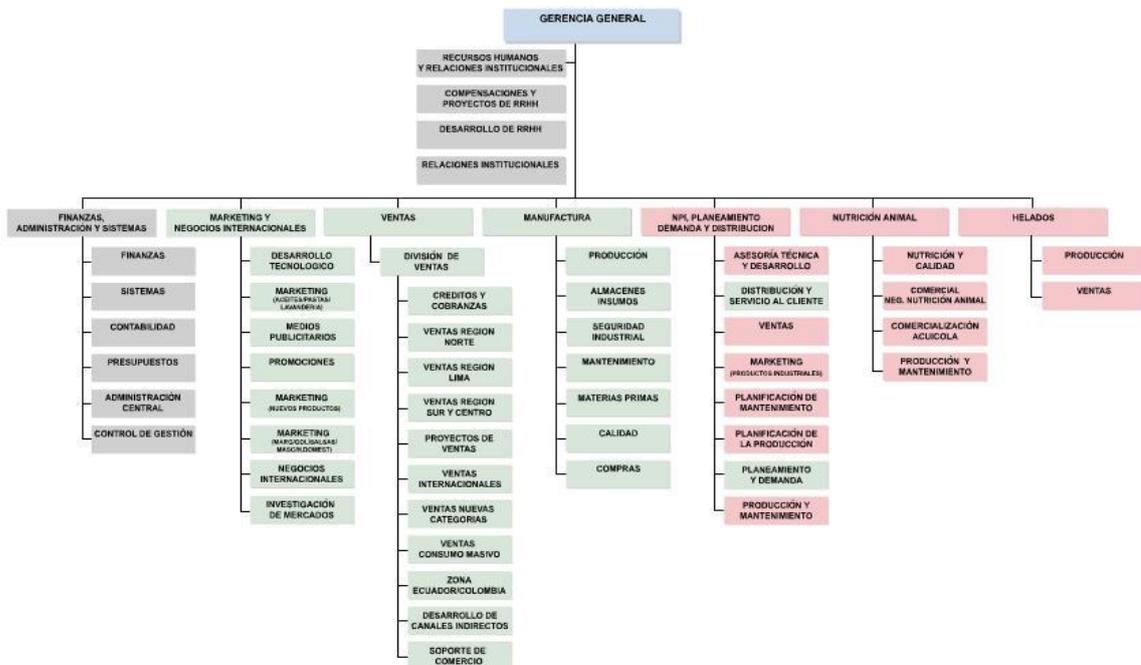
El Banco Central del Ecuador, en la publicación del año 2009, informa que el sector manufacturero es uno de los rubros que aportan a la producción bruta de cada país y además concentra un gran porcentaje de la fuerza laboral. La evolución de este sector permite el desarrollo de los países en cuanto a mejorar la eficiencia operativa, el desarrollo de la tecnología y la innovación y a su vez ayuda al crecimiento de los sectores que se encadenan con la manufactura.

En un gran número de países en América, la industria ocupa entre el segundo y tercer puesto en importancia por su contribución en el Producto Interno Bruto (PIB), como fuente de trabajo.

1.2.1.3 Estructura de las Empresas Manufactureras.

Sheldon, 2009 expresa que la estructura de una empresa manufacturera es el proceso de determinación de las actividades de una organización, disponiéndolas dentro de las mejores relaciones funcionales, definiendo con claridad la autoridad, responsabilidad y deberes de cada uno y asignándolas a los individuos, de que son capaces, aplicado y coordinado de manera efectiva y sistemática.

GRÁFICO N° 1
Estructura Organizacional de una Empresa Manufacturera



FUENTE: TEXTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ELABORADO POR: FRANCISCO JOSÉ

Los principios que guían el diseño de la estructura de una organización son: Principio de autoridad y jerarquía, se fundamenta en la existencia de una empresa con diferentes niveles de autoridad, ordenados en jerarquías según el grado de responsabilidad y control. Las funciones se han de desarrollar dentro de la empresa y asignar a cada función los puestos de trabajo y las personas correspondientes y establecer entre esas personas un orden jerárquico.

Estas funciones, aun siendo más o menos complejas, las podemos agrupar en seis: Función Administrativa, Financiera, Contable, Comercial, Técnica, y Seguridad Social. (Corzo, 2009)

1.2.1.4 Aportaciones de las Empresas Manufactureras en el País

El Banco Central del Ecuador en el año 2009 expresa que la fabricación de productos textiles y prendas de vestir forman parte de la industria manufacturera. Este sector aportó con cerca de dos puntos porcentuales al Producto Interno Bruto PIB, contribución que se ha mantenido similar desde la década anterior. A continuación se detalla la relación al valor agregado en el Ecuador y al comercio exterior:

En relación al valor agregado de la industria manufacturera, el aporte del sector en 2009 fue del 13%, excluyendo la refinación de petróleo es el segundo más importante después de la industria de fabricación de alimentos y bebidas. Sin embargo esta participación muestra una tendencia descendente en los últimos diez años.

En relación al comercio exterior, la exportación de manufacturas de textiles ha tenido un crecimiento significativo durante los últimos tres años 30,5% en promedio.

En 2009 el crecimiento de las exportaciones textiles fue de 23,6% y su participación dentro de las exportaciones totales fue de 1,3%, dicha participación fue mayor a la registrada en 2008 en 0,5 puntos porcentuales.

La Asociación de Industrias Textiles del Ecuador en el año 2009, indica que los principales productos exportados fueron las manufacturas 48,9% y productos especiales 14,2% y los destinos más importantes fueron Venezuela 55,81% y los

países miembros de la Comunidad Andina 24,25%. A continuación se explica con mayor detalle.

- Al interior de la industria textil, el sector de mayor aporte es el de hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles, éste subsector concentra el 35% de la producción del sector. El 83,7% de la producción de la industria textil corresponde a las grandes empresas, los cuales representan el 79,9% de las manufacturas del sector.
- A diferencia de otras industrias donde gran parte de la producción se concentra en manos de pocas empresas, en este sector se evidencia lo contrario, reflejándose cierto nivel de competencia en grandes cantidades de compañías textiles.
- Es evidente que la producción promedio en 2009 de las empresas grandes es mayor que las medianas y pequeñas, sin embargo la diferencia no es grande.
- La industria textil contribuye al crecimiento del sector manufacturero con un valioso aporte, las exportaciones de artículos relacionados con esta industria han presentado en los últimos años un crecimiento significativo; sin embargo; se enfrenta al reto de competir dentro y fuera del país con artículos o productos de origen de otros países, en particular los de procedencia China.
- El 77,93% del personal ocupado en la industria textil son obreros de los cuales el 57,1% son hombres. Es importante destacar la participación del sexo femenino en la industria textil dedicada a la fabricación de prendas de vestir y teñido de pieles; donde el 74,76% de obreros son mujeres.

1.2.2 Variable Dependiente: Lencería Institucional

1.2.2.1 Contexto de Lencería Institucional

Según Carmiña Villegas, en el año 2012, considera que cuando se habla de los cuidados de la lencería en un hotel, lo primero que se debe tener en cuenta es que tanto manteles como sábanas y toallas son artículos de alta rotación. Por lo tanto, deben tener incorporadas una serie de características en el proceso de fabricación que den a las telas una mayor durabilidad ya que requieren un lavado frecuente.

La lencería institucional se ha convertido en uno de los elementos clave de cualquier hotel, ya no solo por un tema de diseño, sino también de confort. Si bien los protagonistas continúan siendo los tonos claros, fundamentalmente blancos, el color va también ganando protagonismo progresivamente. En todo caso, una de las claves pasa por ajustar el máximo posible la relación calidad-precio. (Olivé, 2011)

La lencería no está sometida a ninguna normativa de obligado cumplimiento, sino que es el propio hotelero el que, con la información del mercado y en función de su estrategia de negocio define las prestaciones que necesita y, en consecuencia, las calidades y diseños de las prendas de lencería. Dependiendo de cada hotel, se marcan diferentes prioridades.

En concreto, añade, “en unos por encima de un precio determinado, la calidad o su diseño no son valorados. La lencería, en este caso, debe de satisfacer fundamentalmente por el precio de adquisición y son muchos los hoteles que cada vez más están estudiando la relación precio/resultado, o sea, criterios de rentabilidad. (Luis Esteve, gerente de Vayoil Textil, 2011)

Y es que, en palabras de Luis Esteve, gerente de Vayoil Textil, 2011, indica que, el algodón blanco 100% va a seguir siendo lo más demandado, aunque, poco a poco, las figuras naturales como el lino se están introduciendo con éxito. Con respecto al cortinaje, añaden, cabría destacar la unificación que existe entre el

oscuro y la cortina, incorporando textiles y colorido en la cara exterior del oscuro, mientras que en la lencería institucional tienden a desaparecer y se introduce cada vez más las fundas nórdicas en tonos claros, sobre todo en color blanco, con diferentes complementos.

El portal de InfoRestauracion Copyright, 2011, revela que el sector textil para hoteles, ha incorporado todo tipo de novedades en sus tejidos, propuestas de diseño y elementos nuevos. Anteriormente la lencería para hoteles y restaurantes se adquiría de forma rutinaria, sin tener en cuenta modas. Sin embargo, en la actualidad el concepto ha cambiado por parte de los profesionales en la costura moderna y todo lo relativo a lencería institucional, adquiriendo un valor como elemento diferenciador para destacar dentro del sector, tomando en consideración lo siguiente:

- **La calidad de las prendas,** los diseños utilizados en cada institución y que se ajustan a la practicidad y al ambiente en el que se desenvolverá el profesional, y los distintos tipos de tejidos son elementos que las cadenas hoteleras y los establecimientos estudian a la hora de decidir cómo vestirán sus habitaciones, locales y a sus equipos.

- **La durabilidad y el confort,** son aspectos que se exigen sobre todo en las toallas y la ropa de baño. Los rellenos y los tejidos se miran a la hora de vestir camas con almohadas y fundas nórdicas que inspiren sensación de comodidad.

- La mantelería y vestir mesas impera sobre todo el algodón en todas sus versiones, mezclado con poliéster y lino. Se ha innovado en los colores, entrando una atractiva gama de tonalidades rompedoras que llegan hasta el color negro. Todo vale con tal de destacar y crear un entorno atractivo.

- La durabilidad es importante, especialmente para soportar los lavados sin que se deterioren.

1.2.2.2 Producción de Lencería Institucional en el Ecuador

La Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito, 2010 informa que en la actualidad el sector textil ecuatoriano está viviendo un proceso de transformación hacia una mayor industrialización y una reducción de los costos que permita a las empresas del país competir con sus socios más cercanos, Perú y Colombia, y en menor medida con Brasil.

En el mercado del sector textil de Ecuador se considera lo siguiente:

- La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, como las telas como materia prima, prendas de vestir, así como también las manufacturas de lencería para el hogar y lencería institucional.
- El sector textil en Ecuador se encuentra, más bien estancando, principalmente debido a que la mayor parte de la producción nacional de textil es artesanal. En la actualidad, el gobierno ecuatoriano ha intentado poner en valor la producción nacional, a través del certificado “¡Mucho mejor! si es hecho en Ecuador” y con las políticas arancelarias con las que pretende proteger la producción nacional, respecto a las importaciones, principalmente de China y EE.UU.
- Con exportaciones valoradas en 161,25 millones de dólares, la industria de la confección representa el 2,4% de las exportaciones ecuatorianas al exterior en el año 2009. En lo relativo a las importaciones el valor alcanzado fue de 414,72 millones lo que supone un 2,94% del total de las importaciones.

- En la actualidad la industria textil ecuatoriana incluye una amplia gama de actividades, comenzando desde el hilado, a la fabricación de tejidos, como a la confección de prendas de vestir o diversos productos especiales. Hoy en día, el mundo textil y las prendas de vestir en Ecuador forman un grupo artesano-industrial en el cual las sinergias entre ambas formas de producción pueden conseguir el desarrollo del sector y la mejora de la visión del producto ecuatoriano tanto dentro del país como en el exterior.

- Este progreso puede ser logrado a través del avance de la cadena de valor, el desarrollo de una moda local, realmente innovadora, que incluya la aparición de diseños y marcas conocidas, la mejora del desarrollo de productos en ciertas áreas, como en el desarrollo de nuevas fibras, punto y textiles con los que la dependencia del exterior no sea tan elevada. Pero sin duda el gran paso que tiene que llevar a cabo la industria textil, es una nueva política de marketing con la que pueda vender el producto ecuatoriano como garantía de calidad y diseño.

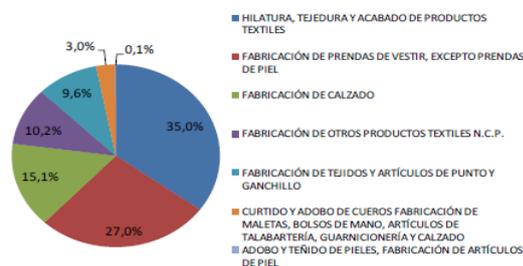
- Hoy por hoy, existe un plan de fomento de la confección y moda ecuatoriana fomentado desde el estado con el que se pretende, por un lado mostrar al exterior la moda ecuatoriana, y por el otro hacer propio el tan conocido sombrero de pajilla y mal llamado como sombrero de Panamá. El organismo encargado de este programa es la Corporación de Comercio Exterior e Inversiones de Ecuador-CORPEI. Dentro de los propósitos de este programa de desarrollo, destacan:
 - Intensificación de la promoción para la inversión en mayor valor añadido en textiles y prendas de vestir.

 - La disminución de las importaciones en el mercado de los textiles, así como de las prendas de vestir.

- La mejora de las capacidades de producción con la ayuda de las nuevas tecnologías.
 - La mejora de las habilidades de diseño, producción y marketing.
 - Apoyo institucional para un mayor desarrollo de la industria.
- De los resultados de la encuesta de Manufactura y Minería se desprende que en el año 2007 la producción total de la industria dedicada a la fabricación de productos textiles, prendas de vestir y artículos de cuero representó el 3,5% de la producción manufacturera total. Sin embargo, en promedio en el mismo año el producto por empresa de este sector fue de 3,28 millones de dólares, uno de los más bajos de la industria manufacturera. Al interior de la industria textil, el sector de mayor aporte es el de hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles, éste subsector concentra el 35% de la producción del sector.

GRÁFICO N° 2

Producción de la Industria de fabricación de productos textiles, prendas de vestir y artículos de cuero según sus componentes – Estructura porcentual año 2007



Fuente: INEC. Encuesta de Manufactura y Minería 2007
Elaborado por: INEC

El 83,7% de la producción de la industria textil corresponde a las grandes empresas, las cuales representan el 79,9% de las manufacturas del sector en el Ecuador.

A diferencia de otras industrias donde gran parte de la producción se concentra en manos de pocas empresas, en este sector se evidencia lo contrario reflejándose cierto nivel de competencia.

Es evidente que la producción promedio en el año 2007 de las empresas grandes es mayor que las medianas y pequeñas, sin embargo la diferencia no es grande.

CUADRO N° 3

Producción promedio y estructura porcentual de la producción total según tamaño del establecimiento, año 2007

Tamaño de la empresa	Producción promedio por empresa	Participación sobre total de empresas investigadas	Participación sobre la producción total
Pequeña	\$ 28.585,12	6,3%	5,5%
Mediana	\$ 25.298,59	13,9%	10,8%
Grande	\$ 34.092,85	79,9%	83,7%
Total	\$ 32.529,25	100,0%	100,0%

Fuente: INEC. Encuesta de Manufactura y Minería 2007
Elaborado por: INEC

El 66% de la producción de la industria es explicado por el consumo intermedio siendo la compra de materias primas y materiales auxiliares el principal componente con el 70%. El consumo intermedio de la industria textil representa el 4% de la industria manufacturera, mientras que el valor agregado constituye el 2,8%.

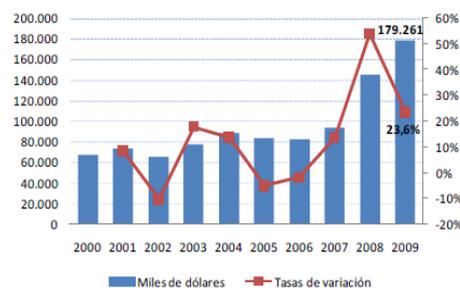
1.2.2.3 Importación y Exportación del Sector Textil

En relación al comercio exterior, la exportación de manufacturas de textiles ha tenido un crecimiento significativo durante los últimos tres años con el 30,5% en promedio.

En el año 2009 el crecimiento de las exportaciones textiles fue de 23,6% y su participación dentro de las exportaciones totales fue de 1,3%, dicha participación fue mayor a la registrada en el 2008 en 0,5 puntos porcentuales.

GRÁFICO N° 3

Exportaciones de manufacturas textiles. Miles de dólares FOB y tasa de variación, año 2003 - 2009

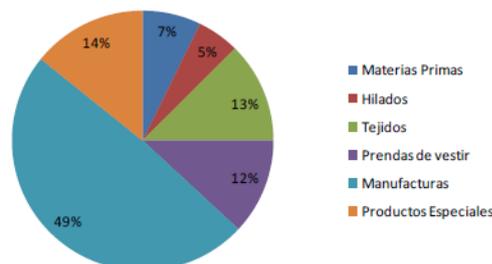


Fuente: AITE, en base a las estadísticas del BCE
Elaborado: Banco Central

De acuerdo a información tomada de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador-AITE, en el año 2009 los principales productos exportados fueron las manufacturas del 48,9%, los productos especiales con el 14,2%, el 55,81% para los destinos más importantes fueron Venezuela y 24,25% los países miembros de la Comunidad Andina.

GRÁFICO N° 4

Exportaciones de textiles de acuerdo a tipo de producto. Participación porcentual año 2009.



Fuente: AITE, en base a las estadísticas del BCE
Elaborado: BCE

En el año 2009 las importaciones de textiles registran una caída de 25,12%, lo cual pone freno al continuo incremento registrado en el periodo 2003 – 2008, donde las importaciones crecieron a una tasa promedio anual de 17,39%, superando en 2008 a las exportaciones en cuatro veces.

GRÁFICO N° 5

Importaciones de manufacturas textiles. Miles de dólares FOB y tasa de variación.



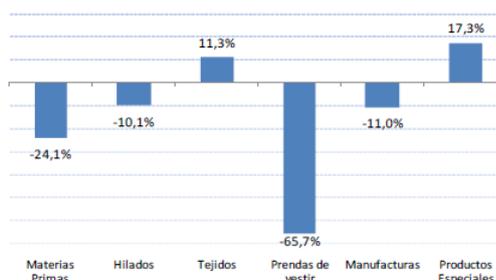
Fuente: AITE, en base a las estadísticas del BCE

Elaborado: Banco Central

La aplicación de salvaguardias a las importaciones implantadas en el año 2009, reflejan la disminución de importaciones antes mencionada. En relación al año 2008 la importación de prendas de vestir, materias primas, manufacturas e hilados mostraron una considerable reducción.

GRÁFICO N° 6

Tasa de variación anual de las importaciones de textiles según tipo de producto, año 2009



Fuente: AITE, en base a las estadísticas del BCE

Elaborado: Banco Central

En el año 2009 la importación de tejidos fue la de mayor representatividad con el 3,82%, seguida por la de prendas de vestir, cuya participación bajó de 35,41% en 2008 a 16,32%.

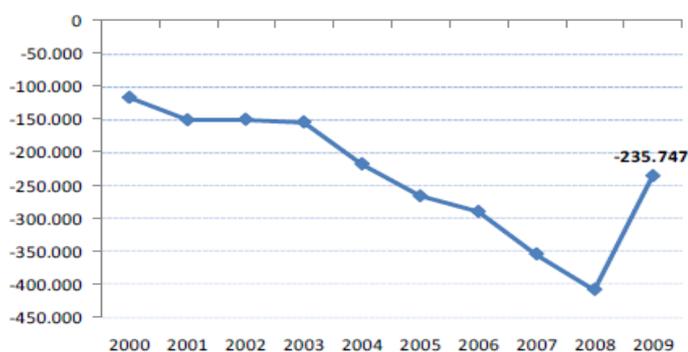
Los bloques económicos más importantes de origen de las importaciones fueron la Comunidad Andina con 40,38% y el 28,82% para Asia. Es importante destacar la disminución de importaciones provenientes de China cuya variación en relación al año 2008 fue de 48,2%.

A pesar del incremento registrado en las exportaciones textiles y la reducción de las importaciones en el año 2009, el saldo de la balanza comercial se ha mantenido negativo.

Si bien las medidas adoptadas por el gobierno en defensa de la producción nacional consiguieron mejorar la situación de la balanza comercial, el sector sigue enfrentándose a la competencia de productos importados y a nivel internacional tiene el reto de disputar nuevos mercados, lo cual exige productos más competitivos.

GRÁFICO N° 7

Saldo de la Balanza Comercial del sector textil, Miles de dólares FOB



Fuente: AITE, en base a las estadísticas del BCE
Elaborado: Banco Central

1.2.2.4 La Lencería Institucional y el Sector Hotelero

Las exigencias del sector hotelero, ahora más que nunca, se están enfocando a pedir que los artículos adquiridos tengan una larga duración y un precio razonable en la gama media, mientras que en la gama alta se basan en la calidad, diseño y comprar un artículo diferenciador con valor añadido y que se pueda ir amoldando con los diferentes ambientes creados en sus establecimientos.

Se busca siempre ofrecer un producto de calidad que garantice un producto duradero, resistente a lavados industriales y que mantenga el colorido durante un largo periodo de tiempo. A partir de aquí, las empresas de lencería han tenido que ajustarse a un nuevo entorno y ofrecer soluciones novedosas, originales, pero también prácticas en el terreno de la lencería. (Departamento de decoración de Hoteles de Gastón y Daniela, 2010)

Las tendencias del mercado actual, marcadas por las demandas de los clientes, han creado espacios-hoteles en los que hasta el mínimo detalle es cuidado con esmero y en el que la lencería es una pieza más del todo armónico. En este marco, las firmas del sector de lencería responden bajo un mismo lema: satisfacer a los hoteleros con nuevas propuestas que se ajusten al máximo a sus necesidades.

Resuinsa, suministro textil hotelero, reveló en el año 2011 que “no solo vestimos hoteles, sino que ayudamos a crear atmósferas inolvidables en las que los clientes de un hotel puedan disfrutar de la armonía de los espacios en los que se desenvuelven integrando la lencería en ellos y ayudando a definir el estilo de cualquier estancia e incluso, del propio hotel”.

Desde Resuinsa, apuestan por la lencería como una pieza más en el puzzle de la creación de ambientes. Centramos nuestros esfuerzos en ofrecer un producto de gran calidad, diseño, estudio del color y personalización de atmósferas. De este modo, añaden, “jugamos con colores, tejidos, diseños de ropa y contrastes para

lograr esa perfecta combinación entre entorno del hotel, filosofía del mismo y público al que se dirige, para conseguir ese conjunto armónico”.

A partir de aquí, el nivel de calidad de la lencería textil hotelera ha ido parejo a la mejora de calidad.

En paralelo a la paleta de colores, añaden desde Resuinsa, “la personalización es fundamental en estas prendas, pero entendida en su sentido más amplio de diseño, calidades, gramajes, colores, dibujos o bordados de empresas capaces de crear un producto único que lo diferencia de cualquier otro”. Esta supone una buena arma de diferenciación también para distribuidores y fabricantes de lencería. Y es que, en palabras de Luis Esteve, “observamos que hay una gran parte del mercado que se enfrenta a la situación actual profundizando en su diferenciación y, así, lo hemos comprobado en las últimas ferias que hemos asistido en Barcelona y París, como lugares de encuentro de los profesionales de nuestro sector”. En concreto, concluye, “nunca habíamos visto tan interés por las calidades altas y los acabados especiales”.

1.2.2.5 Aportación Económica de la Lencería Institucional del Ecuador.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se afirma que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. (Banco Central del Ecuador, 2009)

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. El sector textil constituye una importante fuente generadora de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos.

Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador–AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

La industria textil ayuda al crecimiento del sector manufacturero con un valioso aporte, las exportaciones de artículos relacionados con esta industria han presentado en los últimos años un crecimiento significativo, sin embargo se enfrenta al reto de competir dentro y fuera del país con artículos de origen externo en particular los de procedencia china. Mejorar la competitividad es el principal desafío de la industria, hacerlo permitirá ingresar y posicionarse en mercados foráneos.

