



# **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO**

**ESPECIALIDAD: INGENIERÍA COMERCIAL**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERA  
COMERCIAL.**

**ESTUDIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DE NIÑOS, UBICADA EN  
LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO.**

**VERÓNICA PILAR YUQUILEMA ANDINO**

**DIRECTOR: ING. Geovanny Salazar**

**CODIRECTOR: ING. DANNY ZAMBRANO**

**SANGOLQUÍ - ECUADOR**

**2007**



---

---

## ÍNDICE

<b>Capítulo I</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Estudio de Mercado .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.1.- Objetivos del Estudio de Mercado .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.2.- Estructura del Mercado .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.2.1.- Análisis Histórico.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.2.2.- Análisis de la situación actual del mercado	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.2.3.- Análisis de las tendencias del mercado	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.3.- Caracterización del Producto y Servicio....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.3.1.- Características del Producto y Servicio	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.3.2.- Clasificación por su Uso –Efecto .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.3.3.- Productos Complementarios y/o Sustitutos	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.4.- Investigación de Mercado .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.4.1.- Segmentación del Mercado.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.4.2.- Definición del Universo .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.4.4.- Selección de la Muestra .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.4.5.- Diseño de los Instrumentos de Investigación	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.4.6.- Investigación de Campo .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.4.6.1.- Procesamiento de la Información	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.4.6.2.- Análisis de los Resultados .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.5.- Análisis de la Demanda.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.5.1.- Clasificación de la Demanda.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.5.2.- Factores que Afectan a la Demanda .	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.5.3.- Comportamiento Histórico de la Demanda	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>



1.5.4.- Demanda Actual del Producto o Servicio	¡Error! Marcador no definido.
1.5.5.- Proyección de la Demanda	¡Error! Marcador no definido.
1.6.- Análisis de la Oferta	¡Error! Marcador no definido.
1.6.1.- Clasificación de la Oferta	¡Error! Marcador no definido.
1.6.2.- Factores que Afectan a la Oferta	¡Error! Marcador no definido.
1.6.3.- Comportamiento Histórico de la Oferta	¡Error! Marcador no definido.
1.6.4.- Oferta Actual	¡Error! Marcador no definido.
1.6.5.- Proyección de la Oferta	¡Error! Marcador no definido.
1.7.- Determinación de la Demanda Insatisfecha	¡Error! Marcador no definido.
1.8.- Análisis del Precio en el Mercado del Producto y Servicio	¡Error! Marcador no definido.
1.8.1.- Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios	¡Error! Marcador no definido.
1.8.2.- Comportamiento Histórico y Tendencias	¡Error! Marcador no definido.
1.9.- Mercadeo y Comercialización	¡Error! Marcador no definido.
1.9.1.- Estrategias de Producto y Servicio	¡Error! Marcador no definido.
1.9.2.- Estrategias de Precios	¡Error! Marcador no definido.
1.9.3.- Estrategias de Plaza	¡Error! Marcador no definido.
1.9.4.- Estrategia de Promoción	¡Error! Marcador no definido.
<b>Capítulo II</b>	38
Estudio Técnico	38
2.1.- Definición del Producto y Servicio	38
2.1.1.- Definición del Producto	38
2.1.2.- Definición del Servicio	39
2.2.- Tamaño del Proyecto	40
2.2.1.- Factores Determinantes del Proyecto	40
2.2.1.1.- Condicionantes del Mercado	40
2.2.1.2.- Disponibilidad de Recurso Financiero	40
2.2.1.3.- Disponibilidad de Mano de Obra	41



2.2.1.4.-	Disponibilidad de Insumos y Materias Primas.....	42
2.2.1.5.-	Disponibilidad de Tecnológica.....	42
2.2.1.6.-	Economías de Escala.....	43
2.3.-	Localización del Proyecto.....	44
2.3.1.-	Macrolocalización.....	44
2.3.2.-	Microlocalización.....	45
2.3.2.2.-	Matriz de Microlocalización.....	50
2.3.2.3.-	Plano de Microlocalización.....	54
2.4.	Ingeniería del Proyecto.....	54
2.4.1.-	Proceso de Producción y Prestación del Servicio.....	55
2.4.2.-	Diagrama de Flujo.....	58
2.4.3.-	Programa de Producción y Prestación del Servicio.....	63
2.4.4.-	Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo (plano).....	65
2.4.5.-	Requerimiento de Infraestructura.....	66
2.4.6.-	Requerimiento de Maquinaria y Equipo.....	67
2.4.7.-	Requerimiento de Insumos, Materiales, Materias Primas, Servicios.....	69
2.4.8.-	Requerimiento de Mano de Obra.....	71
2.4.9.-	Calendario de Ejecución del Proyecto.....	72
2.5.-	Aspectos Ambientales.....	72
<b>Capítulo III</b>	.....	<b>74</b>
La Empresa y su Organización.....		74
3.1.-	Base Legal.....	74
3.1.1.-	Nombre o Razón Social.....	74
3.1.2.-	Titularidad de Propiedad de la Empresa.....	75
3.1.3.-	Tipo de Empresa.....	76
3.2.-	Mapa Estratégico.....	77
3.3.-	Organización Administrativa.....	78
3.3.1.-	Estructura Orgánica.....	78
3.3.2.-	Descripción de Funciones.....	78
3.3.3.-	Organigrama.....	82
3.3.4.-	Análisis del Entorno.....	84
<b>Capítulo IV</b>	.....	<b>85</b>
Estudio Financiero.....		85
4.1.-	Presupuestos.....	85
4.1.1.-	Presupuesto de Inversión.....	85



4.1.1.1.-	Activos Fijos.....	85
4.1.1.2.-	Activos Intangibles.....	87
4.1.1.3.-	Capital de Trabajo.....	88
4.1.2.-	Cronograma de Inversiones.....	89
4.1.3.1.-	Presupuestos de Ingresos.....	90
4.1.3.2.-	Presupuestos de Egresos.....	90
4.1.3.3.-	Estructura de Financiamiento.....	91
4.1.4.-	Punto de Equilibrio.....	91
4.2.-	Estados Financieros Pro forma.....	96
4.2.1.-	Estado de Resultados.....	96
4.2.2.-	Flujos Netos de Fondos.....	98
4.2.2.1.-	Del Proyecto sin financiamiento.....	98
4.2.2.2.-	Del Proyecto con financiamiento.....	98
4.3.	Evaluación Financiera.....	102
4.3.1.-	Criterios de Evaluación.....	102
4.3.1.1.-	Valor Actual Neto.....	102
4.3.1.2.-	Tasa Interna de Retorno.....	103
4.3.1.3.-	Periodo de Recuperación del Período.....	104
4.3.1.4.-	Relación Beneficio/Costo.....	105
4.3.1.5.-	Análisis de Sensibilidad.....	106
<b>Capítulo V.....</b>		<b>108</b>
5.1.	Conclusiones.....	108
5.2.	Recomendaciones.....	109
<b>ANEXOS.....</b>		<b>111</b>



---

---

## RESUMEN EJECUTIVO

A raíz de la crisis económica que atravesó el Ecuador en el año de 1998 el sector productivo se vio afectado y varias empresas quebraron, dando apertura a la importación de productos económicos. El sector industrial en el área de la confección fue uno de ellos porque se incremento el comercio de productos chinos, colombianos, peruanos desplazando al producto ecuatoriano ya que el consumidor prefiere el ahorro.

En la ciudad de Quito la forma de comercializar la ropa, se construyó los Centros Comerciales del Ahorro para mayoristas y minoristas, donde se agrupo a los vendedores ambulantes del Centro Histórico, además se ha incrementado las ventas virtuales, a través del Internet, siendo [www.mercadolibre.com.ec](http://www.mercadolibre.com.ec) el principal proveedor de este servicio a nivel nacional.

La ropa de niños es un bien de consumo final, que se produce artesanal e industrialmente, las prendas son elaboradas en diferentes tipos de tela como poliéster, algodón, lana, punto, además el mercado ecuatoriano ofrece una amplia gama de modelos, colores, tallas y precios que se ajustan a las necesidades del mercado ecuatoriano.

Para determinar el tamaño de la muestra, y considerando la población ubicada en el cuarto quintil del Distrito Metropolitano de Quito (79.080), Para el cálculo tanto de la oferta como la demanda se tomaron los datos emitidos por el INEC correspondientes a la producción y consumo al por mayor y menor a nivel nacional, al cual se le sumo el valor correspondiente a las importaciones, exportaciones y al valor por contrabando de ropa que ingresa al país. Una vez que se determino la

cantidad de ropa que se oferta y demanda a nivel nacional se procedió a calcular el valor de ropa de niños que se consume en la Provincia de Pichincha, el cálculo se realizó en base al número de niños que existen en Pichincha según los datos del INEC.

Las estrategias que se implementará para la ejecución del proyecto se habilitará dos puntos de ventas ubicados en el sector norte y centro de la ciudad de Quito, en sectores totalmente comerciales, los productos que se ofrecerá en este nuevo punto de venta será variada, cada familia podrá adquirir ropa para niña, niño y bebé en un mismo lugar, gracias a la eliminación de intermediarios a través de la venta directa de fábrica que ofrecerá precios competitivos. Para dar a conocer la marca de ropa se realizará una publicidad en radio por un periodo publicaciones en la revista semanal “La Familia”, anuncios publicitarios en los diferentes medios de transportes urbanos de la ciudad.

## CAPÍTULO II

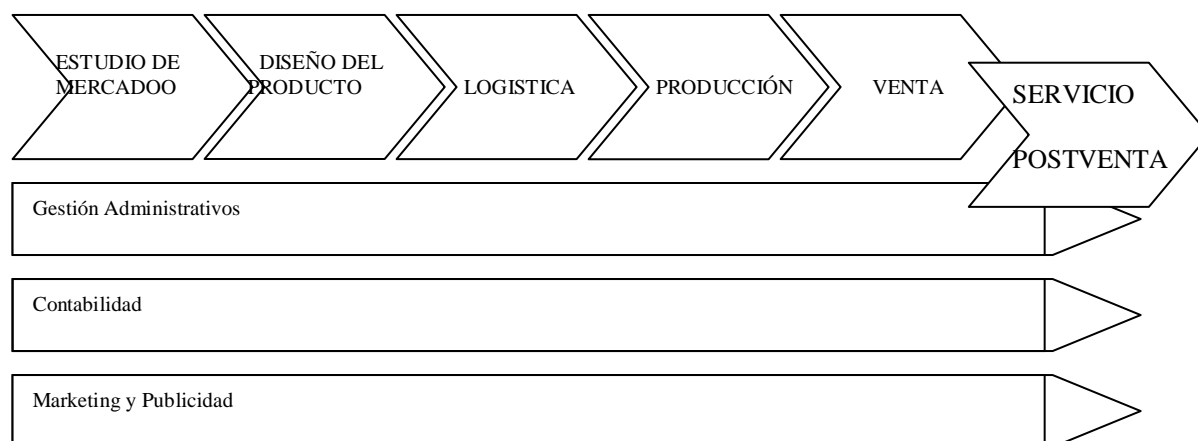
Se elaborará ropa para niños de hasta cinco años, para diferentes ocasiones como ropa formal, ropa para el diario, ropa deportiva, ropa para dormir, en varios modelos, en cinco tallas para niños de 1 a 5 años y 3 tallas para bebés de 0 a 12 meses.

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

La demanda de ropa para niños presenta un camino viable para la creación de la nueva unidad productiva, el mercado es atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo se determinó que las familias de Quito requieren de ropa para niños, y más aún si se ofrece una amplia variedad de ropa para niños, niñas y bebé a precios económicos.

La planta se abrirá en el sector sur de la ciudad y un local en el norte y centro de la ciudad, se ha decidido de implementar de esta manera ya que no afecta la distancia que existe entre los puntos de venta y la fábrica ya que las entregas de ropa se realiza una vez cada trimestre.

### CADENA DE VALOR



Para la que la empresa comience su operación se requiere de Materia Prima, Mano de Obra, Maquinaria, Tecnología, Insumos que el mercado ecuatoriano ofertan a precios razonables y son de disponibilidad inmediata.



## Calendario de Ejecución del Proyecto

CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO (PRODUCCIÓN)										
ACTIVIDADES	DIAS	MAYO					JUNIO			
		01 - 04	07 - 01	14 - 18	21 - 25	28 - 31	01 - 08	11 - 15	18 - 22	25 - 29
Préstamo	5									
Constitución de la Empresa	24									
Adquisición de Telas	30									
Selección, Contratación y Capacitación del personal	15									
Adquisición de la Maquinaria	5									
Adquisición de Equipos y Muebles de oficina	10									
Adecuación de la Planta de Producción	10									
Adquisición de Insumos	5									
Prueba de las Máquinas y Equipos	1									
Puesta en Marcha del Proyecto										

CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO (LOCALES)						
ACTIVIDADES	DIAS	JULIO				
		02 - 06	09 - 13	16 - 20	23 - 27	30 - 31
Arrendamiento del Local	5					
Adquisición de Estantes y Equipos	5					
Adecuación de los Locales	5					
Adquisición de Ropa	5					
Requerimiento de ropa a bodega	10					
Arreglo del Local	4					
Apertura del Local	5					

### CAPÍTULO III

La empresa será constituida como una Sociedad Limitada y será registrada en la Superintendencia de Compañías con el nombre de “CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA.”, pero los locales tendrán un nombre comercial de “MUNDO INFANTIL TIENDA DE ROPA” y la marca de la ropa se llamará CHILD’S.

La confección de prendas de vestir pertenece a la Industria Textil en el área de la confección de prendas de vestir.

La empresa “CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA”. Se dedicará a la producción y comercialización de ropa para bebés, niños y niñas, las prendas que se ofrecerán serán para diferentes ocasiones.

“CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA.” Trabaja con una estructura vertical (de arriba hacia abajo), donde los lineamientos de la organización son emitidos por la Junta de Accionistas conjuntamente con la Gerencia hasta llegar a los niveles jerárquicos medios y posteriormente a los inferiores.

Para la ejecución del proyecto se tiene que tener en cuenta que no tenemos experiencia en el mercado y posesionarse en el mercado en el corto plazo será una tarea muy difícil





porque se tiene que competir contra la competencia nacional e internacional pero hay que tomar en cuenta las oportunidades que nos ofrece el mercado ya que hoy en día el cliente es cada vez más exigente.

## CAPÍTULO IV

Para poder elaborar el presupuesto total de Activos Fijos, Activos Intangibles, Capital de Trabajo se realizó un presupuesto por área, en este caso Producción, Oficinas y Ventas. Hay que tomar en cuenta que hay activos que son aportes de los socios como el vehículo y la planta de producción.

La empresa “CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA.”, va a financiar su inversión inicial por medio de fondos propios en un 70% y el 30% restante con un préstamo hipotecario en el Banco del Pichincha con una tasa de interés del 12.05%, en cuotas mensuales durante un plazo de 5 años.

Tanto el Estado de Resultados del Proyecto como del Inversionista se obtiene utilidad durante los cinco años que durará el proyecto. En el Estado de Resultados del Inversionista se puede observar que con el pago de los intereses del préstamo se crea un escudo fiscal reduciendo de esta manera los valores para el cálculo del 36,25% de impuestos. Además existe un crecimiento negativo en el % de crecimiento de las utilidades esto debido a que se está utilizando al máximo la capacidad instalada de la empresa.

En conclusión la empresa de “CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA.”, cuenta con los flujos de efectivos necesarios para que la empresa pueda operar normalmente durante los cinco años.

El VAN del proyecto y del inversionista son mayores a cero por lo que quiere decir que la inversión obtendrá un rendimiento mayor al costo de oportunidad del capital por lo tanto se podrá llevar a efecto el proyecto.

El periodo de recuperación del proyecto será de 2 años y 4 meses, tiempo en el cual la inversión inicial será totalmente recuperada.

A pesar de que exista un escenario negativo el proyecto sigue siendo viable y atractivo para el inversionista.

En el escenario positivo se tomo en cuenta el 2% que se espera que el SRI reduzca el porcentaje de Impuesta al Valor Agregado IVA, con lo que se reduciría el valor de las materias primas, insumos y materiales que requiere la empresa. También se tomo en cuenta el 3% de incremento de la exportaciones de ropa que se espera que se de este año.

## CONCLUSIONES

- ❖ El proyecto ha demostrado ser viable en cualquiera de los escenarios, siendo factible su implementación porque permite recuperar la inversión inicial en el



---

---

segundo año de funcionamiento y generando utilidades tanto para los accionistas como para sus empleados.

- ❖ Al existir una demanda insatisfecha para el proyecto permitirá que la empresa ofrezca productos acordes a los requerimientos de esta demanda.
- ❖ Ropa al ser un producto de consumo masivo se puede obtener un amplio margen de utilidad siendo una inversión atractivamente rentable, en el largo plazo.

## **RECOMENDACIONES**

- ❖ Es recomendable la ejecución de este proyecto, puesto que se demostró su prefactibilidad en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, el estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero que se realizó para este proyecto.
- ❖ Se recomienda implementar este proyecto para contribuir con el desarrollo empresarial y económico del país, con el objeto de ofrecer fuentes de empleo e incentivar al consumo de productos nacionales de calidad a un precio razonable en la economía ecuatoriana.



## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero de los proyectos de inversión tiene por objeto determinar, de una manera contable, la magnitud de la inversión de la alternativa de producción que se determino en el estudio técnico. El estudio se integra generalmente con la formulación de los presupuestos de ingresos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación del proyecto. De esta forma se asegura que los recursos que dispone la empresa sean asignados de la mejor manera posible y así los accionistas tendrán la información adecuada que les permitirá una decisión satisfactoria.<sup>1</sup>

#### **4.1.- Presupuestos**

Al elaborar los presupuestos se podrá conocer los ingresos y egresos con que se van a incurrir al momento de poner en marcha el proyecto.

##### **4.1.1.- Presupuestos de Inversión**

###### **4.1.1.1.- Activos Fijos**

Para poder elaborar el presupuesto total de Activos Fijos se realizo un presupuesto por área, en este caso Producción, Oficinas y Ventas en esta área se tomó en cuenta los activos que se requerían en los dos almacenes que se van a abrir. Hay que tomar en cuenta que hay activos que son aportes de los socios como el vehículo y la planta de producción.

---

<sup>1</sup> CALDAS MOLINA Marcos, “Preparación y evaluación de proyectos”, tercera edición, Publicaciones “H” Quito – Ecuador, 1995.



En el cuadro adjunto se detallan los activos fijos que se requieren por área.

<b>CUADRO N° 25</b>				
<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>				
Muebles de Oficina	1	juegos	1.200,00	1.200,00
Equipos de Oficina	1	juegos	1.500,00	1.500,00
Equipos de Computación	2	unidad	1.310,01	2.620,02
Edificios	1	unidad	14.573,52	14.573,52
<b>TOTAL</b>				<b>19.893,54</b>
<b>VENTAS</b>				
Muebles y Enseres				4.180,96
Vitrina Mostrador	6	unidad	117,00	702,00
Vitrina Estantes	6	unidad	135,00	810,00
Caja	2	unidad	138,00	276,00
Maniquí Bebe	4	unidad	72,80	291,20
Maniquí Niño y Niña	8	unidad	62,72	501,76
Juegos Infantiles	2	juegos	800,00	1.600,00
Equipo de Oficina	2	juegos	200,00	400,00
Equipo de Computación	2	unidad	1.580,01	3.160,02
<b>TOTAL</b>				<b>7.740,98</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>				
MUEBLES Y ENSERES				200,00
Sillas	7	unidades	20,00	140,00
Mesas	2	unidades	30,00	60,00
MAQUINARIA				19647,00
Máquina Overlock	1	unidad	1.248,00	1.248,00
Máquina Recubridora	1	unidad	1.277,00	1.277,00
Máquina Recta	1	unidad	442,00	442,00
Máquina Ojaladora y botonera	1	unidad	4.500,00	4.500,00
Máquina para pegar broches	1	unidad	70,00	70,00
Máquina Bordadora	1	unidad	12.000,00	12.000,00
Cortadora Circular	1	unidad	110,00	110,00
Vehículo	1	unidad	6.500,00	6.500,00
Edificios	1	unidad	29.427,30	29.427,30
<b>TOTAL</b>				<b>55774,30</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>				<b>83.408,82</b>
Elaborado por: Verónica Yuquilema				



A los activos fijos se los depreciará por línea recta, de acuerdo a los años de vida útil establecidos por Ley.