CUADRO N° 4

Estructura de la industria manufacturera en términos reales, 2005 - 2009

Ramas de actividad CIU CN \ Años	2005	2006 (sd)	2007 (p)	2008 (p)	2009 (prev)
Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Carnes y pescado elaborado	32,8%	35,1%	35,3%	34,6%	35,7%
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir	15,5%	14,6%	14,3%	13,5%	13,0%
Productos alimenticios diversos	10,8%	10,5%	10,8%	10,5%	10,8%
Producción de madera y fabricación de productos de madera	9,9%	9,5%	9,4%	10,1%	9,5%
Fabricación de productos químicos, caucho y plástico	7,3%	6,9%	6,7%	7,2%	7,2%
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	6,4%	6,5%	6,4%	6,5%	6,5%
Papel y productos de papel	3,8%	3,7%	3,7%	3,9%	3,8%
Elaboración de bebidas	3,1%	3,1%	3,3%	3,6%	3,7%
Elaboración de azúcar	3,9%	3,7%	3,6%	3,4%	3,4%
Fabricación de maquinaria y equipo	2,8%	3,0%	3,1%	3,5%	3,2%
Cereales y panadería	3,3%	3,1%	2,9%	2,8%	2,7%
Elaboración de productos de tabaco	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
Industrias manufactureras n.c.p.	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%

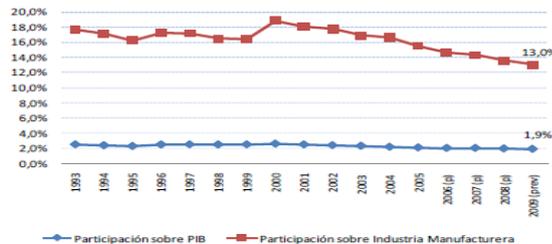
Fuente: BCE, CNA

Elaborado: Banco Central

En términos absolutos, el valor agregado de la industria de fabricación textil, de prendas de vestir y artículos de cuero en el año 2009 fue de 443 millones de dólares. Con excepción del año 2003, entre el año 2000 y el año 2008 la industria incrementó anualmente su producción 1,9% en promedio. Sin embargo las previsiones indicaron que para el año 2009 un decrecimiento de dos puntos porcentuales en relación al año 2008 con 452 millones de dólares. Lo cual da cuenta del impacto de la crisis mundial en el sector textil.

GRÁFICO N° 8

Valor Agregado Bruto de la Industria de fabricación de productos textiles, prendas de vestir, fabricación de cuero y artículos de cueros a Precios de 2000. Estructura porcentual



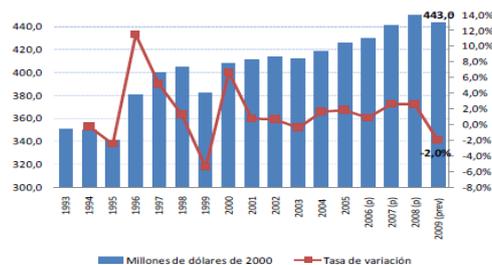
Fuente: BCE, CNA

Elaborado: Banco Central

De acuerdo a la Clasificación Internacional Uniforme-CIU, la fabricación de productos textiles y prendas de vestir forma parte de la industria manufacturera. Según las previsiones del Banco Central del Ecuador BCE, en el año 2009 este sector aportó con cerca de dos puntos porcentuales al Producto Interno Bruto-PIB, contribución que se ha mantenido similar desde la década anterior. En relación al valor agregado de la industria manufacturera, el aporte del sector en el año 2009 fue del 13%, excluyendo la refinación de petróleo es el segundo más importante después de la industria de fabricación de alimentos y bebidas. Sin embargo esta participación muestra una tendencia descendente en los últimos diez años.

GRÁFICO N° 9

Valor Agregado Bruto de la industria de fabricación de productos textiles, prendas de vestir, fabricación de cuero y artículos de cuero a precios de 2009. Millones de dólares y tasa de variación



Fuente: BCE, CNA

Elaborado: Banco Central

1.3 Fundamentación Legal

La presente tesis se enfoca en la creación de una empresa manufacturera de lencería institucional para cubrir la demanda insatisfecha del sector hotelero.

1.3.1 Constitución de la República del Ecuador, 2008

La Constitución del Estado del 2008, desarrollada por la Asamblea Constituyente en la provincia de Manabí, determina en el Título VI – Régimen de Desarrollo, en el art. 276 expresa que hay que mejorar la calidad y esperanza de vida, aumentar, derechos que establece la Constitución.

De acuerdo a este artículo hay que construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable; apoyándose en este artículo la creación de una empresa como medio de desarrollo de la actividad productiva permitiendo establecer nuevas plazas de empleo, la fluidez del capital y explotar el sector artesanal dedicado al arte de la costura mejorando la calidad de vida de los que se dedican a esta labor.

1.3.2 Plan Nacional del Buen Vivir, Año 2009 - 2013

El desarrollo de la tesis se sustenta en el Plan Nacional del Buen Vivir, 2009 – 2013, cuyo objetivo # 11 es establecer un sistema económico social, solidario y sostenible. Basado en la construcción de un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Equilibrando la vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconoce la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado.

1.3.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, Año 2010

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – 2010, en su Libro II – Título I – Capítulo I. De las Inversiones Productivas en su art. 13, literal a, establece que las inversiones productivas son destinadas a producir bienes y servicios, a ampliar la capacidad productiva y a generar fuentes de trabajo en la economía nacional. En su art. 19 expone los derechos de los inversionistas y en el literal a., expresa la libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos.

Así mismo se apoya en el Libro III – Capítulo I. Del Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, y de la Democratización de la Producción, en el art. 53 expresa la definición de las microempresas, pequeñas y mediana empresa como una unidad productiva que ejerce una actividad de producción, comercio y ventas anuales, en la cual se rige la propuesta de esta tesis.

1.3.4 Ley de desarrollo de la cultura del emprendimiento, la creación y fortalecimiento de empresas sociales en el Ecuador como mecanismo de generación empleo y crecimiento económico, año 2006.

La presente ley en el Capítulo 1-Disposiciones Generales, dispone que es un compromiso promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.

Propender por el desarrollo productivo de las micros y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora,

para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo.

1.3.5 Reglamento Operativo del Fondo para el desarrollo de las Pymes (FONDEPYMES), Año 2007.

El Reglamento Operativo de FONDEPYMES - 2007, en el Capítulo II – Gestión Empresarial, en el art. 13 manifiesta que es sustentable favorecer la modernización, reconversión productiva y la adaptación de las empresas pequeñas y medianas a la apertura comercial, así como su productividad, es necesario desarrollar sus niveles de gestión empresarial, mejorando en primer término, el nivel de conocimientos prácticos de los empresarios y sus trabajadores, lo cual se logra mediante el fortalecimiento del mercado de SDE en planta –asistencia técnica y capacitación en planta- en todas las áreas del quehacer empresarial. Por esta razón, este componente se ha centrado en proponer un reglamento operativo que permita fortalecer y operacionalizar un mercado de servicios empresariales a la medida de cada empresa a través del control de la calidad de los servicios brindados y el libre flujo de la información entre oferta y demanda.

En el Capítulo IV - Innovación Tecnológica y Productividad, en el artículo 37 establece que el cambio tecnológico, que se asocia al desarrollo de algún tipo de innovación productiva en las empresas, constituye un factor fundamental para su competitividad.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Diseño de la Investigación.

El presente trabajo investigativo utilizó un diseño basado en clarificar la problemática existente sobre la escasa producción de lencería institucional para el sector hotelero con la finalidad de derivar cuales fueron las causas del problema y sus correspondientes consecuencias, se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa, en la cual se empleó una investigación descriptiva y documental para su efecto se utilizó el método de la observación, deductivo y análisis. De acuerdo al tipo de investigación empleada se realizó una encuesta que estuvo dirigida a los empresarios del sector hotelero, a los artesanos del sector textil y a los clientes de los hoteles, tomando una muestra representativa de la población para que los datos recolectados sean veraces y confiables.

2.2 Modalidad de la Investigación.

Esta metodología es el medio de aplicación, que después de formular la hipótesis y definir los objetivos, se seleccionó la modalidad de estudio idóneo para dilucidar varias interrogantes que motiva el estudio de investigación y permitiendo la elaboración de la propuesta de creación de una empresa manufacturera de lencería institucional en la provincia de Santa Elena. La modalidad que se aplicó es una investigación cualitativa y cuantitativa porque el problema, los objetivos y los datos a recopilar tienen dos dimensiones.

La investigación cualitativa se la empleó para identificar la naturaleza del problema de escasez de oferta de lencería institucional en el sector hotelero de la

localidad, determinando las características fundamentales del producto que se pretende confeccionar en la empresa de acuerdo a las necesidades de todos los clientes.

La investigación cuantitativa se realizó por la verificación de la hipótesis, para identificar clientes insatisfechos con la falta de lencería institucional ayudando de esta manera a nivelar la capacidad productiva de la empresa y la producción mensual de acuerdo a los requerimientos de la localidad.

2.3 Tipo de Investigación.

Investigación aplicada.- para establecer los conocimientos para diseñar las instalaciones de la empresa manufacturera identificando el proceso productivo de la confección de lencería institucional.

Estudio descriptivo.- delimita los hechos que conforman el problema de investigación. Por lo tanto este estudio nos permite determinar lo siguiente: Estableció las características demográficas para la creación de una empresa manufacturera de lencería institucional, identificó las formas de conducta y actitudes de las personas que se encuentran en la muestra de la investigación.

Investigación documental.- permitió obtener información relevante y fidedigna de cómo crear una empresa manufacturera de lencería institucional.

2.4 Métodos de la Investigación.

Para realizar la presente investigación de crear una empresa manufacturera de lencería institucional, para el sector hotelero de la provincia de Santa Elena, se recurrió en los siguientes métodos:

Método de Observación.- Consistió en observar directamente a los hoteles y a los artesanos, a fin de obtener información para su respectivo registro y posterior análisis. Empleamos el método de la observación, mirando de forma general el entorno socioeconómico y las condiciones para establecer la creación de una empresa manufacturera de lencería institucional. En la ejecución del método de observación se debe considerar lo siguiente:

Método Deductivo.- Se empleó el método deductivo con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas en la creación de una empresa manufacturera de lencería institucional, partiendo de lo general a lo particular se investigó la teoría general de la producción de sábanas, edredones y mantelería para hoteles que sustente la investigación analizando las actividades que realizan los artesanos dedicados al arte de la costura en su campo de acción.

2.5 Técnicas de Investigación

Una vez que se obtienen los elementos que determinan lo que se va a investigar, seguidamente se pasa al campo de estudio para proceder a efectuar la recopilación o recolección de datos. Para la recolección de datos en ésta investigación se utilizó las siguientes técnicas de recolección de datos:

CUADRO N° 5

Fuentes de Recolección de Información

FUENTES PRIMARIAS	FUENTES SECUNDARIAS
Encuesta	Libros Revistas. Documentos escritos.

FUENTE: Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación.

ELABORADO: Kerly Bernardita Cabrera Chica

ENCUESTA.- Para recolectar la información primaria que ayude a cumplir con el objetivo se utilizó como instrumento primordial la encuesta a los empresarios hoteleros, a los artesanos de la provincia de Santa Elena y a los clientes de los hoteles.

2.6 Instrumentos de la Investigación

El instrumento que se utilizó en esta investigación fue el formato de encuesta con la finalidad de recolectar información veraz y oportuna.

Formato de Encuesta.- Se realizó 3 formatos de encuesta debido a que están dirigidas a los empresarios hoteleros, artesanos de la provincia de Santa Elena y a los clientes de los hoteles, cuya información es de vital importancia para comprobar la hipótesis y determinar los lineamientos que guíen la propuesta de la presente tesis.

2.7 Población y Muestra

2.7.1 Población

En la provincia de Santa Elena encontramos una gran infraestructura hotelera que recibe en sus balnearios aproximadamente a más de doscientos mil turistas por cada temporada y que genera un ingreso estimado de veinticuatro millones de dólares anuales.

Esta gran infraestructura hotelera la encontramos en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, desde el Sector de San Lorenzo hasta Chipipe, a pocos metros de la Base Naval. De igual forma encontramos hoteles y hostales en la

Ruta de Spondylus. Así mismo existen un sinnúmero de moteles, especialmente en el cantón La Libertad.

Se justifica esta población en base a la información proporcionada por la Dirección de Turismo de la provincia de Santa Elena, del año 2012. Estos datos representaran a la población que va ser investigada, del cual toma una muestra. A continuación se presenta un cuadro distributivo:

CUADRO N° 6

Población

ÍTEMS	CANTIDAD
HOTELES	94
HOSTALES	121
MOTELES	20
TOTAL SECTOR HOTELERO	235
CLIENTES DEL HOTEL	500
ARTESANOS	120
TOTAL	855

FUENTE: Cámara de Turismo
ELABORADO POR: Kerly Bernardita Cabrera

2.7.2 Muestra

Identificando los parámetros de investigación en base al diseño de creación de una empresa manufacturera de lencería institucional para el sector hotelero de la provincia de Santa Elena, se consideró utilizar como herramienta básica, el muestreo estratificado. Siendo la muestra una parte representativa de la población o universo, la misma que debe contener características relevantes, Se estableció mediante métodos estadísticos que permitan determinar el número de encuestas que darán como resultado la validación y cumplimiento de los objetivos para la

creación de una empresa manufacturera de lencería institucional. Considerando que la población es finita, se aplicó los datos con la siguiente fórmula.

FÓRMULA DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{855}{2.135+1}$$

$$n = \frac{855}{0.05^2(855-1)+1}$$

$$n = \frac{855}{3.135} = 272.7$$

$$n = \frac{855}{0.0025(854)+1}$$

$$\frac{F}{M} = \frac{272.}{855} : 0.31898$$

El número de encuestado en la propuesta para la creación de una empresa manufacturera de lencería institucional es de 272 personas.

CUADRO N° 7

Muestra

ÍTEMS	CANTIDAD
HOTELES	30
HOSTALES	39
MOTELES	6
CLIENTES	159
ARTESANOS	38
TOTAL	272

FUENTE: Cámara de Turismo
ELABORADO POR: Kerly Bernardita Cabrera

2.8 Procedimientos de la Investigación.

A continuación se detalla la secuencia realizada en esta investigación:

1. Esquematización de la estrategia de investigación.
2. Definición de los procedimientos implementados para el desarrollo de la estrategia.
3. Definición de las variables de interés.
4. Explicación del proceso mediante el cual fueron seleccionados los participantes del estudio.
5. Discusión de los instrumentos utilizados para el estudio.
6. Recolección de datos.

Procesamiento

El procesamiento lleva el siguiente orden:

7. Organizar los datos auscultados.
8. Tabulación de datos.
9. Elaboración de tablas y gráficos de los datos a obtenerse.
10. Presentación del proceso de análisis aplicado a los datos.
11. Formulación de las conclusiones.
12. Planteamiento de las recomendaciones.
13. Finalmente la elaboración de la propuesta.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el capítulo anterior se determinó la metodología utilizada en el trabajo de investigación, con la finalidad de sustentar los hallazgos se procedió a la obtención de la información mediante la aplicación de encuestas y entrevistas a los empresarios hoteleros, artesanos de la provincia de Santa Elena y a los clientes hoteleros.

Con la finalidad de conocer de forma resumida las respuestas de los encuestados, se procede al procesamiento de los datos, cuyos resultados se detalla a continuación en las tablas, los gráficos e interpretación respectiva por cada pregunta.

Cabe resaltar que la información recogida sirvió para comprobar la hipótesis planteada y así mismo se la utilizó para diseñar la propuesta de solución del presente trabajo investigativo.

Los empresarios hoteleros se hicieron notar su interés por la investigación, brindando de esta manera datos precisos y concisos que ayude a discernir los cuestionamientos.

Los artesanos de la provincia de Santa Elena son personas reservadas de igual manera aportaron con sus conocimientos para de esta manera responder cada una de las preguntas de la encuesta y finalmente los clientes hoteleros dieron la facilidad del caso para que la encuesta sea receptada de forma rápida en beneficios de los participantes.

3.1. Análisis de resultados de la Encuesta.

3.1.1. Encuesta a los Empresarios Hoteleros.

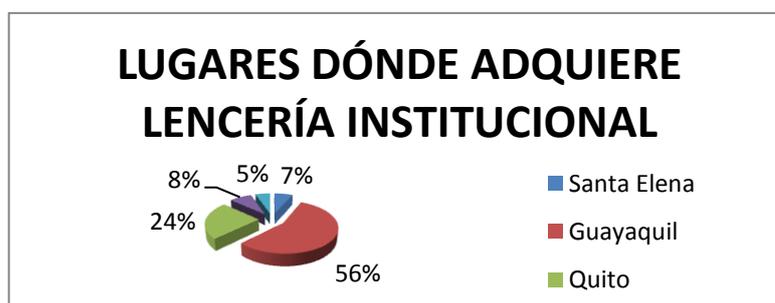
CUADRO N° 8

FRECUENCIA DE LOS LUGARES DÓNDE ADQUIERE LENCERÍA INSTITUCIONAL EL SECTOR HOTELERO.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
1	Santa Elena	5	7%
	Guayaquil	42	56%
	Quito	18	24%
	Cuenca	6	8%
	Otros – Huaquillas	4	5%
	TOTAL		75

Fuente: Empresarios del sector hotelero.

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 10



Fuente: Empresarios del sector hotelero

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

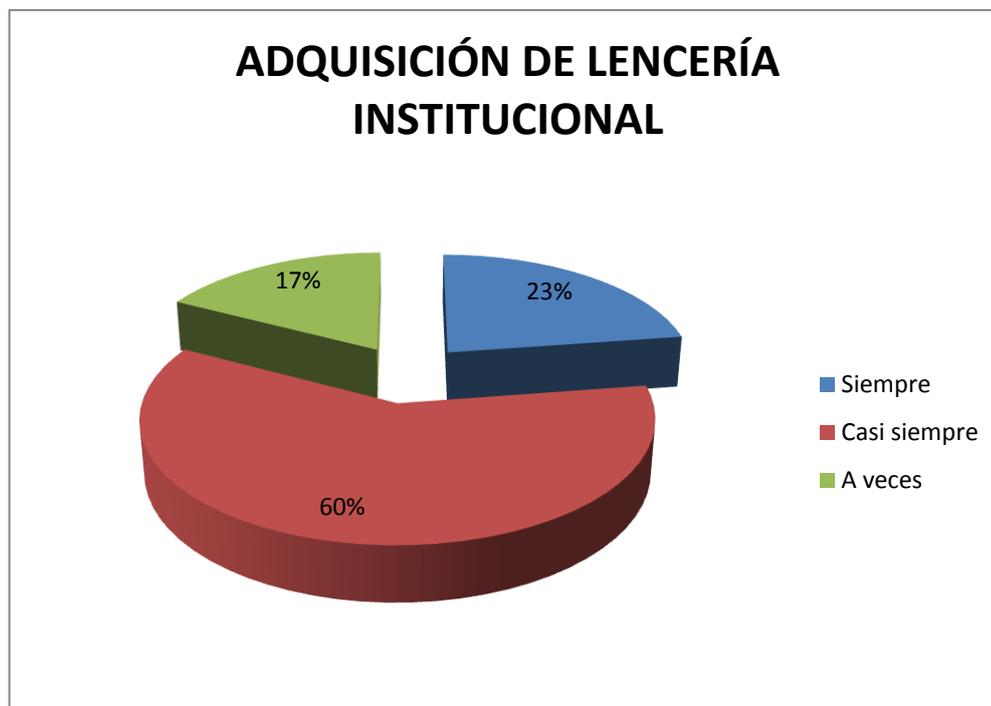
56% de los empresarios hoteleros adquieren la lencería institucional en la ciudad de Guayaquil. Estos porcentajes confirman la necesidad de instaurar una empresa manufacturera dentro de la provincia

CUADRO N° 9

FRECUENCIA DE LA ADQUISICIÓN DE LENCERÍA INSTITUCIONAL DEL SECTOR HOTELERO.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
2	Siempre	17	23%
	Casi siempre	45	60%
	A veces	13	17%
	TOTAL	75	100%

Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 11



Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

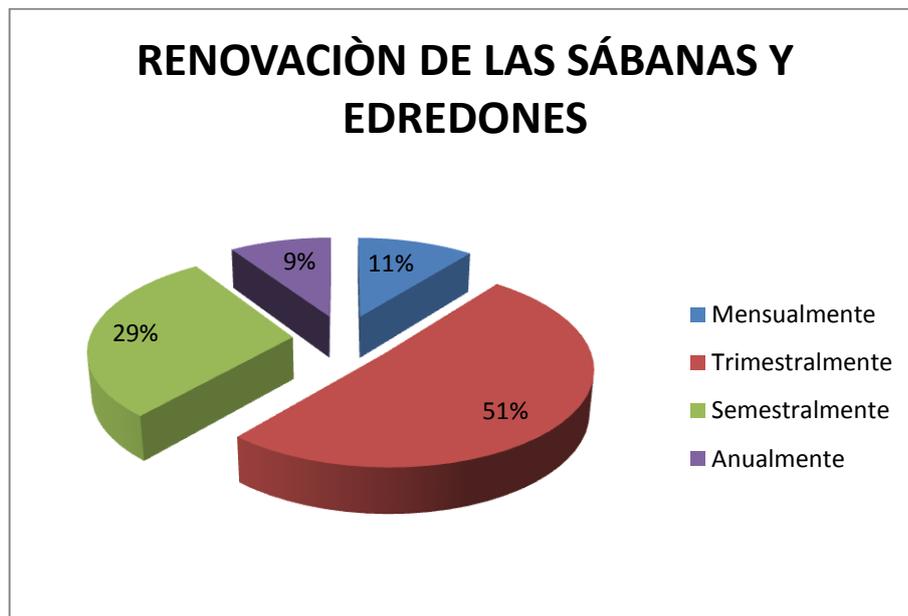
60% de los entrevistados casi siempre adquiere lencería institucional, 23% lo hace siempre y el 17% a veces.

CUADRO N° 10

FRECUENCIA DE RENOVACIÓN DE LAS SÁBANAS Y EDREDONES.			
ITEM	ALTERNATIVA	f	%
3	Mensualmente	8	11%
	Trimestralmente	38	51%
	Semestralmente	22	29%
	Anualmente	7	9%
	TOTAL	75	100%

Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 12



Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

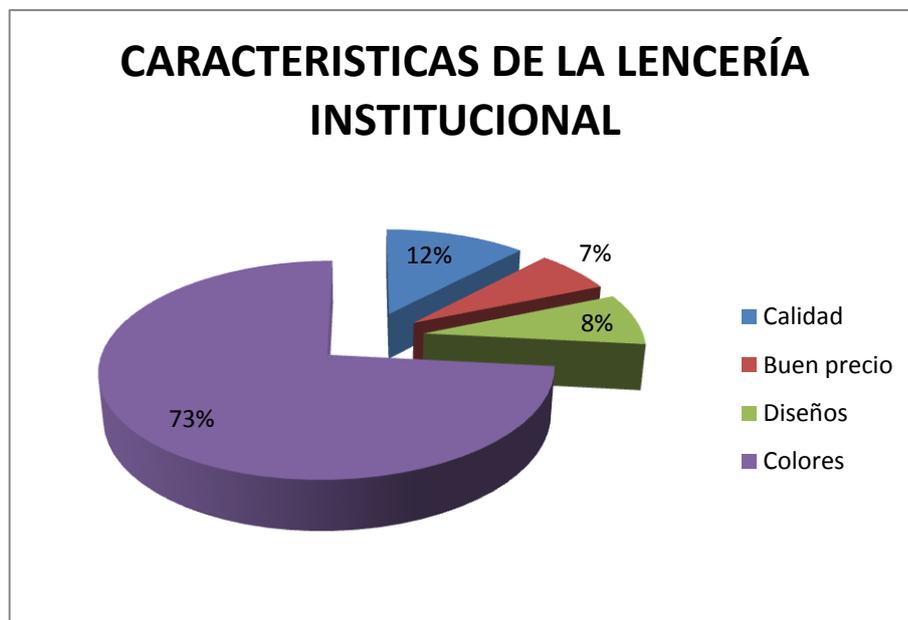
La mayoría de los encuestados renuevan las sábanas y los edredones trimestralmente (51%). Con estos datos se evidencia que existe un mercado en la provincia de Santa Elena para una empresa manufacturera de lencería institucional.