<b>CUADRO N° 26</b>							
<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL A DEPRECIAR</b>	<b>AÑOS VIDA UTIL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>							
Equipos de Oficina	1.500,00	3	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Equipos de Computación	2.620,02	3	873,34	873,34	873,34	873,34	873,34
Muebles de Oficina	1.200,00	10	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Edificios	14.573,52	20	728,68	728,68	728,68	728,68	728,68
<b>TOTAL</b>	<b>19.893,54</b>		<b>2.222,02</b>	<b>2.222,02</b>	<b>2.222,02</b>	<b>2.222,02</b>	<b>2.222,02</b>
<b>VENTAS</b>							
Muebles y Enseres	4.180,96	10	348,41	418,10	418,10	418,10	418,10
Equipo de Oficina	400,00	3	111,11	133,33	133,33	133,33	133,33
Equipo de Computación	3.160,02	3	877,78	1053,34	1053,34	1053,34	1053,34
<b>TOTAL</b>	<b>7.740,98</b>		<b>1337,31</b>	<b>1604,77</b>	<b>1604,77</b>	<b>1604,77</b>	<b>1604,77</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>							
Muebles y Enseres	200,00	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Vehículo	6.500,00	5	1300,00	1300,00	1300,00	1300,00	1300,00
Maquinaria	19.647,00	10	1964,70	1964,70	1964,70	1964,70	1964,70
Edificios	29.427,30	20	1471,37	1471,37	1471,37	1471,37	1471,37
<b>TOTAL</b>	<b>55.774,30</b>		<b>4756,07</b>	<b>4756,07</b>	<b>4756,07</b>	<b>4756,07</b>	<b>4756,07</b>
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>	<b>83.408,82</b>		<b>8.315,39</b>	<b>8.582,85</b>	<b>8.582,85</b>	<b>8.582,85</b>	<b>8.582,85</b>

Elaborado por: Verónica Yuquilema

#### 4.1.1.2.- Activos Intangibles

Las inversiones en activos diferidos son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar<sup>2</sup>.

A continuación se detallan todos los gastos que se van a incurrir para la empresa en marcha de la empresa, es decir, para poder constituir la empresa y para poder abrir los dos locales.

<b>CUADRO N° 27</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>

<sup>2</sup> Econ. MENESES Edilberto, Preparación y Evaluación de proyectos, Tercera edición, Pág. 123.



CONCEPTO	PRECIO TOTAL
Gastos de Constitución	1.270,00
Capitación Inicial Empleados	280,00
Registro de la Marca	190,00
Costo del Proyecto	2.000,00
Accesoría Técnica	3.000,00
Gastos de Adecuación Instalaciones	3.988,40
<b>TOTAL</b>	<b>10.728,40</b>
Elaborado por: Verónica Yuquilema	

Los activos intangibles serán amortizados en un plazo de 5 años, es decir, \$2145.68 anuales.

#### 4.1.1.3.- Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo esta conformado por los recursos necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.<sup>3</sup>

Para el calculo del Capital de Trabajo de la empresa "CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA.", se tomará en cuenta la suma de los Costos de Producción, Gastos Administrativos y de Ventas, esta suma será dividida para 12 meses y multiplicada por 5 meses que es el plazo en el cual se obtendrá los recursos económicos necesarios para poder producir la siguiente colección de ropa.

CUADRO N° 28	
CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	VALOR
Costos de Producción	121.574,94
Costos de Ventas	6.082,87
Gastos Administrativos	23.049,58
Gastos de Ventas	32.293,28
<b>TOTAL</b>	<b>183.000,67</b>
12 Meses	15.250,06
Meses en Recuperar	5
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>76.250,28</b>
Elaborado por: Verónica Yuquilema	

#### 4.1.2.- Cronograma de Inversiones

<sup>3</sup> Tomado del libro Gestión de Proyectos, Juan José Miranda Miranda, PAg. 158.



El cronograma de inversiones permitirá llevar un control adecuado de las inversiones que se tendrán que realizar a partir del primer año de funcionamiento de la empresa.

En el tercer año, los Equipo de Oficina y los Equipos de Computación quedarán totalmente depreciados por lo que tendrán que ser reemplazados como se observa en el cuadro adjunto.

<b>CUADRO N° 29</b>						
<b>CRONOGRAMA DE INVERSIONES</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Activos Fijos	83.408,82			7.680,04		
Activos Intangibles	10.728,40					
Capital de Trabajo	76.250,28					
<b>TOTAL</b>	<b>170.387,50</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7680,04</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Elaborado por: Verónica Yuquilema

#### 4.1.3.- Presupuestos de Operación

##### 4.1.3.1.- Presupuestos de Ingresos

El presupuesto de Ingresos será elaborado en base a las ventas de la ropa que producirá la empresa (ropa de niñas y niños), y de la venta de la ropa que se adquirirá a los productores de Atuntaqui (bebes), detallada año a año en el cuadro adjunto.

<b>CUADRO N° 30</b>					
<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas de ropa producida	293.798,28	299.674,24	305.667,73	311.781,08	318.016,71
Ventas de ropa de bebé	8.921,43	9.813,57	10.794,93	11.874,42	13.061,86
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>302.719,71</b>	<b>309.487,81</b>	<b>316.462,66</b>	<b>323.655,50</b>	<b>331.078,57</b>

Elaborado por: Verónica Yuquilema

##### 4.1.3.2.- Presupuestos de Egresos

El presupuesto de Egresos fue elaborado en base a la suma entre los Costos de Producción, Gastos Administrativos y de Ventas, al igual que los ingresos se toma en cuenta los costos y gastos incurridos en la producción y en la comercialización de la ropa.

<b>CUADRO N° 31</b>
---------------------



PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de Producción	124.461,48	126.950,71	129.489,72	132.079,52	134.721,11
Costo de Ventas	6.082,87	6.691,16	7.360,27	8.096,30	8.905,93
Gastos Administrativos	23.049,58	23.049,58	23.049,58	23.049,58	23.049,58
Gastos de Ventas	32.293,28	32.293,28	32.293,28	32.293,28	32.293,28
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>185.887,21</b>	<b>188.984,72</b>	<b>192.192,85</b>	<b>195.518,67</b>	<b>198.969,89</b>

Elaborado por: Verónica Yuquilema

#### 4.1.3.3.- Estructura de Financiamiento

La empresa “CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA.”, va a financiar su inversión inicial por medio de fondos propios en un 70% y el 30% restante con un préstamo hipotecario en el Banco del Pichincha con una tasa de interés del 12.05%, en cuotas mensuales durante un plazo de 5 años.

#### 4.1.4.- Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio será calculado con el fin de identificar un equilibrio entre sus costos totales y sus ingresos totales, es decir, la empresa no va a ganar, ni perder.

Para el calcular el punto de equilibrio se utilizó las siguientes formulas:

##### Punto de Equilibrio en Unidades:

$$PE = \frac{CFT}{P - CVu}$$

##### Donde:

CFT = Costo Fijo Total

P = Precio de Venta

CVu = Costo Variable Unitario

##### Punto de Equilibrio en Dólares

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left[ \frac{CVT}{VTAS} \right]}$$

##### Donde:

CFT = Costo Fijo Total





---

CVT = Costo Variable Total  
VTAS = Ventas Totales

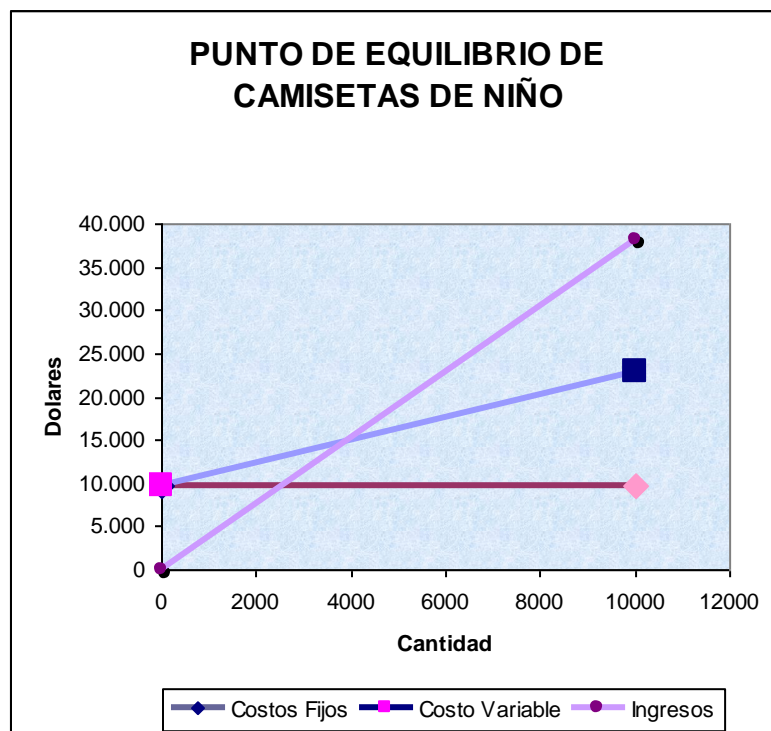
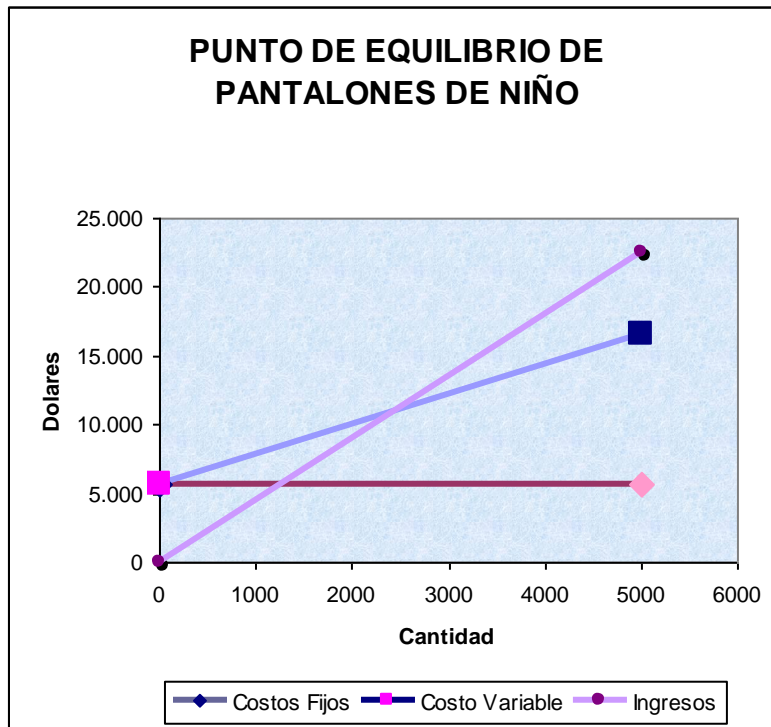
Se cálculo del punto de equilibrio por línea de producto, tanto para la ropa de niña como para niño.

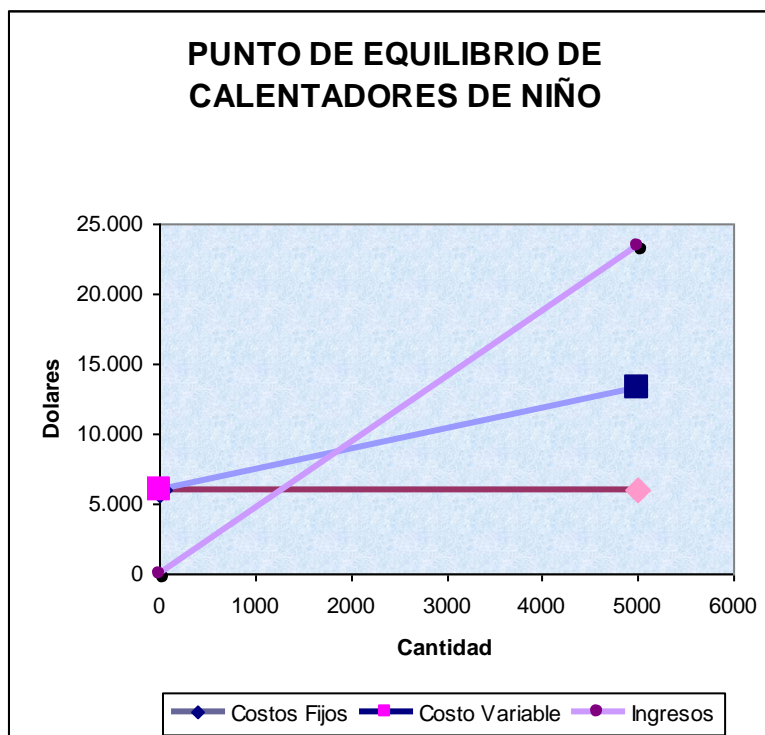
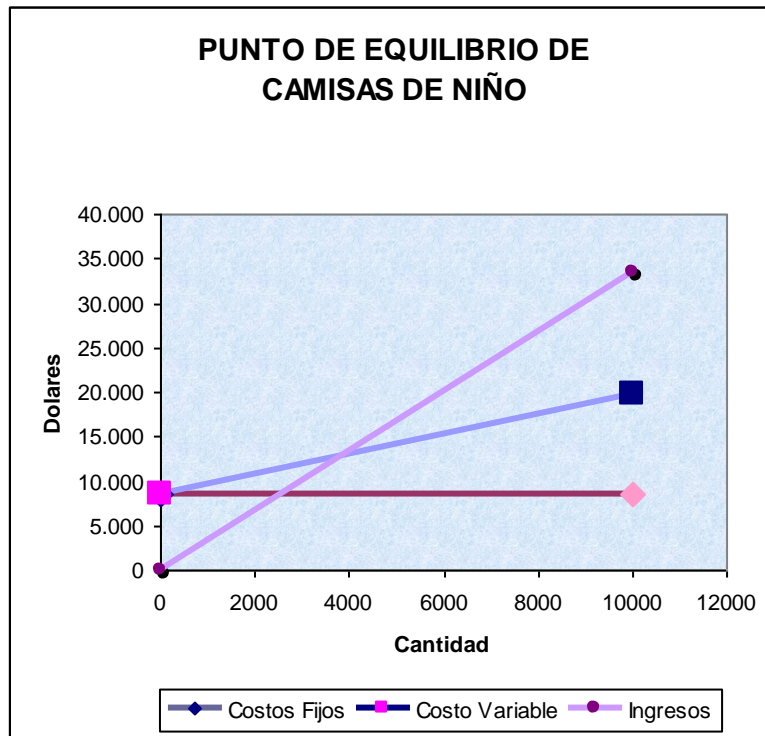
CUADRO N° 32

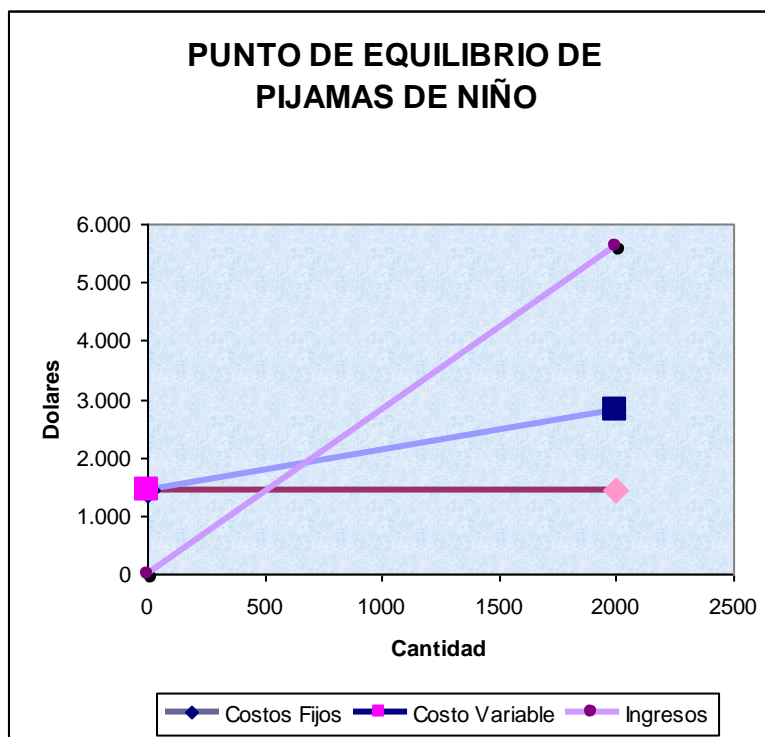
PUNTO DE EQUILIBRIO DE FÁBRICA

PRENDAS	UNIDADES PRODUCIDAS	VENTAS	%	COSTOS VARIABLES TOTALES	COSTOS FIJOS TOTALES	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO TOTAL	COSTOS VARIABLES UNITARIOS	PRECIO DE VENTA	PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	PUNTO DE EQUILIBRIO VALORES
<b>NIÑOS</b>		<b>123.100,67</b>	<b>0,42</b>	<b>43.772,94</b>	<b>31.408,79</b>	<b>75.181,74</b>					
Pantalones	5.000,00	22.500,00	0,18	10.862,84	5.740,81	16.603,65	3,32	2,17	4,50	2.467	11.099,64
Camisetas	10.000,00	38.091,49	0,31	13.080,67	9.718,94	22.799,61	2,28	1,31	3,81	3.886	14.801,95
Camisas	10.000,00	33.395,56	0,27	11.202,29	8.520,78	19.723,08	1,97	1,12	3,34	3.839	12.821,74
Calentadores	5.000,00	23.494,00	0,19	7.241,67	5.994,43	13.236,10	2,65	1,45	4,70	1.844	8.665,41
Pijamas	2.000,00	5.619,62	0,05	1.385,47	1.433,83	2.819,30	1,41	0,69	2,81	677	1.903,00
<b>NIÑAS</b>		<b>170.697,61</b>	<b>0,58</b>	<b>61.069,57</b>	<b>43.553,02</b>	<b>104.622,60</b>					
Pantalones	6.000,00	27.000,00	0,16	13.507,80	6.888,98	20.396,78	3,40	2,25	4,50	3.064	13.785,92
Faldas	2.000,00	5.452,49	0,03	1.749,81	1.391,19	3.141,00	1,57	0,87	2,73	751	2.048,64
Vestidos	2.000,00	7.155,14	0,04	2.430,87	1.825,61	4.256,48	2,13	1,22	3,58	773	2.764,98
Calentadores 1	3.000,00	14.375,40	0,08	4.456,60	3.667,84	8.124,45	2,71	1,49	4,79	1.109	5.315,84
Calentadores 2	3.000,00	15.743,40	0,09	5.003,80	4.016,88	9.020,69	3,01	1,67	5,25	1.122	5.888,43
Blusas	12.000,00	46.381,79	0,27	15.965,60	11.834,19	27.799,79	2,32	1,33	3,87	4.669	18.046,00
Camisetas	12.000,00	46.381,79	0,27	15.965,60	11.834,19	27.799,79	2,32	1,33	3,87	4.669	18.046,00
Pijamas	3.000,00	8.207,61	0,05	1.989,48	2.094,15	4.083,63	1,36	0,66	2,74	1.010	2.764,17
<b>TOTAL</b>		<b>293.798,28</b>	<b>1,00</b>	<b>104.842,52</b>	<b>74.961,82</b>	<b>179.804,34</b>					

Elaborado por: Verónica Yuquilema







## 4.2.- Estados Financieros Proforma

### 4.2.1.- Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)

El Estado de Resultado es un informe en el cual constan todos los ingresos y egresos que la empresa va a tener durante los cinco años que durará el proyecto, además se conocerá la situación económica de la empresa, es decir, si se obtuvo pérdida o ganancia en cada período.

<b>CUADRO N° 33</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
(+) Ventas netas	302.623,71	308.676,18	314.849,70	321.146,70	327.569,63
(-) Costo de ventas	130.505,95	133.116,07	135.778,39	138.493,96	141.263,83
<b>(=) Resultado Bruto en Ventas</b>	<b>172.117,76</b>	<b>175.560,11</b>	<b>179.071,32</b>	<b>182.652,74</b>	<b>186.305,80</b>
(-) Gastos de administración	20.827,56	20.827,56	20.827,56	20.827,56	20.827,56
(-) Gastos de ventas	30.955,98	30.955,98	30.955,98	30.955,98	30.955,98
(-) Depreciación	8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93
(-) Amortización	2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68
<b>(=) Resultado Operacional</b>	<b>109.840,62</b>	<b>113.282,97</b>	<b>116.794,17</b>	<b>120.375,60</b>	<b>124.028,66</b>
(-) Gastos financieros					



(+) Otros ingresos					
(-) Otros egresos					
<b>(=) Resultado antes Participación</b>	<b>109.840,62</b>	<b>113.282,97</b>	<b>116.794,17</b>	<b>120.375,60</b>	<b>124.028,66</b>
(-) 15% participación trabajadores	16.476,09	16.992,45	17.519,13	18.056,34	18.604,30
<b>(=) Resultado antes Impuesto Renta</b>	<b>93.364,52</b>	<b>96.290,53</b>	<b>99.275,05</b>	<b>102.319,26</b>	<b>105.424,36</b>
(-) Impuesto a la renta (25%)	23.341,13	24.072,63	24.818,76	25.579,82	26.356,09
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>70.023,39</b>	<b>72.217,89</b>	<b>74.456,29</b>	<b>76.739,45</b>	<b>79.068,27</b>

Elaborado por: Verónica Yuquilema

<b>CUADRO N° 34</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
(+) Ventas netas	302.623,71	308.676,18	314.849,70	321.146,70	327.569,63
(-) Costo de ventas	130.505,95	133.116,07	135.778,39	138.493,96	141.263,83
<b>(=) Resultado Bruto en Ventas</b>	<b>172.117,76</b>	<b>175.560,11</b>	<b>179.071,32</b>	<b>182.652,74</b>	<b>186.305,80</b>
(-) Gastos de administración	20.827,56	20.827,56	20.827,56	20.827,56	20.827,56
(-) Gastos de ventas	30.955,98	30.955,98	30.955,98	30.955,98	30.955,98
(-) Depreciación	8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93
(-) Amortización	2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68
<b>(=) Resultado Operacional</b>	<b>109.840,62</b>	<b>113.282,97</b>	<b>116.794,17</b>	<b>120.375,60</b>	<b>124.028,66</b>
(-) Gastos financieros	6.586,56	5.269,25	3.951,93	2.634,62	1.317,31
(+) Otros ingresos					
(-) Otros egresos					
<b>(=) Resultado antes Participación</b>	<b>103.254,06</b>	<b>108.013,73</b>	<b>112.842,24</b>	<b>117.740,98</b>	<b>122.711,34</b>
(-) 15% participación trabajadores	15.488,11	16.202,06	16.926,34	17.661,15	18.406,70
<b>(=) Resultado antes Impuesto Renta</b>	<b>87.765,95</b>	<b>91.811,67</b>	<b>95.915,90</b>	<b>100.079,83</b>	<b>104.304,64</b>
(-) Impuesto a la renta (25%)	21.941,49	22.952,92	23.978,98	25.019,96	26.076,16
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>65.824,46</b>	<b>68.858,75</b>	<b>71.936,93</b>	<b>75.059,87</b>	<b>78.228,48</b>

Elaborado por: Verónica Yuquilema

Tanto el Estado de Resultados del Proyecto como del Inversionista se obtiene utilidad durante los cinco años que durará el proyecto. En el Estado de Resultados del Inversionista se puede observar que con el pago de los intereses del préstamo se crea un escudo fiscal reduciendo de esta manera los valores para el cálculo del 36,25% de impuestos. Además existe un crecimiento negativo en el % de crecimiento de las utilidades esto debido a que se está utilizando al máximo la capacidad instalada de la empresa.