CUADRO N° 11

FRECUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA LENCERÍA INSTITUCIONAL UTILIZADA.			
ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
4	Calidad	9	12%
	Buen precio	5	7%
	Diseños	6	8%
	Colores	55	73%
	TOTAL	75	100%

Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 13



Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

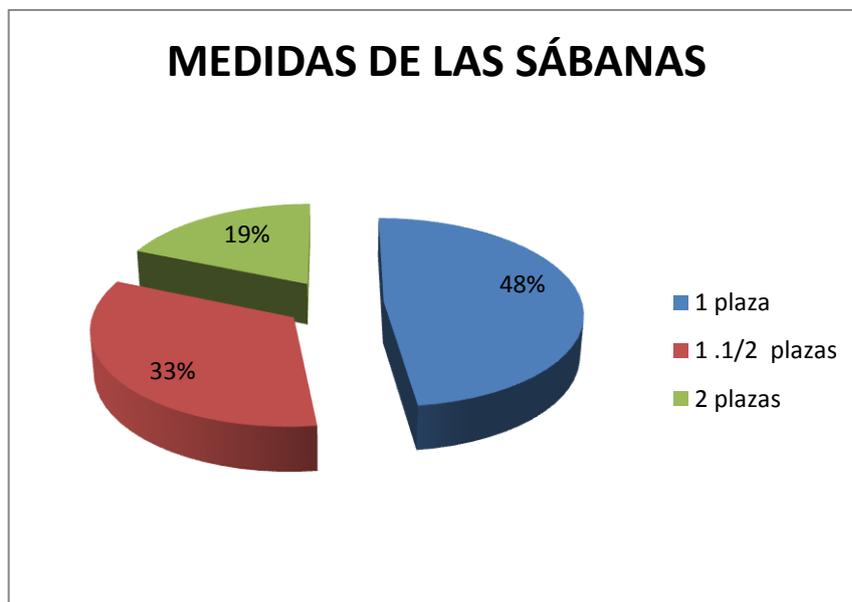
73% de los encuestados considera que la característica principal de la lencería institucional son los colores, lo que indica que se deben elaborar lencería en diversos colores de acuerdo al gusto y a las preferencias de los clientes.

CUADRO N° 12

FRECUENCIA DE MEDIDAS DE LAS SÁBANAS.			
ITEM	ALTERNATIVA	F	%
5	1 plaza	36	48%
	1 .1/2 plazas	25	33%
	2 plazas	14	19%
	Otros	0	0%
	TOTAL	75	100%

Fuente: Empresarios del sector hotelero
 Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 14



Fuente: Empresarios del sector hotelero
 Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

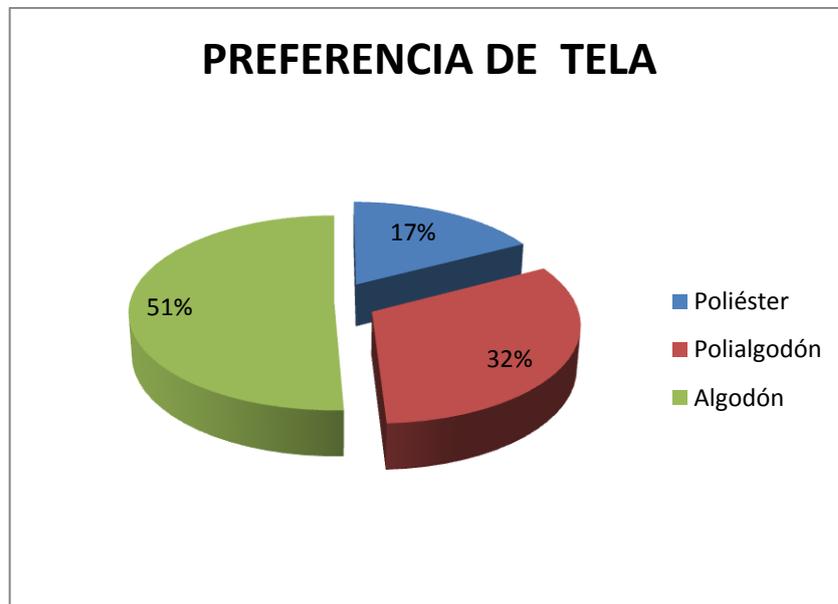
En lo que se refiere a las medidas de las sábanas más utilizadas, 33% de los encuestados compran sábanas de **1 1/2 plazas**, estos resultados indican que es la medida de sábana más vendida en el mercado.

CUADRO N° 13

PREFERENCIA DE TELA EN LOS PRODUCTOS DE LENCERÍA INSTITUCIONAL.			
ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
6	Poliéster	13	17%
	Polialgodón	24	32%
	Algodón	38	51%
	Otros	0	0%
	TOTAL	75	100%

Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 15



Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

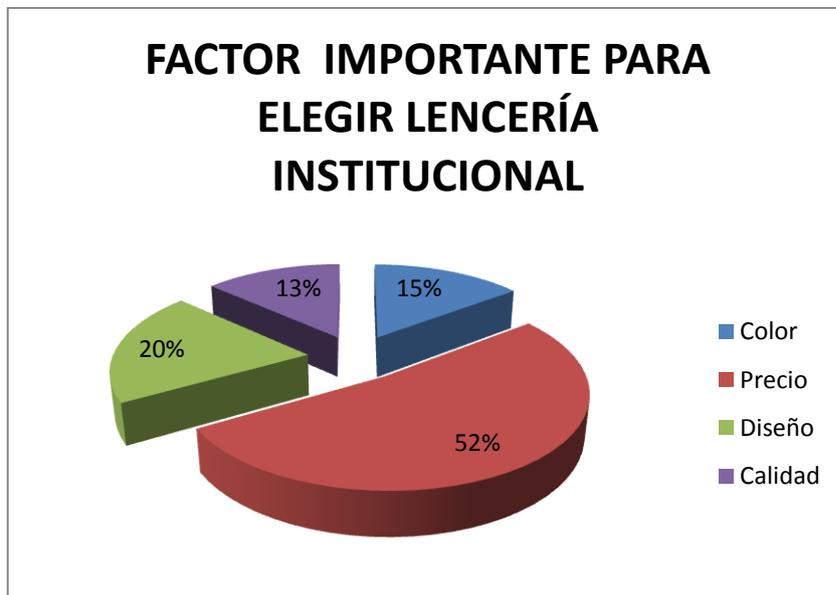
51% de los empresarios hoteleros encuestados manifestó que prefiere el algodón como tela para la lencería institucional, por cuanto a la calidad y comodidad de los productos.

CUADRO N° 14

FRECUENCIA DE EL FACTOR IMPORTANTE PARA ELEGIR LENCERÍA INSTITUCIONAL.			
ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
7	Color	11	15%
	Precio	39	52%
	Diseño	15	20%
	Calidad	10	13%
	TOTAL	75	100%

Fuente: Empresarios del sector hotelero
 Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 16



Fuente: Empresarios del sector hotelero
 Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

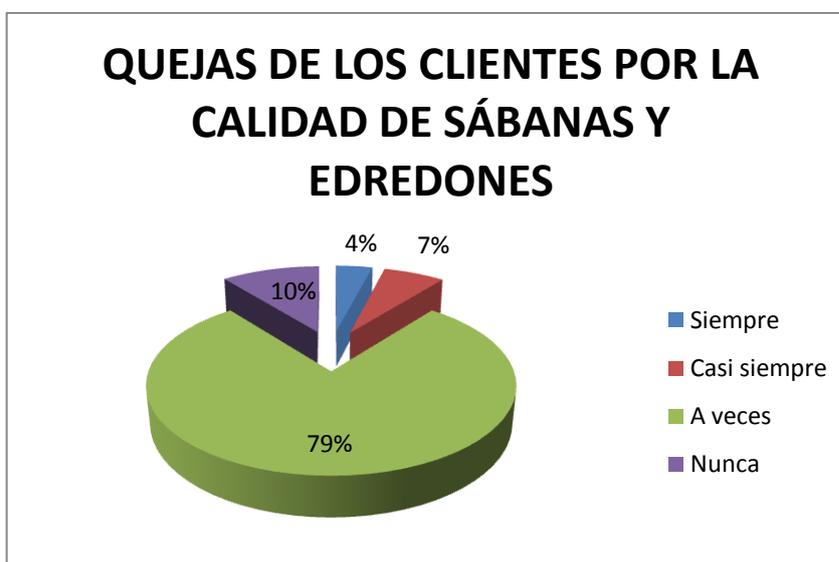
52% de los encuestados consideran como factor importante al momento de comprar lencería institucional, lo que indica que se debe ofertar lencería institucional a un buen precio para que sea aceptado.

CUADRO N° 15

FRECUCENCIA DE QUEJAS DE SUS CLIENTES POR LA CALIDAD DE SÁBANAS Y EDREDONES.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
8	Siempre	3	4%
	Casi siempre	5	7%
	A veces	59	79%
	Nunca	8	11%
	TOTAL	75	100%

Fuente: Empresarios del sector hotelero
 Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 17



Fuente: Empresarios del sector hotelero
 Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

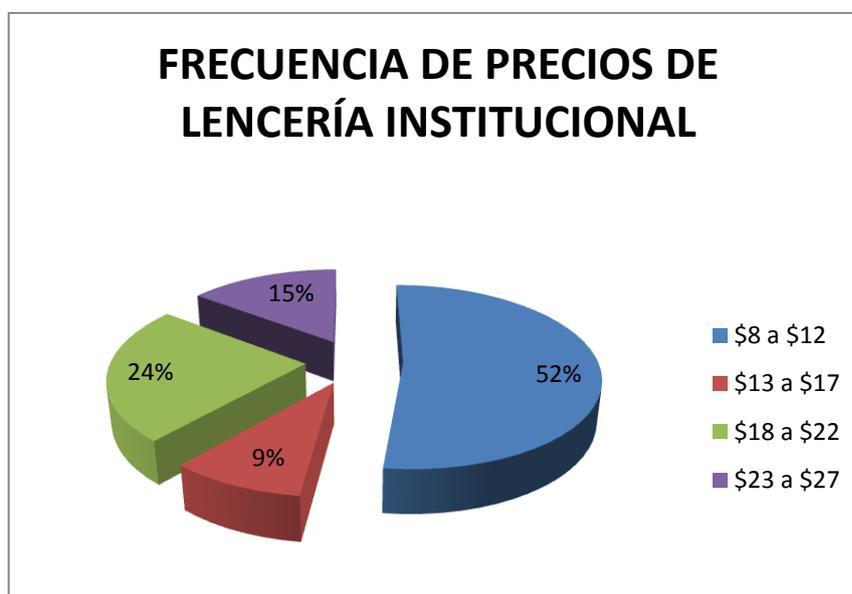
79% de los empresarios hoteleros encuestados recibe **a veces quejas** sobre la calidad de sábanas que ofrece el hotel en sus habitaciones, con estos resultados se debe considerar la calidad y el confort que las sábanas deben dar al momento de su utilización.

CUADRO N° 16

FRECUENCIA DE LOS PRECIOS ADECUADOS PARA LA LENCERÍA INSTITUCIONAL.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
9	\$8 a \$12	39	52%
	\$13 a \$17	7	9%
	\$18 a \$22	18	24%
	\$23 a \$27	11	15%
	TOTAL	75	100%

Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 18



Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

52% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$8 y \$12 por la lencería institucional, lo que indica que es el valor mínimo y máximo que están dispuestos a pagar por la lencería institucional que está en el mercado.

CUADRO N° 17

FRECUENCIA DE LA IMPORTANCIA DE LA LABOR DE LOS ARTESANOS.			
ITEM	ALTERNATIVA	F	%
10	SI	58	77%
	NO	17	23%
	TOTAL	75	100%

Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 19



Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

77% de los empresarios hoteleros SI considera importante la labor que realizan los artesanos para el desarrollo de la provincia; lo que es necesario el desarrollo de esta actividad en nuestra localidad.

CUADRO N° 18

ACEPTABILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA MANUFACTURERA DE LENCERÍA INSTITUCIONAL.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
11	SI	68	91%
	NO	7	9%
	TOTAL	75	100%

Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 20



Fuente: Empresarios del sector hotelero
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

91% expresa que **SI** acepta que se cree una empresa manufacturera de lencería institucional, lo que indica que existe una aprobación mayoritaria para la instalación de una empresa que desarrolle este tipo de actividad.

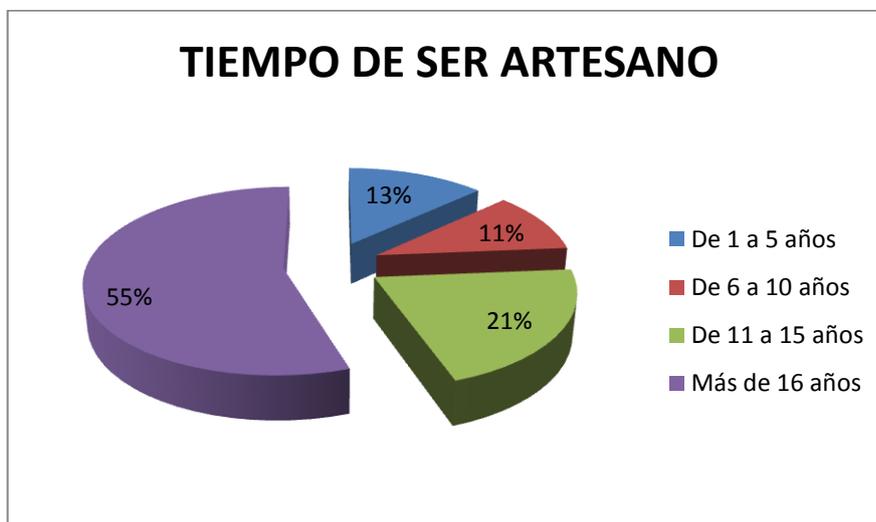
3.1.2. Encuesta a los Artesanos.

CUADRO N° 19

FRECUENCIA DEL TIEMPO DE SER ARTESANO			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
1	De 1 a 5 años	5	13%
	De 6 a 10 años	4	11%
	De 11 a 15 años	8	21%
	Más de 16 años	21	55%
	TOTAL		38

Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 21



Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

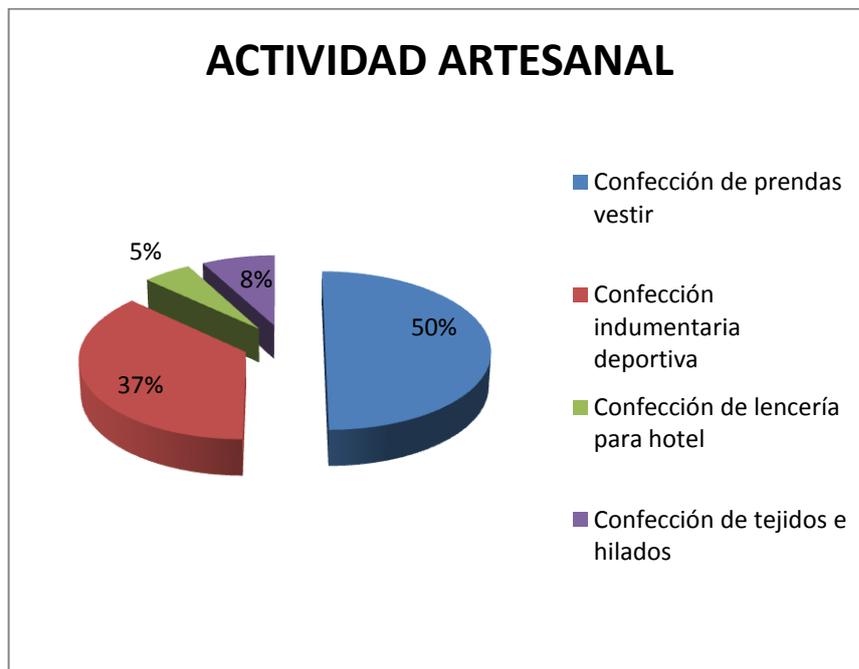
55% de los entrevistados tiene una experiencia de más de 16 años en la labor artesanal, lo que indica que existe en el medio, capacidad y experiencia en la confección textil por lo que es viable desarrollar esta actividad.

CUADRO N° 20

FRECUENCIA DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL.			
ITEM	ALTERNATIVA	F	%
2	Confección de prendas vestir	19	50%
	Confección indumentaria deportiva	14	37%
	Confección de lencería para hotel	2	5%
	Confección de tejidos e hilados	3	8%
	TOTAL	38	100%

Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 22



Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

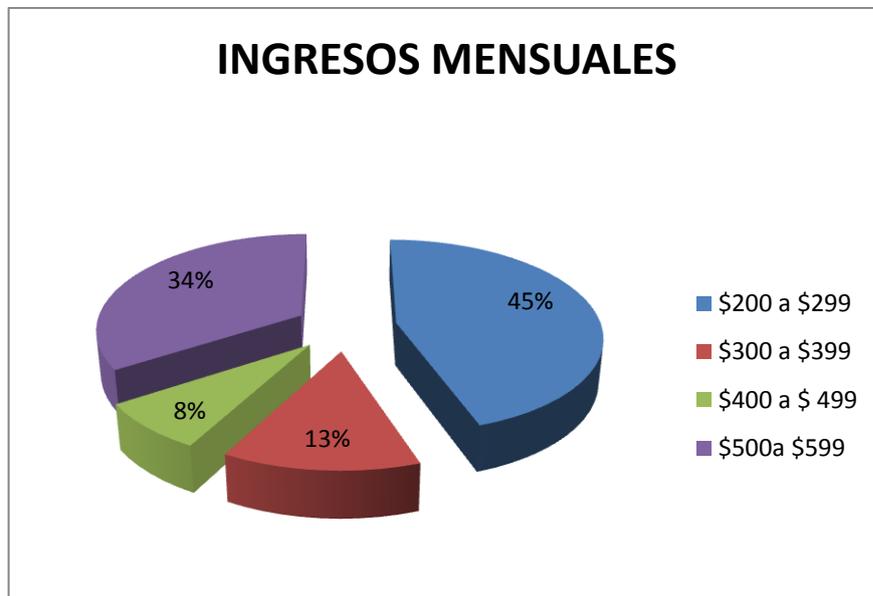
50% de los artesanos se dedica a confeccionar lencería para hotel, con estos datos se comprueba la necesidad de establecer un empresa manufacturera que produzca y provea de lencería institucional a los hoteles.

CUADRO N° 21

INGRESOS MENSUALES QUE LE PROPORCIONA LA ACTIVIDAD ARTESANAL.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
3	\$200 a \$299	17	45%
	\$300 a \$399	5	13%
	\$400 a \$ 499	3	8%
	\$500a \$599	13	34%
	TOTAL	38	100%

Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 23



Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

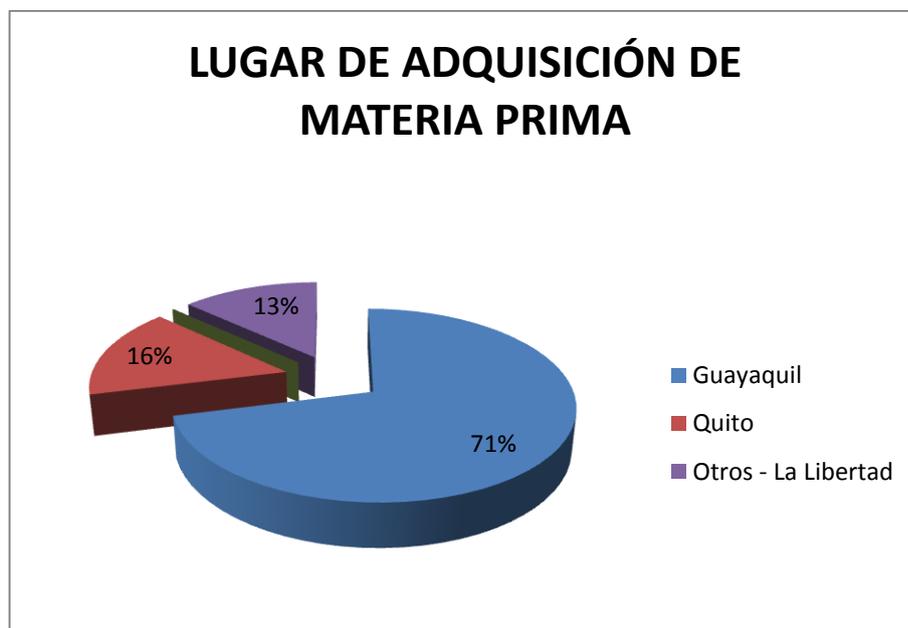
45% de los artesanos percibe ingresos mensuales entre \$200 y \$299 al mes por la actividad artesanal, demostrando así que es su fuente de manutención para los hogares.

CUADRO N° 22

FRECUENCIA DEL LUGAR DONDE SE ADQUIERE LA MATERIA PRIMA.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
4	Guayaquil	27	71%
	Quito	6	16%
	Cuenca	0	0%
	Otros - La Libertad	5	13%
	TOTAL	38	100%

Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 24



Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

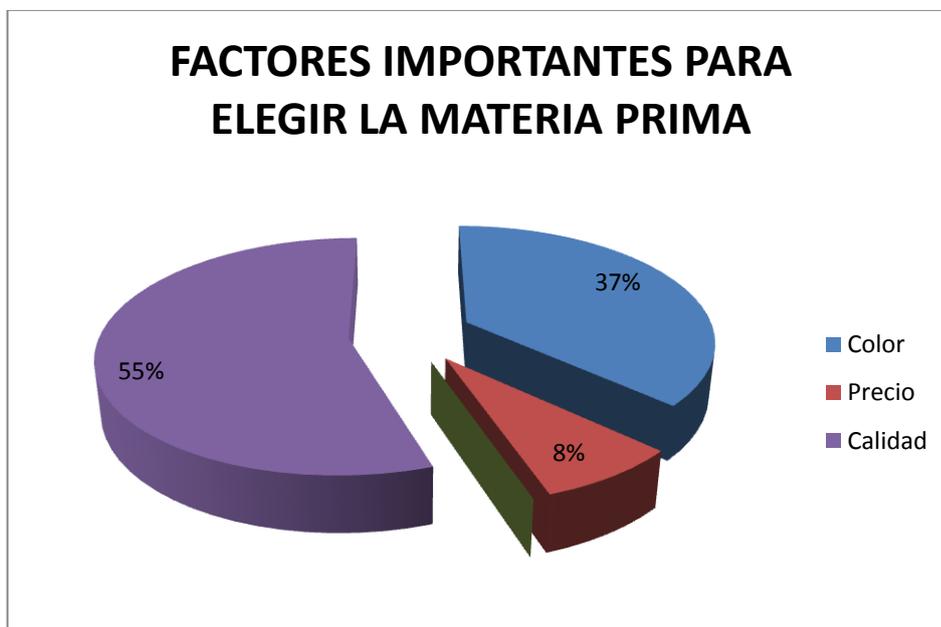
71% de los artesanos adquiere la materia prima desde la ciudad Guayaquil, lo que indica que la misma es accesible y está al alcance de los artesanos siempre y cuando se compre al por mayor de lo contrario incurría en costos.

CUADRO N° 23

FACTORES IMPORTANTES PARA ELEGIR LA MATERIA PRIMA.			
ITEM	ALTERNATIVA	f	%
5	Color	14	55%
	Precio	3	8%
	Diseño	0	0%
	Calidad	21	37%
	TOTAL	38	100%

Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 25



Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

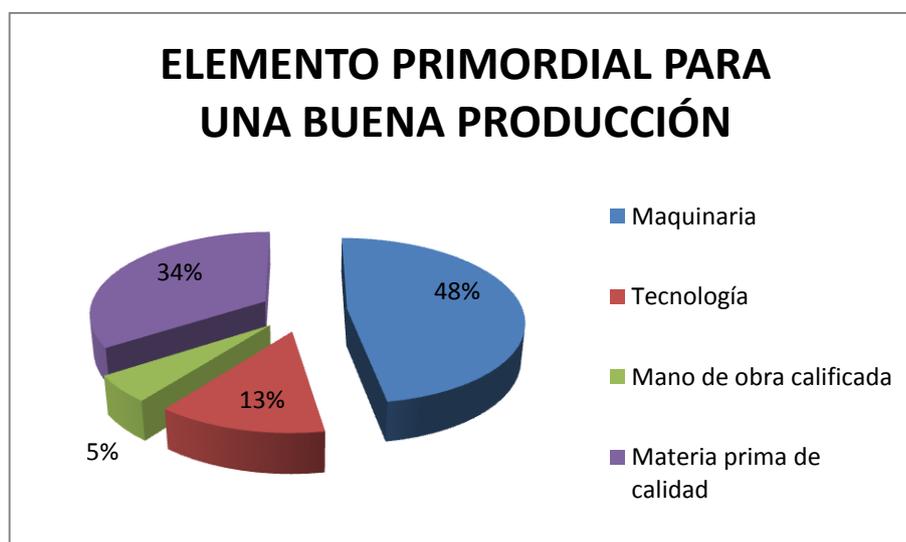
55% de los encuestados manifiesta que la calidad es el factor importante para elegir la materia prima, por lo tanto se debe adquirir materia prima de calidad que asegure el buen acabado de las prendas de lencería institucional que se oferte.