#### 4.2.2.- Flujos Netos de Fondos



---

---

“El flujo de caja es un informe contable que presenta en forma condensada y clasificada, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios, efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en el uso racional del efectivo y proyectar la capacidad empresarial en función de su liquidez”<sup>4</sup>

#### **4.2.2.1.- Del Proyecto sin Financiamiento**

El Flujo Neto de Fondos del Proyecto esta conformado por todos los ingresos y los egresos de efectivo que se van a realizar en cada periodo pero sin tomar en cuenta el préstamo, el pago de los intereses del mismo y el pago del capital.

En conclusión la empresa de “CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA.”, cuenta con los flujos de efectivos necesarios para que la empresa pueda operar normalmente durante los cinco años.

---

<sup>4</sup> ZAPATA Pedro, Contabilidad General, Pagina 77

CUADRO N° 35						
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
(+) Ventas netas		302.623,71	308.676,18	314.849,70	321.146,70	327.569,63
(-) Costo de ventas		130.505,95	133.116,07	131.022,32	133.737,89	136.507,77
<b>(=) Resultado Bruto en Ventas</b>		<b>172.117,76</b>	<b>175.560,11</b>	<b>179.071,32</b>	<b>182.652,74</b>	<b>186305,798</b>
(-) Gastos de administración		20.827,56	20.827,56	20.827,56	20.827,56	20.827,56
(-) Gastos de ventas		30.955,98	30.955,98	30.955,98	30.955,98	30.955,98
(-) Depreciación		8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93
(-) Amortización activos intangibles		2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68
<b>(=) Resultado Operacional</b>		<b>109.840,62</b>	<b>113.282,97</b>	<b>116.794,17</b>	<b>120.375,60</b>	<b>124.028,66</b>
(-) Gastos financieros						
(+) Otros ingresos						
(-) Otros egresos						
(-) Pago del 15% participación empleados			16.476,09	16.992,45	17.519,13	18.056,34
(-) Pago del 25% Impuesto a la Renta			23.341,13	24.072,63	24.818,76	25.579,82
<b>(=) Resultado antes Participación</b>		<b>109.840,62</b>	<b>73.465,75</b>	<b>75.729,10</b>	<b>78.037,71</b>	<b>80.392,50</b>
DEPRECIACION		8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93
AMORTIZACION DE ACTIVOS INTANGIBLES		2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68
VALOR EN LIBROS						48.918,58
15% de participación empleados						18.604,30
25% impuesto a la renta						26.356,09
INVERSION INICIAL	-95.637,22					



INVERSION DE REEMPLAZO COMPUTADORAS				7.680,04		
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	-76.250,28					
PRESTAMO						
AMORTIZACION DEUDA						
VALOR DE DESECHO						
FLUJO DE CAJA	171.887,50	120.334,22	83.959,36	78.542,66	88.531,32	184.765,08

Elaborado por: Verónica Yuquilema

#### 4.2.2.2.- Del Proyecto con Financiamiento

CUADRO N° 36						
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
(+) Ventas netas		302.623,71	308.676,18	314.849,70	321.146,70	327.569,63
(-) Costo de ventas		130.505,95	133.116,07	131.022,32	133.737,89	136.507,77
<b>(=) Resultado Bruto en Ventas</b>		<b>172.117,76</b>	<b>175.560,11</b>	<b>179.071,32</b>	<b>182652,743</b>	<b>186.305,80</b>
(-) Gastos de administración		20.827,56	20.827,56	20.827,56	20.827,56	20.827,56
(-) Gastos de ventas		30.955,98	30.955,98	30.955,98	30.955,98	30.955,98
(-) Depreciación		8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93
(-) Amortización activos intangibles		2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68
<b>(=) Resultado Operacional</b>		<b>109.840,62</b>	<b>113.282,97</b>	<b>116.794,17</b>	<b>120.375,60</b>	<b>124.028,66</b>
(-) Gastos financieros		6.586,56	5.269,25	3.951,93	2.634,62	1.317,31
(+) Otros ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

(-) Otros egresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Pago 15% participación empleados			15.488,11	16.202,06	16.926,34	17.661,15
(-) Pago 25% Impuesto a la Renta			21.941,49	22.952,92	23.978,98	25.019,96
<b>(=) Resultado antes Participación</b>		<b>103.254,06</b>	<b>70.584,13</b>	<b>73.687,26</b>	<b>76.835,67</b>	<b>80.030,24</b>
DEPRECIACION		8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93	8.047,93
AMORTIZACION DE ACTIVOS INTANGIBLES		2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68	2.445,68
VALOR EN LIBROS						48.918,58
15% Participación empleados						18.406,70
25% Impuesto a la Renta						26.076,16
INVERSION INICIAL	-95.637,22					
INVERSION DE REEMPLAZO COMPUTADORAS				7.680,04		
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	-76.250,28					
PRESTAMO	54.660,22					
AMORTIZACION DEUDA		10.932,04	10.932,04	10.932,04	10.932,04	10.932,04
VALOR DE DESECHO						
FLUJO DE CAJA	<b>117.227,28</b>	<b>102.815,62</b>	<b>70.145,69</b>	<b>65.568,79</b>	<b>76.397,23</b>	<b>128.510,38</b>

Elaborado por: Verónica Yuquilema



El Flujo Neto de Fondos del Inversionista esta conformado por todos los ingresos y los egresos de efectivo que se van a realizar en cada periodo en este caso se toma en cuenta el préstamo, el pago de los intereses del mismo y el pago del capital.

Al igual que el Flujo de Neto de Fondos del Proyecto, el del Inversionista también cuenta con los flujos de efectivos necesarios para que la empresa pueda operar normalmente durante los cinco años.

#### 4.3.- Evaluación Financiera

##### 4.3.1.- Criterios de Evaluación

##### 4.3.1.1.- Valor Actual Neto

“Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer periodo de operación y le resta la inversión total expresado en el momento cero.”<sup>5</sup>

El VAN es el resultado entre el valor de todos los ingresos y egresos expresados en dólares, es aceptable cuando su valor es igual o superior a cero.

El VAN del proyecto y del inversionista son mayores a cero por lo que quiere decir que la inversión obtendrá un rendimiento mayor al costo de oportunidad del capital por lo tanto se podrá llevar a efecto el proyecto.

Para el cálculo del VAN se aplica la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{FCN_1}{(1+r)^1} + \frac{FCN_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FCN_n}{(1+r)_n} - I_o$$

CUADRO N° 37						
VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO						
CONCEPTO	AÑO 0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA	-171.887,50	120.334,22	83.959,36	78.542,66	88.531,32	184.765,08
<b>VAN Parcial</b>		107.441,27	66.931,88	55.905,12	56.263,25	104.840,67

<sup>5</sup> SAPAG CHAIN, Nassir, Evaluación de proyectos de inversión en la empresa, pag. 228



<b>VAN Total</b>	<b>219.494,70</b>
------------------	-------------------

Elaborado por: Verónica Yuquilema

CUADRO N° 38						
VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA						
CONCEPTO	AÑO 0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA	-117.227,28	102.815,62	70.145,69	65.568,79	76.397,23	128.510,38
<b>VAN Parcial</b>		91.799,66	55.919,72	46.670,57	48.551,82	72.920,24
<b>VAN Total</b>	<b>198.634,74</b>					

Elaborado por: Verónica Yuquilema

#### 4.3.1.2.- Tasa Interna de Retorno

“Se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual neto sea cero; es decir que el valor presente de las entradas de efectivo será exactamente igual a la inversión inicial neta realizada”<sup>6</sup>

La TIR representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido, pero tiene que ser mayor o igual al costo de oportunidad del capital (TMAR).

CUADRO N° 39						
TASA INTERNA DE RETORNO DEL PROYECTO						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA	171.887,50	120.334,22	83.959,36	78.542,66	88.531,32	184.765,08
<b>TASA INTERNA DE RETORNO =</b>	<b>54,09%</b>					

Elaborado por: Verónica Yuquilema

La TIR del proyecto es del 56.62% que es superior a la TMAR del 13.61%, esto garantiza que el proyecto esta en capacidad de generar una mayor rentabilidad que una inversión alternativa.

CUADRO N° 40						
TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA	-117.227,28	102.815,62	70.145,69	65.568,79	76.397,23	128.510,38

<sup>6</sup> LARA, Juan, Curso Práctico de Análisis financiero, página 81



<b>TASA INTERNA DE RETORNO =</b>	<b>69,32%</b>
----------------------------------	---------------

Elaborado por: Verónica Yuquilema

La TIR del inversionista es del 73.01% que es superior al Costo Ponderado de Capital que es del 13.61%, esto garantiza que el proyecto esta en capacidad de generar una mayor rentabilidad que una inversión alternativa, por lo que es rentable invertir en este proyecto.

#### 4.3.1.3.- Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión inicial del proyecto, se calcula en base a los flujos que genera en cada periodo de su vida útil. El periodo de recuperación del proyecto será de 2 años y 6 meses, tiempo en el cual la inversión inicial será totalmente recuperada.

El periodo de recuperación de la inversión inicial del inversionista, se calcula en base a los flujos que genera en cada periodo de su vida útil. El periodo de recuperación del proyecto será de 2 años y 4 meses, tiempo en el cual la inversión inicial será totalmente recuperada.

#### 4.3.1.4.- Relación Beneficio/Costo

La relación beneficio/costo refleja el rendimiento por cada unidad monetaria invertida en el proyecto.

La tasa beneficio se calcula con la siguiente formula:

$$B/C = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

La relación beneficio/costo del proyecto es de 2.36 es decir que por cada dólar invertido obtenemos un rendimiento del \$1.36.

La relación beneficio/costo del inversionista es de 2.06 es decir que por cada dólar invertido obtenemos un rendimiento del \$1.06.

<b>CUADRO N° 41</b>
<b>RESUMEN</b>



	PROYECTO	INVERSIONISTA	TIEMPO
TASA DESC	12%	12%	
TMAR		13,61%	
VAN	87110,72	76284,38	
TIR	29,22%	34,03%	
RB/C	1,51	1,19	
PERIODO DE RECUPERACIÓN	3	4	AÑOS
	10	3	MESES
	11	6	DIAS

Elaborado por: Verónica Yuquilema

#### 4.3.1.5.- Análisis de Sensibilidad

En el Análisis de Sensibilidad se ha analizado las posibles tendencias que puede tener el mercado ya sea estos políticos, sociales, legales dando como resultado un escenario negativo o positivo.

CUADRO N° 42	
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	
<b>ESCENARIO NEGATIVO</b>	
Incremento de Salarios	20%
Incremento de Sueldos	6%
Deflación en la Ropa	-4%
<b>ESCENARIO POSITIVO</b>	
Reducción del IVA	2%
Incremento de Exportación	3%

Elaborado por: Verónica Yuquilema

En el escenario negativo se tomó en cuenta el incremento de los sueldos por Ley que dispone el Gobierno año a año que en relación a años anteriores es del 6.25% y el incremento de los salarios que se dispuso este en un 20% a los trabajadores artesanales y de la microempresa, además se tomó en cuenta la deflación del -4% que sufrió la ropa y el calzado en el mes de enero según datos del BCE, es decir, el precio de estos bienes bajaron por lo que decidió reducir en un 50% el porcentaje de utilidad.

Una vez aplicados estos cambios obtenemos los siguientes resultados:

Como se puede observar a pesar de que exista un escenario negativo el proyecto sigue siendo viable y atractivo para el inversionista.



En el escenario positivo se tomo en cuenta el 2% que se espera que el SRI reduzca el porcentaje de Impuesta al Valor Agregado IVA, con lo que se reduciría el valor de las materias primas, insumos y materiales que requiere la empresa. También se tomo en cuenta el 3% de incremento de la exportaciones de ropa que se espera que se de este año.

CUADRO N° 42										
TABLA RESUMEN ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD										
	PESIMISTA			TENDENCIAL			OPTIMISTA			TOTAL
	VALOR	%	PONDERADO	VALOR	%	PONDERADO	VALOR	%	PONDERADO	
<b>TIR</b>	21,97%	30%	6,59%	54,09%	45%	24,34%	59,40%	25%	14,85%	45,78%
<b>VAN</b>	44661,06	30%	13398,32	219494,70	45%	98.772,61	260069,73	25%	65.017,43	177.188,36
<b>RB/C</b>	1,26	30%	0,38	\$ 2,28	45%	1,02	\$ 2,52	25%	0,63	2,03
<b>PR</b>	3	30%	0,9	2	45%	0,90	2	25%	0,50	2,30



---

---

# CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## CONCLUSIONES

- ❖ El proyecto ha demostrado ser viable en cualquiera de los escenarios, siendo factible su implementación porque permite recuperar la inversión inicial en el segundo año de funcionamiento y generando utilidades tanto para los accionistas como para sus empleados.
- ❖ Al existir una demanda insatisfecha para el proyecto permitirá que la empresa ofrezca productos acordes a los requerimientos de esta demanda.
- ❖ Ropa al ser un producto de consumo masivo se puede obtener un amplio margen de utilidad siendo una inversión atractivamente rentable, en el largo plazo.





## RECOMENDACIONES

- ❖ Es recomendable la ejecución de este proyecto, puesto que se demostró su prefactibilidad en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, el estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero que se realizó para este proyecto.
- ❖ Se recomienda implementar este proyecto para contribuir con el desarrollo empresarial y económico del país, con el objeto de ofrecer fuentes de empleo e incentivar al consumo de productos nacionales de calidad a un precio razonable en la economía ecuatoriana.

## CAPÍTULO I

### ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado contribuye para determinar la posibilidad de invertir en la producción y comercialización de prendas de vestir para niños, tratando de minimizar el riesgo que puede tener.

#### 1.1.- Objetivos del Estudio de Mercado

Determinar la cantidad de prendas de vestir para niños que está dispuesto a consumir el mercado.

- ✓ Determinar la demanda insatisfecha del producto.
- ✓ Identificar el segmento de mercado



- ✓ Definir la proyección del segmento de mercado al cuál va dirigido el producto
- ✓ Identificar la competencia para mejorar las alternativas de producción y desarrollo del producto.
- ✓ Establecer los factores que influyen en la decisión de compra del producto.
- ✓ Plantear las estrategias de mercado para posicionar al producto de manera que gane un lugar dentro de las preferencias del consumidor.
- ✓ Diseñar el canal de distribución adecuado.

## 1.2.- Estructura del Mercado

### 1.2.1.- Análisis Histórico

En el año de 1992 la libre importación y comercialización de 1.151.31 toneladas de ropa americana de medio uso fue la causa principal para que el sector de la confección ecuatoriana se vea severamente afectado, disminuyendo considerablemente su producción. El Gobierno ecuatoriano presionado por las denuncias de los diferentes sectores productivos decidió impedir la importación ropa usada a partir del año 1993.<sup>7</sup>

A raíz de la crisis económica que atravesó el Ecuador en el año de 1998 el sector productivo se vio afectado y varias empresas quebraron, dando apertura a la importación de productos económicos. El sector industrial en el área de la confección fue uno de ellos porque se incremento el comercio de productos chinos, colombianos, peruanos desplazando al producto ecuatoriano ya que el consumidor prefiere el ahorro. “Entre 1993 y 2004, la industria incrementó su participación en el Producto Interno Bruto en el 19%.”<sup>8</sup>

“Entre las provincias de Pichincha y Guayas está concentrada casi la totalidad de la producción industrial ecuatoriana. Dentro de Pichincha, la concentración se presenta en el cantón Quito. Entre las ramas industriales que se han desarrollado están las siguientes: Alimentos y bebidas, textiles, industrias del cuero, de la confección, de la madera, de productos químicos y farmacéuticos, industrias metales básicas, de maquinaria y equipo, de artes gráficas.”<sup>9</sup>

Tanto en Quito como en Guayaquil la ropa se comercializaba al por mayor en el sector de Ipiales y la Bahía respectivamente, y al menor en almacenes, centros comerciales y pequeños puntos de venta situados en estas ciudades.

### 1.2.2.- Análisis de la situación actual del mercado

El consumidor al darse cuenta de que la ropa importada es más económica pero que carece de calidad ha dejado de consumirla pero no deja de preferir el ahorro.

<sup>7</sup> Tomado de la base de datos de Importaciones del Banco Central del Ecuador

<sup>8</sup> [www.sica.gov.ec/agro/macro/pibvarios.htm](http://www.sica.gov.ec/agro/macro/pibvarios.htm)

<sup>9</sup> [www.explored.com.ec/ecuador/continue/pich3.htm](http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/pich3.htm)



La venta a crédito es una facilidad de pago que ofrecen los productores y comercializadores de ropa, esta medida se adoptó con el fin de incentivar al cliente a consumir aunque, este, no cuente con el recurso económico para realizar la compra. En la ciudad de Quito se modernizó la forma de comercializar la ropa, se construyeron los Centros Comerciales del Ahorro para mayoristas y minoristas, donde se agrupó a los vendedores ambulantes del Centro Histórico, pero no se logró formalizar el comercio, en Guayaquil se mantiene el sistema de ventas ambulantes, además se ha incrementado las ventas virtuales, a través del Internet, siendo [www.mercadolibre.com.ec](http://www.mercadolibre.com.ec) el principal proveedor de este servicio a nivel nacional.

### **1.2.3.- Análisis de las tendencias del mercado**

La confección de ropa se inclina a ofrecer una amplia variedad de productos tanto en tallas como en colores, además la facilidad de comprar ropa por catálogo, realizar devoluciones si el cliente no está conforme con la prenda adquirida. La forma de pago es otro factor fundamental al momento de una compra razón por la cual el uso de la tarjeta de crédito será indispensable.

Si el Ecuador firma el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos se mantendrá el impedimento para la libre importación de ropa nueva y usada.<sup>10</sup>

## **1.3.- Caracterización del Producto y Servicio**

### **1.3.1.- Características del Producto y Servicio**

La ropa de niños es un bien de consumo final, que se produce artesanal e industrialmente, las prendas son elaboradas en diferentes tipos de tela como poliéster, algodón, lana, punto, además el mercado ecuatoriano ofrece una amplia gama de modelos, colores, tallas y precios que se ajustan a las necesidades del mercado ecuatoriano.

La ropa de niños es comercializada al por mayor cuando el productor entrega la ropa a distribuidores y estos a su vez entregan a los diferentes puntos de ventas que tiene este mercado; se realiza una venta directa cuando el fabricante vende la ropa a través de sus almacenes propios y cuando el productor realiza una venta al por mayor y también realiza una venta directa.

### **1.3.2.- Clasificación por su Uso –Efecto**

La ropa sirve para que las personas se cubran y se protejan del frío y de las enfermedades que este causa.

La ropa, en especial la de niño, sirve para dar como obsequio en alguna fecha especial para el niño.

Las personas al utilizar ropa protegen su pudor, pudiendo transitar por cualquier lugar sin problema y libres de enfermedades.

La confección de ropa es una actividad que genera fuentes de empleo.

---

<sup>10</sup> Tomado de [www.tlc.gov.ec/prensa/descargar/boletin121.doc](http://www.tlc.gov.ec/prensa/descargar/boletin121.doc) (Ver Anexo1)



### 1.3.3.- Productos Complementarios y/o Sustitutos

La ropa en general no tiene un producto sustituto porque es el único bien que permite a la persona andar cubierta.

Dentro de los productos complementarios para la ropa tenemos los accesorios como son las carteras, gorros, sombreros, zapatos, cinturones, bufandas que ayudan a complementar la vestimenta en especial la de una niña.

### 1.4.- Investigación de Mercado

Es la función que enlaza una organización con su mercado mediante la recolección de información.<sup>11</sup>

#### 1.4.1.- Segmentación del Mercado

La segmentación es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores que se parezcan más entre sí en relación con algunos o algún criterio razonable.<sup>12</sup>

Para segmentar al mercado se tomó en cuenta al mercado ecuatoriano, principalmente las ciudades con mayor población y de fácil acceso como el Distrito Metropolitano de Quito.

La ropa de niños esta dirigido para familias, que residan en la ciudad de Quito que requieran comprar ropa de niños de hasta cinco años de edad, que se encuentren ubicados dentro del cuarto quintil de acuerdo a los ingresos familiares.

#### 1.4.2.- Definición del Universo

El universo lo conforman las familias que se encuentran ubicadas en el cuarto quintil que en su totalidad asciende a 79.080 familias, que habitan en el Distrito Metropolitano de Quito.

CUADRO N° 1	
HOGARES EN LA CIUDAD DE QUITO	
QUINTILES	HOGARES
Quintil 4	79.080
<b>T O T A L</b>	79.080

<sup>11</sup> HAIR Joseph, BUSH Robert, ORTINAU David, Investigación de Mercados, Pag. 4

<sup>12</sup> [www.deguate.com](http://www.deguate.com)



Fuente: INEC, ENIGHU 2003 - 2004
----------------------------------

Elaborado por: VERÓNICA YUQUILEMA
-----------------------------------

#### 1.4.4.- Selección de la Muestra

“La muestra es un subgrupo de personas u objetos elegido al azar del conjunto total de miembros de la población objetivo definida”<sup>13</sup>.

Para determinar el tamaño de la muestra, y considerando la población ubicada en el cuarto quintil del Distrito Metropolitano de Quito (79.080), se aplicará la fórmula que es utilizada cuando el Universo es considerado finito. (Anexo 3)

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

En donde:

**n** = tamaño de la muestra

**z** = nivel de confianza deseado, que será del 95%, en donde el valor que representa es de 1.96 en la tabla de la curva normal.

**p** = proporción estimada de éxito (prueba piloto)

**q** = proporción estimada de fracaso (prueba piloto)

**e** = representa el error de estimación, el cual se considera del 5%.

---

<sup>13</sup> HAIR Joseph, BUSH Robert, ORTINAU David, Investigación de Mercados, Mc Graw Hill, Pág. 42.



### **PRUEBA PILOTO**

Para realizar la prueba piloto se diseñó un cuestionario con el fin de determinar la voluntad de compra que tiene el producto que se desea lanzar al mercado.

Al aplicar la prueba piloto se obtendrá los siguientes resultados:



- ✓ Se confirma que el cuestionario sea entendible para las personas encuestadas y determina las preguntas que causen algún tipo de dificultad, confusión.
- ✓ Establece el tiempo que llevara realizar las encuestas definitivas.
- ✓ Ayuda a determinar el tamaño de la muestra, es decir, los datos para p y q.
- ✓ Se realizó 10 encuestas piloto y se obtuvo los siguientes resultados para p y q.

CUADRO N° 2		
NECESIDAD DE COMPRA		
VARIABLES	ENCUESTAS	PORCENTAJE
P	9	90%
Q	1	10%
TOTAL	10	1
Fuente: PRUEBA PILOTO		
Elaborado por: VERÓNICA YUQUILEMA		

Reemplazando la fórmula especificada, se obtiene:

$$n = \frac{79080 * 3,84 * 0,9 * 0,1}{0,0025^2 (79080 - 1) + 3,84^2 * 0,9 * 0,1}$$

$$n = \frac{27341,44}{198,04}$$

$$n = 138$$



#### **1.4.5.- Diseño de los Instrumentos de Investigación**

Para recolectar la información primaria que requiere el estudio de mercado se aplicará una encuesta a las familias que tienen hijos de hasta 5 años de edad, que se encuentren en el cuarto quintil, se terminó ese instrumento de investigación en base a la matriz de información que se elaboró. (Anexo 2)

#### **1.4.6.- Investigación de Campo**

##### **Muestreo casual**

“Es la técnica más utilizada por las televisiones, radios y empresas de investigación de mercado. Se trata de entrevistar a personas de forma casual. Generalmente el entrevistador se sitúa en la calle y pregunta a las personas que pasan cerca de él. También se realiza por teléfono.”<sup>14</sup>

Para realizar el levantamiento de la información se aplicó un muestreo casual, es decir, se buscó lugares estratégicos de la ciudad de Quito de mayor concentración de familias con niños menores a 5 años en los sectores norte, centro y sur de la ciudad.

##### **1.4.6.1.- Procesamiento de la Información**

Para tabular los resultados que arrojaron las encuestas aplicadas a las familias quiteñas, se utilizará el programa SPSS Data Editor, este programa permitirá realizar gráficos, cruce de información y tablas.

##### **1.4.6.2.- Análisis de los Resultados**

A continuación se presenta un análisis de los datos obtenidos en las encuestas aplicadas en la ciudad de Quito.

De las 138 familias encuestadas el 72%, compra ropa para sus hijos en el sector centro de la ciudad de Quito, en los diferentes Centros Comerciales del Ahorro (BBB) del sector, mientras que el 56% de las personas que realizan sus compras en el norte de la urbe lo realizan en los Centros Comerciales en dicho sector, en el sector sur y periférico de la ciudad solo compran un 6 y 4% respectivamente de las familias encuestadas. De las familias encuestadas mencionó que el mayor inconveniente que tiene al momento de comprar ropa para niños es que un mismo punto de venta no existe una amplia variedad de prendas para niños, niñas y bebés y tienen que desplazarse por varios lugares para comprar las prendas que buscan, además, la atención que reciben como clientes no es la adecuada.

La ropa que se comercializa con mayor frecuencia es la ropa para niñas seguida por la de niños y finalmente la de bebés.

De los encuestados un 73.9% prefiere realizar sus compras de contado ya sea este en efectivo o crédito corriente, y el 26.1% utilizan las diferentes tarjetas de crédito que existen en el mercado para pagar sus compras.

<sup>14</sup> [http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp\\_283.htm](http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp_283.htm)





De las 138 familias encuestadas un 93.5% manifestó que si estarían dispuestas a comprar ropa para sus hijos en un nuevo almacén de ropa siempre y cuando este ofrezca una amplia variedad de prendas de vestir para niños a precios razonables.

El 54.3% de las familias destina entre \$451 y \$600 anuales para la compra de ropa para sus hijos, familiares u otros.

De acuerdo a la encuesta realizada el medio de comunicación de mayor preferencia para dar a conocer la apertura de este nuevo local de venta de ropa es la televisión, pero este medio de comunicación resulta muy costoso para implementarlo por lo se utilizará el segundo medio comunicación de mayor preferencia.

## 1.5.- Análisis de la Demanda

“La demanda de un bien determina la cantidad de dicho bien que los compradores desean comprar para cada nivel de precio.”<sup>15</sup>

### 1.5.1.- Clasificación de la Demanda

**ELASTICIDAD INGRESO.**- la elasticidad ingreso de un bien, donde la variación porcentual de la cantidad demandada. Ante un cambio porcentual en el ingreso de las familias.

**ELASTICIDAD CRUZADA DE LA DEMANDA.**- mide la variación porcentual de la cantidad demandada, ante un cambio porcentual en el precio de otro bien.

**LA ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA.**- La demanda de los diferentes bienes y servicio normalmente varía según a la época del año, a este fenómeno se le conoce como estacionalidad.

La demanda de ropa puede verse influenciada por el ingreso total que perciba cada familia al mes ya que a mayor ingreso mayores recursos para designarlos para el ahorro o para la compra de bienes y/o productos. La estacionalidad también es un factor que afecta a la demanda, por ejemplo, en la época navideña debido a la entrega del XIII Sueldo las familias cuentan con recursos para dar un presente a sus hijos por lo general se obsequia ropa y juguetes.

De acuerdo a la encuesta realizada existe demanda de ropa para:

- ✓ DEMANDA DE ROPA PARA NIÑOS
- ✓ DEMANDA DE ROPA PARA NIÑAS

<sup>15</sup> <http://www.aulafacil.com/Microeconomia/Lecciones/Lecc-6.htm>



✓ **DEMANDA DE ROPA PARA BEBES**

En la ciudad de Quito del total de las familias ubicadas en el cuarto quintil existe una demanda del 43.28% de ropa para niñas siendo esta la de mayor demanda, con el seguida por la demanda de ropa para niños que es del 32.16% y la ropa con menor demanda según este estudio es la de bebés con un 24.56%.

CUADRO N° 3		
DEMANDA DE ROPA PARA NIÑOS		
GENERO	FRECUENCIA	%
NIÑO	25.432	32,16
NIÑA	34.226	43,28
BEBÉ	19.422	24,56
TOTAL	79.080	100
Fuente: Estudio de Mercado		
Elaborado por: Verónica Yuquilema		

### 1.5.2.- Factores que Afectan a la Demanda

#### Tamaño y crecimiento de la población

Según datos consultados en el INEC, la provincia de Pichincha presenta un crecimiento de la población del 2.8% anual en la ciudad de Quito. Este porcentaje de crecimiento es alto, pero representa una ventaja para la venta de ropa de niños.

#### Hábitos de consumo

Los niños menores a cinco años se encuentran en constante crecimiento sus padres tienen que hacer un esfuerzo para adquirir ropa para sus hijos cada mes, más aun cuando son menores a 1 año. Las familias que tienen uno o dos hijos destina un promedio de \$ 525.5 al año para la adquisición de prendas para sus hijos, las familias con más de dos hijos gastan más de \$600 al año.

CUADRO N° 4			
SECTOR Y LUGAR DE COMPRA DE ROPA PARA NIÑOS			
SECTOR	LUGAR DE COMPRA	TOTAL	%



DE COMPRA	Centro Comercial	%	BBB	%	Almacenes	%		
Norte	25217	39,3	22925	35,7	16047	25	64189	40,6
Centro	12609	15,3	41265	50	28656	34,7	82530	52,2
Sur	1146	16,7	3439	50	2292	33,3	6877	4,35
Periférico	0	0	0	0	4585	100	4585	2,9
Total	38972	24,6	67629	42,8	51580	32,6	158181	100
Fuente: Estudio de Mercado								
Elaborado por: Verónica Yuquilema								

El sector con mayor demanda de ropa es el Centro de la ciudad de Quito en los diferentes Centros Comerciales del Ahorro (BBB) que existen en el sector, mientras que las familias que compran en el sector norte de la ciudad lo hacen en los diferentes Centros Comerciales que existen (El Jardín, CCI, El Bosque, Quicentro Shopping, entre otros.), de las familias que viven en el sur también prefieren realizar sus compras en los Centros Comerciales del Ahorro (BBB) del sector y las familias que viven y prefieren comprar en el sector Periférico de la ciudad lo hacen en los almacenes. El sector de residencia no influye en el sector de compra de la ropa para niños por que las personas del Norte, Centro, Sur y Periférico van al Centro o al Norte de la ciudad para realizar sus compras ya que en esos sectores se concentran la mayor parte puntos de venta de ropa por lo que facilita la búsqueda y la compra.

### Gustos y preferencias

Según los gustos de cada genero, la ropa para niñas es la de mayor demanda y de mayor exigencia al momento de se compra, como por ejemplo los ternos, es decir, pantalón, blusa o camiseta y saco o chaqueta, o falda, blusa o camiseta y saco o chaqueta, siendo los colores de preferencia es el rosado, rojo, amarillo verde y en poco porcentaje el blanco para blusas, camisetas, sacos, vestidos y ternos tanto para el diario como en ropa deportiva, para los pantalones y faldas el color preferido es el azul.

Caso contrario sucede con la ropa para niños porque para ellos se busca ropa más sencilla, los padres prefieren los modelos tradicionales en todas las prendas que ellos usan, las prendas que más utilizan son los ternos conformados por pantalón, camiseta o camisa, saco, chaleco o chompa, estas prendas son en ropa para el uso diario o para ropa deportiva, los colores que prefieren en ternos, pantalones, chompas son el azul, el verde y con poca frecuencia el negro, para camisas, camisetas y sacos prefieren los colores claros como el blanco, verde, amarillo y con menos preferencia el rojo.

Al momento de comprar ropa para bebés, los padres prefieren adquirir prendas que se distinguen por el género del bebé, es decir, si es una niña prefieren vestirle de rosado pero también adquieren ropa de color verde, amarillo, blanco, por lo general no utilizan prendas de color celeste, para los niños sucede lo mismo se los viste de color celeste, verde, amarillo y muy poco con blanco pero no utilizan prendas de color rosado.

Las niñas al ser más vanidosas que los niños, los padres prefieren que todas las prendas de vestir que usan sus hijas sean de modelos innovadores, en colores y telas claros y llamativos, cosa que no sucede con los niños, la mayoría de los padres prefiere que su ropa



un poco conservadora y tradicional pero siempre buscan colores oscuros en diferentes tonos. Para los bebés la ropa debe ser sencilla, tradicional aunque esto no impide que los monos y ternos sean innovadores tanto para niña como para niño.

### Niveles de ingreso

El nivel de ingreso de las familias es un factor que afecta a la demanda, ya que del nivel de ingreso va a depender la cantidad de ropa que cada familia adquiera al mes. Para este estudio de mercado se ha tomado en cuenta a las personas que se encuentran ubicadas en cuarto quintil, es decir familias con un ingreso anual entre \$2471.04 y \$4066.29.

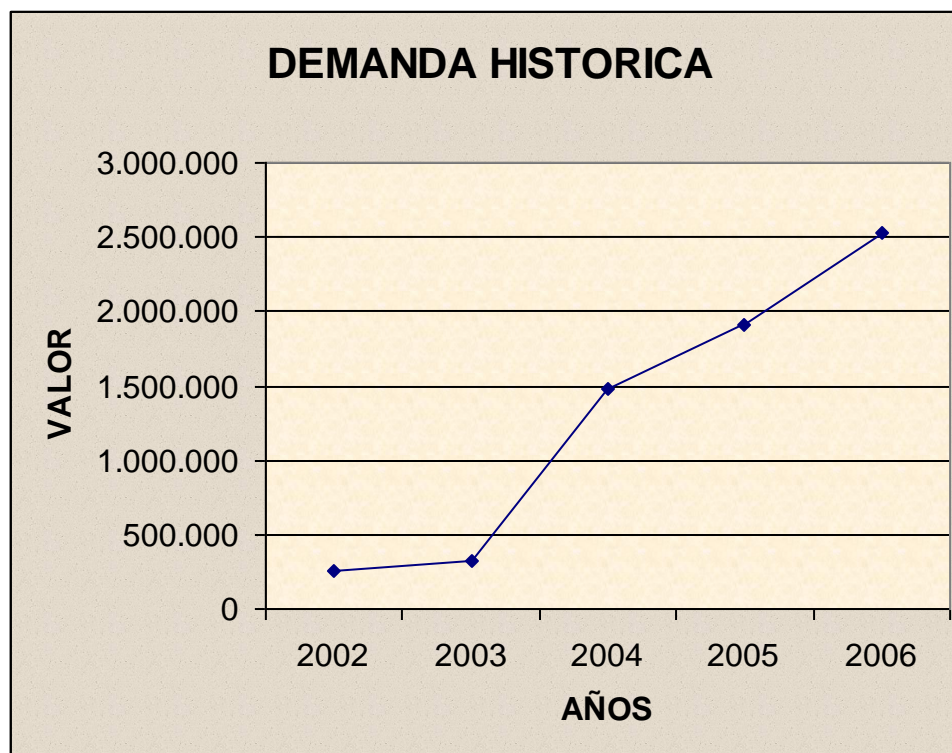
### 1.5.3.- Comportamiento Histórico de la Demanda

A partir de la reactivación económica que se dio en el año 2003 la demanda de ropa de niños ha ido incrementando considerablemente, ha esto se suma el alto porcentaje de crecimiento de la población en la ciudad de Quito.

Para el cálculo de la demanda se ha tomado en cuenta las exportaciones, el consumo intermedio por mayor y menor de ropa para niños registrados en el Banco Central del Ecuador y del INEC.

A continuación se presenta la demanda histórica de ropa para niños expresada en valores constantes (Ver desglose del cálculo de la demanda Anexo 6).

CUADRO N° 5	
DEMANDA HISTORICA DE ROPA PARA NIÑOS	
AÑO	DEMANDA HISTÓRICA
2003	320.966
2004	1.482.507
2005	1.911.127
2006	2.522.977
Fuente: BCE , INEC del 2003, 2004	
Elaborado por: Verónica Yuquilema	



#### 1.5.4.- Demanda Actual del Producto o Servicio

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta e inferidos en la población en estudio de las 79.080 familias, el 93.48% están dispuestas a comprar ropa para niños en un nuevo almacén ubicado en el sector norte y centro de la ciudad de Quito.

CUADRO N° 6		
DEMANDA ACTUAL DE ROPA PARA NIÑOS		
DEMANDA	FRECUENCIA	%
SI	73.940	93,5
NO	5.156	6,52
TOTAL	79.080	100
Fuente: Estudio de Mercado		
Elaborado por: Verónica Yuquilema		

#### 1.5.5.- Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda de ropa para niños, se tomó en cuenta la demanda desde el año 2003 y se realizó la proyección por los métodos de regresión lineal, regresión



logarítmica, regresión polinómica, regresión potencial, regresión exponencial y media móvil, siendo el método de regresión polinómica la más adecuada con un  $R^2 = 0,9514$  y con la siguiente ecuación polinómica:

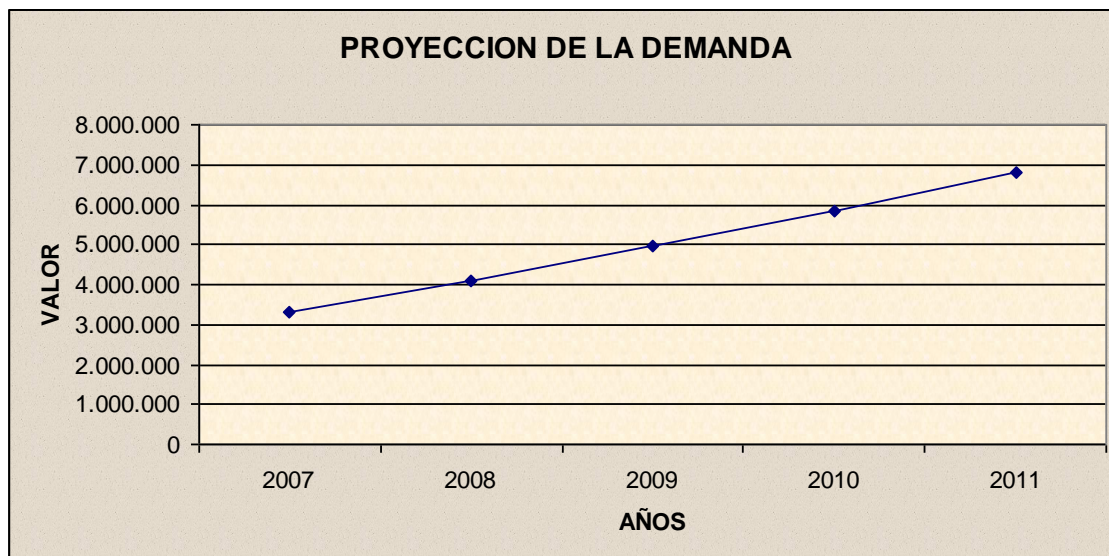
$$y = 26176x^2 + 454795x - 353043$$

Reemplazando la ecuación obtenemos los siguientes datos:

CUADRO N° 7		
DEMANDA PROYECTADA DE ROPA PARA NIÑOS		
AÑO	DEMANDA HISTÓRICA	REGRESIÓN POLINÓMICA
2003	320.966	
2004	1.482.507	
2005	1.911.127	
2006	2.522.977	
2007		3.318.063
2008		4.113.146
2009		4.960.581
2010		5.860.368
2011		6.812.507

Fuente: BCE , INEC del 2003, 2004

Elaborado por: Verónica Yuquilema



## 1.6.- Análisis de la Oferta

“La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante.”<sup>16</sup>

### 1.6.1.- Clasificación de la Oferta

Según el número de oferentes la oferta se clasifica en:

- ✓ Oferta de Competencia Perfecta
- ✓ Oferta Oligopólica
- ✓ Oferta Monopólica

La producción y la comercialización de ropa en la ciudad de Quito pertenece a una oferta de competencia perfecta porque el mercado se encuentra en circunstancias de libre competencia, debido a que existe un buen número de empresas que se dedican a la producción, comercialización e importación de ropa de niño, la preferencia en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrece al consumidor.

<sup>16</sup> <http://usuarios.lycos.es/economiasil/cap2.htm>



## 1.6.2.- Factores que Afectan a la Oferta

### Número y Capacidad de Producción de los competidores.

Para determinar nuestra participación en el mercado hay que delimitar el número de productores u oferentes que existen en el mercado.

La provincia de Pichincha y del Guayas tienen mayor concentración de Industria Textil, del 50% y 10% respectivamente, de la producción total de ropa el 70% pertenece a la producción Formal y el 30% pertenece a la producción informal.<sup>17</sup>

En la provincia de Pichincha existen empresas productoras residentes en la Provincia de Pichincha que realizan sus ventas al por mayor y menor y que están legalmente registradas en la Cámara de Comercio de Quito y en Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, además existen empresas familiares o talleres artesanales que no están registradas en las Cámaras, Empresas que se dedican a la importación de ropa de manera legal e ilegalmente y las empresas o personas que producen fuera de la provincia de Pichincha y comercializan sus productos en la Provincia de Pichincha. Al tener diferentes fuentes de oferta de ropa para niños es difícil estimar un número exacto de oferentes de ropa de niños en el Distrito Metropolitano de Quito.