CUADRO N° 24

FRECUENCIA DEL ELEMENTO PRIMORDIAL PARA UNA BUENA PRODUCCIÓN.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
6	Maquinaria	18	47%
	Tecnología	5	13%
	Mano de obra calificada	2	5%
	Materia prima de calidad	13	34%
	TOTAL	38	100%

Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 26



Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

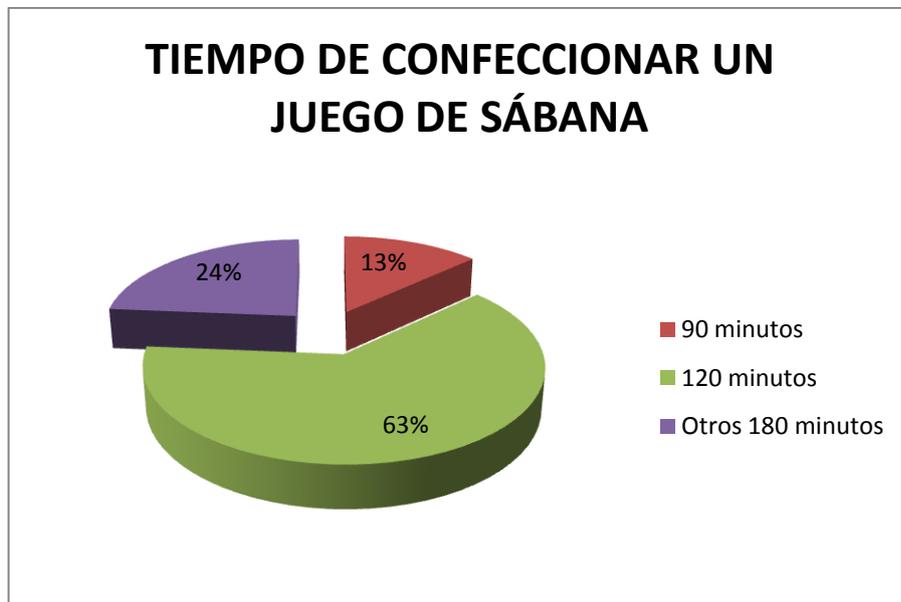
48% de los artesanos opina que la maquinaria es el elemento primordial para una buena producción, esta respuesta se basa en que las máquinas de coser deben ser modernas con la finalidad de dar un excelente acabado a las prendas de lencería institucional.

CUADRO N° 25

TIEMPO DE DURACIÓN DE CONFECCIONAR UN JUEGO DE SÁBANA.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
7	60 minutos	0	0%
	90 minutos	5	13%
	120 minutos	24	63%
	Otros 180 minutos	9	24%
	TOTAL	38	100%

Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 27



Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

63% de los artesanos encuestados respondieron que para confeccionar un juego de sábana se emplea 180 minutos, esta información permitirá medir la capacidad productiva de planta de acuerdo a la mano de obra disponible.

CUADRO N° 26

FRECUENCIA DE MODELOS CREATIVOS.			
ITEM	ALTERNATIVA	F	%
8	Siempre	7	18%
	Casi siempre	29	76%
	Nunca	2	5%
	TOTAL	38	100%

Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 28



Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

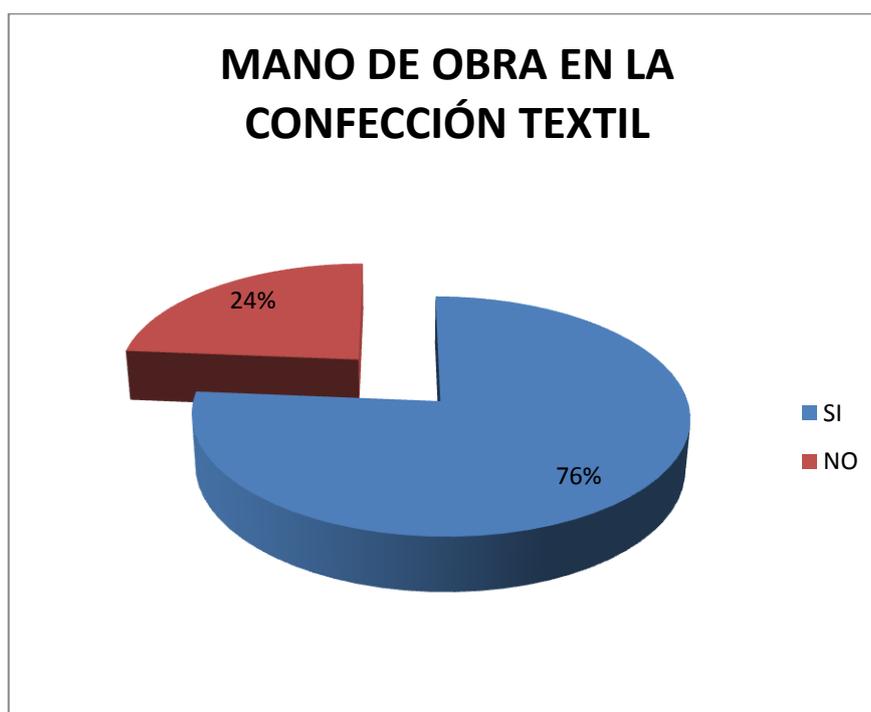
76% de los entrevistados Casi siempre se preocupan por confeccionar modelos creativos con la finalidad de mantenerse en el mercado, por lo que es de vital importancia que se confeccionen prendas de lencería institucional de diferentes modelos y colores.

CUADRO N° 27

CONSIDERACIÓN DE LA MANO DE OBRA EN LA CONFECCIÓN TEXTIL.			
ITEM	ALTERNATIVA	f	%
9	SI	29	76%
	NO	9	24%
	TOTAL	38	100%

Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 29



Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

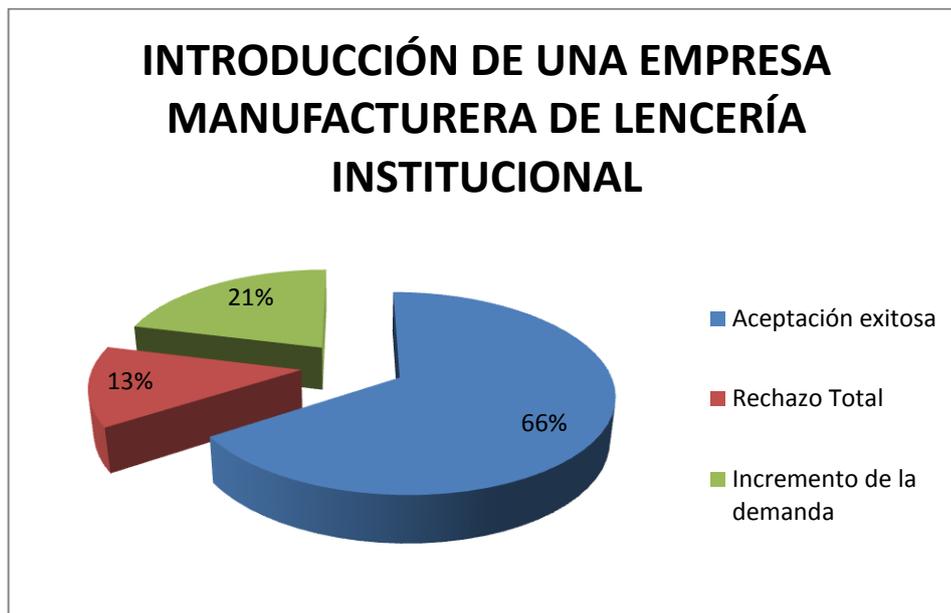
76% considera que la mano de obra peninsular Si es un factor clave en las confecciones textiles, por lo tanto su es relevante su participación en la empresa manufacturera de lencería institucional.

CUADRO N° 28

EFECTOS DE INTRODUCIR UNA EMPRESA MANUFACTURERA DE LENCERÍA INSTITUCIONAL.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
10	Aceptación exitosa	25	66%
	Rechazo Total	5	13%
	Incremento de la demanda	8	21%
	TOTAL	38	100%

Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
 Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 30



Fuente: Artesanos de la provincia de Santa Elena
 Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

66% de los artesanos opina que la empresa manufacturera de la lencería institucional tendrá una aceptación exitosa, lo que indica que el establecimiento de empresa manufacturera tendrá una acogida positiva ya que beneficiará al sector hotelero y a los artesanos.

3.1.3. Encuesta a Clientes Hoteleros

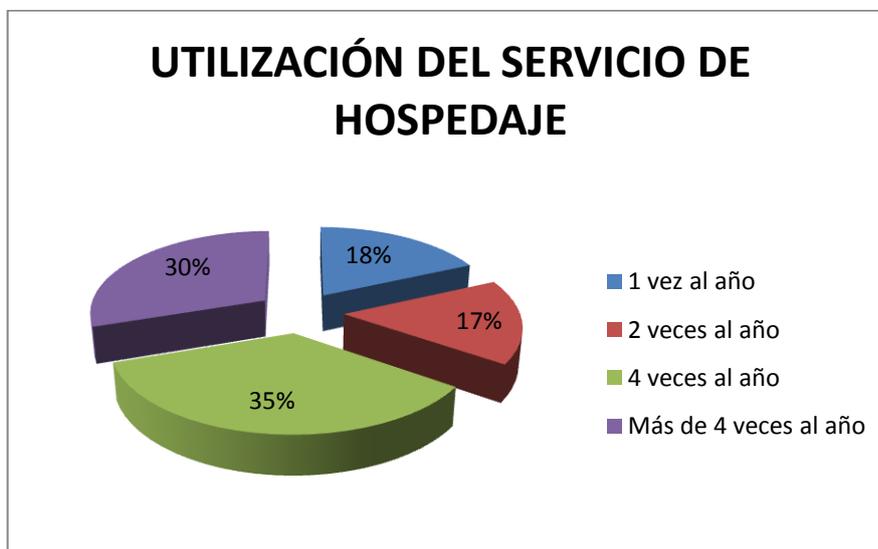
CUADRO N° 29

FRECUENCIA DE UTILIZAR EL SERVICIO DE HOSPEDAJE.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
1	1 vez al año	29	18%
	2 veces al año	26	16%
	4 veces al año	56	35%
	Más de 4 veces al año	48	30%
	TOTAL	159	100%

Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 31



Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

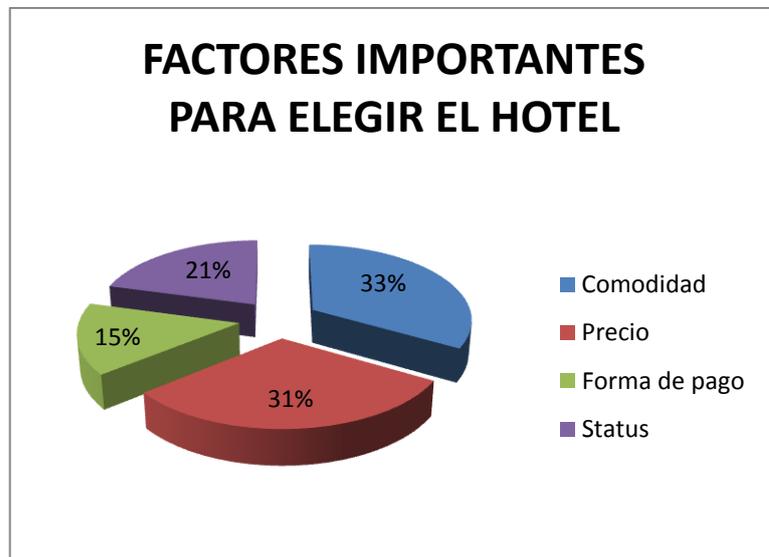
35% indicó que se hospeda 4 veces al año en la provincia de Santa Elena, siguiéndoles este resultado a aquellos clientes que se hospedan más de 4 veces al año en un 30%.

CUADRO N° 30

FRECUENCIA DE LOS FACTORES IMPORTANTES PARA ELEGIR EL HOTEL.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
2	Comodidad	53	33%
	Precio	49	31%
	Forma de pago	24	15%
	Status	33	21%
	TOTAL	159	100%

Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 32



Fuente: Clientes hoteleros
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

33% de los clientes opinan que el factor primordial al momento de elegir un hotel es la comodidad siguiéndole la opción precio en un 31%, lo que indica que la comodidad es vital para los clientes y por lo tanto las sábanas que deben ser comfortable garantizando el descanso de sus hospedados.

CUADRO N° 31

FRECUENCIA DE AGRADO DEL DISEÑO DE LA LENCERÍA DEL HOTEL.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
3	SI	84	53%
	NO	75	47%
	TOTAL	159	100%

Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 33



Fuente: Clientes hoteleros
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

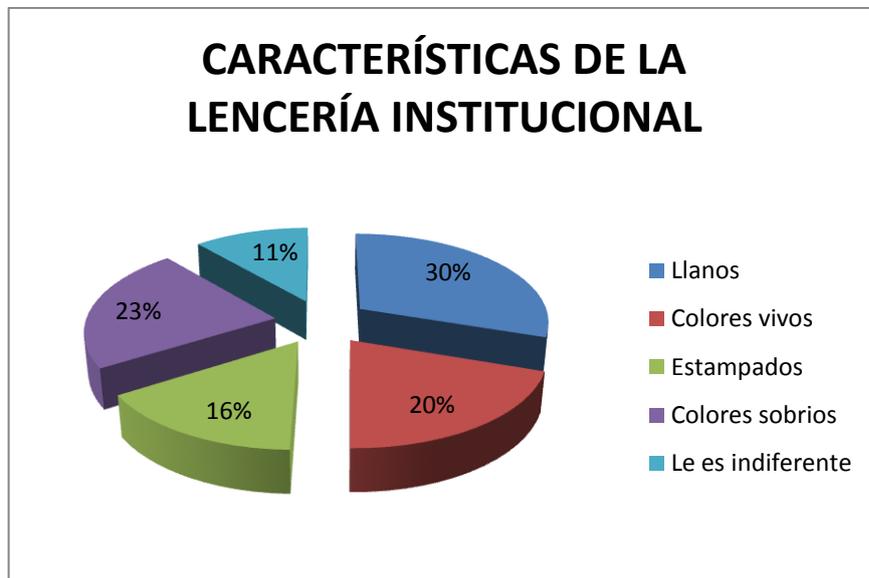
53% de los encuestados opina que SI le agrada el diseño de la lencería institucional del hotel, lo que indica que se debe seguir la línea realizando innovaciones que permitan crear la diferencia para la correspondiente aceptación.

CUADRO N° 32

PREFERENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA LENCERÍA INSTITUCIONAL.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
4	Llanos	48	30%
	Colores vivos	32	20%
	Estampados	25	16%
	Colores sobrios	36	23%
	Le es indiferente	18	11%
	TOTAL	159	100%

Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 34



Fuente: Clientes hoteleros
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera

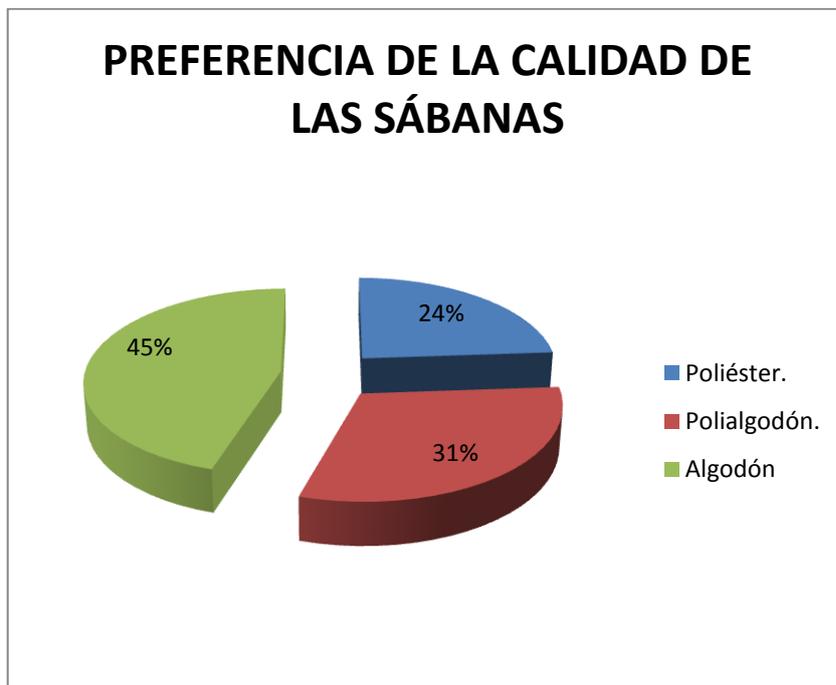
30% de los clientes opinan que prefieren una lencería institucional llana, lo que indica que la empresa manufacturera debe confeccionar lencería institucional en su mayoría llana, que es la preferencia de los clientes.

CUADRO N° 33

PREFERENCIA DE LA CALIDAD DE MATERIA PRIMA.			
ITEM	ALTERNATIVA	f	%
5	Poliéster.	38	24%
	Polialgodón.	49	31%
	Algodón	72	45%
	Otros	0	0%
	TOTAL	159	100%

Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 35



Fuente: Clientes hoteleros
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

45% de los clientes hoteleros indican que prefieren sábanas de algodón, por lo tanto se deben confeccionar en su mayoría este tipo de sábanas.

CUADRO N° 34

FRECUENCIA DE LA IMPORTANCIA DEL CONFORT DE LAS SÁBANAS EN EL DESCANSO.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
6	Muy Importante	118	74%
	Poco Importante	41	26%
	Nada Importante	0	0%
	TOTAL	159	100%

Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 36



Fuente: Clientes hoteleros
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

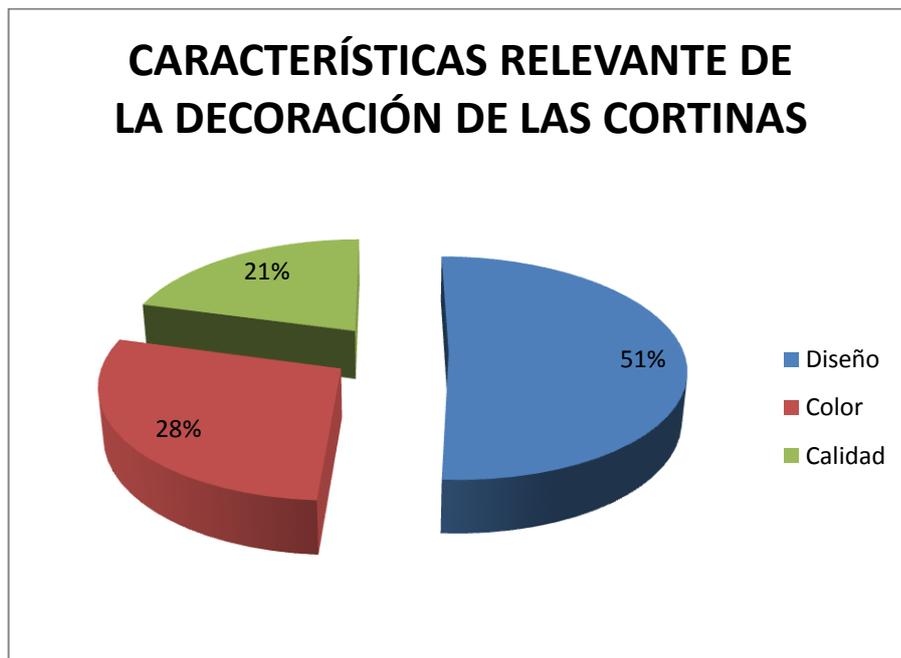
74% de los clientes manifiestan que es muy importante el confort de las sábanas para garantizar su descanso en el hotel, por lo tanto las sábanas deben ser de buena calidad, suaves y cálidas que garantice el descanso de los hospedados.

CUADRO N° 35

FRECUCENCIA DE LA S CARACTERÍSTICAS RELEVANTE DE LA DECORACIÓN DE LAS CORTINAS.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
7	Diseño	81	51%
	Color	45	28%
	Calidad	33	21%
	TOTAL	159	100%

Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena
 Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 37



Fuente: Clientes hoteleros
 Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

51% de los clientes opinaron que las características relevantes de la decoración es el diseño, lo que indica que las cortinas deben confeccionarse con diseños variados y elegantes que impresionen a los hospedados.

CUADRO N° 36

FRECUENCIA DEL CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
8	Si	83	52%
	No	76	48%
	TOTAL	159	100%

Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 38



Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

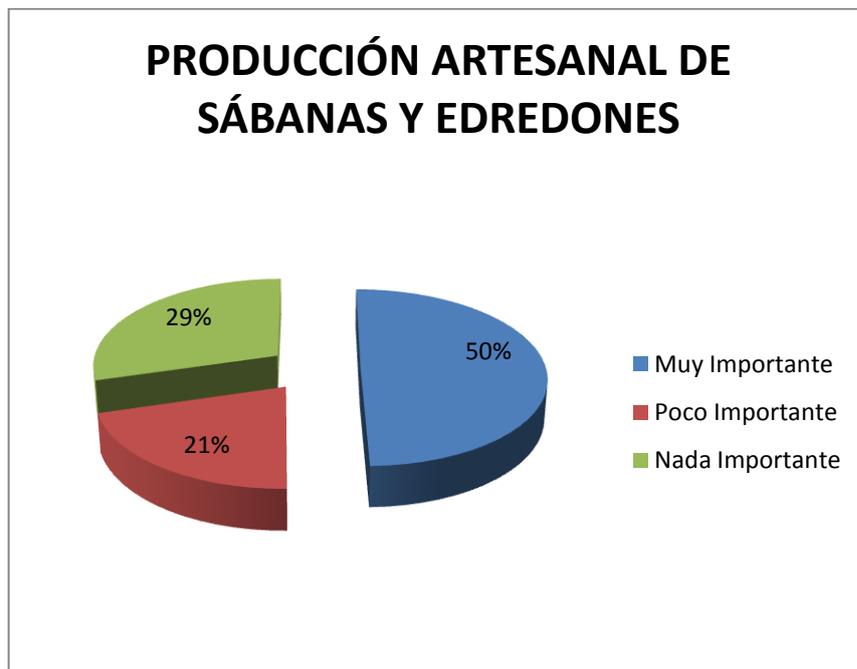
52% de los clientes manifestaron que SI conocen sobre la actividad artesanal de corte y confección, lo que indica que su labor es reconocida.

CUADRO N° 37

IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL DE SÁBANAS Y EDREDONES.			
ITEM	ALTERNATIVA	F	%
9	Muy Importante	79	50%
	Poco Importante	33	21%
	Nada Importante	47	30%
	TOTAL	159	100%

Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 39



Fuente: Clientes hoteleros
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

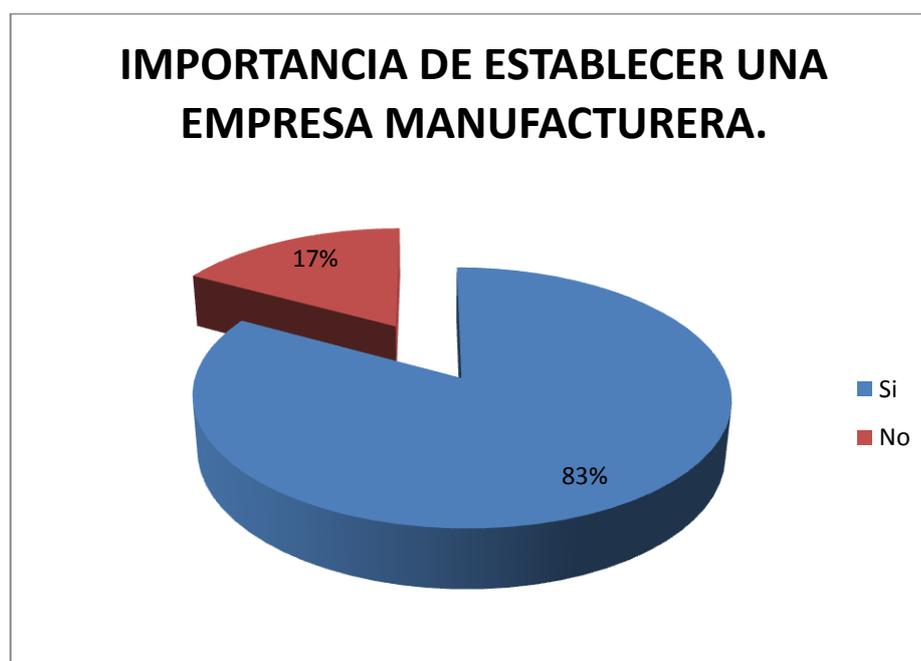
50% de los encuestados considera que la producción artesanal de las sábanas y edredones es muy importante, lo que indica que existe una aceptación de parte de los clientes por la producción artesanal.

CUADRO N° 38

FRECUENCIA IMPORTANCIA DE ESTABLECER UNA EMPRESA MANUFACTURERA.			
ITEM	ALTERNATIVA	<i>f</i>	%
10	Si	132	83%
	No	27	17%
	TOTAL	159	100%

Fuente: Clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 40



Fuente: Clientes hoteleros
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

83% de los clientes hoteleros opina que SI tiene importancia el establecimiento de una empresa manufacturera de lencería institucional como medio de desarrollo de la provincia de Santa Elena.

3.2. Conclusiones y Recomendaciones.

Conclusiones.

Una vez analizados e interpretados los datos, se plantean las siguientes conclusiones:

1. Con el estudio investigativo que se realizó se evidenció que el sector hotelero carece de proveedores de lencería institucional dentro de la provincia de Santa Elena.
2. La propuesta de creación de una empresa manufacturera de lencería institucional permitirá desarrollar el sector textil de la provincia de Santa Elena y por ende contribuirá al sostenimiento económico de la localidad.
3. Los resultados de los estados financieros proyectados muestran la rentabilidad de la empresa manufacturera.
4. El sector textil y de la confección está en condiciones de ser explotada y se debe aprovechar estas cualidades.

Recomendaciones:

1. Es indispensable fortalecer el sector textil con la creación de una empresa manufacturera de lencería institucional que cubra este mercado.
2. Para que la empresa manufacturera de lencería institucional permanezca en el mercado se deben innovar constante los diseños de los productos.

3. Se deben desarrollar estrategia de marketing para introducirse en el mercado, captar la mayor parte de clientes.

4. Se deben realizar estudios investigativos constantes para que el sector textil se desarrolle en la provincia de Santa Elena.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE EMPRESA MANUFACTURERA DE LENCERÍA INSTITUCIONAL, PARA EL SECTOR HOTELERO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013

4.1 Presentación

Los constantes cambios en los gustos y preferencias de los clientes se hacen más exigentes al momento de irse de vacaciones y alojarse en un hotel, estas instituciones hoteleras innovan en lo que respecta a la lencería que utilizan para satisfacer a sus consumidores y de esta manera se lleven una buena imagen de la misma.

Luego de evidenciar la necesidad de creación de una empresa manufacturera de lencería institucional que de acuerdo al estudio de mercado tiene una buena aceptación. A continuación se presentan cada uno de los estudios, tanto de mercado para la estimación de la demanda efectiva mensual y anual, los aspectos tecnológicos del proyecto, el análisis financiero, que se desarrollará mediante la estimación de un flujo de efectivo con un horizonte de evaluación de 5 años, el cual considera los efectos de ingresos como de egresos generados por el proyecto.

Además se demostrará la estimación de la inversión inicial en activos fijos, como: maquinarias, equipos de cómputo, muebles de oficina, así como la reposición de los mismos luego de culminar su vida útil, con el objetivo de realizar la evaluación del proyecto y conocer la rentabilidad o viabilidad; es decir, si el valor actual neto (VAN) es mayor que cero y la tasa interna de retorno es mayor que la TMAR. Para esto se requiere observar el comportamiento de las variables tales

como: volumen de ventas, costos de producción, gastos administrativos, de publicidad; con estos datos, se descontarán los flujos de caja proyectados en cada período a una tasa de descuento (TMAR), asimismo la realización de escenarios probabilísticos. Todo esto servirá de base para la toma de decisiones.

4.2 Base Filosófica de la Organización

4.2.1 Misión

La empresa tiene como misión ofrecer al mercado hotelero de la provincia de Santa Elena, una variedad de productos referentes a lencería institucional, generando fuentes de empleo directo e indirecto, utilizando mano de obra local, promoviendo el desarrollo sostenible de la provincia.

4.2.2 Visión

En el año 2020, ser la organización líder en la provincia de Santa Elena en la industria textil destinada a la lencería institucional manteniendo responsabilidad social.

4.2.3 Objetivos

- Elaborar lencería institucional de alta calidad para el sector hotelero, mediante técnicas que den un valor agregado notable para la comercialización de los productos.
- Producir el 60% de diseños variados de lencería institucional en los tres primeros años.

- Comercializar los productos de lencería institucional captando el 15% del mercado local con proyección al mercado nacional para el cuarto año.
- Capacitar al personal para el mejoramiento de la calidad de los productos de lencería institucional cada año.

4.2.4 Principios y Valores

Convivencia: Mantenemos la disposición al diálogo en la interacción cotidiana como punto de partida de la solución de conflictos.

Honestidad: Actuamos con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar los propósitos misionales.

Justicia: Brindamos a cada ser humano lo que le corresponde de conformidad con sus méritos y los derechos que le asisten.

Lealtad: Velamos por la confiabilidad de la información y el buen nombre de la organización.

Pertenencia: Realizamos nuestro proyecto de vida compatible con el proyecto laboral, manteniendo el deseo y la motivación de aportar al desarrollo institucional mediante nuestra capacidad intelectual y física.

Respeto: Comprendemos y aceptamos la condición inherente de las personas, como seres humanos con deberes y derechos, en un constante proceso de mejora espiritual y material.

Solidaridad: Actuamos siempre con la disposición de ayudar a los compañeros cuando necesitan apoyo; regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la empresa.

Tolerancia: Valoramos a los demás por lo que son y aceptamos con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.

4.3 Naturaleza del Proyecto

4.3.1 Descripción de la Empresa “TELYTEX S.A.”

La empresa “TelyTEX S.A.” será pionera en la producción y comercialización de lencería institucional en la provincia de Santa Elena. Los artesanos calificados crearán hermosos diseños que estarán en función de las necesidades de los potenciales clientes en este caso lugares de alojamiento como hoteles, hostales, entre otros.

La empresa tiene las siguientes características:

- Lugar amplio para la elaboración de los productos.
- Tecnología para la elaboración de los productos.
- Oficinas administrativas en el cual se llevaran los inventarios y lo concerniente a temas financieros
- Es un sitio donde se impartirán todo tipo de capacitación para fortalecer a los empleados en temas de calidad
- Recurso humano capacitado en procesos de producción y comercialización de lencería institucional.
- Materia prima con estándares de calidad acordes a las exigencias locales.
- Planta de producción operativa.

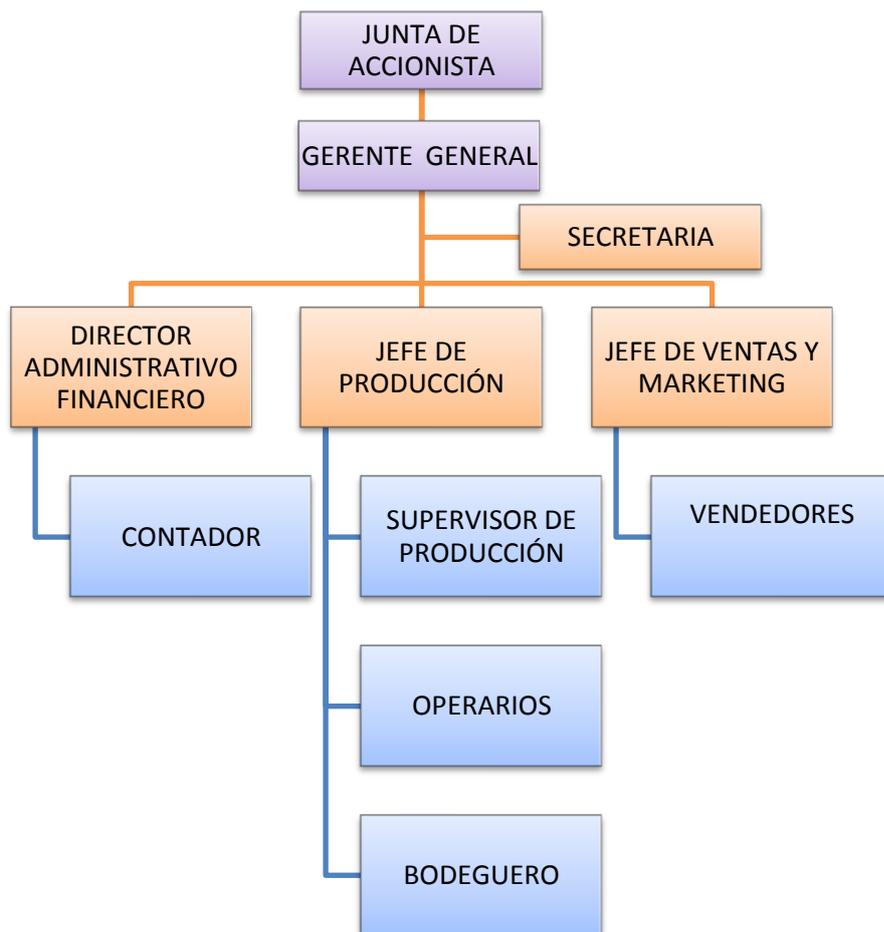
4.4 Organización

4.4.1 Organigrama

A continuación se detalla el organigrama de la empresa “TelyTEX S.A.” que facilitará la visualización jerárquica de la organización y por ende la captación de profesionales que ocupen los siguientes cargos:

GRÁFICO N° 41

Estructura Organizacional de la Empresa TELYTEX S.A



Fuente: Estructura Organizacional
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.4.2 Funciones y Perfiles de los cargos

En los siguientes cuadros se detallan los perfiles administrativos de cada rol a desempeñar en las diferentes áreas, dadas de acuerdo a los productos que se ofrecerán dentro de la organización, aquí se encontrarán los requisitos que las personas deben cumplir para ser parte de la empresa “**TelyTEX S.A**”

CUADRO N° 39

GERENTE GENERAL

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD
GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia en Liderazgo Experiencia en gerencia entre 6 a 36 meses. 	Tercer Nivel en áreas administrativas, Ing. Comercial, Ing. Administración de Empresas, Ing. En Desarrollo Empresarial.	Dirigir la organización <ul style="list-style-type: none"> Vigilar el funcionamiento de cada sección de trabajo Liderar los procesos de desarrollo continuo de la organización 	Llevar a cabo reuniones periódicamente con la finalidad de cumplir con el objetivo principal de su actividad económica.

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 40
SECRETARIA

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Secretaria	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en secretaría. • Conocimientos en redacción. • Conocimientos de Utilitarios Básicos y avanzados. • Conocimiento en atención al cliente 	Bachillerato concluido	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenar de forma adecuada los archivos de la empresa. • Elaborar informes de las actividades que se realicen. • Elaborar oficios y memorando. 	Estar pendiente en el momento indicado de los requerimientos de sus servicios	La secretaria podrá emitir cualquier tipo de documentación enmarcado en las actividades específicas de sus funciones.

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 41

DIRECTOR ADMINISTRATIVO FINANCIERO

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD
<p align="center">DIRECTOR ADMINISTRATIVO O FINANCIERO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en cargos similares. • Experiencia en Administración entre 12 a 36 meses. 	<p>Tercer Nivel en áreas administrativas, Ing. Comercial, Ing. Administración de Empresas, Ing. en Desarrollo Empresarial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Administrar adecuadamente todas las actividades que se realicen • Vigilar el funcionamiento de cada sección de trabajo • Liderar los procesos de desarrollo continuo de la organización. • Manejar el orden económico de los contratos 	<p>Llevar a cabo reuniones periódicamente con la finalidad de cumplir con el objetivo principal de su actividad económica.</p>

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 42
CONTADOR

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Contador	<ul style="list-style-type: none"> • .En cargos similares. • Experiencia en el cargo entre 12 a 24 meses. 	<p>Estudios de tercer nivel.</p> <p>Seminarios de Capacitación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de la Contabilidad de la Empresa. • Manejo de DIMM y Anexos (SRI) • Manejo del Portal del IESS. • Manejo de Roles de Pago. 	Registrar de manera oportuna y veraz todas las operaciones contables y financieras de la empresa.	El Contador debe soportar con documentos autorizados por el SRI, las operaciones registradas

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 43
JEFE DE PRODUCCIÓN

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Jefe de Producción	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia en producción entre 12 a 36 meses. Experiencia en manejo de personal de producción, procesos operativos y calidad. 	Estudios de tercer nivel. Ing. Industrial, Ing. Administración de procesos	<ul style="list-style-type: none"> Planificar la producción, el tiempo de entrega de las prendas que se estén realizando Coordinar cualquier cambio o incremento en las tareas de cada operario. Supervisar las líneas de producción durante todo el proceso Control de proceso. 	Hacer cumplir la planificación de la producción establecida en la empresa.	El jefe de producción tendrá que atender a todos los proveedores, así como seleccionar las opciones más indicadas

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 44
SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Supervisión de Producción	Mínimo 2 años en producción	Bachillerato concluido	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la productividad de los operarios. • Obtener una rentabilidad optimizando el tiempo. • Monitorear las actitudes de los operarios 	Estimular la confianza en sí mismo y en sus subordinados	En caso de no tener conocimiento en las actividades que se realizarán, el supervisor deberá de una manera periódica capacitarse en las funciones que desempeñará

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 45
DISEÑADOR

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Diseñador (a)	Mínimo 1 año en diseñar sabanas, edredones	Licenciado en Diseño grafico. Licenciado en Publicidad.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar nuevos diseños o mejorar los existentes con la finalidad de determinar las necesidades del cliente. Preparar bosquejos o diagramas 	Investigar las características deseadas del diseño, tales como talla, dimensión de una variable, peso, color, materiales	Cabe la posibilidad de que el diseñador en ciertas ocasiones supervise a los operarios que realicen sus creaciones

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 46

OPERARIO - CORTADORA TEXTIL

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Cortador (a) Textil	<ul style="list-style-type: none"> Habilidad para la manipulación de prendas textiles. Amplia experiencia comprobable en gestión de equipos dentro del sector textil. 	Bachiller en corte y confección	<ul style="list-style-type: none"> Realizar los cortes en toda la lencería institucional 	Entrega puntual de los trabajos encomendados	La cortadora podrá solucionar cualquier desperfecto de la prenda de vestir, lencería para hogar e instituciones.

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 47
OPERARIO - COSTURERA

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Costurera (o)	Mínimo 1 año de experiencia en costura.	Bachillerato concluido	<ul style="list-style-type: none"> • Confeccionar las prendas de lencería institucional como sabanas, edredones, cortinas, etc. • Conocer y aplicar los diferentes tipos de costura necesarios según el caso. • Realizar arreglos a los diferentes productos que se están ofertando. 	Confeccionar de forma oportuna y reparar cuando corresponda, todas las piezas textiles utilizadas en el empresa con la finalidad de mejorar la calidad.	Conocer y cumplir con el reglamento interno de la empresa sus normas y políticas internas

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 48
OPERARIO EN PLANCHADO

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Encargada de Planchado	Conocimiento en manejo de plancha manual o a vapor	Bachiller	<ul style="list-style-type: none"> Realizar planchado en la lencería institucional 	<ul style="list-style-type: none"> Preparación de las máquinas y equipos de acabados. Entrega de trabajos. 	La planchadora de textiles podrá solicitar un auxiliar para la ayuda mutua

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 49

EMPACADOR

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Empacador	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidades demostradas en empaques. • Experiencia de 6 a 12 meses en cargos similares 	Bachiller	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar la recolección y el surtido de pedidos para su envío. • Resolver problemas, examina e inspecciona los pedidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Embalar los producto cumpliendo con las normas de bioseguridad • Entregar el producto en perfecto estado y acabado. 	El empacador debe capacitarse constantemente.

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 50

BODEGA

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Bodeguero	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia de 24 meses en cargos similares 	Bachiller	<ul style="list-style-type: none"> Control del Inventario físico de materia prima. Control del Inventario físico de los productos en procesos. Control del Inventario físico de los productos terminados. 	Mantener los niveles mínimos de stock en los tiempos establecidos.	Capacitación Continua

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 51
JEFE DE VENTAS Y MARKETING

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD
<p>Jefe de Ventas y Marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 6 meses en cargos similares • Conocimiento en manejo de producción • Conocimiento en manejo de costos y ventas • Experiencia en publicidad y marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ing. Marketing y Ventas. • Ing. Administración. de Empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejar el proceso comercial a nivel nacional. • Manejar los recursos presupuestarios de ventas. • Comercialización del producto • Publicidad del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Entregar informes diarios o mensuales. • Supervisar, controlar y evaluar el cumplimiento de los planes estratégicos de ventas

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 52
VENDEDOR

CARGO	EXPERIENCIA	N/ ESCOLARIDAD	FUNCIONES	RESPONSABILIDAD	OBSERVACIONES
Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en informática • Desenvolvimiento en inglés • Diseño de catálogos. 	Estudios superiores en carrera afines	Manejar técnicas creativas comerciales en ventas	Informar, y promover, las ventas a los posibles clientes.	El encargado en línea puede vender los productos con diferentes facilidades de pago

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.5 Desarrollo del Personal

El factor humano es el principal recurso de una empresa y su influencia es decisiva en el desarrollo, progreso y éxito de la misma. El talento humano es y continuará siendo el activo más valioso de una organización, por lo cual es muy importante promover la adaptación o aclimataje de los recién contratados a la cultura de la organización y la capacitación necesaria para realizar su trabajo de acuerdo con los objetivos de la organización. Para el desarrollo del personal se proponen capacitaciones en las siguientes temáticas, para no incurrir en costos se pretende realizar alianzas estratégicas con el SECAP.

CUADRO N° 53

Temáticas de Recursos Humanos

TEMÁTICAS	DIRIGIDOS A:
Manejo de utilitarios informáticos	Personal de administración
Seguridad industrial	Operarios
Higiene	Todo el personal

Fuente: Temáticas de Recursos Humano

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.6 Evaluación de Desempeño

La evaluación del desempeño es una apreciación sistemática del valor que una persona demuestra, por sus características personales y/o por sus departamentos, a la organización de la que forma parte, expresada periódicamente conforme a un preciso procedimiento conducido por una o más personas conocedoras tanto de la persona como del puesto de trabajo.

Si bien la evaluación del desempeño tiene diversos usos, uno de los más habituales es el relacionar el desempeño con la retribución; concretamente, con la parte variable de la misma. Mientras que la valoración de puestos da lugar a la parte fija, la contribución individual se vincula a la variable. Con ello se logra que

la retribución, en su conjunto, sea el resultado de la contribución, y se tienda al principio de la equidad.

La evaluación del desempeño es un proceso continuo, resultado de la cultura de la organización, concretamente es el resultado de una cultura de objetivos que se concreta en una o dos entrevistas anuales, como mínimo suelen realizarse una entrevista completa al año y una de seguimiento a los seis meses, en las que, en sus modalidades habituales, solo intervienen evaluador (inmediato superior) y evaluado, y en las que se hace referencia, exclusivamente, a las actuaciones del trabajador durante el periodo evaluado.

No deben, por tanto hacerse referencia en la entrevista a cuestiones pasadas, solo al periodo evaluado. Para el caso de la empresa se pretende realizar la evaluación cada seis meses con la siguiente ficha:

CUADRO N° 54
Formulario de Evaluación de Desempeño

1	MALO	
2	REGULAR	
3	BUENO	
4	MUY BUENO	
5	EXCELENTE	
	DESEMPEÑO LABORAL	
1	Responsabilidad	
2	Exactitud y calidad del trabajo	
3	Cumplimiento de fechas estimadas	
4	Productividad	

	orden y claridad en el trabajo	
6	Planificación	
7	capacidad de delegar tareas	
8	capacidad de realización	
	FACTOR HUMANO /ACTITUDINAL	
1	Actitud hacia la empresa	
2	actitud a los superiores	
3	actitud a los compañeros	
4	actitud al cliente	
5	cooperación en equipo	
6	capacidad de aceptar criticas	
7	Puntualidad	
	Habilidades	
1	Iniciativa	
2	Creatividad	
3	respuesta bajo presión	
4	carisma	
5	toma de decisiones	

Fuente: Formulario de Evaluación de desempeño
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.7 Mercado

4.7.1 Descripción de los productos a ofrecer

De acuerdo al estudio de mercado se han determinado 4 tipos de productos que se van a ofertar durante el horizonte de evaluación del proyecto, a continuación se detallan estos productos:

CUADRO N° 55

**Descripción de los Productos
Juegos de sábanas y edredones**

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS	DISEÑO
<p align="center">JUEGOS DE SÁBANAS</p>	<p>Serán en varios diseños y las versiones serán de 1 plaza, 1 plaza y media, 2 plazas, 2 plazas y media.</p>	
<p align="center">EDREDONES</p>	<p>Serán en una sola talla, de diversos colores acordes a las exigencias de los clientes</p>	

Fuente: Productos que ofrece empresa Telytex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 56

**Descripción de los Productos
Manteles y cortinas**

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS	DISEÑO
<p align="center">MANTELES</p>	<p>Serán en varios diseños y para efectos del estudio financiero será en una sola talla</p>	

<p style="text-align: center;">CORTINAS</p>	<p>Serán en una sola talla, de diversos colores acordes a las exigencias de los potenciales clientes</p>	
---	--	---

Fuente: Productos que ofrece empresa Telytex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

La función principal de la empresa es la innovación de productos, cabe recalcar que los productores tendrán garantizado el destino de su producción y ya no tendrán que vender a un precio por debajo del promedio de mercado sino a un precio justo. Además de que se podrán integrar a la elaboración de diseños innovadores únicos en el mercado local. Para efectos del proyecto se considerarán como productos las sábanas, edredones y en el largo plazo incorporar los manteles y cortinas dependiendo de la evolución de la empresa.

4.7.2 Distribución y Puntos de Venta

Para la distribución del producto se utilizarán canales directos como se detalla a continuación:

Canal directo

Se tendrán los productos en locales comercial en Internet, llamadas telefónicas, a través de llamadas telefónicas o visitas a las instituciones. La ventaja de hacer uso de este tipo de canal es que nos permite tener un mayor control sobre los productos o sobre la venta, permite asegurar que los productos serán entregados en buenas condiciones u ofrecer un buen servicio o atención al cliente. Entre las desventajas de hacer uso de este tipo de canal están la falta de cobertura, los mayores costos que implica y el hecho de no delegar responsabilidades.

4.7.3 Publicidad

Para la publicidad del producto se utilizarán las redes sociales, debido a que en la actualidad, el medio más efectivo para que los clientes conozcan de los diferentes diseños.

Además se utilizará la radio y la televisión como medios de comunicación masivos, los banners y las gigantografías, también serán implementados, los costos asociados en la publicidad se detallan más adelante.

4.7.4 Marca Slogan Y Logotipo

Se creará y registrará la Marca “TelyTEX S.A” para lograr identificar el producto en el mercado y del mismo modo será con un slogan, que se presentan a continuación:



El diseño del logo nos permite proyectar una imagen innovador a los turistas conservando el medio ambiente, por eso los colores verdes en el nombre, además de una especie de árbol en la letra T.