De acuerdo a la última Encuesta Anual de Manufactura y Minería del 2004 a nivel nacional existen 116 empresas registradas a nivel nacional.

A continuación las primeras 25 empresas de fabricación de artículos confeccionados y prendas de vestir a nivel nacional según el Reporte Sectorial Multiplica emitido por el Banco Central del Ecuador en Enero del 2006 No. 92.

Manufactureras Americanas Cia. Ltda.	Alazan Cia. Ltda.
Royaltex S.A.	Le Chateau S.A.
Creaciones Jose Belen Jossbell Cia. Ltda.	Confecciones Bali Cia. Ltda.
Fashion Lana Cia. Ltda.	La Finca Cia. Ltda.
Inducorte del Ecuador Inducortec S.A.	Sergue herve S.A.
Camisería Inglesa Caminglesa Cia. Ltda.	Julio Vinueza Diseño Cia. Ltda.
Sastrería Industrial Gonzalo Sanchez Guerron	Manufactureros Ecuatorianos Manecusa S.A.
Oceaninvest S.A.	Fabrica Donat Cia. Ltda.
Importadora y Exportadora Solaron Cia. Ltda.	Confecciones Camerino Po.Di.Un Cia. Ltda.
Austrodiseti Cia. Ltda.	Algodón y Moda Algomoda S.A.
Diseños Exclusivos Disex S.A.	Nery Fas Cia Ltda.
Confecciones Pazmiño Castillo Cia. Ltda.	Expormoda Cia. Ltda.

<sup>17</sup> Tomado del Centro de Inteligencia Comercial – CORPEI, Pagina 4 y 6





## **Incursión de Nuevos Competidores**

El sector de la confección ha sufrido los impactos derivados de la crisis económica que ha soportado el país en los últimos años y el encarecimiento de los insumos importados ha provocado un incremento en el precio de las prendas además el contrabando de productos textiles es otro factor que ha impedido el crecimiento de este sector. Según el estudio de Multiplica en el Reporte Sectorial el sector de la confección no ha crecido ni en el 1% anual desde el año 2003 hasta el 2006 y se pronostica que el 2007 tenga un crecimiento similar al que se ha tenido en los últimos años.

## **Capacidad de Inversión Fija**

De acuerdo al estudio Perfiles de Producto del Centro de Inteligencia Comercial de la CORPEI se toma el siguiente análisis detallado a continuación.

Debido a lo altamente fragmentado del sector de la confección y especialmente al alto porcentaje de informalidad que se tiene en el sector, hacer una estimación de la capacidad instalada para la confección resulta sumamente compleja.

La industria de la confección tradicionalmente se ha identificado con las Cámaras de la Pequeña Industria Provinciales. Las Provincias que registran mayor actividad de confección son Pichincha, Azuay, Tungurahua, Guayas e Imbabura.

De acuerdo a estimaciones de las respectivas Cámaras de la Pequeña Industria provinciales, se tienen algunas estimaciones que pueden servir de referencia mas no deben ser tomados como valores absolutos para estimar la relación entre productores formales e informa en cada provincia.

## **Precios de los Servicios Relacionados**

En los diferentes puntos de venta que existen en la ciudad de Quito ofrecen servicios adicionales a la venta de la ropa, cuando la prenda está grande o necesita un arreglo, el local se lo hace sin ningún costo adicional.

### **1.6.3.- Comportamiento Histórico de la Oferta**

Los factores que han impedido que el sector textil mantenga un crecimiento en los últimos años ha sido la oferta de productos chinos y asiáticos además de la competencia desleal propiciada por el contrabando de ropa que se comercializa a menor precio que la que la nacional.

Para el calculo de la oferta histórica se tomaron los datos emitidos por el INEC correspondientes a la producción al por mayor y menor a nivel nacional, al cual se le



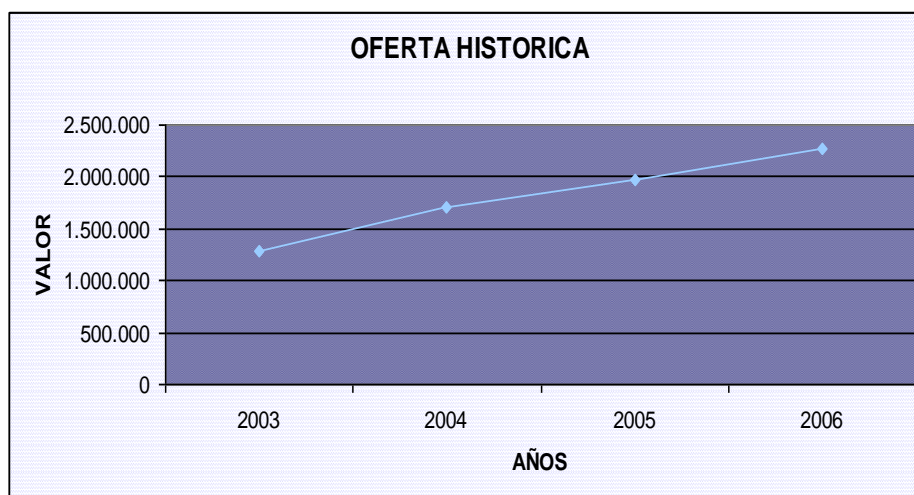
sumo el valor correspondiente a las importaciones y al valor por contrabando de ropa que ingresa al país. Una vez que se determino la cantidad de ropa que se oferta a nivel nacional se procedió a calcular el valor de ropa de niños que se consume en la Provincia de Pichincha, el calculo se realizo en base al número de niños que existen en Pichincha según los datos del INEC.

Los datos presentados en el cuadro N°. 8 se detalla la oferta de ropa para niños en los últimos cuatro años, los datos se expresan en millones de dólares a precios constantes. (Ver anexo 7 del desglose del cálculo de la oferta histórica).

CUADRO N° 8	
OFERTA HISTORICA DE ROPA PARA NIÑOS	
AÑO	OFERTA HISTÓRICA
2003	1.293.920
2004	1.699.586
2005	1.963.618
2006	2.263.059

Fuente: BCE , INEC del 2003, 2004

Elaborado por: Verónica Yuquilema





#### 1.6.4.- Oferta Actual

De acuerdo a los datos obtenidos en el Banco Central del Ecuador se estima que la oferta actual de ropa para niños es de 2.263 millones de dólares expresados en valores constantes.

#### 1.6.5.- Proyección de la Oferta

Para proyectar la oferta de ropa para niños, se tomó en cuenta la oferta desde el año 2004 y se realizó la proyección por los métodos de regresión lineal, regresión logarítmica, regresión polinómica, regresión potencial, regresión exponencial y media móvil, siendo el método de regresión polinómica la más adecuada con un  $R^2 = 0,9921$  y con la siguiente ecuación polinómica:

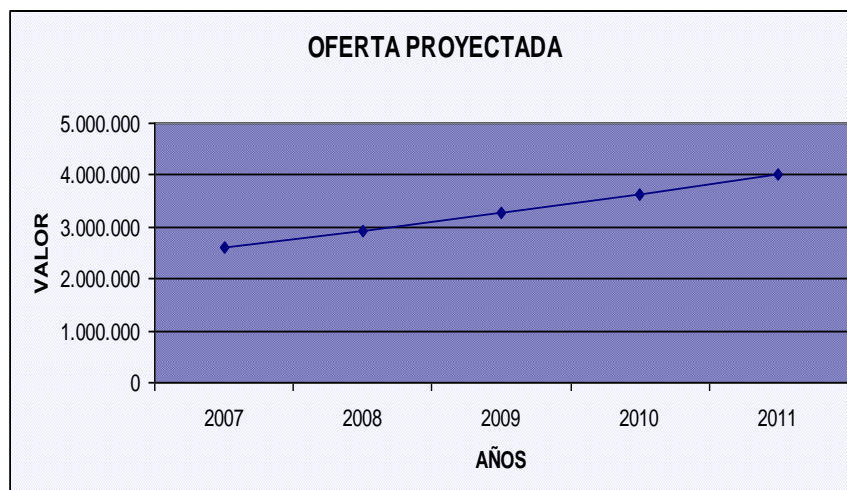
$$y = 5058,4x^2 + 269090x + 801264$$

Reemplazando la ecuación obtenemos los siguientes datos:

CUADRO N° 9		
OFERTA PROYECTADA DE ROPA PARA NIÑOS		
AÑO	OFERTA HISTÓRICA	REGRESIÓN POLINÓMICA
2003	1.293.920	
2004	1.699.586	
2005	1.963.618	
2006	2.263.059	
2007		2.597.906
2008		2.932.756
2009		3.277.722
2010		3.632.804
2011		3.998.004
Fuente: BCE , INEC del 2003, 2004		
Elaborado por: Verónica Yuquilema		

La ropa de niños pertenece a los bienes normales ya que estos se definen como aquellos cuya cantidad consumida aumenta junto al crecimiento de sus miembros y a la creación de más funciones, cumpliendo con las expectativas de la sociedad.

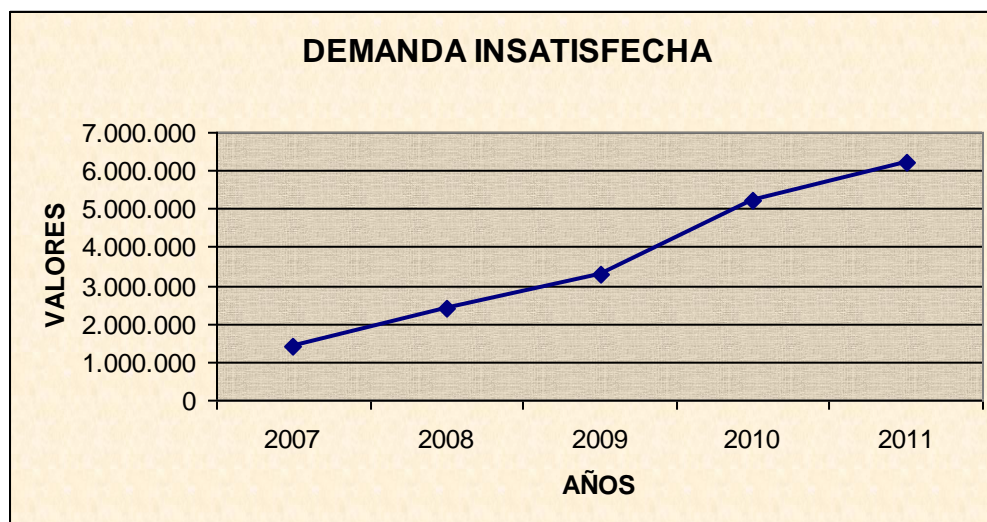
Esta ecuación representa que a medida que X aumenta (años transcurridos) la Oferta va aumentando, es decir, la cantidad de ropa para niños.



### 1.7.- Determinación de la Demanda Insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha de la ropa para niños, se tomó en cuenta los datos proyectados de la demanda y de la oferta, que se obtuvieron anteriormente. Es indispensable determinar el balance entre la oferta y demanda proyectada, estableciendo una brecha, denominada demanda insatisfecha, la cuál será la primera condición para establecer la dimensión de la nueva unidad productiva.

CUADRO N° 10			
DEMANDA INSATISFECHA DE ROPA PARA NIÑOS			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2007	3.985.155	2.597.906	1.387.249
2008	4.782.647	2.932.756	2.403.947
2009	5.622.887	3.277.722	3.286.423
2010	6.505.875	3.632.804	5.201.803
2011	7.431.611	3.998.004	6.223.707
Fuente: Reporte Sectorial del BCE del 2004-2005-2006			
Elaborado por: Verónica Yuquilema			



Esta demanda insatisfecha solo sucede en teoría ya que mucha de la ropa que se comercializa en nuestro país es importada manera irregular y las autoridades no pueden estimar una cantidad específica por este rubro, ya que ropa de niños se encuentra en el mercado con facilidad, por lo que se pretende posesionarse en el mercado por diferenciación con respecto a la competencia.

## 1.8.- Análisis del Precio en el Mercado del Producto y Servicio

“El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.<sup>18</sup>

### 1.8.1.- Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios

1. Precio existente en el mercado (Precio de mercado),
2. Precio de Productos similares importados,
3. Precios fijados por el sector público,
4. Precio estimado en función del costo de producción. (Como el producto de un coeficiente dado por el Costo)
5. Precio estimado en función de la demanda,
6. Precios del mercado internacional,
7. Precios regionales, diferenciando entre países que participan de un acuerdo regional y el resto del mundo.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, Pág. 41.

<sup>19</sup> KOTLER, Philip, Mercadotecnia, Tercera Edición



Una vez que se analizó los diferentes métodos para determinar los precios de un producto se decidió que se aplicará precios estimado en función del costo de producción, es decir, al costo de producción de cada prenda de vestir que se produzca se sumará un porcentaje de utilidad, de esta suma se obtendrá el precio de venta al público. Se eligió este método porque para la producción de cada prenda requiere diferentes materiales e insumos y los costos de estos varían de acuerdo a la talla, el modelo y al precio que ofrece los diferentes proveedores.

### **1.8.2.- Comportamiento Histórico y Tendencias**

Antes de que el país adopte la dolarización los precios de los productos se incrementaban diariamente debido a varios factores como: el alto porcentaje de inflación que existía anualmente, a la especulación que había por parte de los productores e intermediarios, por la devaluación de la moneda que sufría el Sucre frente al dólar, además existía incertidumbre política. Una vez que la dolarización fue un hecho, los precios de los productos seguían incrementándose debido a la falta de moneda fraccionaria y al redondeo de precios que sufrían los productos.

El sector de la confección ha sufrido los impactos derivados de la crisis económica que ha soportado el Ecuador en los últimos años y el encarecimiento de los insumos importados ha provocado un incremento en los precios de las prendas textiles debido a la alta dependencia que el sector tiene de materias primas importadas.<sup>20</sup>

Las prendas de vestir, con una variabilidad de precios de entre \$3.2/Kg y \$15.3/Kg, han tenido una tendencia decreciente muy evidente del 50% entre el año 2001 y 2003, esto significó una disminución del precio promedio mensual del 1.8%. A esta evolución se le atribuye el incremento de la participación de la producción China dentro de este rubro.<sup>21</sup>

En la actualidad el porcentaje de inflación se mantiene estable por lo que los precios de las prendas no van a tener una variación del precio. Hoy en día se utiliza materia de prima (tela) importada ya que es más barata que la nacional, con esta medida pretende abaratar los costos.

## **1.9.- Mercadeo y Comercialización**

### **1.9.1.- Estrategias de Producto y Servicio**

La ropa para niños que se ofrecerá en este nuevo punto de venta será variada, cada familia podrá adquirir ropa para niña, niño y bebé en un mismo lugar, además podrá encontrar ropa para el uso diario, ropa deportiva y ropa de dormir en los colores de preferencia de cada género.

<sup>20</sup> Tomado de Perfiles de Producto, Centro de Inteligencia Comercial, CORPEI, pag. 3.

<sup>21</sup> Tomado de Reporte Sectorial, Banco Central del Ecuador, pag. 9



Se desarrollará una estrategia de diferenciación debido a que contará con instalaciones modernas, amplias, iluminadas, adecuado mobiliario, estacionamiento y seguridad privada, diseñado especialmente para que los clientes que visiten el lugar se sientan cómodos y puedan realizar sus compras con tranquilidad y confianza.

CUADRO N° 11		
USUARIO DE LA ROPA PARA NIÑOS		
USUARIO	FRECUENCIA	%
Hijos	73.347	92,75
Familia	4.587	5,8
Otros	1.147	1,45
<b>TOTAL</b>	<b>79.080</b>	<b>100</b>
Fuente: Estudio de Mercado		
Elaborado por: Verónica Yuquilema		

De acuerdo a la encuesta realizada el 92.75% de la población compran ropa de niños para sus hijos. Dentro de las estrategias que se aplicarán en este nuevo punto de venta de ropa para niños es implementar un área de juegos infantiles en los dos puntos de ventas se van a estar ubicados en el norte y centro de la ciudad, con el objetivo de que los niños no se inquieten o molesten a sus padres mientras ellos realizan la compra. En el área infantil esta una persona que se encargue del cuidado y de realizar juegos con los niños que se encuentren en el local.

En los locales a implementar se realizará una pequeña encuesta a los clientes en la cual se pueda recolectar los datos personales, sobretodo los números de teléfono y/o el correo electrónico.

### 1.9.2.- Estrategias de Precios

Gracias a la eliminación de intermediarios a través de la venta directa de fábrica que se realizará en los puntos de venta se aplicará la estrategia de precios en función de la competencia, es decir, se establecerá un precio por debajo de los que se ofrecen en el mercado, con el fin de ganar participación en el mercado.

Por la apertura de los locales y cambio de mercadería se establecerá precios preferenciales por introducción y liquidación, se ofrecerá descuentos y promociones de acuerdo al monto de compra.

### 1.9.3.- Estrategias de Plaza

Las estrategias de plaza representan lo que hace la compañía para que el producto o servicio esté al alcance de los consumidores meta<sup>22</sup>.

El canal de distribución que se aplicará para la comercialización de ropa de niños se implementará dos puntos de ventas ubicados en el sector norte y centro de la ciudad de Quito, en sectores totalmente comerciales, que estarán a disposición del cliente los 365 días del año, en un horario extendido capaz de que el cliente pueda realizar sus compras en el momento que él lo requiera.

<sup>22</sup> KOTLER Philip, AMSTRONG Gary, Fundamentos de Mercadotecnia, Segunda Edición



En lo futuro el cliente podría realizar sus compras a través de Internet mediante catalogo electrónico, con una entrega a domicilio.

#### **1.9.4.- Estrategia de Promoción**

Para dar a conocer la marca de ropa se realizará una publicidad en radio por un periodo de tres meses, que deberá ir disminuyendo su frecuencia paulatinamente pero sin que sea desechada esta opción, además se realizará publicaciones en la revista semanal “La Familia”.

Con el fin de dar a conocer la nueva marca de ropa en la ciudad de Quito y los valles aledaños se contratará los servicios de anuncios publicitarios en los diferentes medios de transportes urbanos de la ciudad.

Del control de la atención al cliente se encargará cada administrador del local ya que para la empresa es importante la propaganda que el cliente pueda realizar de la atención y del servicio que recibió. Se realizará un seguimiento postventa con el afán de identificar las debilidades y fortalezas que posee la marca para realizar las correcciones de ser necesario.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico analizará la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible<sup>23</sup>.

#### **2.1.- Definición del Producto y Servicio**

##### **2.1.1- Definición del Producto**

Se elaborará ropa para niños de hasta cinco años, para diferentes ocasiones como ropa formal, ropa para el diario, ropa deportiva, ropa para dormir, en varios modelos, en cinco tallas para niños de 1 a 5 años y 3 tallas para bebés de 0 a 12 meses.. La ropa a confeccionar y a comercializar será elaborada en tela plana como jean en el caso de los pantalones y en tela de punto para las prendas más livianas como blusas, camisetas, faldas, vestidos, pijamas y calentadores, en

<sup>23</sup> MENESES EDILBERTO, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 75.





el caso de los niños las camisas serán elaboradas en tela plana gabardina.

Las telas que se ocuparan para la elaboración de las prendas son llanas y estampadas, prevaleciendo los colores claros para el caso de las niñas y los colores medianos y oscuros para los niños, los modelos de las telas dependerán de cada proveedor.

Los productos que se van a ofrecer son:

#### ROPA PARA NIÑAS

- Pantalones
- Faldas
- Vestidos
- Conjuntos
- Camisetas
- Camisas
- Sacos
- Chompas
- Calentadores
- Pijamas

#### ROPA PARA NIÑOS

- Pantalones
- Conjuntos
- Camisetas
- Camisas
- Sacos
- Chompas
- Calentadores
- Pijamas

#### ROPA PARA BEBES

- Pantalones
- Conjuntos
- Camisas
- Sacos
- Monos
- Vestidos

### 2.1.2- Definición del Servicio

La venta de la ropa para niños será directa, de productor a consumidor, por lo que se abrirán dos locales, uno al norte y otro en el centro del Distrito Metropolitano de Quito. Cada local será atendido por dos personas las cuales se encargarán de ofrecer las prendas hasta que el cliente realice la compra, se da opción a que el niño se pruebe la prenda antes de comprarla. Por cambio de temporadas se va a contratar una persona que se encargue de controlar a los niños en el área de juegos.

### 2.2.- Tamaño del Proyecto



La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.<sup>24</sup>

## 2.2.1.- Factores Determinantes del Proyecto

### 2.2.1.1.- Condicionantes del Mercado

La demanda de ropa para niños presenta un camino viable para la creación de la nueva unidad productiva,

El mercado es atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo se determinó que las familias de Quito requieren de ropa para niños, y más aún si se ofrece una amplia variedad de ropa para niños, niñas y bebé a precios económicos.

### 2.2.1.2.- Disponibilidad de Recursos Financieros

Para financiar el proyecto ha implementar, el 70% de los recursos serán fondos propios, que lo constituye los aportes de los socios, y el 30% restante mediante un crédito bancario.