4.7.5 Proveedores

Los proveedores dentro de la estructura del proyecto son de mucha importancia, tendrán la responsabilidad de abastecer de manera oportuna la materia prima y los insumos para la fabricación de la lencería, en este caso se identificaron los siguientes proveedores.

- ✓ Almacenes el barata en Guayaquil
- ✓ Almacenes Stefanie en Guayaquil
- ✓ Almacén Botones y Algo más
- ✓ Almacén El Cañonazo (sucursales)
- ✓ Almacén El Regalo

4.7.6 Clientes

Los potenciales clientes de TELYTEX S.A. son las instituciones del sector hotelero de la provincia de Santa Elena como se detalla a continuación:

CUADRO N° 57

Clientes potenciales

POBLACIÓN OBJETIVO	CANTIDAD
HOTELES	94
HOSTALES	121
MOTELES	20
TOTAL	855

Fuente: Población

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.7.7 Ventajas Competitivas

Los productos que ofrecerá la empresa TELYTEX S.A. se distinguirá por la calidad de los servicios y la atención que se brinden a los consumidores de estos productos, la mano de obra es de gran importancia, ya que se trabajará con personas de la provincia, los diseños que se realicen en la empresa serán exclusivos, satisfaciendo los gustos, preferencias y necesidades de cada cliente, local, nacional y extranjero.

La confección que se realice será garantizada, de esta manera los clientes tendrán la tranquilidad de contar con un producto que cumpla con todos los estándares de calidad.

- Calidad, debido a que se utilizaran telas de primera categoría
- Mano de obra local
- Tecnología de punta
- Canales de Distribución

4.8 Aspectos Tecnológicos del Proyecto

4.8.1 Ubicación del Proyecto

4.8.1.1 Macrolocalización

La empresa estará ubicada en la provincia de Santa Elena, en el cantón Santa Elena, considerando como un lugar estratégico por la cercanía de los clientes del sector hotelero. La provincia con el desarrollo turístico ha tenido un repunte significativo que hace que se torne atractivo este tipo de iniciativas.

4.8.1.2 Microlocalización

Para identificar la ubicación exacta de la empresa se utilizó el método cualitativo por puntos en el cual se identificaron aspectos para la toma de decisiones de ubicación como se detalla a continuación:

CUADRO N° 58

Microlocalización

FACTORES	PESO	SANTA ELENA (SECTOR KI)		LA LIBERTAD CENTRO		SALINAS	
		Calif	Ponderación	Calif	Ponderación	Calif	Ponderación
Materia prima disponible	0,30	9	2,70	8	2,40	2	0,60
Cercanía mercado	0,10	3	0,30	3	0,30	9	0,90
Clima	0,05	6	0,30	6	0,30	6	0,30
Mano de obra disponible	0,10	9	0,90	9	0,90	8	0,80
Vías de acceso en buen estado	0,05	4	0,20	6	0,30	9	0,45
Servicios básicos	0,20	6	1,20	6	1,20	9	1,80
Disponibilidad de terrenos	0,20	8	1,60	6	1,20	6	1,20
Total	1.00		7,20		6,60		6,05

Fuente: Microlocalización empresa TelyTex S.A

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.8.2 Infraestructura, Equipo y Maquinaria

La inversión inicial, es el costo dedicado a la adquisición de bienes que no son de consumo final, sino bienes de capital que sirven para producir otros bienes; para llevar a cabo el proyecto se requiere contar con infraestructura física, maquinarias, adquisición de equipos y otros activos. Las máquinas escogidas cumplen con los estándares de calidad que exige el mercado textil nacional, especialmente para trabajos livianos, medianos y pesados. La lubricación de las máquinas se realiza de forma automática, lo que permite un ahorro significativo de tiempo y dinero.

CUADRO N° 59

MAQUINARIAS Y EQUIPOS

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida útil Años
MAQUINA DE COSER COSTURA RECTA Yiki 5 hilos	4	\$ 300	\$ 1200	10
MÁQUINA CORTADORA GRANDE	1	\$ 200	\$ 200	10
MÁQUINA OVERLOCK SUNTARS	1	\$ 500	\$ 500	10
MÁQUINA RECUBRIDORA YUKI	1	\$ 500	\$ 500	10
MÁQUINA BORDADORA brother pr650 feiya compacta	1	\$ 1000	\$ 1000	10
MÁQUINA PLANCHADORA PRENSA A VAPOR MARCA: STEAM PRESS	1	\$ 500	\$ 500	10
MÁQUINA ESTAMPADORA MARCA MAQCOSAM	1	\$ 800	\$ 800	10
MÁQUINA PRETINADORA Marca Jexx Modelo 1508P	1	\$ 500	\$ 500	10
MÁQUINA OJALADORA IND TABLERO ELECTRONICO BROTHER	1	\$ 600	\$ 600	10
MÁQUINA BOTONADORA MARCA JUKI, completa con estante, tablero, accesorio	1	\$ 1000	\$ 1000	10
MÁQUINA ZIGZAG YAMATA (USA)	1	\$ 200	\$ 200	10
MÁQUINA ELASTICADORA	1	\$ 300	\$ 300	10
ESTANTERIAS METALICAS DE 5 BANDEJAS	1	\$ 50	\$ 50	10
MESAS PARA CORTAR	1	\$ 100	\$ 100	10
MESAS PARA MÁQUINAS	1	\$ 70	\$ 70	10
ESCRITORIO	1	\$ 321	\$ 321	5
LAPTOP	1	\$ 830	\$ 830	3
IMPRESORA (TINTA CONTINUA)	1	\$ 161	\$ 161	3
TELEFONO	1	\$ 73	\$ 73	3
SILLA	5	\$ 35	\$ 175	5
SALA DE ESPERA	1	\$ 1498	\$ 1498	5
DISPENSADOR DE AGUA	1	\$ 143	\$ 143	5
TOTAL		\$ 9681,78	\$10721,78	

FUENTE: Proforma de casa comercial para industrias

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

La existencia de equipos de oficina son de gran utilidad como el teléfono, escritorios, sillas, juego de sala de espera, impresora, computadora portátil todos aquellos forman parte del equipo de oficina.

Cada uno de estos objetos es necesario para desarrollar el trabajo cotidiano en la empresa y de esta manera generar un ambiente acorde a las labores que se pretenden realizar.

El proyecto tiene un horizonte de planeación de 5 años, a continuación se presenta un cuadro con datos representativos de los equipos que al tercer año se recurrirá a la reinversión debido a su vida útil; es decir, para el año 2015 se tendrá que realizar y de esta manera mejorar los procesos en la parte administrativa, no se contemplan inversiones en las maquinarias debido a que el horizonte de evaluación es de 10 años, como se detalla a continuación:

CUADRO N° 60
REINVERSIONES

Calendario de Reinversiones en maquinarias					
EQUIPOS	1	2	3	4	5
LAPTOP	0.00	0.00	\$ 830,36	0.00	0.00
IMPRESORA (TINTA CONTINUA)	0.00	0.00	\$ 160,71	0.00	0.00
TELEFONO	0.00	0.00	\$ 73,42	0.00	0.00
SILLA	0.00	0.00	\$ 175	0.00	0.00
SALA DE ESPERA	0.00	0.00	\$ 1498	0.00	0.00
DISPENSADOR DE AGUA	0.00	0.00	\$ 142,86	0.00	0.00
TOTAL	0.00	0.00	\$ 2880,35	0.00	0.00

Fuente: Reinversiones

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

En el cuadro adjunto, se indica el presupuesto a utilizar para la adquisición y compra de materiales que se utilizará en la creación de la empresa de confecciones, cabe recalcar que el cuadro de obras físicas es de vital importancia debido que es aquí donde se realizará el objetivo principal del proyecto, abarcará todas las normas de seguridad para quienes realicen sus trabajos en dicho lugar.

CUADRO N° 61
BALANCE DE OBRAS FÍSICAS

Balance de Obras Físicas				
Items	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario (US\$)	Costo Total (US\$)
Terreno	m2	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Infraestructura	m2	100	\$ 150.00	\$ 15.000
Tumbado	unidades	50	\$ 20.00	\$ 1.000
Instalaciones Eléctricas	m2	100	\$ 20.00	\$ 2.000
imprevistos		1	\$ 1.400	\$ 1.400
TOTAL			\$ 190.00	\$ 29.400

Fuente: Distribuidora “Comercial Su Economía”
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

La realización del proyecto deberá contar con la contratación de personal que facilite la organización de la empresa, se recomienda la contratación de las personas de la provincia de Santa Elena.

Con el objetivo de que conjuntamente busquen el desarrollo de esta. Se requerirá de un Gerente General (a), Secretaria, Director Financiero, Contador, Jefe de Operarias, que tendrá a su cargo 15 responsables de los siguientes trabajos: plancha, diseño, corte, costura y empaçado.

De igual forma se contará con los servicios de un Supervisor de Planta y un Bodeguero. Se contará con un Jefe de Ventas y Marketing y un vendedor.

CUADRO N° 62
BALANCE DE PERSONAL

PERSONAL	Salario Mensual	No. de puestos
Gerente General	\$ 800.00	1
Secretaria	\$ 450.00	1
Director Financiero	\$ 650.00	1
Contador	\$ 500.00	1
Jefe de Producción	\$ 650.00	1
Supervisión de Producción	\$ 400.00	1
Operarios	\$ 315.00	15
Bodeguero	\$ 315.00	1
Jefe de Ventas y Marketing	\$ 650.00	1
Vendedores	\$ 315.00	1
TOTAL	\$ 5.045,00	24

Fuente: Organigrama Estructural-balance de personal
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

Con la información obtenida del estudio de mercado acerca del servicio que se brindaría a los moradores del sector mencionado, se estima la necesidad de materiales pertinentes a la actividad a realizarse, estos insumos en su mayoría con excepción de las tijeras, vara y cintas, serán reemplazadas, considerando su utilización.

Por medio de entrevistas realizadas a otros centros de costura de la provincia de Santa Elena, indican que el promedio de uso de materiales de rotación continua es de dos meses.

CUADRO N° 63
MATERIALES

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo anual	
			Unitario \$	Total \$
TIJERA		15	\$ 2.00	\$ 30
TIZA	CAJA	2	\$ 2,40	\$ 5
VARA REGLA		4	\$ 2.00	\$ 8
CINTA METRICA		10	\$ 1.00	\$ 10
CARRETEL		30	\$ 0,20	\$ 6
HILO PERCAL		60	\$ 0,70	\$ 42
AGUJA DE OVERLOCK		15	\$ 0,30	\$ 5
CIERRE 30		30	\$ 0,30	\$ 9
REMACHES	DOCENA	6	\$ 14,50	\$ 87
ALFILERES	CAJA	2	\$ 0,90	\$ 2
ELASTICO	METRO	20	\$ 0,20	\$ 4
FIGURIN		3	\$ 1.00	\$ 3
BOTONES	DOCENA	10	\$ 0.80	\$ 8
TOTAL			\$ 26.30	\$ 218

Fuente: Proforma "Botones y algo más"

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

En cuanto a los servicios básicos, las empresas públicas en su mayoría están en la responsabilidad social de garantizar el acceso a sus servicios, estos insumos son de gran importancia ya que el proyecto se ejecutaría en condiciones adecuadas para la permanencia de personas que trabajarán en un lugar óptimo donde se realice adecuadamente sus labores, de tal forma referente a los gastos que tendría

el proyecto a ejecutarse, la inversión en cuanto a insumos generales es de la siguiente manera:

CUADRO N° 64
INSUMOS GENERALES

Insumo	Unidad de medida	Cantidad	Costo anual	
			Valor Unitario	Valor Total
Agua	m3	5	\$ 0,71	\$ 3,55
Luz	Kw	1500	\$ 0,10	\$ 150,00
Internet	Día	15	\$ 0,80	\$ 12,00
Teléfono	Minutos	50	\$ 0,07	\$ 3,50
Total			\$ 1,68	\$ 169,05

Fuente: Aguapen, CENEL, CNT, Internet
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.9 Proceso de Producción

Recepción de tela y sus habilitaciones: Se recibe la tela ya cortada así como sus habilitaciones (adornos, cierres, estampados, entre otros dependiendo del tipo de lencería a utilizarse).

Transporte al área de cosido de la tela o ensamble: Se envía al área de máquinas toda la materia prima para ser transformada en lencería institucional de la localidad.

Ensamble: En esta sección, se cosen las piezas con ayuda de diversos tipos de maquinas de coser, integrando así la lencería institucional. Las telas incluyen guías para que la costura sea precisa y se disminuya significativamente los desperdicios de tela.

Colocación de habilitaciones: En este punto se le agregan al producto los broches, resortes y adornos entre otros. Los patrones (dibujos) indican el lugar en donde se deben colocar en función de los gustos y preferencias de los clientes o a base de estudios.

Transporte al área de planchado: Una vez terminada de ensamblar la prenda, se transporta al área de planchado.

Planchado: La prenda se plancha con una determinada temperatura, dependiendo del material de la tela. En este punto se pueden realizar los dobleces especiales que lleve la prenda.

Empaque: Después del planchado, la lencería se cuelga en un gancho y se cubre con una envoltura plástica para evitar que se manche o se ensucie.

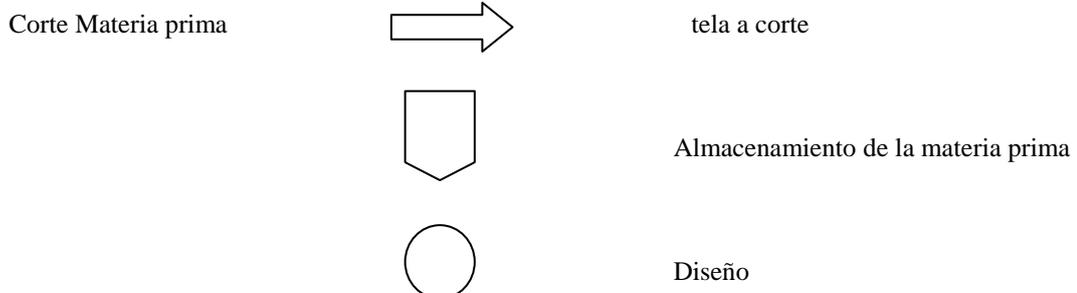
Entrega: Una vez empacado el vestido se procede a su entrega.

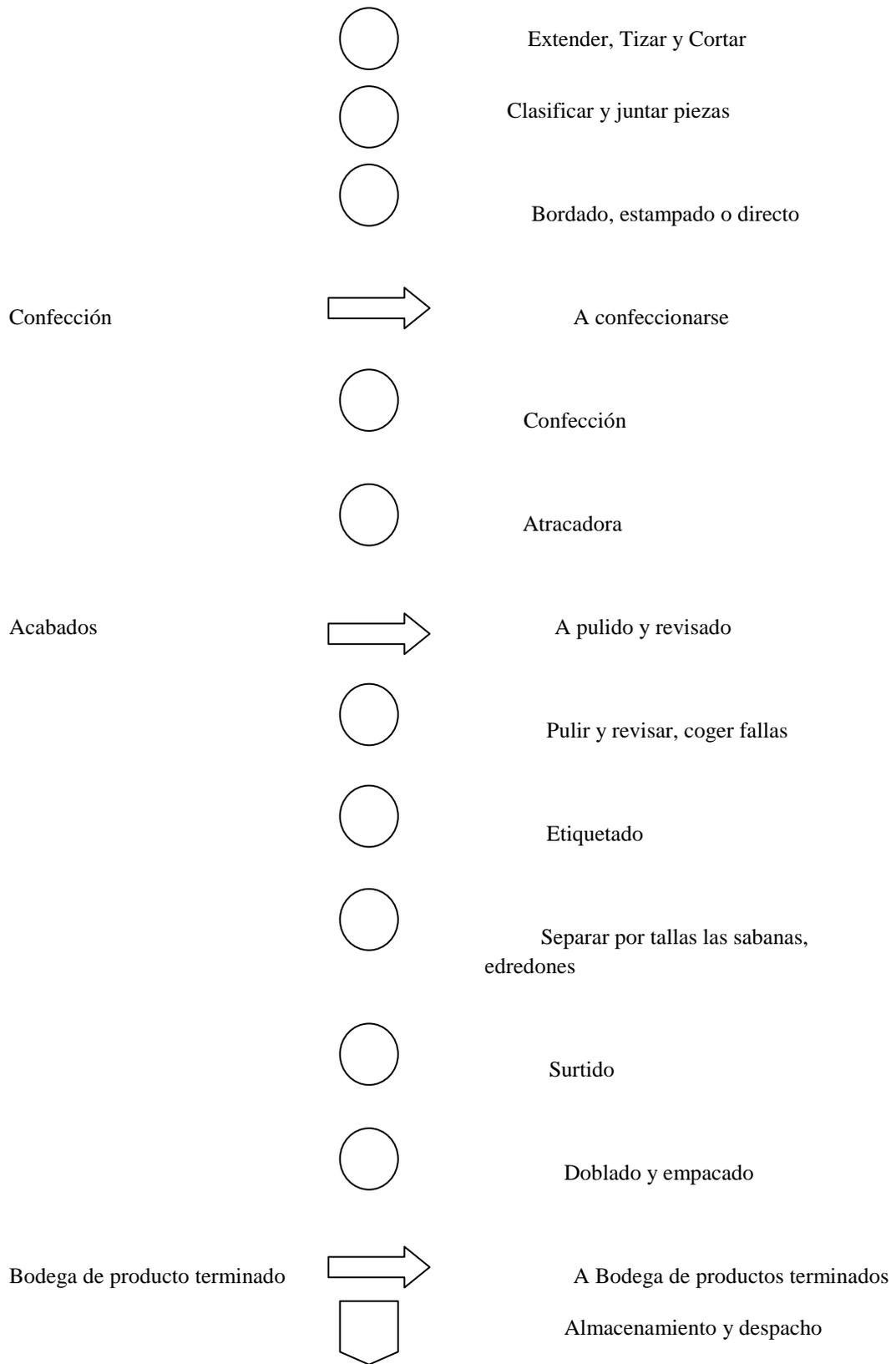
4.10 Diagrama de Flujo de Proceso

GRÁFICO N° 42

Diagrama de flujo de proceso

Flujo de procesos para la confección de la lencería institucional

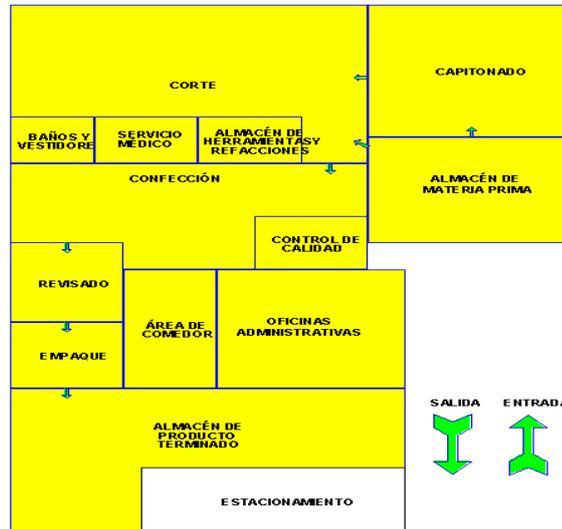




Fuente: Diagrama de proceso empresa TelyTex S.A
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 43

Diseño de Oficina



Fuente: Diseño de oficina

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.11 Supuestos:

Para la determinación de la rentabilidad del proyecto, se tomaron en cuenta los siguientes supuestos:

4.11.1 Incremento de la Demanda:

Se consideró que para cada año existirá un crecimiento del 5% en la demanda hasta el año 5.

4.11.2 Crecimiento de los Costos

En lo que respecta a la proyección de los costos se toma en cuenta el valor de inflación de los últimos años en el Ecuador para estos se tomó en cuenta un crecimiento del 4,16 % como inflación acumulada anual en el año 2012.

4.11.3 Tasa de Descuento del Van

En lo que respecta a la tasa de descuento del valor actual neto, se tomó en cuenta la que utiliza la corporación financiera nacional y lo que está en el plan de desarrollo nacional que es del 12%.

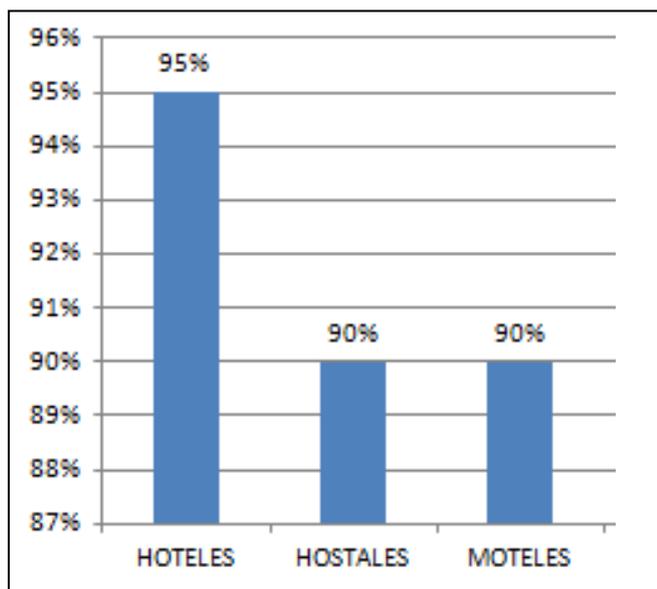
4.12 Estimación de la Demanda

Para la estimación de la demanda se hizo una depuración a partir de los resultados de la investigación descriptiva en el cual se hizo una encuesta a los potenciales clientes: los resultados son los que se muestran a continuación.

¿Le gustaría que en la provincia de Santa Elena existiera una empresa dedicada a la producción y comercialización de Lencería Institucional?

GRÁFICO N° 44

Resultados por clientes

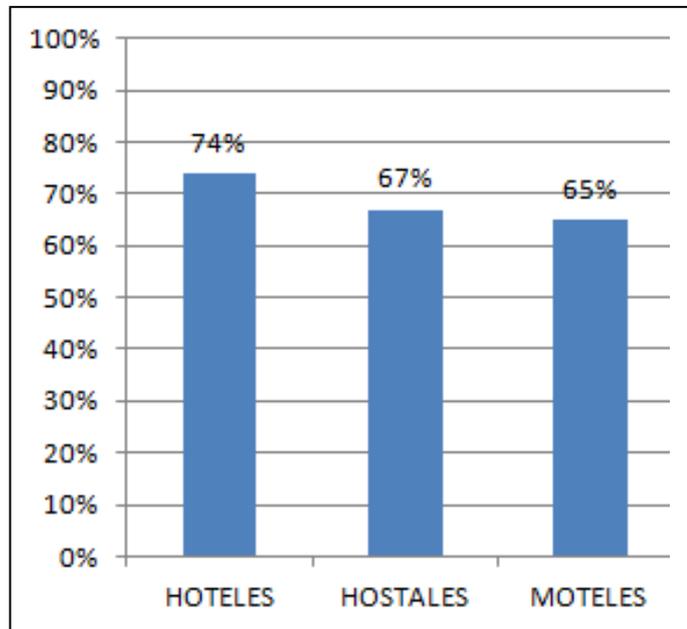


Fuente: Datos Investigación descriptiva

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 45

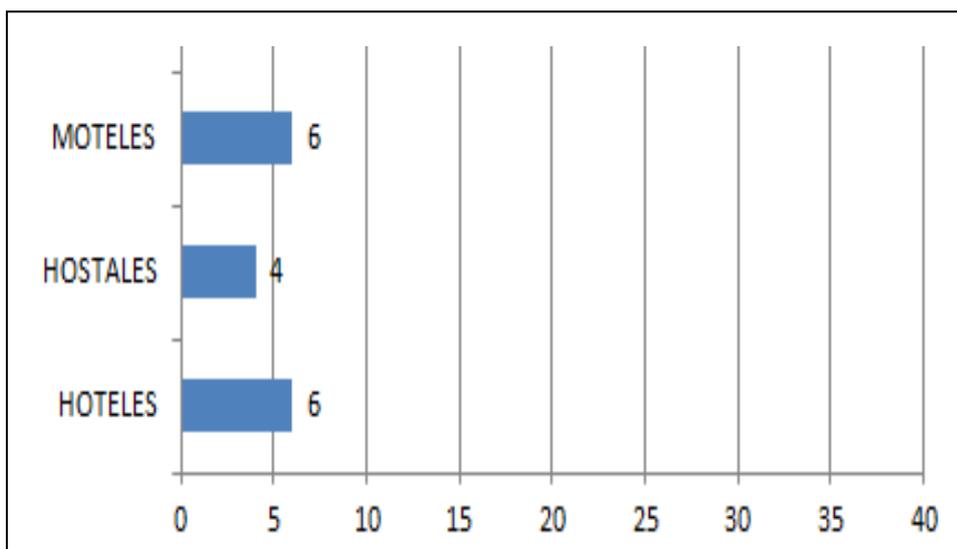
¿De existir la empresa usted compraría los productos?



Fuente: Datos Investigación descriptiva
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

GRÁFICO N° 46

Con que frecuencia adquirirá los productos (estimación anual)



Fuente: Datos Investigación descriptiva
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

Las preguntas anteriores sirvieron de base para la creación de una matriz de productos – clientes, el cual permite determinar en función de la demanda anual que tipos de productos va a adquirir cada cliente, el mismo se detalla a continuación:

CUADRO N° 65
Matriz clientes/productos

MATRIZ CLIENTES/ PRODUCTOS											
CLIENTES /PRODUCTOS	Juegos de sabanas 1 PLAZA	Juegos de sabanas 1 PLAZA Y MEDIA	Juegos de sabanas 2 PLAZAS	Juegos de sabanas 2 PLAZA Y MEDIA	Edredones 1 PLAZA	Edredones 1 PLAZA Y MEDIA	Edredones 2 PLAZAS	CORTINAS 1,5 x 2 metros	CORTINAS 2 x 3 metros	CORTINAS 2,5 x 3 metros	TOTAL
%	25%	20%	10%	10%	2%	2%	1%	12%	9%	9%	100%
HOTELES	99	79	40	40	8	8	4	48	36	36	396
HOSTALES	73	58	29	29	6	6	3	35	26	26	292
MOTELES	18	14	7	7	1	1	1	8	6	6	70
CLIENTES	949	759	379	379	76	76	38	455	341	341	3794
ARTESANOS	840	672	336	336	67	67	34	403	303	303	3362
TOTAL	1979	1583	791	791	158	158	79	950	712	712	7915

Fuente: Datos Investigación descriptiva
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.13 Presupuesto de Ventas.

El presupuesto de ventas es la representación de una estimación programada de las ventas en un año y proyectadas para cinco años, en términos cuantitativos, realizado por la organización.

El cálculo de ventas es el primer paso para realizar un presupuesto de forma maestra de ingresos; por cuanto, este es el que contiene toda la planificación financiera de la empresa. A continuación se presenta las ventas estimadas para el primer año.

CUADRO N° 66

Precio Lencería Institucional

PRENDAS	PRECIO
Juegos de sabanas 1 PLAZA	\$ 15,00
Juegos de sabanas 1 PLAZA Y MEDIA	\$ 25,00
Juegos de sabanas 2 PLAZAS	\$ 30,00
Juegos de sabanas 2 PLAZA Y MEDIA	\$ 35,00
Edredones 1 PLAZA	\$ 22,00
Edredones 1 PLAZA Y MEDIA	\$ 30,00
Edredones 2 PLAZAS	\$ 40,00
CORTINAS 1,5 x 2 metros	\$ 20,00
CORTINAS 2 x 3 metros	\$ 28,00
CORTINAS 2,5 x 3 metros	\$ 35,00

Fuente: Datos de las estimaciones del proyecto
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

A continuación se detalla el presupuesto de Ventas del primer año de cada uno de los productos de lencería institucional.

TABLA N° 1

Juegos de sabanas 1 PLAZA												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SPT	OCT	NOV	DIC
PRECIO (\$)	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15
VENTAS (q)	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165
Total	\$2473											

Fuente: Presupuestos
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

TABLA N° 2

Juegos de sabanas 1 PLAZA Y MEDIA												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SPT	OCT	NOV	DIC
PRECIO (\$)	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25
VENTAS (q)	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132
Total	\$3298											

Fuente: Presupuestos
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

TABLA N° 3

Juegos de sabanas 2 PLAZAS												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SPT	OCT	NOV	DIC
PRECIO (\$)	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30
VENTAS (q)	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
Total	\$1979											

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

TABLA N° 4

Juegos de sabanas 2 PLAZA Y MEDIA												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SPT	OCT	NOV	DIC
PRECIO (\$)	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35
VENTAS (q)	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
Total	\$2308											

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

TABLA N° 5

Edredones 1 PLAZA												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SPT	OCT	NOV	DIC
PRECIO (\$)	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22
VENTAS (q)	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Total	\$290,2											

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

TABLA N° 6

Edredones 1 PLAZA Y MEDIA												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MA	JUN	JUL	AGO	SPT	OCT	NOV	DIC
PRECIO (\$)	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30
VENTAS (q)	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Total	\$ 396											

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

TABLA N° 7

Edredones 2 PLAZAS												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SPT	OCT	NOV	DIC
PRECIO (\$)	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40
VENTAS (q)	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Total	\$ 264											

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

TABLA N° 8

CORTINAS 1,5 x 2 metros												
	ENE	FEB	MA	ABR	MA	JUN	JUL	AG	SPT	OCT	NO	DIC
PRECIO (\$)	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20
VENTAS (q)	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Total	\$1583											

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

TABLA N° 9

CORTINAS 2 x 3 metros												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SPT	OCT	NOV	DIC
PRECIO (\$)	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28
VENTAS (q)	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Total	\$1662											

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

TABLA N° 10

CORTINAS 2,5 x 3 metros												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SPT	OCT	NOV	DIC
PRECIO (\$)	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35	\$ 35
VENTAS (q)	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
Total	\$2078											

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

Las estimaciones son realizadas en base al estudio de mercado, además se consideró que es una demanda constante. Con lo que respecta a los ingresos se planteó una política de crédito en el cual el 40% pagaran de contado y el 60% a crédito a 60 días.

CUADRO N° 67

Presupuesto de Cuentas por Cobrar

TOTAL INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SPT	OCT	NOV	DIC
TOTAL PRODUCTOS	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331
CONTADO	\$ 6.532	\$ 6.532	\$ 6.532	\$ 6.532	\$ 6.532	\$ 6.532	\$ 6.532	\$ 6.532	\$ 6.532	\$ 6.532	\$ 6.532	\$ 6.532
CRÉDITO		\$ 9.798	\$ 9.798	\$ 9.798	\$ 9.798	\$ 9.798	\$ 9.798	\$ 9.798	\$ 9.798	\$ 9.798	\$ 9.798	\$ 9.798
TOTAL INGRESOS	\$ 6.532	\$ 16.331										

Fuente: Presupuesto cuentas por Cobrar

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.14 Programa de Producción.

La producción que se ha estimado dentro de la planificación financiera se realiza mediante las políticas de la organización, tomando en consideración que se producirá para el mes lo estimado, no se utilizará política alguna de producción.

4.15 Presupuesto de Egresos

A continuación se detallan los costos de producción de cada uno de los productos:

CUADRO N° 68

ESTRUCTURA DE COSTOS

MATERIA PRIMA	COSTO
Juegos de sábanas 1 PLAZA	\$ 2,70
Juegos de sábanas 1 PLAZA Y MEDIA	\$ 4,50
Juegos de sábanas 2 PLAZAS	\$ 5,40
Juegos de sábanas 2 PLAZA Y MEDIA	\$ 6,30
Edredones 1 PLAZA	\$ 3,96
Edredones 1 PLAZA Y MEDIA	\$ 5,40
Edredones 2 PLAZAS	\$ 7,20
CORTINAS 1,5 x 2 metros	\$ 3,60
CORTINAS 2 x 3 metros	\$ 5,04
CORTINAS 2,5 x 3 metros	\$ 6,30

Fuente: Estructura de costos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 69

Presupuestos de costos de producción mensual primer año

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	COSTO
Juegos de sábanas 1 PLAZA	\$ 1,80
Juegos de sábanas 1 PLAZA Y MEDIA	\$ 3,00
Juegos de sábanas 2 PLAZAS	\$ 3,60
Juegos de sábanas 2 PLAZA Y MEDIA	\$ 4,20
Edredones 1 PLAZA	\$ 2,64
Edredones 1 PLAZA Y MEDIA	\$ 3,60
Edredones 2 PLAZAS	\$ 4,80
CORTINAS 1,5 x 2 metros	\$ 2,40
CORTINAS 2 x 3 metros	\$ 3,36
CORTINAS 2,5 x 3 metros	\$ 4,20

Fuente: producción mensual primer año

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

En lo que respecta a la mano de obra directa se estimó un valor estándar para todas las prendas, se lo obtuvo del ratio entre el sueldo anual de los operarios para el total de la producción anual en este caso el valor fue de 80 centavos en promedio.

4.16 Capital De Trabajo

Es importante calcular la inversión que se necesita para financiar los desfases de caja que puedan presentarse durante el desempeño del proyecto. Este rubro corresponde al capital de trabajo. Se ha decidido calcular el monto de esta inversión mediante el método del déficit acumulado máximo. Para esto se necesita obtener el saldo de caja en cada mes del primer año, restando los egresos y luego obtener el saldo acumulado. A continuación se detalla el cálculo del capital de trabajo.

CUADRO N° 70
CAPITAL DE TRABAJO

CALCULO DEL CAPITAL DE MÁXIMO DEFICIT ACUMULADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
TOTAL INGRESOS	\$ 6.532	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331	\$ 16.331
TOTAL EGRESOS	\$ 13.948	\$ 13.948	\$ 13.948	\$ 13.948	\$ 13.948	\$ 13.948
SALDO	\$ -7.416	\$ 2.382	\$ 2.382	\$ 2.382	\$ 2.382	\$ 2.382
SALDO ACUMULADO	\$ -7.416	\$ -5.034	\$ -2.652	\$ -269	\$ 2.113	\$ 4.495
CAPITAL DE TRABAJO	\$ -7.416					

Fuente: Datos del estimaciones del proyecto
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

Como se puede observar, el mayor saldo acumulado es del primer mes y este valor se considerara como capital de trabajo. En este caso el capital de trabajo asciende a 7416 dólares, los cuales deben de ser incluidos para el préstamo bancario o en su defecto para el aporte de parte de los accionistas de la empresa.

4.17 Valor de Desecho

Un beneficio que no constituye ingreso pero que debe estar incluido en el flujo de caja de cualquier proyecto es el valor de desecho de los activos remanentes al final del período de evaluación.

Si el proyecto se evalúa en un horizonte de 5 años, el inversionista debe visualizar que, además de recibir el flujo neto de caja anual, será también dueño del remanente de lo invertido en el negocio. Existen tres formas para determinar el valor de desecho: dos de ellas valorando los activos (método contable y método comercial), y una tercera valorando el proyecto por su capacidad de generar flujos positivos de caja a futuro (método económico).

CUADRO N° 71

VALOR DESECHO

METODO CONTABLE						
ACTIVO	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE (VIDA UTIL)	DEPRECIACIÓN ANUAL	AÑOS DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
MAQUINA DE COSER COSTURA RECTA Yiki 5 hilos	\$ 1.200,00	10	\$ 120,00	5	\$ 600,00	\$ 600,00
MÁQUINA CORTADORA GRADE	\$ 200,00	10	\$ 20,00	5	\$ 100,00	\$ 100,00
MÁQUINA OVERLOCK SUNTARS	\$ 500,00	10	\$ 50,00	5	\$ 250,00	\$ 250,00
MÁQUINA RECUBRIDORA YUKI	\$ 500,00	10	\$ 50,00	5	\$ 250,00	\$ 250,00
MÁQUINA BORDADORA brother pr650 feiya compacta	\$ 1.000,00	10	\$ 100,00	5	\$ 500,00	\$ 500,00
MÁQUINA PLANCHADORA PRENSA A VAPOR. MARCA: STEAM PRESS	\$ 500,00	10	\$ 50,00	5	\$ 250,00	\$ 250,00
MÁQUINA ESTAMPADORA MARCA MAQCOSAM	\$ 800,00	10	\$ 80,00	5	\$ 400,00	\$ 400,00
MÁQUINA PRETINADORA Marca Jexx Modelo 1508P	\$ 500,00	10	\$ 50,00	5	\$ 250,00	\$ 250,00
MÁQUINA OJALADORA IND TABLERO ELECTRONICO BROTHER	\$ 600,00	10	\$ 60,00	5	\$ 300,00	\$ 300,00
MÁQUINA BOTONADORA MARCA JUKI, completa con estante, tablero, accesorio	\$ 1.000,00	10	\$ 100,00	5	\$ 500,00	\$ 500,00
MÁQUINA ZIGZAG YAMATA (USA)	\$ 200,00	10	\$ 20,00	5	\$ 100,00	\$ 100,00
MÁQUINA ELASTICADORA	\$ 300,00	10	\$ 30,00	5	\$ 150,00	\$ 150,00
ESTANTERIAS METALICAS DE 5 BANDEJAS	\$ 50,00	10	\$ 5,00	5	\$ 25,00	\$ 25,00
MESAS PARA CORTAR	\$ 100,00	10	\$ 10,00	5	\$ 50,00	\$ 50,00
MESAS PARA MÁQUINAS	\$ 70,00	10	\$ 7,00	5	\$ 35,00	\$ 35,00
ESCRITORIO	\$ 321,43	5	\$ 64,29	5	\$ 321,43	\$ -
LAPTOP	\$ 830,36	3	\$ 277,00	2	\$ 553,57	\$ 276,79
IMPRESORA (TINTA CONTINUA)	\$ 160,71	3	\$ 53,57	2	\$ 107,14	\$ 53,57
TELEFONO	\$ 73,42	3	\$ 24,00	2	\$ 48,95	\$ 24,47
SILLA	\$ 175,00	5	\$ 35,00	5	\$ 175,00	\$ -
SALA DE ESPERA	\$ 1.498,00	5	\$ 299,60	5	\$ 1.498,00	\$ -
DISPENSADOR DE AGUA	\$ 142,86	5	\$ 28,57	5	\$ 142,86	\$ -
CONSTRUCCIONES(OBRAS FISICAS)	\$ 18.000,00	20	\$ 900,00	5	\$ 4.500,00	\$ 13.500,00
TERRENO	\$ 10.000,00					\$ 10.000,00
TOTAL			\$ 2.434,29		VALOR DE DESECHO METODO CONTABLE	\$ 27.614,83

Fuente: Valor desecho

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

En el presente proyecto se aplica el valor de desecho por el método contable que corresponde al valor de adquisición de cada activo menos la depreciación que tenga acumulada a la fecha de su cálculo; lo que es lo mismo, lo que hace falta por depreciar a ese activo en el período del horizonte de evaluación.

4.18 Estimación de Gastos

Durante la vida del proyecto se han incorporado gastos que influyen de manera significativa para darle operatividad al proyecto, además para que el proyecto obtenga rentabilidad, entre estos gastos los que servirán para poder desarrollar marketing, los gastos identificados de la mano de obra indirecta en la producción de la lencería institucional se detallan a continuación.

CUADRO N° 72

GASTOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	ANUAL
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 8.144.00	\$ 97.727.90
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 104,57	1254,84
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 8.248.56	\$ 97.727.90

Fuente: Gastos administrativos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 73

DETALLE DE GASTOS

CANT.	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
15	RESMA DE HOJAS A4	\$ 3,50	\$ 52,50	\$ 630.00
1	CAJA DE ESFEROS	\$ 3,24	\$ 3,24	\$ 38,88

1	BORRADOR	\$ 0,23	\$ 0,23	\$ 2,76
1	COMPROBANTES DE VENTA	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
1	CARPETAS FOLIO	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 54,00
1	GRAPADORA	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
1	PERFORADORA	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 48,00
1	CALCULADORA	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00
2	CAJAS DE CLIC	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 36,00
1	RESALTADOR	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
1	CAJA DE MARCADORES DE PIZARRA	\$ 5,20	\$ 5,20	\$ 62,40
1	BORRADOR DE PIZARRA	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 24,00
3	LAPIZ	\$ 0,30	\$ 0,90	\$ 10,80
	TOTAL		\$ 104,57	\$ 1.254,84

Fuente: Gastos

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 74 GASTOS DE VENTA

GASTOS DE VENTA	MENSUAL	ANUAL
VOLANTES	\$ 10.00	\$ 120.00
ANUNCIOS EN LA TV	\$ 50.00	\$ 600.00
ANUNCIOS EN RADIO	\$ 25.00	\$ 300.00
DOMINIO INTERNET ANUAL	\$ 17.00	\$ 200.00
TOTAL GASTO DE VENTA	\$ 102.00	\$ 1220.00

Fuente: Gastos de venta

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.19 Financiamiento

El total de la inversión de activos, obras físicas y de capital de trabajo es de \$ 48.337,88 para este caso se supone un 40% de aporte de los accionistas y la diferencia con un préstamo bancario.

CUADRO N° 75
INVERSIÓN TOTAL

INVERSIONES	
MAQUINARIAS EQUIPOS Y TECNOLOGIA	\$ 10.721,78
OBRAS FISICAS INCLUIDO TERRENO	\$ 29.400,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 7.416,00
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 800,10
TOTAL INVERSION	\$ 48.337,88

Fuente: Inversión Total
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 76
INVERSIÓN TOTAL

FINANCIAMIENTO	
CAPITAL PROPIO (40%)	\$ 19.335
DEUDA (60%)	\$ 29.003
TASA DE INTERES (ANUAL)	10%
PERIODO (AÑOS)	5

Fuente: Inversión total financiamiento
Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

A continuación se muestran el financiamiento con la respectiva tabla de amortización del proyecto.

TABLA N° 11
AMORTIZACIÓN

PERIODO	PAGO	INTERES	AMORTIZACIÓN	CAPITAL VIVO
0				\$ 29.003,00
1	\$ 7.553,44	\$ 2.755,29	\$ 4.798,15	\$ 24.204,85
2	\$ 7.553,44	\$ 2.299,46	\$ 5.253,98	\$ 18.950,87
3	\$ 7.553,44	\$ 1.800,33	\$ 5.753,10	\$ 13.197,77
4	\$ 7.553,44	\$ 1.253,79	\$ 6.299,65	\$ 6.898,12
5	\$ 7.553,44	\$ 655,32	\$ 6.898,12	\$ -

Fuente: Amortización

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.12 Flujo de Caja

A partir del Reporte de Pérdidas y Ganancias obtenemos el Flujo de Caja, el cual adherimos las depreciaciones y las amortizaciones. Luego, estas se suman debido a que no representan una salida de dinero para la empresa sino solo registros de valores en libros contables.

También se puede observar el crecimiento anual que tiene el flujo de caja, y su proyección a 5 años.

En base a la información obtenida en el flujo de caja podremos obtener el VAN (Valor actual neto), el cual nos servirá para evaluar al proyecto y saber si es conveniente hacerlo o no.

Además la creación de escenarios probabilísticos.

Para determinar la rentabilidad del proyecto se debe de tomar como base el flujo de caja en este caso se realizó una proyección con un horizonte de evaluación a 5 años como se detalla a continuación:

CUADRO N° 77

ESTADO DE SITUACIÓN FINAL

ESTADO DE SITUACION FINAL	2013	2014	2015	2016	2017
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE	\$ 20.305,56	\$ 32.638,67	\$ 47.985,76	\$ 66.445,50	\$ 88.118,37
DISPONIBLE	\$ 12.441,10	\$ 15.746,80	\$ 16.309,70	\$ 22.776,40	\$ 61.543,00
Bancos	\$ 12.441,10	\$ 15.746,80	\$ 16.309,70	\$ 22.776,40	\$ 61.543,00
EXIGIBLE	\$ 7.864,46	\$ 16.891,87	\$ 31.676,06	\$ 43.669,10	\$ 26.575,37
Clientes	\$ 7.864,46	\$ 16.891,87	\$ 31.676,06	\$ 43.669,10	\$ 26.575,37
ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 38.327,49	\$ 35.733,20	\$ 33.138,91	\$ 30.544,62	\$ 27.950,33
ACTIVOS FIJOS	\$ 37.687,49	\$ 35.253,20	\$ 32.818,91	\$ 30.384,62	\$ 27.950,33
COSTO	\$ 40.121,78				
Terrenos	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Edificios	\$ 19.400,00	\$ 19.400,00	\$ 19.400,00	\$ 19.400,00	\$ 19.400,00
Maquinarias	\$ 7.520,78	\$ 7.520,78	\$ 7.520,78	\$ 7.520,78	\$ 7.520,78
Equipos de Oficina	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00
Muebles y Enseres	\$ 1.994,00	\$ 1.994,00	\$ 1.994,00	\$ 1.994,00	\$ 1.994,00
Equipos de Computación	\$ 991,00	\$ 991,00	\$ 991,00	\$ 991,00	\$ 991,00
DEPRECIACION	\$ -2.434,29	\$ -4.868,58	\$ -7.302,87	\$ -9.737,16	\$ -12.171,45
(-) Depreciación Acumulada	\$ -2.434,29	\$ -4.868,58	\$ -7.302,87	\$ -9.737,16	\$ -12.171,45
DIFERIDOS	\$ 640,00	\$ 480,00	\$ 320,00	\$ 160,00	\$ -
Gastos de Constitución	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
(-) Amortización	\$ -160,00	\$ -320,00	\$ -480,00	\$ -640,00	\$ -800,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 58.633,05	\$ 68.371,87	\$ 81.124,67	\$ 96.990,12	\$ 116.068,70
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTES	\$ 5.086,40	\$ 6.766,70	\$ 8.516,90	\$ 10.339,80	\$ 12.238,70
PASIVOS ACUMULADOS	\$ 5.086,40	\$ 6.766,70	\$ 8.516,90	\$ 10.339,80	\$ 12.238,70
Impuestos por Pagar	\$ 2.822,40	\$ 3.754,80	\$ 4.726,00	\$ 5.737,50	\$ 6.791,20
Participación Trabajadores	\$ 2.264,00	\$ 3.011,90	\$ 3.790,90	\$ 4.602,30	\$ 5.447,50
PASIVOS NO CORRIENTE	\$ 24.204,85	\$ 18.950,87	\$ 13.197,77	\$ 6.898,12	\$ -
Préstamos Bancarios	\$ 24.204,85	\$ 18.950,87	\$ 13.197,77	\$ 6.898,12	\$ -
Banco	\$ 24.204,85	\$ 18.950,87	\$ 13.197,77	\$ 6.898,12	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 29.291,25	\$ 25.717,57	\$ 21.714,67	\$ 17.237,92	\$ 12.238,70
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	\$ 19.335,00				
Acciones Comunes	\$ 19.335,00	\$ 19.335,00	\$ 19.335,00	\$ 19.335,00	\$ 19.335,00
UTILIDADES ACUMULADAS	\$ -	\$ 10.006,80	\$ 23.319,30	\$ 40.075,00	\$ 60.417,20
Utilidades Acumuladas	\$ -	\$ 10.006,80	\$ 23.319,30	\$ 40.075,00	\$ 60.417,20
UTILIDADES DEL EJERCICIO	\$ 10.006,80	\$ 13.312,50	\$ 16.755,70	\$ 20.342,20	\$ 24.077,80
Utilidades del Ejercicio	\$ 10.006,80	\$ 13.312,50	\$ 16.755,70	\$ 20.342,20	\$ 24.077,80
TOTAL PATRIMONIO	\$ 29.341,80	\$ 42.654,30	\$ 59.410,00	\$ 79.752,20	\$ 103.830,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 58.633,05	\$ 68.371,87	\$ 81.124,67	\$ 96.990,12	\$ 116.068,70