En el mercado existen diferentes tipos de financiamientos como préstamos a largo plazo, hipotecas y créditos microempresarios.

Para acceder a los préstamos a largo plazo o las hipotecas en las Instituciones Financieras como los Bancos, la persona que solicite el crédito debe tener más de 25 años de edad o que la empresa y/o negocio este funcionando mínimo 6 meses para poder justificar los ingresos y acceder al crédito, estos requisitos forman una barrera al momento de acceder a este tipo de créditos.

El crédito se lo realizará en el Banco del Pichincha, ya que este banco otorga un interés razonable del 12.05%

<b>CUADRO No. 12</b>		
<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>		
<b>Fuente</b>	<b>Monto</b>	<b>Porcentaje</b>
Propias	120.321,25	70%
Externas	51.566,25	30%

<sup>24</sup> SAPAG CHAIN Nassir, SAPAG CHAIN Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos



<b>Total Financiamiento</b>	171.887,50	100%
Elaborado por: Verónica Yuquilema		

### 2.2.1.3.- Disponibilidad de Mano de Obra

En lo que se refiere a la mano de obra, una fábrica de ropa para niños requiere personal especializado, que tenga conocimientos de diseño de modas, corte y confección de ropa.

De acuerdo al tamaño del proyecto, es importante que la unidad productiva, cuente con el personal necesario para que labore en sus instalaciones, además de que sea el adecuado para realizar las diferentes actividades que se realizarán en el proceso productivo.

En la ciudad de Quito existen diferentes fábricas de confección de ropa y colegios dedicados a formar personas en la rama del Corte y la Confección, por lo que se existe disponibilidad de mano de obra con y sin experiencia.

### 2.2.1.4.- Disponibilidad de Insumos y Materias Primas

En la ciudad de Quito existe un amplio parque industrial textil el cual ofrece las materias primas e insumos requeridos para obtener el producto final, siendo esto una ventaja para la empresa, puesto que la distancia y el tiempo, para la compra de estos materiales será mínimo.

La empresa se debe asegurar que el abastecimiento de la materia prima e insumos, que requiere para la producción de ropa para niños, sea eficiente.

Atuntaqui es una ciudad productora de todo tipo de ropa, por lo que se ha seleccionado los almacenes que ofrecen las prendas que la empresa necesita adquirir, se trabajará con varios proveedores para una misma prenda, con la finalidad de obtener variedad y evitar el desabastecimiento.

### 2.2.1.5.- Disponibilidad de Tecnología

Para la confección de ropa para niños no se necesita de tecnología 100 % automatizada, se utilizará tecnología que ofrece el mercado ecuatoriano siendo de fácil acceso, costos razonables y facilidades de pago, con un proceso cuyo mayor componente es la mano de obra.

Se requerirá de la siguiente tecnología:

- ❖ Máquina de Coser Overlock de 5 hilos



- ❖ Máquina Recubridora
- ❖ Máquina Recta
- ❖ Máquina Ojaladora y Botonera
- ❖ Cortadora de Tela de 4"
- ❖ Computadoras
- ❖ Sistema Contable

#### **2.2.1.6.- Economías de Escala**

Para conocer la variación de los costos al cambiar el nivel de producción es conveniente analizar el costo por unidad o costo medio, analizar que tipo de rendimiento existe, si son crecientes y decrecientes.

Los rendimientos crecientes ocurren cuando en la producción existe un aumento en todos los insumos por ende genera un aumento mayor al producto, en los rendimientos decrecientes ocurre lo contrario y en un rendimiento constante el incremento de los insumos ocasiona un incremento en el producto en un mismo porcentaje.

La aplicación de la teoría de economías de escala se puede entender cuando existe una disminución del costo unitario a consecuencia de una producción en aumento; mientras que una deseconomía en escala ocurre al aumentar el costo unitario y también aumenta la producción pero en una proporción menor a la de los factores.

#### **2.2.2.- Capacidad de Producción y Prestación del Servicio**

La capacidad de producción es la capacidad máxima a la que llega una empresa en función de los recursos que posea, tales como: financieros, materiales y tecnológicos. La capacidad máxima instalada para el proyecto está dada en función de las horas que las máquinas pueden ser utilizadas al día, la recomendación del fabricante son de 16 a 20 horas al día, inicialmente se tendrá un horario de trabajo de 10 horas diarias por 5 días a la semana, lo que



significa que empleará alrededor de un 36,76% de la capacidad instalada.

## **2.3.- Localización del Proyecto**

### **2.3.1.- Macro Localización**

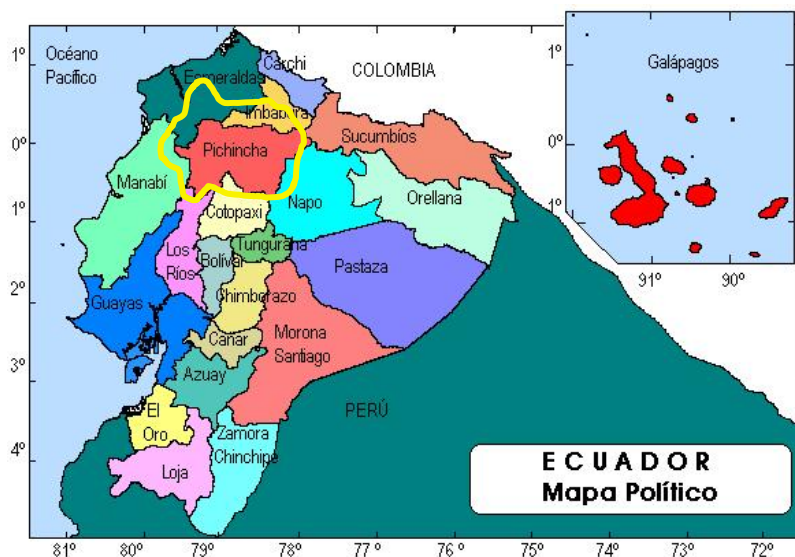
La macro localización ayuda a definir y especificar la región, provincia y cantón en donde se desarrollará el estudio.

#### **2.3.1.1.- Justificación**

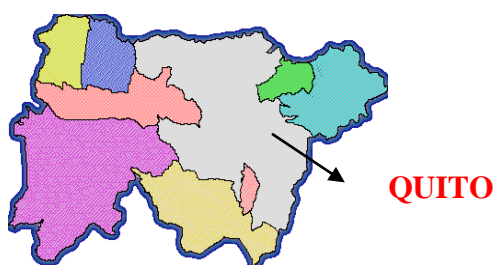
a producción y comercialización de ropa para niños se desarrollará en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito, la ubicación de la nueva unidad productiva fue escogida por las siguientes razones:

- En la ciudad de Quito existe mayor concentración de empresas del área textilera facilitando la obtención de materia prima, insumos y mano de obra calificada necesaria para la ejecución del proyecto.
- En el sector de influencia del proyecto no existen puntos de venta de ropa para niños directos de fábrica, con un servicio personalizado orientado a satisfacer los requerimientos del cliente potencial.
- La ciudad de Quito cuenta con los servicios básicos necesarios como energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, recolección de basura y telecomunicaciones; vías de acceso para toda la ciudad y la disposición de infraestructura adecuada para la implementación del proyecto.
- De acuerdo a los datos obtenidos en el INEC, la población de Quito tendrá un crecimiento poblacional alto en los próximos años, razón por la cual, el proyecto tendrá un crecimiento sostenido durante los próximos años.
- El terreno e infraestructura en donde se ubicará la nueva unidad productiva es propio, contribuyendo de esta forma a la ejecución del proyecto.

### 2.3.1.2.- Mapa de Macro Localización



#### PROVINCIA DE PICHINCHA



### 2.3.2.- Micro Localización

La micro localización define el sector específico donde se desarrollará el estudio en ejecución.

#### 2.3.2.1.- Criterios de Selección de Alternativas

En este estudio de mercado hay que determinar la micro localización de los dos puntos de ventas que se pretenden abrir, el uno en el sector norte y el otro en el centro de la ciudad de Quito y la ubicación de la fábrica.

#### CRITERIOS DE SELECCIÓN PARA LA FÁBRICA

##### Medios y costo de transporte

Con el crecimiento acelerado de la ciudad de Quito, se ha incrementado las vías, carreteras y vehículos de transporte que permiten que los habitantes puedan trasladarse con facilidad. Los proveedores y el carro repartidor de la empresa pueden llegar y salir con facilidad y sin demora a las instalaciones de la nueva unidad productiva.



Actualmente se cuenta con un vehículo propio, el cual servirá para realizar las entregas de la ropa de niños terminada desde la bodega de la fábrica hasta los dos puntos de venta que va a tener la empresa. En el caso del abastecimiento de la materia prima y los insumos la mayor parte de los proveedores se encargan de entregar los productos en las bodegas del cliente, pero dada alguna eventualidad el vehículo de la empresa tendrá que retirar la materia prima o insumos desde las bodegas de los diferentes proveedores.

### **Cercanía de las fuentes de abastecimiento**

En lo que se refiere a los proveedores, se va tener una amplia lista de proveedores, es decir, para cada materia prima o insumo se va tener dos o tres proveedores para evitar el desabastecimiento y perjudicar al proceso productivo, motivo por el cual los proveedores serán de la provincia de Pichincha y de otras provincias, pero los proveedores que tienen sus fabricas en las diferentes provincias tienen almacenes en la ciudad de Quito ya que es un lugar más comercial.

El sector de mayor concentración de proveedores de insumos y varios tipos de telas es en el Centro Histórico de la ciudad de Quito, cave recalcar que el principal proveedor de tela de punto tiene almacenes de ventas en el norte y sur de la ciudad de Quito.

### **Cercanía del mercado**

La fábrica de ropa para niños estará instalada en el mismo cantón en donde se instalaran los dos puntos de ventas, no es necesario que las fábrica este ubicada cerca de los dos puntos de ventas ya que se deberá entregar el producto terminado cada vez que se vaya a sacar al mercado una nueva colección de ropa.

### **Factores Ambientales**

La implementación de la nueva fábrica en cualquiera de los sectores de la ciudad de Quito no causa ningún impacto ambiental porque los desechos sólidos no ponen en riesgo el entorno en el cual se desarrollará la nueva empresa.

### **Disponibilidad de servicios básicos**

En el área urbana de la ciudad de Quito cuenta con todos los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable, telecomunicaciones, alcantarillado, recolección de basura, indispensables para funcionamiento de la fábrica.

### **Posibilidad de eliminación de desechos**

En el Distrito Metropolitano de Quito existen dos empresas que se encargan del sistema de recolección de basura y residuos, por lo general recolectan la basura tres veces por semana, permitiendo que los desechos sean eliminados adecuadamente.



Para poder determinar la micro localización de la Fábrica y el punto de venta del Norte y Centro de la ciudad de Quito, se ha delimitado los diferentes sectores de la ciudad

### **CRITERIOS DE SELECCIÓN PARA LOS LOCALES**

#### **Medios y costo de transporte**

Los dos almacenes deben estar ubicados en sectores de fácil acceso, que cuenten con vías de acceso, que cuenten con medios de transporte públicos como el Buses Urbanos, Trole, Ecovia, Metrovía y sus respectivos alimentadores.

#### **Cercanía de las fuentes de abastecimiento**

Los locales serán abastecidos cada vez que se vaya a sacar una nueva colección de ropa y en el caso que cualquiera de los dos locales queden desabastecidos antes del periodo establecido.

#### **Cercanía del mercado**

Para la apertura de los dos locales se debe seleccionar lugares estratégicos, comerciales y de fácil acceso para facilitar la venta de ropa.

#### **Disponibilidad de servicios básicos**

En el área urbana de la ciudad de Quito cuenta con todos los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable, telecomunicaciones, alcantarillado, recolección de basura, indispensables para funcionamiento de la fábrica.

#### **Disponibilidad de locales comerciales**

Tanto en el norte y en centro de la ciudad de Quito se va a arrendar locales comerciales por lo que es indispensable seleccionar sectores comerciales con locales comerciales de arriendo.

Para poder determinar la micro localización de la Fábrica y el punto de venta del Norte y Centro de la ciudad de Quito, se ha delimitado los diferentes sectores de la ciudad.

CUADRO N° 13	
SECTORES DE LA CIUDAD DE QUITO	
SECTOR	ZONA COMPRENDIDA ENTRE
NORTE	La Av. Patria hacia el norte.
CENTRO	Desde Calle Ambato hasta la Av. Patria
SUR	La Av. Rodrigo de Chávez hacia el sur.
PERIFERICO	Valle de los Chillos y el Valle de Tumbaco.
Elaborado por: Verónica Yuquilema	

Para determinar la micro localización de la fábrica de ropa para niños, hay que tomar en cuenta los siguientes sectores de la ciudad de Quito:





- ❖ Norte
- ❖ Centro
- ❖ Sur
- ❖ Periférico

Para determinar la micro localización del punto de venta de ropa para niños, ubicado en el sector norte de la ciudad de Quito hay que tomar en cuenta los siguientes sectores del sector:

- ❖ Av. 10 de Agosto y Colón
- ❖ Av. América y Mariana de Jesús
- ❖ Av. Amazonas y Carrión.
- ❖ Av. de la Prensa y Av. del Maestro

Para determinar la micro localización del punto de venta de ropa para niños, ubicado en el sector centro de la ciudad de Quito hay que tomar en cuenta los siguientes sectores del sector:

- ❖ Calle Chile y Cuenca
- ❖ Calle Guayaquil y Espejo
- ❖ Calle Venezuela y Sucre
- ❖ Calle Venezuela y Mejía



<b>2.3.2.2.- Matriz de Micro Localización</b>							
<b>CUADRO Nº 14</b>							
<b>MICRO LOCALIZACIÓN DE LA FABRICA</b>							
<b>ALTERNATIVAS</b>		<b>NORTE</b>		<b>CENTRO</b>		<b>SUR</b>	
FACTOR LOCACIONAL	PONDERACION	PESO	PUNTAJE	PESO	PUNTAJE	PESO	PUNTAJE
<b>MEDIOS DE TRANSPORTE</b>	<b>0,15</b>						
Vías de acceso a la ciudad y al sector de la fábrica	0,80	75,00	60,00	25,00	20,00	80,00	64,00
Diferentes líneas de transporte público	0,40	70,00	28,00	60,00	24,00	70,00	28,00
Costo del pasaje accesible	0,30	80,00	24,00	60,00	18,00	80,00	24,00
<b>CERCANÍA A LAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO</b>	<b>0,10</b>						0,00
Cercanía a los proveedores de materia prima e insumos	0,70	60,00	42,00	60,00	42,00	50,00	35,00
Cercanía a los proveedores de ropa elaborada	0,30	50,00	15,00	60,00	18,00	50,00	15,00
<b>CERCANÍA AL MERCADO</b>	<b>0,05</b>						0,00
Cercanía al local norte	0,03	60,00	1,50	60,00	1,50	50,00	1,25
Cercanía al local centro	0,03	40,00	1,00	80,00	2,00	50,00	1,25
<b>DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BASICOS</b>	<b>0,30</b>						0,00
Agua Potable	0,01	10,00	0,10	40,00	0,40	40,00	0,40
Energía Eléctrica	0,15	60,00	9,00	60,00	9,00	60,00	9,00
Teléfono	0,04	60,00	2,40	60,00	2,40	60,00	2,40
Internet Banda Ancha	0,04	60,00	2,40	60,00	2,40	60,00	2,40
Recolección de Basura	0,06	60,00	3,60	50,00	3,00	50,00	3,00



<b>DISPONIBILIDAD DE TERRENO</b>	<b>0,40</b>						0,00
Área del terreno	0,20	60,00	12,00	10,00	2,00	80,00	16,00
Precio del metro cuadrado	0,20	30,00	6,00	10,00	2,00	80,00	16,00
<b>TOTAL PUNTAJE SOBRE 100</b>	1,00		<b>207,00</b>		<b>146,70</b>		<b>217,70</b>
Elaborado por: Verónica Yuquilema							

CUADRO Nº 15							
MICRO LOCALIZACIÓN DeI LOCAL DEL CENTRO							
ALTERNATIVAS		Calle Chile y Cuenca		Calle Guayaquil y Espejo		Calle Venezuela y Mejía	
FACTOR LOCACIONAL	PONDERACION	PESO	PUNTAJE	PESO	PUNTAJE	PESO	PUNTAJE
<b>MEDIOS DE TRANSPORTE</b>	<b>0,15</b>						
Vías de acceso a la ciudad y al sector de la fábrica	0,80	70,00	56,00	70,00	56,00	80,00	64,00
Diferentes líneas de transporte público	0,40	60,00	24,00	70,00	28,00	80,00	32,00
Costo del pasaje accesible	0,30	80,00	24,00	80,00	24,00	80,00	24,00
<b>CERCANÍA A LAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO</b>	<b>0,10</b>						0,00
Cercanía a la fábrica	0,10	50,00	5,00	50,00	5,00	50,00	5,00
<b>CERCANÍA AL MERCADO</b>	<b>0,05</b>						0,00
Comercial	0,03	80,00	2,00	60,00	1,50	80,00	2,00
Céntrico	0,03	70,00	1,75	70,00	1,75	70,00	1,75
<b>DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BASICOS</b>	<b>0,30</b>						0,00
Agua Potable	0,01	80,00	0,80	80,00	0,80	80,00	0,80



Energía Eléctrica	0,15	80,00	12,00	80,00	12,00	80,00	12,00
Teléfono	0,04	80,00	3,20	80,00	3,20	80,00	3,20
Recolección de Basura	0,06	80,00	4,80	80,00	4,80	80,00	4,80
<b>DISPONIBILIDAD DE LOCAL COMERCIAL</b>	<b>0,40</b>						0,00
Área del local	0,20	60,00	12,00	60,00	12,00	80,00	16,00
Valor del arriendo	0,20	60,00	12,00	60,00	12,00	80,00	16,00
<b>TOTAL PUNTAJE SOBRE 100</b>	<b>1,00</b>		<b>157,55</b>		<b>161,05</b>		<b>181,55</b>
Elaborado por: Verónica Yuquilema							

CUADRO Nº 16							
MICRO LOCALIZACIÓN Del LOCAL DEL NORTE							
ALTERNATIVAS		Av. 10 de Agosto y Colón		Av. América y Mariana de Jesús		Av. De la Prensa y Av. Del Maestro	
FACTOR LOCACIONAL	PONDERACION	PESO	PUNTAJE	PESO	PUNTAJE	PESO	PUNTAJE
<b>MEDIOS DE TRANSPORTE</b>	<b>0,15</b>						
Vías de acceso a la ciudad y al sector de la fábrica	0,80	70,00	56,00	70,00	56,00	80,00	64,00
Diferentes líneas de transporte público	0,40	60,00	24,00	70,00	28,00	80,00	32,00
Costo del pasaje accesible	0,30	80,00	24,00	80,00	24,00	80,00	24,00
<b>CERCANÍA A LAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO</b>	<b>0,10</b>						0,00
Cercanía a la fábrica	0,10	50,00	5,00	50,00	5,00	50,00	5,00
<b>CERCANÍA AL MERCADO</b>	<b>0,05</b>						0,00
Comercial	0,03	80,00	2,00	60,00	1,50	80,00	2,00
Céntrico	0,03	70,00	1,75	70,00	1,75	70,00	1,75
<b>DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BASICOS</b>	<b>0,30</b>						0,00



Agua Potable	0,01	80,00	0,80	80,00	0,80	80,00	0,80
Energía Eléctrica	0,15	80,00	12,00	80,00	12,00	80,00	12,00
Teléfono	0,04	80,00	3,20	80,00	3,20	80,00	3,20
Recolección de Basura	0,06	80,00	4,80	80,00	4,80	80,00	4,80
<b>DISPONIBILIDAD DE LOCAL COMERCIAL</b>	<b>0,40</b>						0,00
Área del local	0,20	60,00	12,00	60,00	12,00	80,00	16,00
Valor del arriendo	0,20	60,00	12,00	60,00	12,00	80,00	16,00
<b>TOTAL PUNTAJE SOBRE 100</b>	1,00		<b>157,55</b>		<b>161,05</b>		<b>181,55</b>
Elaborado por: Verónica Yuquilema							

**2.3.3.3.- Plano de la Micro Localización**

El sector donde se va a implementar la fábrica será en el sur de la ciudad de Quito, en la Parroquia de Chillogallo, ya que los socios cuentan con la infraestructura para implementar la fábrica.



**2.4.- Ingeniería del**

“El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología.”<sup>25</sup>

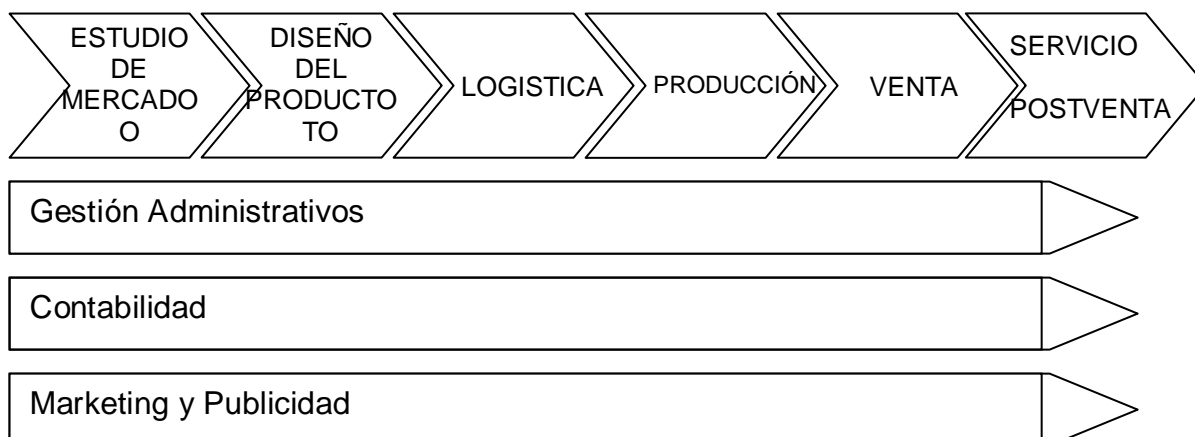
**Proyecto**

producción se define

**2.4.1.- Proceso de Producción y Prestación del Servicio**

**CADENA DE VALOR**

<sup>25</sup> SAPAG CHAIN Nassir, SAPAG CHAIN Reinaldo, Preparación y Evaluación de proyectos, Cuarta Edición, Pag. 134



### **ESTUDIO DE MERCADO**

Para determinar que prendas se van a confeccionar se realizó una investigación de mercado en la ciudad de Quito, en la cual se determinó que existe mayor demanda en la ropa para niño y niña, siendo los ternos, blusas, camisas, camisetas, vestidos, calentadores y pijamas las prendas de mayor consumo tanto para niños como para niñas. Al momento de la compra los padres prefieren las prendas en modelos sencillos para los niños, pero para las niñas prefieren modelos innovadores.

### **DISEÑO DEL PRODUCTO**

Para el diseño de las prendas se contratará una persona experta en diseño de modas, la cual entregará tres bosquejos diferentes por cada prenda que se vaya a confeccionar. Una vez que los modelos de la ropa ya están diseñados se envía a elaborar el patronaje base de la prenda, después de que se tiene la prenda modelo elaborada y probada se procede a realizar el escalado del patrón base para obtener las diferentes tallas.

### **LOGISTICA**

Para la adquisición de materia prima e insumos, primero se debe estimar la cantidad de prendas que se va a elaborar para calcular la cantidad de materia prima e insumos se va a adquirir.

En el caso de las telas, existe un proveedor que elabora las telas bajo pedido, primero hay que escoger el modelo de tela y luego se confecciona la tela en el modelo y la cantidad que se requiere.



Las relaciones comerciales con los proveedores se manejarán a través de un vendedor, que estará visitando la empresa constantemente con el afán de ofrecer sus productos a través de muestrarios. Todos los pedidos que se realicen serán entregados en las bodegas de la empresa, en los plazos establecidos por cada proveedor.

En el caso de la ropa de bebé se va a comprar a los diferentes almacenes de confección de ropa ubicados en Atuntaqui siendo Any Confecciones y Bandana los principales proveedores, en cuanto al abastecimiento de la mercadería existe dos alternativas la primera que, un representante de la empresa viaje a Atuntaqui realice las compras y regrese con la mercadería; o que los proveedores envíen la mercadería hasta las bodegas de empresa previo un depósito para cancelar la compra ya que todas las compras son al contado. Dependiendo del proveedor otorgan entre el 70 y 80% de utilidad por compras al por mayor.

## **PRODUCCIÓN**

Para elaborar las diferentes prendas, producción calcula el número de prendas a elaborar diariamente para solicitar a bodega la materia prima e insumos necesarios para la producción del día.

El sistema que se utilizará para la confección de las prendas será el dular, es decir las operarias son poli funcionales, el sistema funciona de la siguiente forma, si a una operaria se le asigna la confección total de una prenda, en una determinada cantidad y esta termina su trabajo en un tiempo menor al estimado puede ayudar a terminar el trabajo asignado a otra operaria para poder cumplir la meta del día, semana o mes.

Primero se procede a extender y estirar la tela para doblarla de maño de los moldes de la ropa con el fin de cortar la mayor cantidad de piezas, una vez cortadas las piezas se entrega a cada operaria todo el material necesario para la confección total de las prendas asignas en un día, al final del día deberá entregar las prendas terminadas.

## **VENTA**

Una vez terminada la producción de toda de la colección, se distribuirá toda la producción entre los dos almacenes que tiene la fábrica de acuerdo a la demanda que tiene cada local. En cada la venta será directa, es decir, de productor a consumidor final.

## **SERVICIO POSTVENTA**

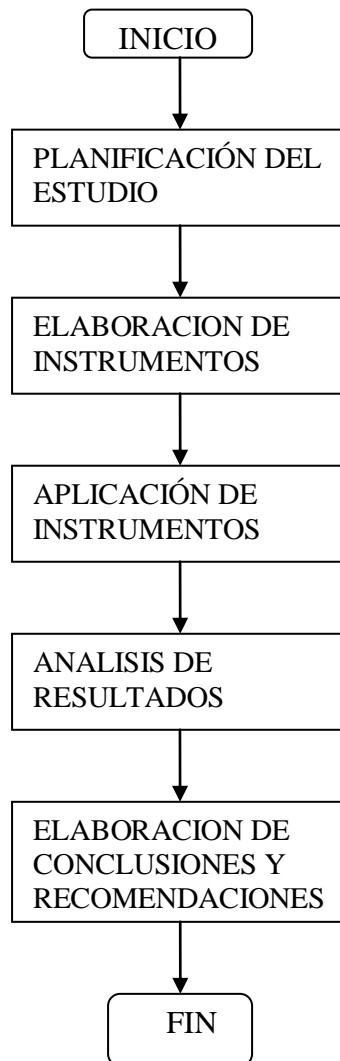




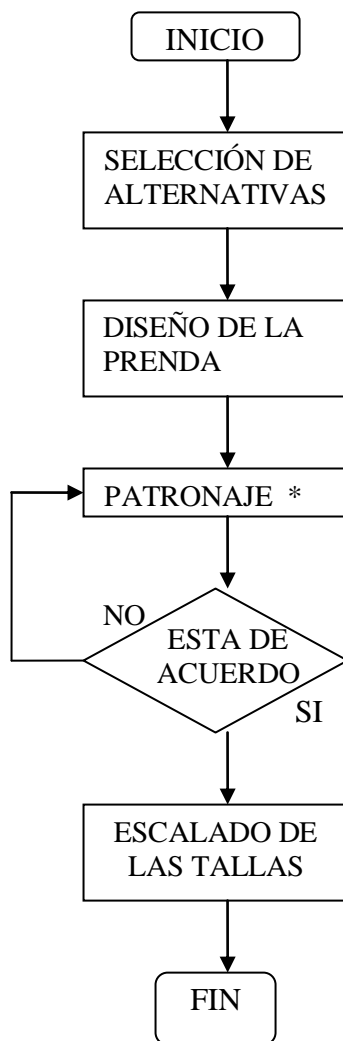
En el servicio postventa se realizará una pequeña encuesta a cada cliente al momento que cancele su compra, este seguimiento se realiza con el afán de conocer si el cliente esta conforme con el servicio que recibe en cada los dos puntos de venta que tiene la empresa.

### 2.4.2.- Diagrama de Flujo

#### ESTUDIO DE MERCADO

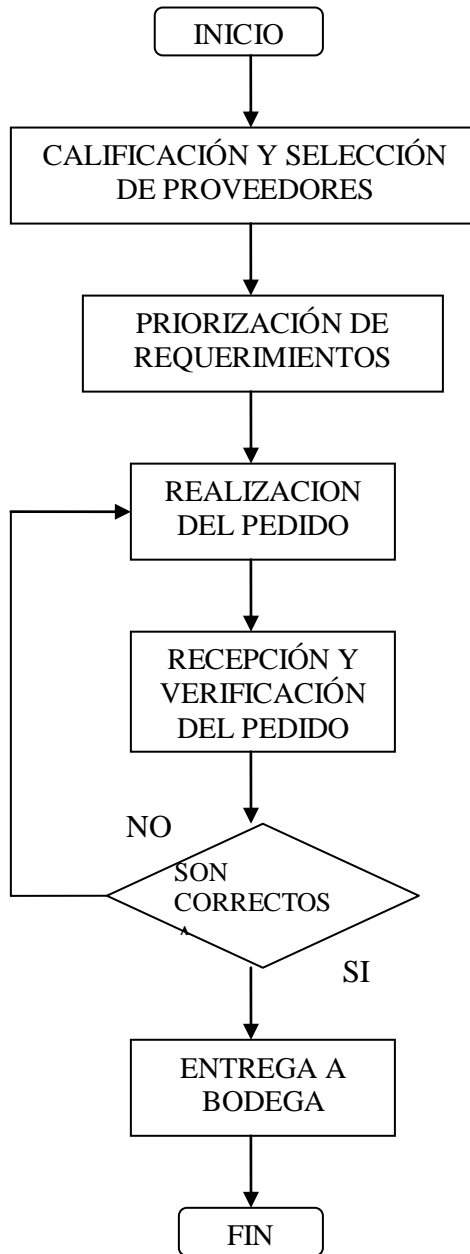


#### DISEÑO DEL PRODUCTO

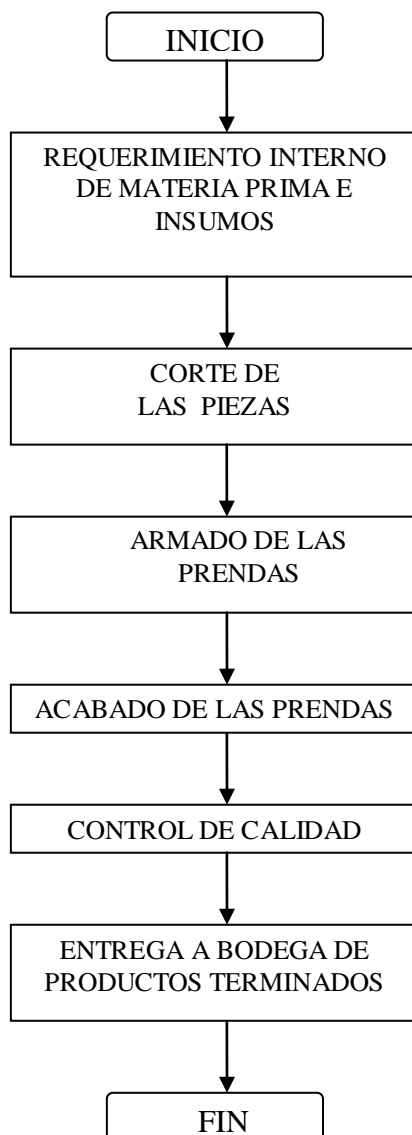


\* Servicio externalizado

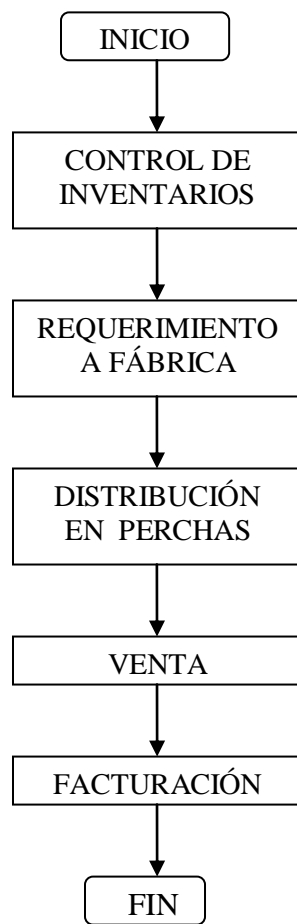
## LOGISTICA



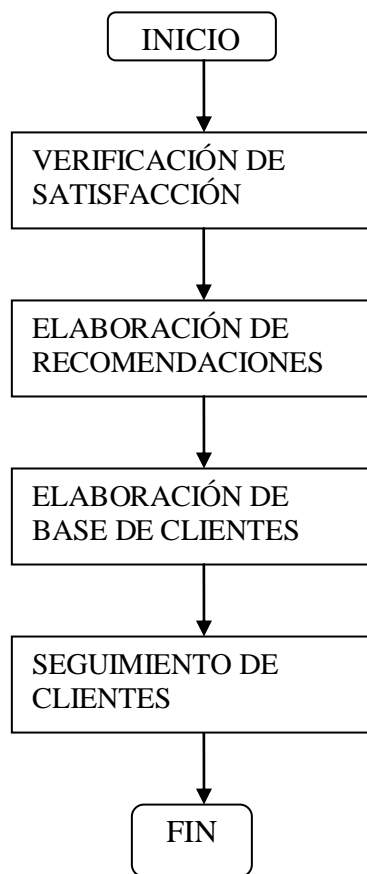
## PRODUCCIÓN



## VENTA



## SERVICIO POSTVENTA



### 2.4.3.- Programa de Producción o Prestación del Servicio

#### 2.4.3.1.- Condiciones de abastecimiento

Las condiciones de abastecimiento de cada materia prima y de los insumos varían de acuerdo al proveedor, en el cuadro adjunto se detalla las condiciones que establece cada proveedor:

CUADRO N° 17				
EMPRESA	PRODUCTOS	TIEMPO DE ENTREGA	LUGAR DE ENTREGA	FORMA DE PAGO
JS JERSEY C.A.	Telas de Punto: Jersey Lycra Fleece Rib Interlock	1 mes del pedido	Instalaciones de la Fábrica	Las tres primeras compras de contado.



NILOTEX	Telas de Punto: Jersey Fleece Interlock	De 15 a 20 días del pedido	Instalaciones de la Fábrica	Las tres primeras compras de contado.
FUFUS DEL ECUADOR	Hilos de Coser y botones	En 24 horas del pedido	Instalaciones de la Fábrica	Las tres primeras compras de contado.
MARATHON	Hilos de Coser	En 24 horas del pedido	Instalaciones de la Fábrica	La primera compra de contado.
RIBEL CIA LTDA	Elásticos	En 24 horas del pedido	Instalaciones de la Fábrica	Las tres primeras compras de contado.
MARCAS ETIQUETAS	Etiquetas, tallas, botones y cierres	De 8 a 10 días del pedido	Instalaciones de la Fábrica	Las compras de contado.
Any Confecciones Bandana Bebesitos	Ropa para Bebes	Dos o tres días del pedido	Instalaciones de la fabrica o en los locales de cada proveedor	Compras de Contado.

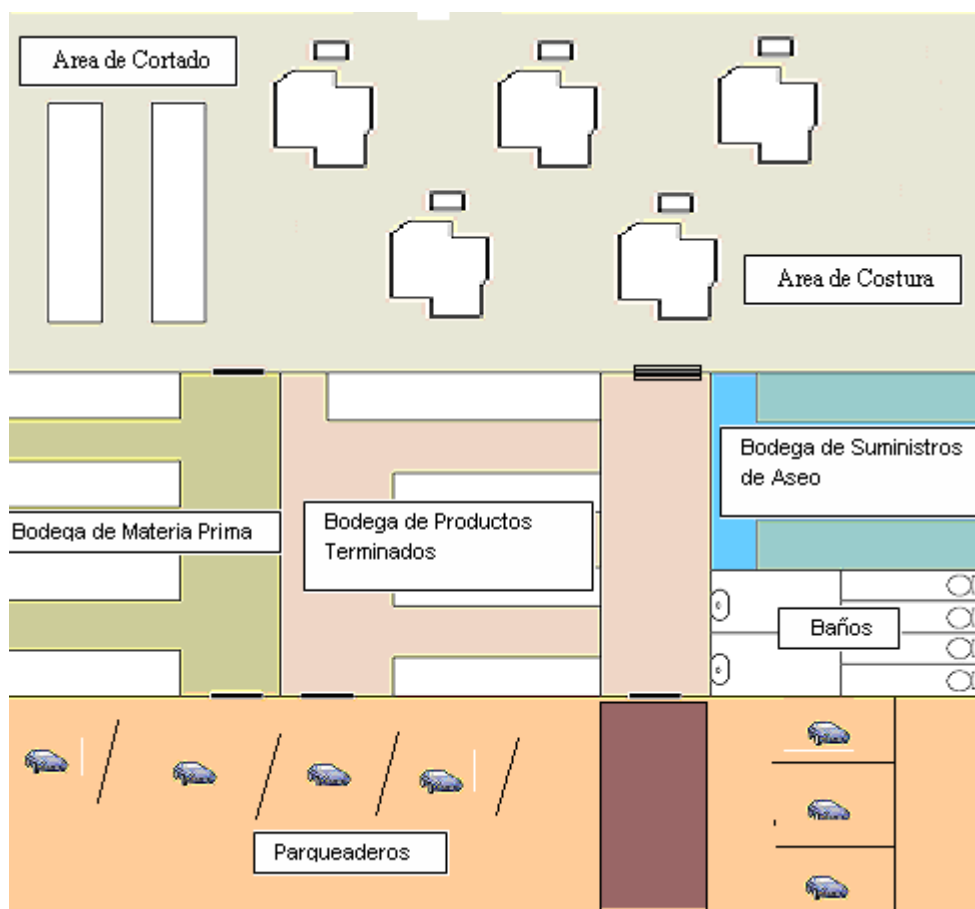
Elaborado por: Verónica Yuquilema

#### 2.4.4.- Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo (plano)

La planta de producción esta distribuida de la siguiente manera:

- Bodega de Materia Prima
- Bodega de Productos Terminados
- Bodega de Suministros de Aseo
- Área de Cortado

- Área de de Costura



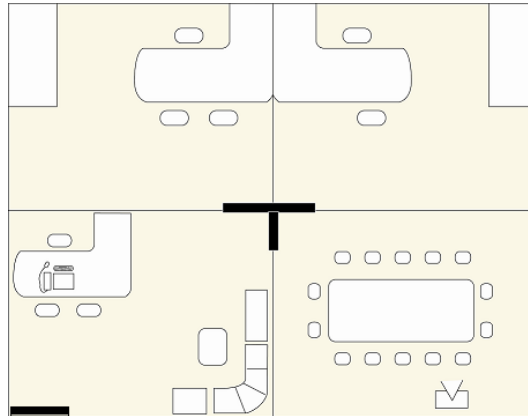
#### 2.4.5.- Requerimiento de Infraestructura

Para poner en funcionamiento la empresa se requiere instalar una nave industrial de 150 metros cuadrados, que tenga área para bodegas de materia prima y suministros, un área para producción, baños higiénicos.

En la primera planta de la nave industrial se ubicará las oficinas de la empresa, la cual esta formada por la recepción, dos estaciones de trabajo y una sala de juntas.

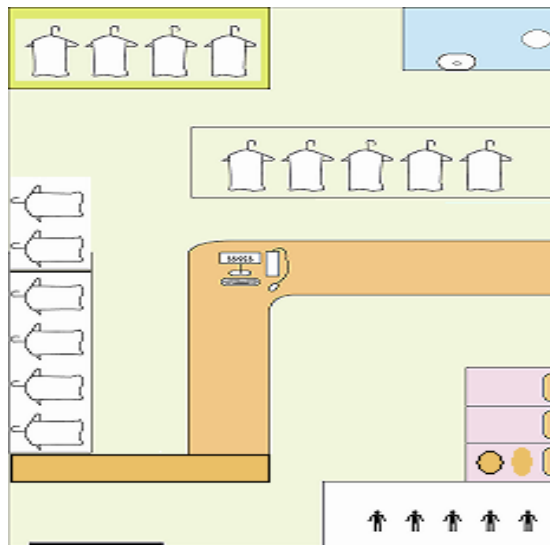
### OFICINAS





Se requiere dos locales para la apertura de los puntos de vena de fábrica, cada local deberá tener un área aproximada de 50 metros cuadrados, cada local tendrá mostradores, una pequeña bodega, vestidores, área infantil, un baño, y un área para exhibir la ropa en maniquís.

### LOCALES





	Puertas
	Baños
	Lavamanos
	Modular de Oficina
	Vestidores
	Tv
	Maniquis
	Máquinas

#### 2.4.6.- Requerimiento de Maquinaria y Equipo

Para que la planta pueda operar se requiere la siguiente maquinaria.

CUADRO Nº 18				
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA PARA LA FÁBRICA				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Máquina Overlock	1	unidad	1.248,00	1.248,00
Máquina Recubridora	1	unidad	1.277,00	1.277,00
Máquina Recta	1	unidad	442,00	442,00
Máquina Ojaladora y botonera	1	unidad	4.500,00	4.500,00
Máquina para pegar broches	1	unidad	70,00	70,00
Máquina Bordadora	1	unidad	12.000,00	12.000,00
Cortadora Circular	1	unidad	110,00	110,00
<b>TOTAL</b>				<b>19.647,00</b>

Elaborado por: Verónica Yuquilema



Para el área de producción, administración y de ventas se requiere los siguientes equipos.

<b>CUADRO N° 19</b>	
<b>REQUERIMIENTO DE EQUIPO PARA PRODUCCIÓN ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Muebles de Oficina	1.200,00
Muebles y Enseres	4.380,96
Equipos de Oficina	1.900,00
Equipos de Computación	5.780,00
Vehiculo	6.500,00
Edificios	44.000,82
<b>TOTAL</b>	<b>63.761,78</b>

#### 2.4.7.- Requerimiento de Insumos, Materiales, Materias Primas, Servicios.

Para la producción del año de ropa de niños, niñas y bebé se requiere la siguiente materia prima.

<b>CUADRO N° 20</b>				
<b>REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Tela Plana	5.280,00	metros	3,8112	20.123,14
Tela Jersey niño	960,00	metros	1,0700	1.027,20
Tela gabardina niño	3.800,00	metros	2,2500	8.550,00
Tela Fleece niño	2.400,00	metros	2,0900	5.016,00
Tela Interlock niño	3.800,00	metros	2,8300	10.754,00
Tela Rib niño	360,00	metros	1,3600	489,60
Tela Jersey niña	1.440,00	metros	1,0100	1.454,40
Tela Lycra niña	2.864,00	metros	2,3100	6.615,84
Tela Fleece niña	1.440,00	metros	1,9300	2.779,20
Tela Interlock niña	9.120,00	metros	2,8100	25.627,20
Tela Rib niña	810,00	metros	1,3600	1.101,60



Hilo 120/40	92,60	unidad	1,9600	181,50
Hilo 75/30	17,60	unidad	4,7300	83,25
<b>TOTAL</b>				<b>83.802,92</b>
Elaborado por: Verónica Yuquilema				

Dentro de los insumos que se requiere para la producción detallamos a continuación.

<b>CUADRO Nº 21</b>				
<b>REQUERIMIENTO DE INSUMOS</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Botón	38.000,00	unidad	0,0015	57,00
Botón Metálico	11.000,00	unidad	0,0018	19,80
Cierre	11.000,00	unidad	0,0417	458,33
Elástico	311,43	metros	1,5100	470,26
Etiqueta	90.400,00	unidad	0,0002	14,10
Talla	91.000,00	unidad	0,0023	209,30
Bordado	57.000,00	unidad	0,1500	8.550,00
<b>TOTAL</b>				<b>9.778,80</b>
Elaborado por: Verónica Yuquilema				

Para el buen funcionamiento de todas las áreas se requiere los siguientes servicios:

<b>CUADRO Nº 22</b>	
<b>REQUERIMIENTO DE SERVICIOS</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Servicios Básicos	2.999,91
Suscripción de revistas	288,00
Monitoreo de alarma	900,00
Arriendos	8.400,00



Publicidad	2.808,56
Servicio de lavado	1.270,51
Mantenimiento	342,12
<b>TOTAL</b>	<b>16.666,98</b>
Elaborado por: Verónica Yuquilema	

<b>CUADRO N° 23</b>	
<b>REQUERIMIENTO DE MATERIALES</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Suministros de Oficina	1.764,00
Suministros de Aseo	444,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.208,00</b>
Elaborado por: Verónica Yuquilema	

#### 2.4.8.- Requerimiento de Mano de Obra

Para la producción y comercialización de ropa para niños se requiere la siguiente Mano de obra:

<b>CUADRO N° 24</b>				
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>				
Gerente General	1	persona	7.588,00	7.588,00
Contador CPA	1	persona	6.104,40	6.104,40
Auxiliar Administrativo	1	persona	3.879,00	3.879,00
<b>TOTAL</b>				<b>17.571,40</b>
<b>VENTAS</b>				
Administrador	6	persona	2.951,75	17.710,50
Trabajador Eventual	2	persona	613,02	1.226,03
<b>TOTAL</b>				<b>18.936,53</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>				
Cortador	1	persona	3.137,20	3.137,20
Operaria 1	2	persona	3.137,20	6.274,40



<b>TOTAL</b>					<b>9.411,60</b>
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>					<b>45.919,53</b>

## 2.4.9.- Calendario de Ejecución del Proyecto

CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO (PRODUCCIÓN)										
ACTIVIDADES	DIAS	MAYO					JUNIO			
		01 - 04	07 - 01	14 - 18	21 - 25	28 - 31	01 - 08	11 - 15	18 - 22	25 - 29
Préstamo	5									
Constitución de la Empresa	24									
Adquisición de Telas	30									
Selección, Contratación y Capacitación del personal	15									
Adquisición de la Maquinaria	5									
Adquisición de Equipos y Muebles de oficina	10									
Adecuación de la Planta de Producción	10									
Adquisición de Insumos	5									
Prueba de las Máquinas y Equipos	1									
Puesta en Marcha del Proyecto										

CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO (LOCALES)						
ACTIVIDADES	DIAS	JULIO				
		02 - 06	09 - 13	16 - 20	23 - 27	30 - 31
Arrendamiento del Local	5					
Adquisición de Estantes y Equipos	5					
Adecuación de los Locales	5					
Adquisición de Ropa	5					
Requerimiento de ropa a bodega	10					
Arreglo del Local	4					
Apertura del Local	5					

## 2.5.- Aspectos Ambientales

### 2.5.1.- Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales

La producción de ropa no causa ningún impacto ambiental severo ya que solo se generan residuos de tela y residuos plásticos por los empaques de materia prima y materiales, la cantidad de estos residuos varía en función del nivel de la producción.

En el sector donde se instalará la fábrica el servicio de recolección de basura acude al sector tres veces por semana, es decir, se acumulan los residuos de dos días.

### 2.5.2.- Medidas de Prevención y Mitigación

- ✓ Los desechos que se producen en el área de producción como son residuos de telas, tubos plásticos de los hilos, fundas plásticas de las telas, pueden ser almacenadas y botadas como desechos en la recolección de basura del sector.
- ✓ En el caso de la tela de punto y la tela plana se va almacenar el 1% del total de los residuos ya que esos pequeños retazos servirán al momento de bordar una figura con relleno, esta medida ayuda a reducir los costos del servicio de bordado y materiales.

## CAPÍTULO III

### LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

#### 3.1.- Base Legal

##### 3.1.1.- Nombre o Razón Social

La empresa será constituida como una Sociedad Limitada y será registrada en la Superintendencia de Compañías con el nombre de “CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA.”, pero los locales tendrán un nombre comercial de “MUNDO INFANTIL TIENDA DE ROPA” y la marca de la ropa se llamará CHILD’S.

LOGOTIPO DE LA EMPRESA



NOMBRE COMERCIAL DE LOS LOCALES COMERCIALES



### 3.1.2.- Titularidad de Propiedad de la Empresa

La empresa será constituida como una Compañía Limitada que es aquella en todos los socios administran por derecho propio, aunque generalmente se opta por delegar la administración a uno de los socios o a terceros. Los socios son responsables solo hasta el monto de sus aportes o la suma mayor que se indique en los estatutos sociales, esto es que en caso que esta presente problemas económicos los socios no corren el riesgo de perder todos sus bienes, sino que responderán solo con el monto que hayan aportado al capital de la empresa.

Para la Constitución de Compañías: tiempo de tramitación y costos de constitución se detalla a continuación. <sup>26</sup>

Trámite	Tiempo de Tramitación **	Costos *** en US\$	
		Oficial	Privado
a) Aprobación de constitución	10 minutos	0,00	448,00
b) Publicación extracto	2 días	0,00	70,00
c) Certificación municipal	4 horas	0,00	0,00
d) Afiliación Cámara de Industrias	1 hora	0,00	50,00
e) Registro Mercantil	1 día	67,20	0,00
f) Notaría: anotación marginal	1 día	0,00	11,20
g) S.R.L., obtención RUC	2 días	0,00	0,00
h) Inscripción en Registro Societario	2 días	0,00	0,00
<b>Total aproximado</b>	<b>9 días</b>	<b>67,20</b>	<b>579,20</b>

\* Proceso de carácter general. En el caso de inversión extranjera se requiere permiso del MICIP, previo el pago de US\$ 5,00. Para industrias en Turismo, Transportes, Seguridad, se debe presentar un informe previo de ministerios, municipios o entidades específicas con competencia en el respectivo sector. La constitución de sociedades anónimas requiere la designación de administradores en Junta General de Accionistas y su inscripción en el Registro Mercantil.

\*\* Los tiempos de tramitación aquí registrados se refieren al servicio de "Ventanilla Única Empresarial", en la Superintendencia de Compañías.

\*\*\* Los valores incluyen IVA (impuesto al valor agregado). Tarifa actual: 12%.

<sup>26</sup> [http://www.quito.gov.ec/invierta\\_quito/1conscompania.htm](http://www.quito.gov.ec/invierta_quito/1conscompania.htm)





---

---

### **3.1.3.- Tipo de Empresa (sector, actividad)**

La confección de prendas de vestir pertenece a la Industria Textil en el área de la confección de prendas de vestir.

La empresa “CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA”. Se dedicará a la producción y comercialización de ropa para bebés, niños y niñas, las prendas que se ofrecerán serán para diferentes ocasiones.

### **3.2.- Mapa Estratégico**



### **3.3.- Organización Administrativa**

#### **3.3.1.- Estructura Orgánica**

“CONFECCIONES MUNDO INFANTIL CIA. LTDA.” Trabaja con una estructura vertical (de arriba hacia abajo), donde los lineamientos de la organización son emitidos por la Junta de Accionistas conjuntamente con la Gerencia hasta llegar a los niveles jerárquicos medios y posteriormente a los inferiores.

Con este tipo de estructura se pretende obtener un fiel reflejo de las funciones de cada departamento sin dejar fuera a las funciones principales de la empresa, manteniendo un riguroso control en todos los niveles.

#### **3.3.2.- Descripción de Funciones**

##### **CARGO: GERENTE**

##### **FUNCIONES**

- Representar legal y judicialmente a la Empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de ley y las asignadas por la Junta General de Accionistas.
- Reclutará y seleccionará el personal, así como evaluará su desempeño.



- 
- Planificará, organizará, evaluará y controlará las metas alcanzadas por la organización.
  - Realizará las compras de la materia prima, insumos y materiales necesarios para la empresa.
  - Realizará la supervisión al administrador de cada local.
  - Supervisará el área de producción.

#### PERFIL

- ✓ Estudios Superiores en Administración de Empresas o Ingeniería Comercial.
- ✓ Experiencia mínima de 1 año en puestos directivos en empresas afines.

#### **CARGO: ASISTENTE ADMINISTRATIVO - CONTABLE**



## FUNCIONES

- Atender a las personas que acuden a las oficinas de la Empresa, a su cargo estará la atención de las llamadas telefónicas, manejo del correo.
- Archivar toda la documentación enviada y recibida, en las respectivas carpetas, manteniendo toda la información ordenada y clasificada para facilitar las consultas
- Manejar y controlar inventarios de bodega de materia prima y suministros.
- Brindar la ayuda solicitada por el/o la Contador/a.

## PERFIL

- ✓ Bachiller contable
- ✓ Sólidos conocimientos de redacción y archivo
- ✓ Manejo de Inventarios.
- ✓ Excelente presencia
- ✓ Experiencia mínima de 2 años en cargos similares

## DEPARTAMENTO DE VENTAS

### CARGO: CONTADOR(A) CPA

## FUNCIONES

- Firmar balances y declaraciones.
- Mantener la información contable registrada, actualizada y con su respectivo soporte.
- Manejar los costos de producción y productos terminados.
- Preparar rol de pagos, planillas de aportes al IESS, formularios de declaración de impuestos (IVA, Retención en la Fuente y Renta), aportes a la Superintendencia de Compañías, pago a proveedores, entre otros.
- Elaborar Estados Financieros.
- Analizar, preparar e informar oportunamente la situación económica y financiera de la Empresa a la Junta de Accionista y al Gerente General.
- Supervisar manejo de inventarios.



---

---

## PERFIL

- ✓ Hombre o Mujer
- ✓ Contador CPA
- ✓ Amplia experiencia en manejo de costos
- ✓ Experiencia mínima de 5 años
- ✓ Manejo de sistemas contables

## DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

### CARGO: OPERARIAS

#### FUNCIONES

- Su principal función será elaborar las prendas designadas diariamente.
- Mantener su puesto de trabajo completamente limpio.

#### PERFIL

- ✓ Bachiller
- ✓ Conocimientos de corte y confección
- ✓ Experiencia en manejo de maquinas industriales
- ✓ Experiencia mínima de 2 años en confección de ropa

### CARGO: CORTADOR

#### FUNCIONES

- Su principal función será cortar todas las prendas para la producción.
- Ayudará a mantener la bodega de materia prima en buenas condiciones.
- Mantener su puesto de trabajo completamente limpio.

#### PERFIL

- ✓ Bachiller
- ✓ Hombre
- ✓ Experiencia en manejo de maquinas cortadoras de telas
- ✓ Experiencia mínima de 1 año

## DEPARTAMENTO DE VENTAS



---

---

## **CARGO: ADMINISTRADOR**

### **FUNCIONES**

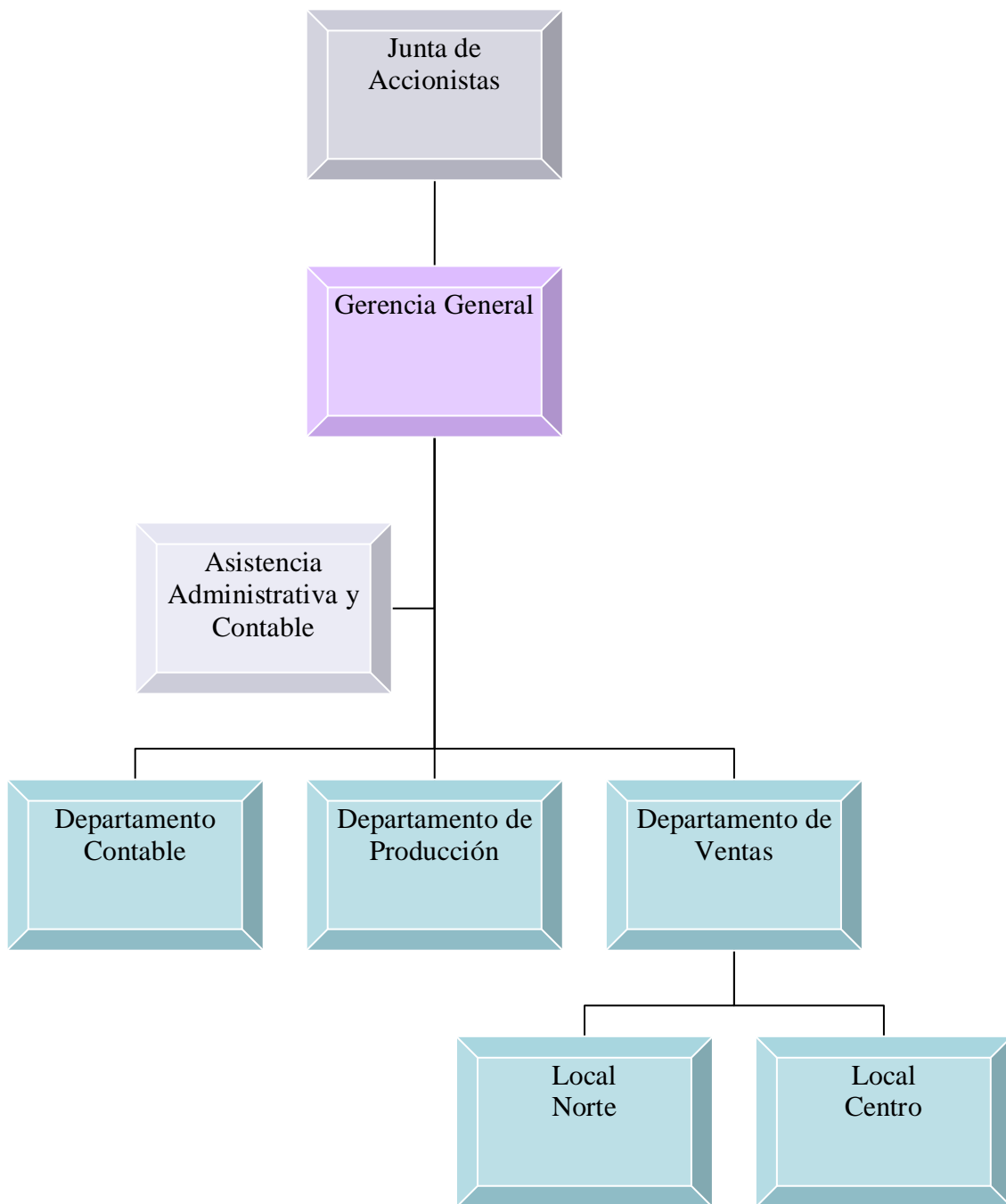
- Su principal función será atender a las personas que visiten los locales.
- En cada local una de las dos personas se responsabilizará de la administración del mismo, además tendrá que realizar el papel de cajera.
- Mantendrán su lugar de trabajo en perfecto estado.

### **PERFIL**

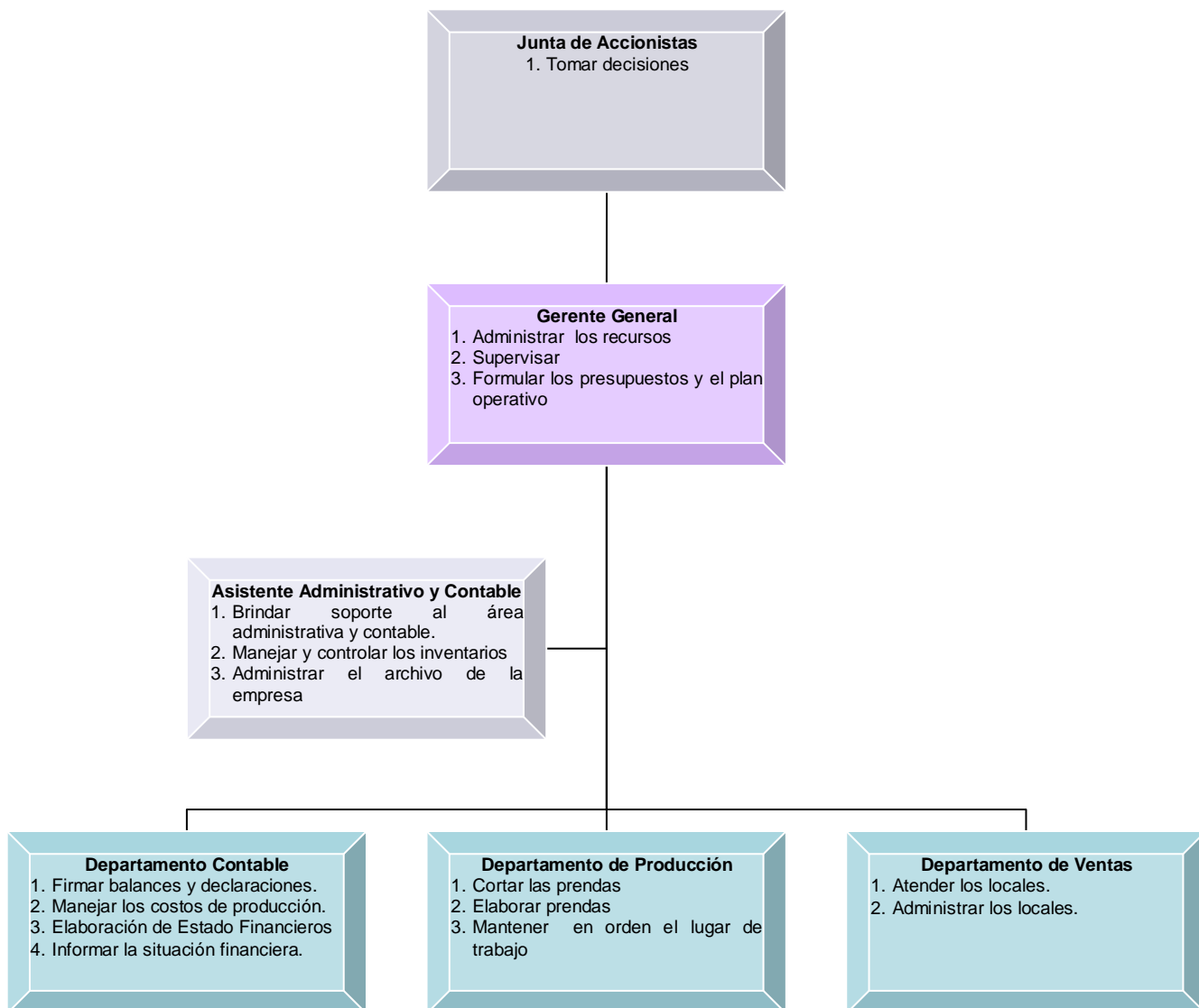
- ✓ Bachiller
- ✓ Hombre o Mujer
- ✓ Don gentes
- ✓ Disponibilidad de tiempo
- ✓ Experiencia en ventas
- ✓ Experiencia mínima de 2 años en cargos similares

### **3.3.3.- Organigrama**

#### **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**



### 3.3.4.- Análisis del Entorno

Para la ejecución del proyecto se tiene que tener en cuenta que no tenemos experiencia en el mercado y posesionarse en el mercado en el corto plazo será una tarea muy difícil porque se tiene que competir contra la competencia nacional e internacional pero hay que tomar en cuenta las oportunidades que nos ofrece el mercado ya que hoy en día el cliente es cada vez más exigente.





---

---

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Disponibilidad de proveedores</li><li>• Crecimiento poblacional</li><li>• Mercado insatisfecho</li><li>• Cliente más exigente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de Experiencia</li><li>• Competencia Nacional e Internacional</li><li>• Contrabando</li><li>• Mercado Competitivo</li></ul>