Fuente: Estado de Situación Final

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 78

ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos	\$ 186.167,80	\$ 195.476,20	\$ 205.250,00	\$ 215.512,50	\$ 226.288,10
Ingresos por venta de maquinaria de reemplazo	-	-	\$ 1.008,10	-	-
(+) Total de Ingresos	\$ 186.167,80	\$ 195.476,20	\$ 206.258,10	\$ 215.512,50	\$ 226.288,10
Costos de Producción					
Materia Prima	\$ 35.273,90	\$ 36.741,30	\$ 38.269,70	\$ 39.861,70	\$ 41.520,00
Mano de Obra Directa	\$ 6.262,70	\$ 6.523,20	\$ 6.794,60	\$ 7.077,30	\$ 7.371,70
Costos Indirectos de Fabricacion	\$ 23.515,90	\$ 24.494,20	\$ 25.513,20	\$ 26.574,50	\$ 27.680,00
Otros	\$ 1.260,60	\$ 1.313,00	\$ 1.367,70	\$ 1.424,60	\$ 1.483,80
(-) Total Costos de Produccion	\$ 66.313,10	\$ 69.071,80	\$ 71.945,20	\$ 74.938,10	\$ 78.055,50
(=) Utilidad Bruta	\$ 119.854,60	\$ 124.840,60	\$ 130.034,00	\$ 135.443,40	\$ 141.077,80
(-) Gastos Operacionales					
Gastos de servicios	\$ 3.379,20	\$ 3.379,20	\$ 3.379,20	\$ 3.379,20	\$ 3.379,20
Gastos Administrativos	\$ 97.727,90	\$ 97.727,90	\$ 97.727,90	\$ 97.727,90	\$ 97.727,90
Depreciacion (Activos fijos)	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30
Gastos de Venta	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00
Total Gastos	\$ 104.761,40	\$ 104.761,40	\$ 104.761,40	\$ 104.761,40	\$ 104.761,40
(=) Utilidad Operacional	\$ 15.093,30	\$ 20.079,20	\$ 25.272,60	\$ 30.682,00	\$ 36.316,40
(-) Gastos No Operacionales					
Otros Gastos no Operacional	-	-	-	-	-
Total Gastos no operaciones	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de Parr. Trab. E Impuestos	\$ 15.093,30	\$ 20.079,20	\$ 25.272,60	\$ 30.682,00	\$ 36.316,40
(-) 15 % Participación de Trabajadores	\$ 2.264,00	\$ 3.011,90	\$ 3.790,90	\$ 4.602,30	\$ 5.447,50
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 12.829,30	\$ 17.067,30	\$ 21.481,70	\$ 26.079,70	\$ 30.869,00
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 2.822,40	\$ 3.754,80	\$ 4.726,00	\$ 5.737,50	\$ 6.791,20
(=) UTILIDAD NETA	\$ 10.006,80	\$ 13.312,50	\$ 16.755,70	\$ 20.342,20	\$ 24.077,80

Fuente: Estado de Resultados

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 79

FLUJO DE EFECTIVO INVERSIONISTA:

FLUJO DE EFECTIVO INVERSIONISTA	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos		\$ 186.167,80	\$ 195.476,20	\$ 205.250,00	\$ 215.512,50	\$ 226.288,10
Ingresos por venta de maquinaria de reemplazo	\$ -	-	-	\$ 1.008,10	-	-
(+) Total de Ingresos		\$ 186.167,80	\$ 195.476,20	\$ 206.258,10	\$ 215.512,50	\$ 226.288,10
Costos de Producción						
Materia Prima		\$ 35.273,90	\$ 36.741,30	\$ 38.269,70	\$ 39.861,70	\$ 41.520,00
Mano de Obra Directa		\$ 6.262,70	\$ 6.523,20	\$ 6.794,60	\$ 7.077,30	\$ 7.371,70
Costos Indirectos de Fabricación		\$ 23.515,90	\$ 24.494,20	\$ 25.513,20	\$ 26.574,50	\$ 27.680,00
Otros		\$ 1.260,60	\$ 1.313,00	\$ 1.367,70	\$ 1.424,60	\$ 1.483,80
(-) Total Costos de Producción		\$ 66.313,10	\$ 69.071,80	\$ 71.945,20	\$ 74.938,10	\$ 78.055,50
(=) Utilidad Bruta		\$ 119.854,60	\$ 124.840,60	\$ 130.034,00	\$ 135.443,40	\$ 141.077,80
(-) Gastos Operacionales						
Gastos de Servicios		\$ 3.379,20	\$ 3.379,20	\$ 3.379,20	\$ 3.379,20	\$ 3.379,20
Gastos Administrativos		\$ 97.727,90	\$ 97.727,90	\$ 97.727,90	\$ 97.727,90	\$ 97.727,90
Depreciación (Activos Fijos)		\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30
Gastos de Venta		\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00
Total Gastos		\$ 104.761,40	\$ 104.761,40	\$ 104.761,40	\$ 104.761,40	\$ 104.761,40
(=) Utilidad Operacional		\$ 15.093,30	\$ 20.079,20	\$ 25.272,60	\$ 30.682,00	\$ 36.316,40
(-) Gastos No Operacionales						
Gastos Financieros (intereses sobre préstamos)		\$ 2.755,30	\$ 2.299,40	\$ 1.800,30	\$ 1.253,80	\$ 655,30
Otros Gastos no Operacionales	\$ -	-	-	-	-	-
Total Gastos no Operaciones		\$ 2.755,30	\$ 2.299,40	\$ 1.800,30	\$ 1.253,80	\$ 655,30
(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impuestos		\$ 12.338,00	\$ 17.779,80	\$ 23.472,30	\$ 29.428,20	\$ 35.661,10
(-) 15 % Participación de Trabajadores		\$ 1.850,70	\$ 2.667,00	\$ 3.520,80	\$ 4.414,20	\$ 5.349,20
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 10.487,30	\$ 15.112,80	\$ 19.951,40	\$ 25.014,00	\$ 30.312,00
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 2.307,20	\$ 3.324,80	\$ 4.389,30	\$ 5.503,10	\$ 6.668,60
(=) UTILIDAD NETA		\$ 8.180,10	\$ 11.788,00	\$ 15.562,10	\$ 19.510,90	\$ 23.643,30
(+) Depreciación (Activos Fijos)		\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30
(-) Inversión	\$ -40.921,78	-	-	\$ 2.880,40	-	-
(+) Prestamo	\$ 29.003,00					
(-) Amortización Capital del Prestamo		\$ 4.798,10	\$ 5.253,90	\$ 5.753,10	\$ 6.299,60	\$ 6.898,10
(-) Capital de Trabajo	\$ -7.416,10					
(+) Recuperacion capital de Trabajo						\$ 7.416,10
(+) Valor de Desecho						\$ 27.614,80
(=) Flujo Neto Efectivo	\$ -19.334,88	\$ 5.816,30	\$ 8.968,30	\$ 9.363,00	\$ 15.645,60	\$ 54.210,50

Fuente: Flujo de efectivo inversionista

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

CUADRO N° 80

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO PURO

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTO PURO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos		\$ 186.167,80	\$ 195.476,20	\$ 205.250,00	\$ 215.512,50	\$ 226.288,10
Ingresos por venta de maquinaria de reemplazo		-	-	\$ 1.008,10	-	-
(+) Total de Ingresos		\$ 186.167,80	\$ 195.476,20	\$ 206.258,10	\$ 215.512,50	\$ 226.288,10
Costos de Producción						
Materia Prima		\$ 35.273,90	\$ 36.741,30	\$ 38.269,70	\$ 39.861,70	\$ 41.520,00
Mano de Obra Directa		\$ 6.262,70	\$ 6.523,20	\$ 6.794,60	\$ 7.077,30	\$ 7.371,70
Costos Indirectos de Fabricacion		\$ 23.515,90	\$ 24.494,20	\$ 25.513,20	\$ 26.574,50	\$ 27.680,00
Otros		\$ 1.260,60	\$ 1.313,00	\$ 1.367,70	\$ 1.424,60	\$ 1.483,80
(-) Total Costos de Produccion		\$ 66.313,10	\$ 69.071,80	\$ 71.945,20	\$ 74.938,10	\$ 78.055,50
(=) Utilidad Bruta		\$ 119.854,60	\$ 124.840,60	\$ 130.034,00	\$ 135.443,40	\$ 141.077,80
(-) Gastos Operacionales						
Gastos de servicios		\$ 3.379,20	\$ 3.379,20	\$ 3.379,20	\$ 3.379,20	\$ 3.379,20
Gastos Administrativos		\$ 97.727,90	\$ 97.727,90	\$ 97.727,90	\$ 97.727,90	\$ 97.727,90
Depreciacion (Activos fijos)		\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30
Gastos de Venta		\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00
Total Gastos		\$ 104.761,40	\$ 104.761,40	\$ 104.761,40	\$ 104.761,40	\$ 104.761,40
(=) Utilidad Operacional		\$ 15.093,30	\$ 20.079,20	\$ 25.272,60	\$ 30.682,00	\$ 36.316,40
(-) Gastos No Operacionales						
Otros Gastos no Operacionales		-	-	-	-	-
Total Gastos no operaciones		-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de Parr. Trab. E Impuestos		\$ 15.093,30	\$ 20.079,20	\$ 25.272,60	\$ 30.682,00	\$ 36.316,40
(-) 15 % Participación de Trabajadores		\$ 2.264,00	\$ 3.011,90	\$ 3.790,90	\$ 4.602,30	\$ 5.447,50
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 12.829,30	\$ 17.067,30	\$ 21.481,70	\$ 26.079,70	\$ 30.869,00
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 2.822,40	\$ 3.754,80	\$ 4.726,00	\$ 5.737,50	\$ 6.791,20
(=) UTILIDAD NETA		\$ 10.006,80	\$ 13.312,50	\$ 16.755,70	\$ 20.342,20	\$ 24.077,80
(+) Depreciación (Activos fijos)		\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30	\$ 2.434,30
(-) Inversión	\$ 48.337,90	-	-	\$ 2.880,40	-	-
(-) Capital de Trabajo	\$ 7.416,10					
(+) Recuperacion capital de Trabajo						\$ 7.416,10
(+) Valor de Desecho						\$ 27.614,80
(=) Flujo Neto Efectivo	\$ -55.754,00	\$ 12.441,10	\$ 15.746,80	\$ 16.309,70	\$ 22.776,40	\$ 61.543,00

Fuente: Flujo de caja proyecto puro

Elaborado por: Kerly Bernardita Cabrera Chica

4.13 Evaluación del Proyecto

4.13.1 VAN

Mide la riqueza generada por el proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, se calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

En este caso el VAN del proyecto es mayor que cero lo que indica que el proyecto es rentable, se recupera la inversión, se obtiene riqueza y debe de crearse la empresa. En este caso el VAN es de 28.916 dólares

4.13.2 TIR

La tasa interna de retorno, TIR, mide la rentabilidad con un porcentaje. Es la tasa de descuento que iguala el valor equivalente de una alternativa de flujos de entrada de efectivo (ingresos o ahorros) al valor equivalente de flujos salientes de efectivo (egresos, incluidos los costos de inversión). En este caso la Tasa Interna de Retorno es de 26%, lo que nos dice que por cada dólar invertido se recupera un dólar y se obtiene 58 centavos.

CONCLUSIONES

La presente tesis de grado tiene como finalidad contribuir con la creación de una empresa manufacturera que produzca lencería institucional para el sector hotelero de la provincia de Santa Elena.

En base a un análisis interno y del macro entorno del sector hotelero de la provincia de Santa Elena, se detectó que los hoteles, hostales y moteles no brindan a sus clientes un servicio de calidad y de confort, existiendo quejas especialmente por las sábanas que se utilizan.

Para la implementación de la propuesta se requiere de una inversión total de \$ 48.337,88, el mismo que es financiado por el 40% con aportaciones de los socios y el 60% con un financiamiento bancario, proyectado a cinco años.

Según la evaluación económica, la tasa interna de retorno es de 26% y el VAN es de \$ 28.916, lo que significa que el estudio planteado es rentable ya que la TIR es mayor al 12% de la tasa de descuento de la empresa y el VAN es mayor a cero.

RECOMENDACIONES

Al crearse una empresa manufacturera de lencería institucional para el Sector Hotelero de la Provincia de Santa Elena, se debe tener un total compromiso para la confección de prendas con los mejores estándares de calidad.

De igual forma se debe brindar al Sector Hotelero de esta provincia, las diferentes gamas de productos en lencería institucional, que les permita renovar su línea blanca de las habitaciones mejorando el servicio que estos brindan a sus clientes.

Para que el sector hotelero se interesen en adquirir y renovar su lencería institucional, se recomienda darle más valor agregado al producto ya sea con mejores diseños, presentación o calidad en las materias primas, se lograrán un posicionamiento en el mercado.

Se recomienda obtener mejores precios en las materias primas para poder competir con el producto en el mercado nacional

Por su factibilidad y fiabilidad de esta tesis, se recomienda poner en marcha este proyecto tomando en cuenta la experimentación de sus colaboradores y la extensión para el cumplimiento de los objetivos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBERT, Gómez María José, La Investigación Educativa, claves teóricas, primera edición. Editorial Mc. Graw Hill / Interamericana de España. S. A. U, año 2007.
- BACA, Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, cuarta edición. Editorial Mc. Graw Hill, México, año 2011.
- BERNAL, Cesar Augusto, Metodología de la Investigación, segunda edición. Editoriales Prentice hall, México, año 2006.
- FRANKLIN, Fincowky Benjamín, Organización de Empresas, México, Editorial McGraw- Hill Interamericana, S.A. 2001.
- GITMAN, Lawrence J. Principios de Administración Financiera, Decima Primera Edición, México, Editoriales Pearson Addison Webley, año 2007.
- HERNÁNDEZ, Hernández Abrahán, HERNÁNDEZ, Villalobos Abrahán, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, México, Thonson Learning, cuarta edición, año 2011.
- Manual para Elaboración de Proyectos-Edición: Área de Investigación y Análisis Económico Cámara de Comercio de Guayaquil.
- MÉNDEZ, Álvarez Carlos, Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales, México, Editorial Limusa S.A., año 2007.

- SAPAG, Chain Nassir, Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación, México, Editorial Pearson Pretice Hall, 2007.

ANEXOS

SALINAS



HOTELES



Barceló Colón Miramar



Hostal Cocos

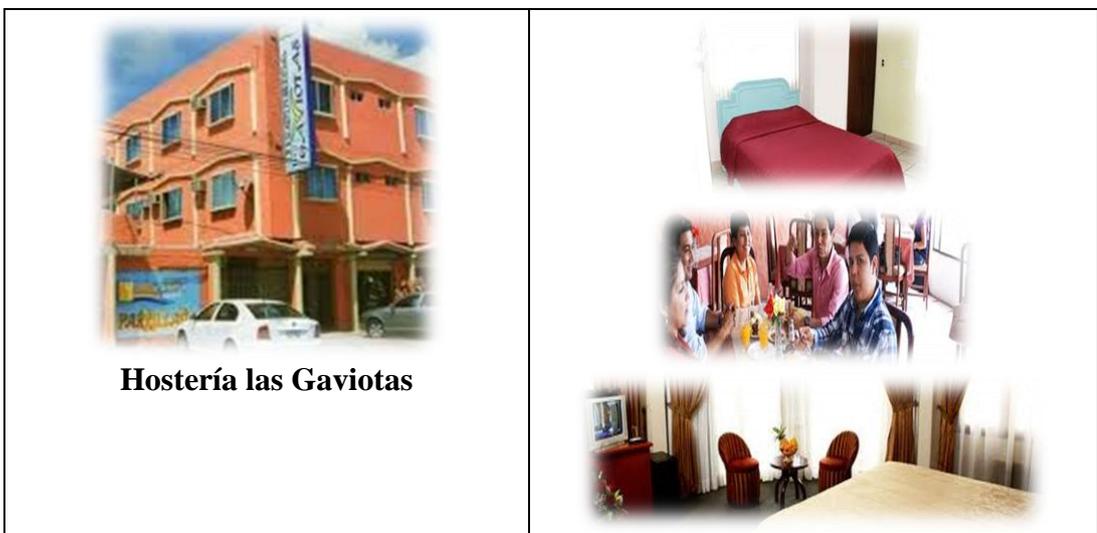




LA LIBERTAD



HOTELES





Hotel Malecón Terraza



Hostal Tu Ventura



SANTA ELENA



Hotel Cisne II





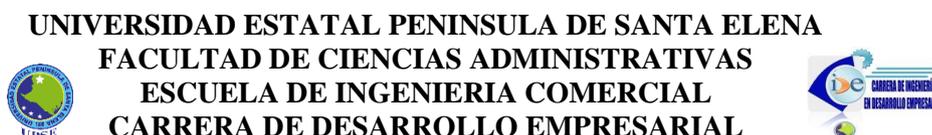
Hotel Cumbres de Ayangué



Finca Hostería el Retiro



FORMATO DE ENCUESTA AL SECTOR HOTELERO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA



Encuesta dirigida a los empresarios hoteleros de la provincia de Santa Elena.

Objetivo: Obtener información respecto a las tendencias de los empresarios cuando adquieren accesorios para la adecuación de hoteles.

INSTRUCTIVO: Para contestar este instrumento sírvase marcar con una X el número que corresponda a la alternativa que crea conveniente. Seleccione una sola alternativa. No olvide que de sus respuestas depende el éxito del estudio.

DATOS INFORMATIVOS

GÉNERO

Femenino: _____ Masculino: _____

EDAD

Menores de 25 años _____ Entre 36 y 45 años _____
Entre 26 y 35 años _____ Mayores de 46 años _____

ESTADO CIVIL

Soltero _____ Casado _____ Divorciado _____ Viudo _____

1. ¿Dónde adquiere los juegos de sábanas, edredones, cortinas y manteles que se utiliza en su hotel?

Dentro de la provincia de Santa Elena
Guayaquil
Quito
Cuenca

Especifique: _____

Otros

2. ¿En caso de adquirir la lencería en la provincia de Santa Elena, con

**que frecuencia
las adquiere?**

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

3. ¿Cada que tiempo renova las sábanas y edredones del hotel?

Mensualmente	<input type="checkbox"/>
Trimestralmente	<input type="checkbox"/>
Semestralmente	<input type="checkbox"/>
Anualmente	<input type="checkbox"/>

4. ¿De las siguientes características.Cuál de ellas encuentra en la lencería que usted. adquiere?

Calidad	<input type="checkbox"/>
Buen precio	<input type="checkbox"/>
Diseños	<input type="checkbox"/>
Colores	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuál de las siguientes medidas de sábanas adquiere con mayor frecuencia?

1 plaza	<input type="checkbox"/>
1 . ¹ / ₂ plazas	<input type="checkbox"/>
2 plazas	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Especifique: _____

6. ¿Qué tipo de tela prefiere en los productos de lencería institucional?

Polyester	<input type="checkbox"/>
Polialgodón	<input type="checkbox"/>
Algodón	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Especifique: _____

7. ¿Al momento de elegir la lencería para su hotel, que factores son para usted

Más importante?

Color	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>
Diseño	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>

8. ¿Ha recibido quejas de sus clientes por la calidad de las sábanas y edredones?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

9. ¿Cuál de los siguientes precios estaría de acuerdo pagar por los productos de lencería

institucional?

\$8 a \$12

\$13 a \$17

\$18 a \$22

\$23 a \$27

10. La provincia de Santa Elena cuenta con valiosos artesanos en varias ramas profesionales. ¿Considera importante su trabajo?

Sí

No

11. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una empresa manufacturera de lencería institucional en la provincia de Santa Elena?

Sí

No

Sírvase expresar, alguna sugerencia sobre el tema:

.....

.....

.....

.....

.....

No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es anónimo)

Lugar y

Fecha.....

...

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FORMATO DE ENCUESTA A CLIENTES DE HOTELES



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL



Encuesta dirigida a los clientes hoteleros de la provincia de Santa Elena.

Objetivo: Obtener información respecto a las tendencias de los clientes cuando eligen un hotel.

INSTRUCTIVO: Para contestar este instrumento sírvase marcar con una X el número que corresponda a la alternativa que crea conveniente. Seleccione una sola alternativa. No olvide que de sus respuestas depende el éxito del estudio.

DATOS INFORMATIVOS

GÉNERO

Femenino: _____

Masculino: _____

EDAD

Entre 18 y 25 años

Entre 34 y 41 años

Entre 26 y 33 años

Mayores de 42 años

ESTADO CIVIL

Soltero _____

Casado _____

Divorciado _____

Viudo _____

1. Al utilizar el servicio de hospedaje en la provincia de Santa Elena, ¿Con qué frecuencia lo utiliza?

1 vez al año

2 veces al año

4 veces al año

Más de 4 veces al año

2. Al momento de elegir un hotel. ¿Qué factores son para usted importantes? Ordene del 1 al 4 siendo 1 el de mayor preferencia y 4 el de menor preferencia.

Comodidad	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>
Forma de pago	<input type="checkbox"/>
Status	<input type="checkbox"/>

3. ¿Le agrada el diseño de lencería de la habitación del hotel en el que se hospeda con frecuencia?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

4. Tomando en cuenta las características de la lencería hotelera. ¿Cuál es su preferencia en sábanas y edredones?

Llanos	<input type="checkbox"/>
Colores vivos	<input type="checkbox"/>
Estampados	<input type="checkbox"/>
Colores sobrios	<input type="checkbox"/>
Le es indiferente	<input type="checkbox"/>

5. ¿Respecto a la calidad de la materia prima de las sábanas, usted prefiere?

Polyester.	<input type="checkbox"/>
Polialgodón.	<input type="checkbox"/>
Algodón	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Especifique: _____

6. ¿Cree usted que las sábanas forman una parte esencial en el confort de su descanso en un hotel?

Muy Importante	<input type="checkbox"/>
Poco Importante	<input type="checkbox"/>
Nada Importante	<input type="checkbox"/>

7. Respecto a la decoración de cortinas en los hoteles. ¿Cuál es el aspecto relevante para usted?

Diseño	<input type="checkbox"/>
Color	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>

8. ¿Conoce usted sobre la actividad artesanal de corte y confección en la provincia de Santa Elena?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

9. ¿Considera importante la producción artesanal de sábanas y edredones en la provincia de Santa Elena?

Muy Importante	<input type="checkbox"/>
Poco Importante	<input type="checkbox"/>
Nada Importante	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cree usted que es importante que se establezca una empresa manufacturera de lencería institucional en la provincia de Santa Elena?

Sí

No

Sírvase expresar, alguna sugerencia sobre el tema:

.....
.....
.....
.....
.....

No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es anónimo)

Lugar y Fecha.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FORMATO DE ENCUESTA A ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL



Encuesta dirigida a los artesanos de la provincia de Santa Elena.

Objetivo: Obtener información respecto a las tendencias de los artesanos cuando adquiere materia prima para la elaboración de lencería institucional y el correspondiente proceso de producción.

INSTRUCTIVO: Para contestar este instrumento sírvase marcar con una X el número que corresponda a la alternativa que crea conveniente. Seleccione una sola alternativa. No olvide que de sus respuestas depende el éxito del estudio.

DATOS INFORMATIVOS

GÉNERO

Femenino: _____

Masculino: _____

EDAD

Menores de 25 años _____ Entre 36 y 45 años _____
Entre 26 y 35 años _____ Mayores de 46 años _____

ESTADO CIVIL

Soltero _____ Casado _____ Divorciado _____ Viudo _____

1. ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo la profesión de artesano?

De 1 a 5 años
De 6 a 10 años
De 11 a 15 años
Más de 16 años

2. ¿A qué actividad artesanal se dedica usted?

- Confección de prendas vestir
- Confección indumentaria deportiva
- Confección de lencería para hotel
- Confección de tejidos e hilados
- Otras.

Especifique: _____

3. ¿Qué ingresos mensuales le proporciona la actividad artesanal que realiza?

- \$200 a \$299
- \$300 a \$399
- \$400 a \$ 499
- \$500a \$599

4. ¿Dónde adquiere la materia prima para la elaboración de sábanas, edredones, cortinas y mantelería?

- Guayaquil
- Quito
- Cuenca
- Otros.

Especifique: _____

5. ¿Al momento de elegir la materia prima, qué factores son para usted más importante?

- Color
- Precio
- Diseño
- Calidad

6. ¿Para usted cuál de los siguientes elementos es el primordial para una producción adecuada?

- Maquinaria
- Tecnología
- Mano de obra calificada
- Materia prima de calidad

7. ¿Qué tiempo implica confeccionar un juego de sábana?

- 60 minutos
- 90 minutos
- 120 minutos
- Otros

Especifique: _____

8. ¿Usted como artesano, se preocupan por tener modelos creativos e innovadores en su línea?

Siempre

Casi siempre

Nunca

9. ¿Considera usted a la mano de obra peninsular como un factor clave en las confecciones textiles?

Si

No

10. ¿Qué efectos considera usted que puede causar la introducción de una empresa manufacturera de lencería institucional?

Aceptación exitosa

Rechazo Total

Incremento de la demanda

Sírvase expresar, alguna sugerencia sobre el tema:

.....

.....

.....

.....

.....

No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es anónimo)

Lugar y

Fecha.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN