



# ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS  
MENCIÓN: PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**



**“CREACIÓN DE UNA MARCA PROPIA  
PARA COMERCIALIZAR PRENDAS  
DE VESTIR EN LA REGIÓN  
CENTRO DEL ECUADOR”**

**AUTORES:  
ING. JULIANA GUERRERO LÓPEZ  
ING. CHRISTIAN MANOBANDA PINTO**

# ONE'S

*Te viste siempre a la moda*

PLAN DEL  
PROYECTO



ESTUDIO DE  
MERCADO



CONTACTOS

ESTUDIO  
TÉCNICO



ESTUDIO  
ORGANIZACIONAL

ESTUDIO  
ECONÓMICO

CONCLUSIONES  
RECOMENDACIONES

# PROBLEMA



✓ Las pequeñas empresas familiares que confeccionan y comercializan diferentes prendas de vestir no cuentan para sus productos con una marca registrada, patentada y posicionada en el mercado local y/o nacional.

✓ En la región centro del país es mínimo el nivel de recordación de la marca nacional.

# OBJETIVO GENERAL



**Crear una marca propia para comercializar diferentes prendas de vestir para damas y caballeros en la región centro del país y obtener rentabilidad en tres años.**

# HIPÓTESIS



**Comprobar que la propuesta de crear una marca propia para comercializar prendas de vestir en la región centro del Ecuador, será viable, rentable y de fácil realización.**

# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

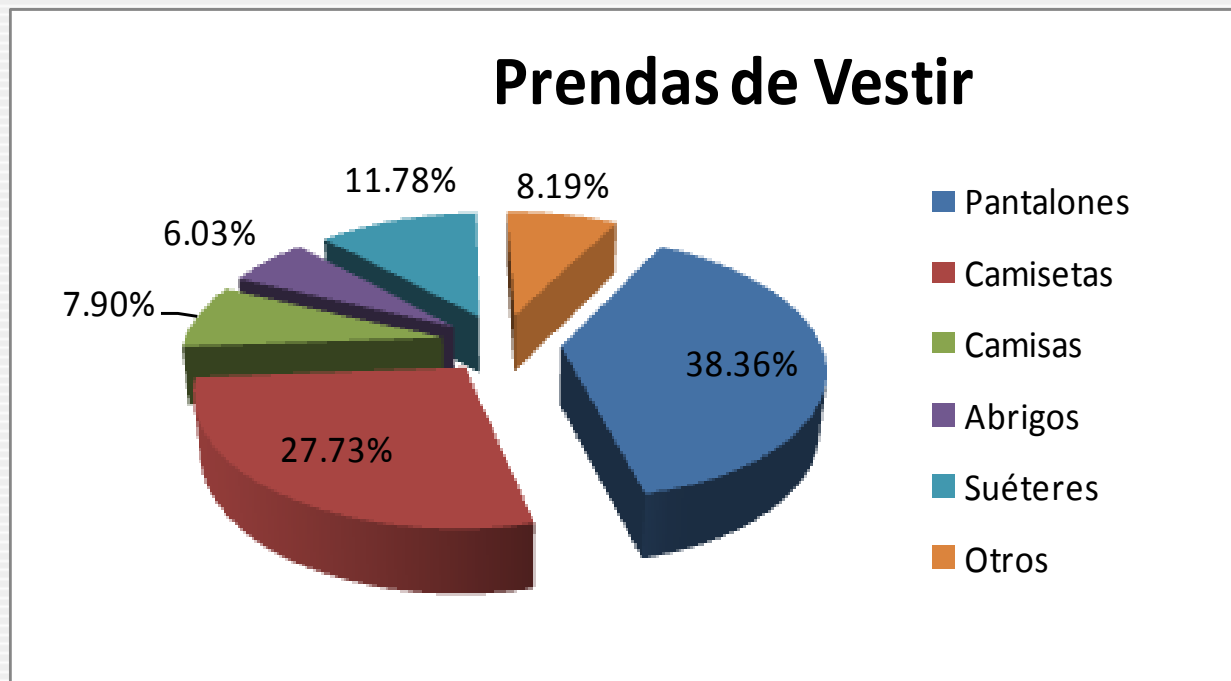


- Para la presente investigación fue necesario calcular el tamaño de la muestra con datos que han sido tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC), y, para ello se ha considerado la población de hombres y mujeres de entre 15 a 30 años de edad de las ciudades de Ambato, Riobamba y Latacunga.
- Las encuestas se efectuaron a 384 personas escogidas entre los distintos sectores de cada una de las ciudades investigadas.

# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



**Pregunta 1. ¿Qué tipo de prendas de vestir adquiere con mayor frecuencia?:**

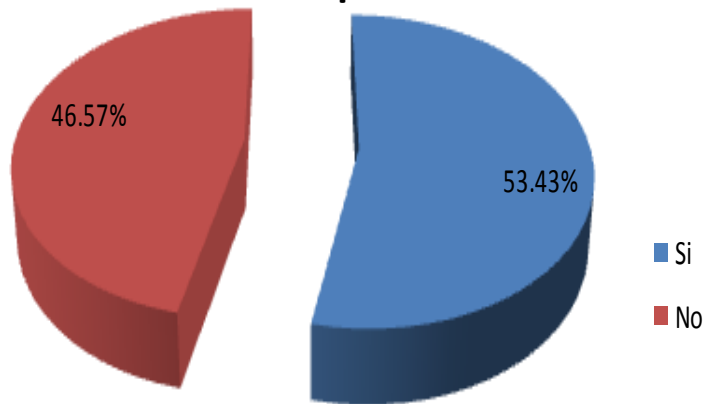


# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

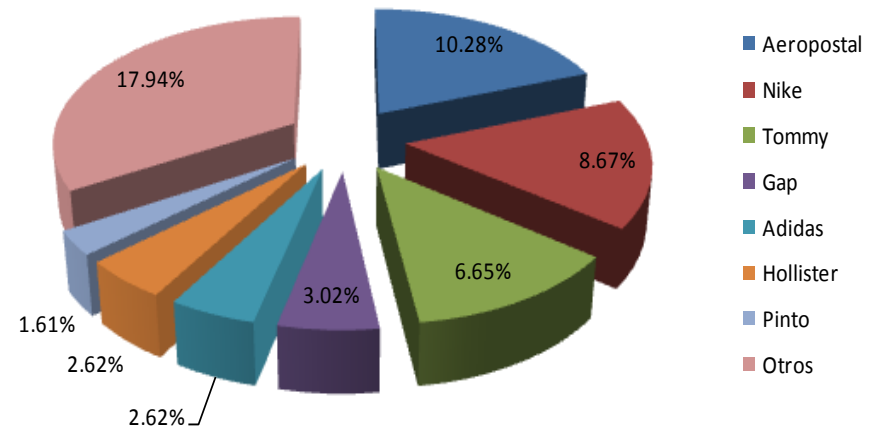


## Pregunta 2. Las prendas de vestir las prefiere de MARCA:

Preferencia por la Marca



Marcas en el Mercado Nacional

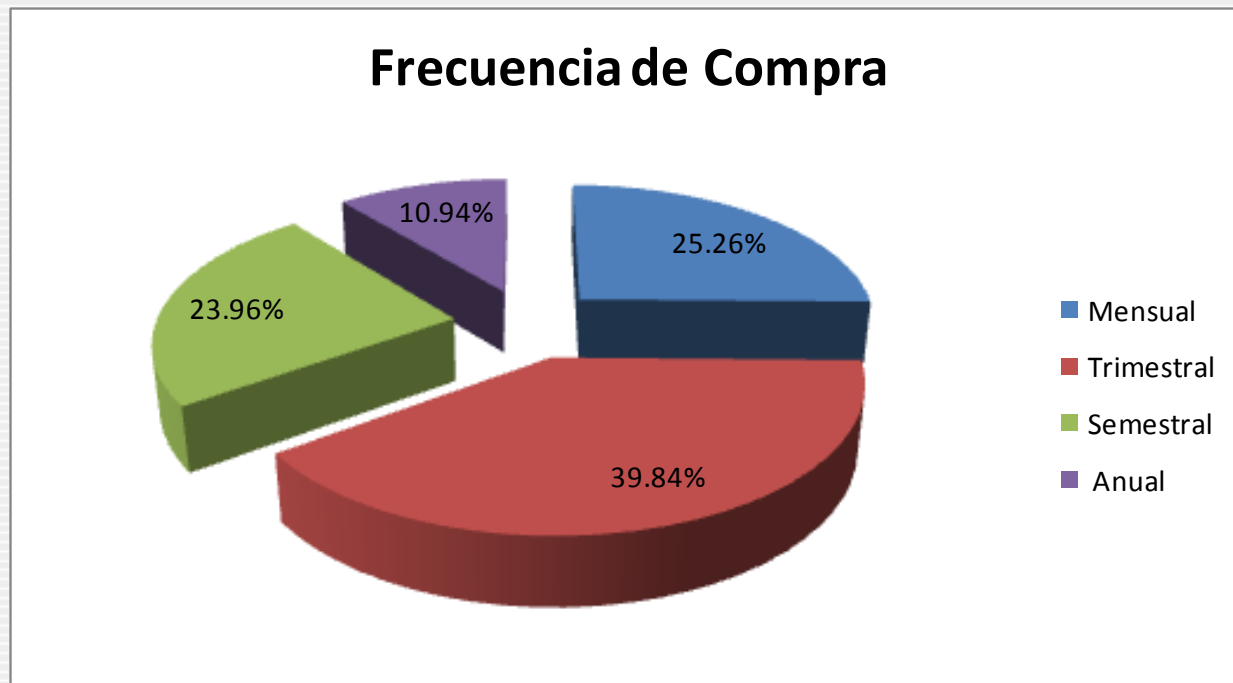




# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



**Pregunta 3. Las prendas de vestir las compra en forma:**

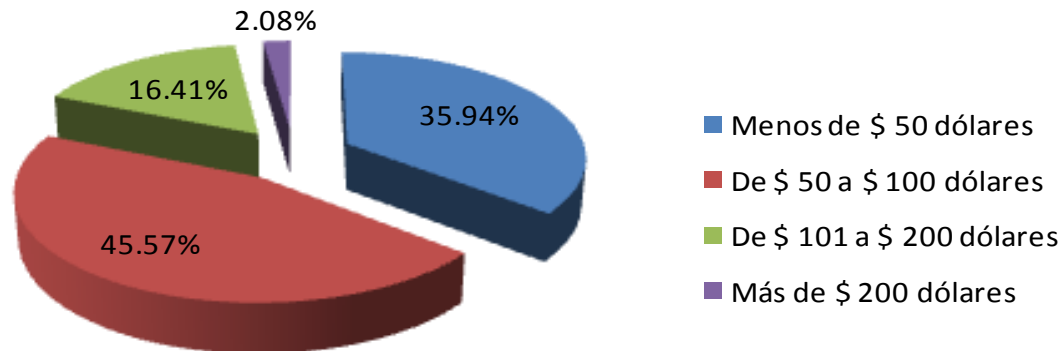


# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



**Pregunta 4. De acuerdo a la pregunta anterior, ¿cuánto dinero usted gasta al adquirir prendas de vestir?:**

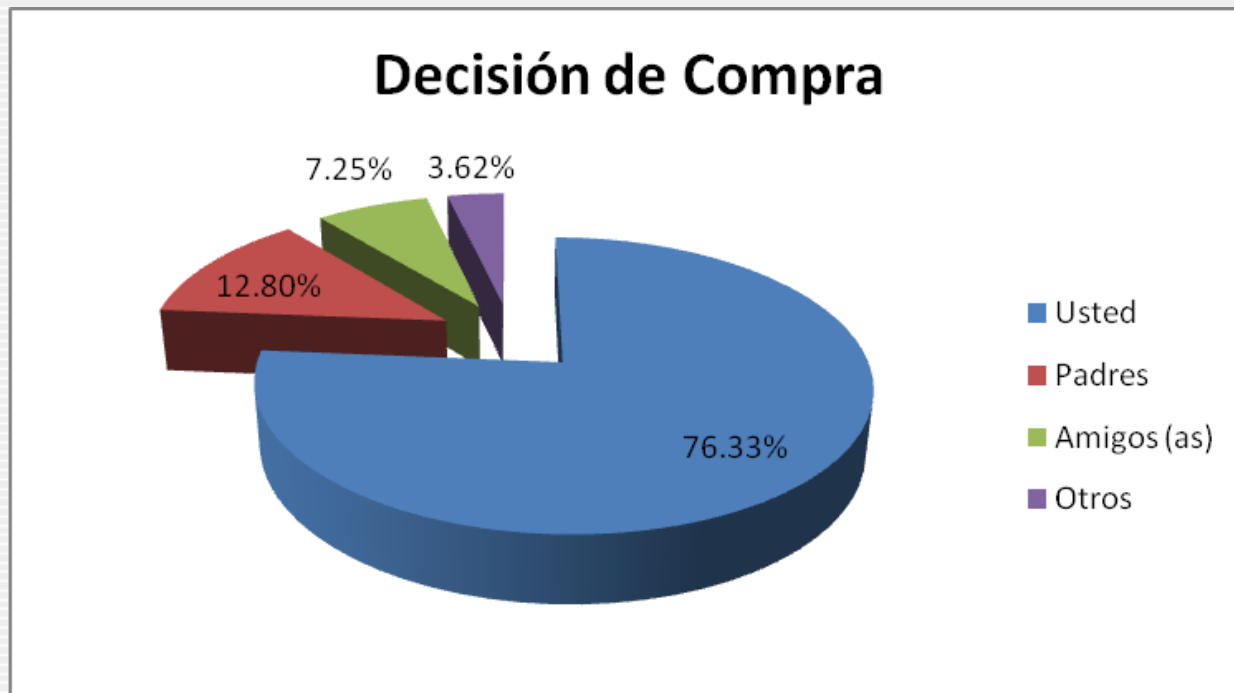
**Gasto en Prendas de Vestir**



# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



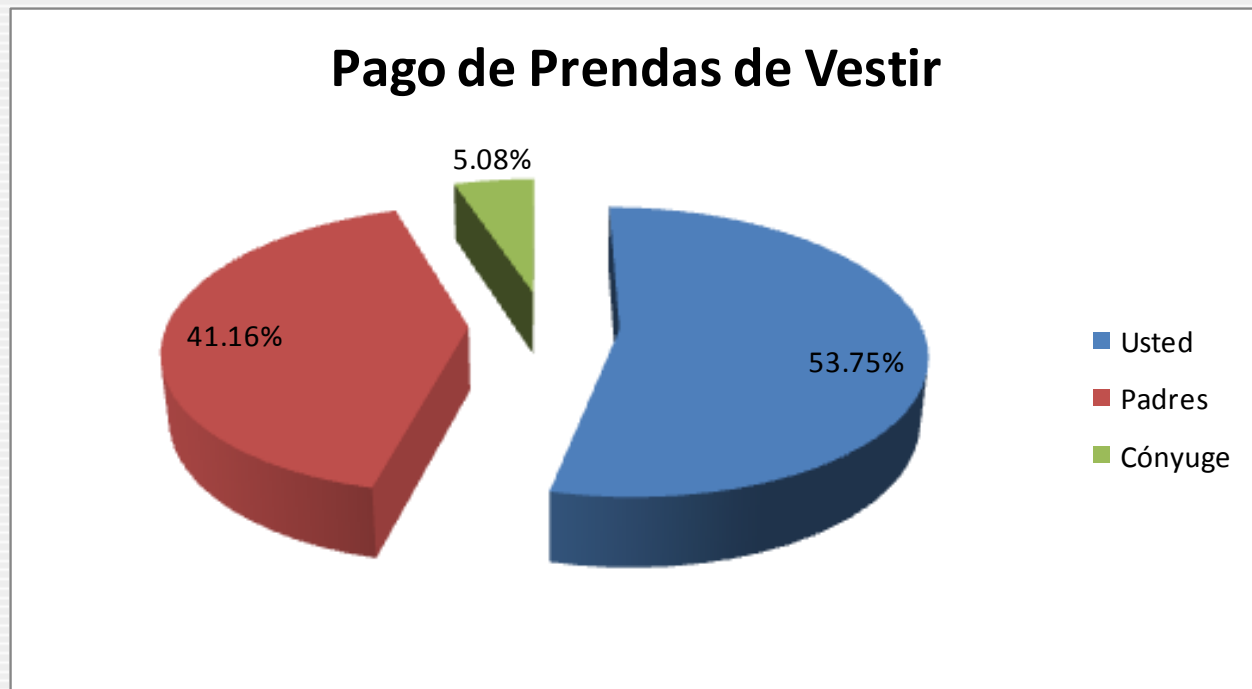
**Pregunta 5. ¿Quién influye en su decisión de compra de prendas de vestir?:**



# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



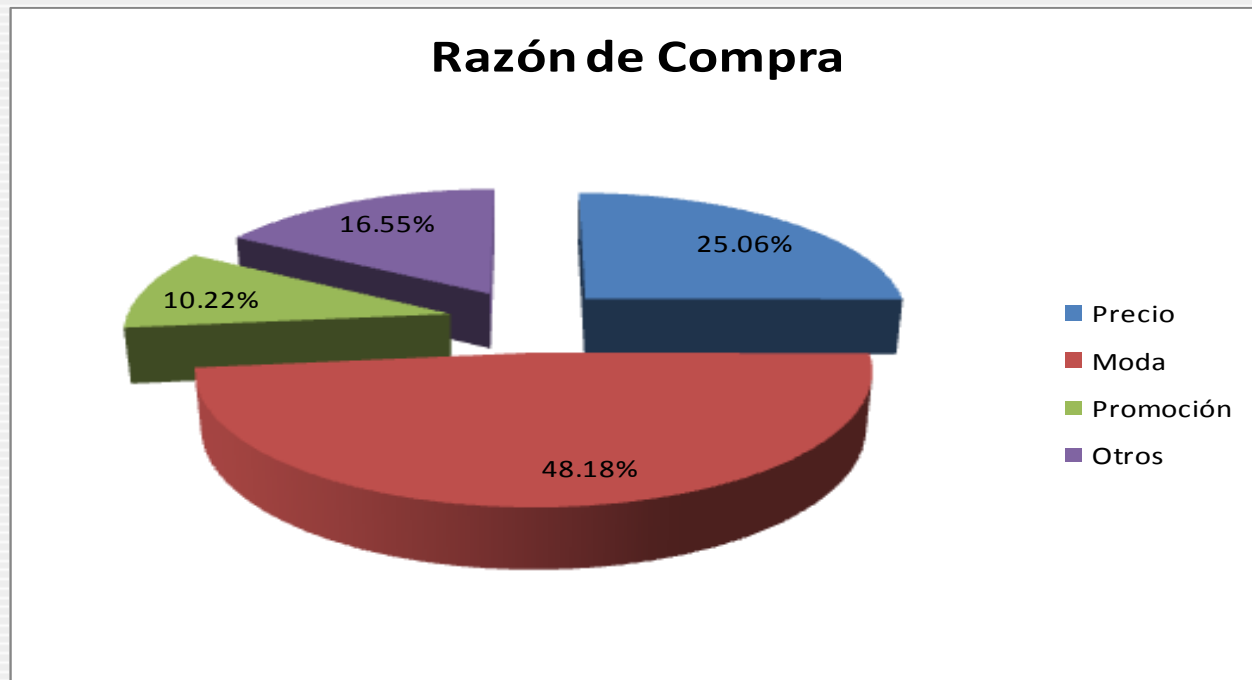
**Pregunta 6. ¿Quién paga habitualmente la compra de sus prendas de vestir?:**



# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



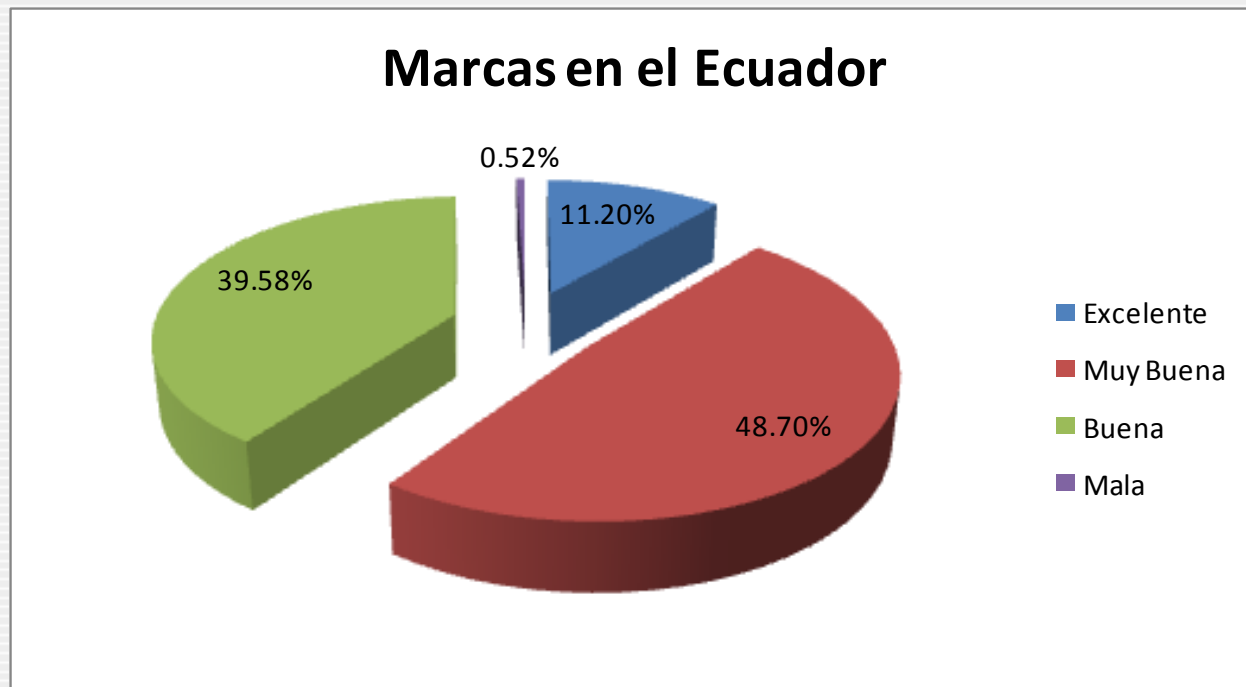
**Pregunta 7. Cuando usted compra una prenda de vestir lo hace por:**



# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



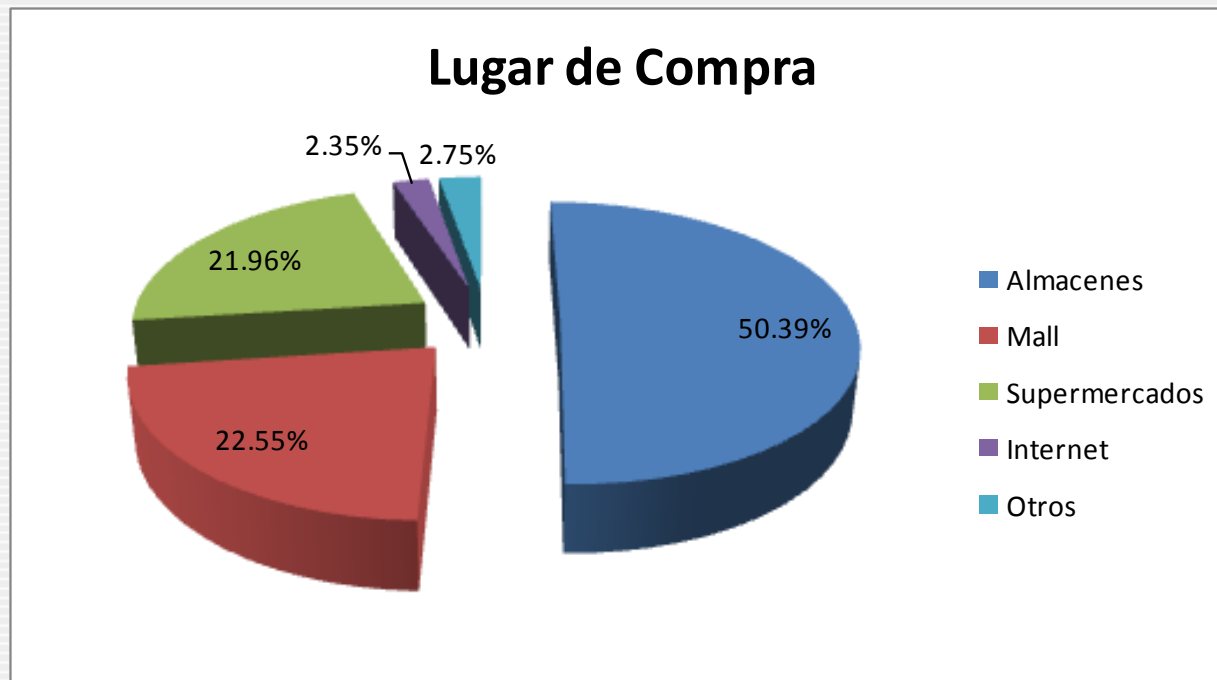
**Pregunta 8. Las prendas de vestir de MARCA en el mercado nacional las califica como:**



# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



**Pregunta 9. En dónde prefiere adquirir sus prendas de vestir:**

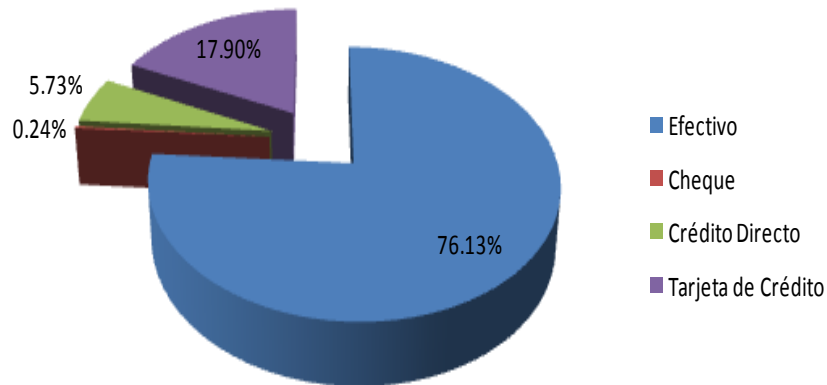


# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

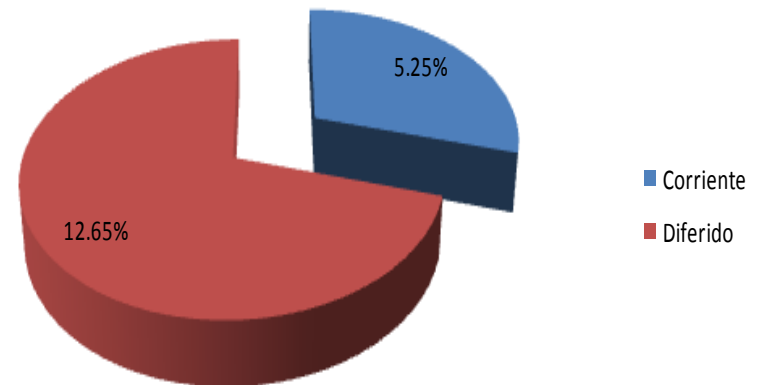


## Pregunta 10. ¿Cómo paga sus compras de prendas de vestir?:

Formas de Pago



Tarjetas de Crédito

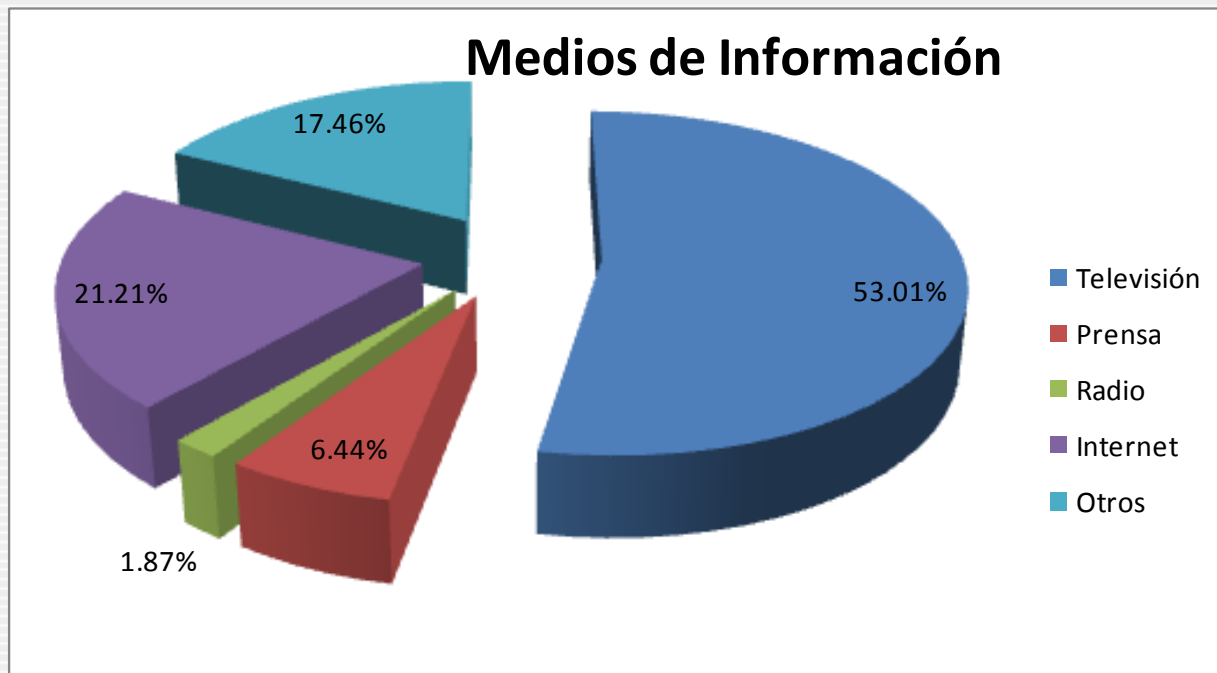




# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



**Pregunta 11. Cómo usted se informa acerca de las MARCAS de prendas vestir, por?:**



# MARKETING MIX



## Producto



Comercialización de prendas de vestir

## Precio



Precio referencial

## Plaza



Ciudades de Riobamba, Ambato y Latacunga

## Promoción



Descuentos por volumen, temporada fechas especiales.

# MARKETING MIX



**Producto:** Comercialización de prendas de vestir: pantalones, camisetas y suéteres mediante un esquema de marca.

**Precio:** La fijación de los precios se considerará como base los valores vigentes en el mercado:

Camisetas con un precio base de USD \$ 15,00

Pantalones con un precio base de USD \$ 20,00

Suéteres con un precio base de USD \$ 20,00

# MARKETING MIX



**Plaza:** Ciudades de Riobamba, Ambato y Latacunga.

**Promoción:** Las estrategias de promoción estarán enfocadas en el descuento de hasta un 5% de acuerdo al volumen de la compra, así como por temporada, fechas especiales o para asegurar una permanencia en el mercado.

# CADENA DE VALOR

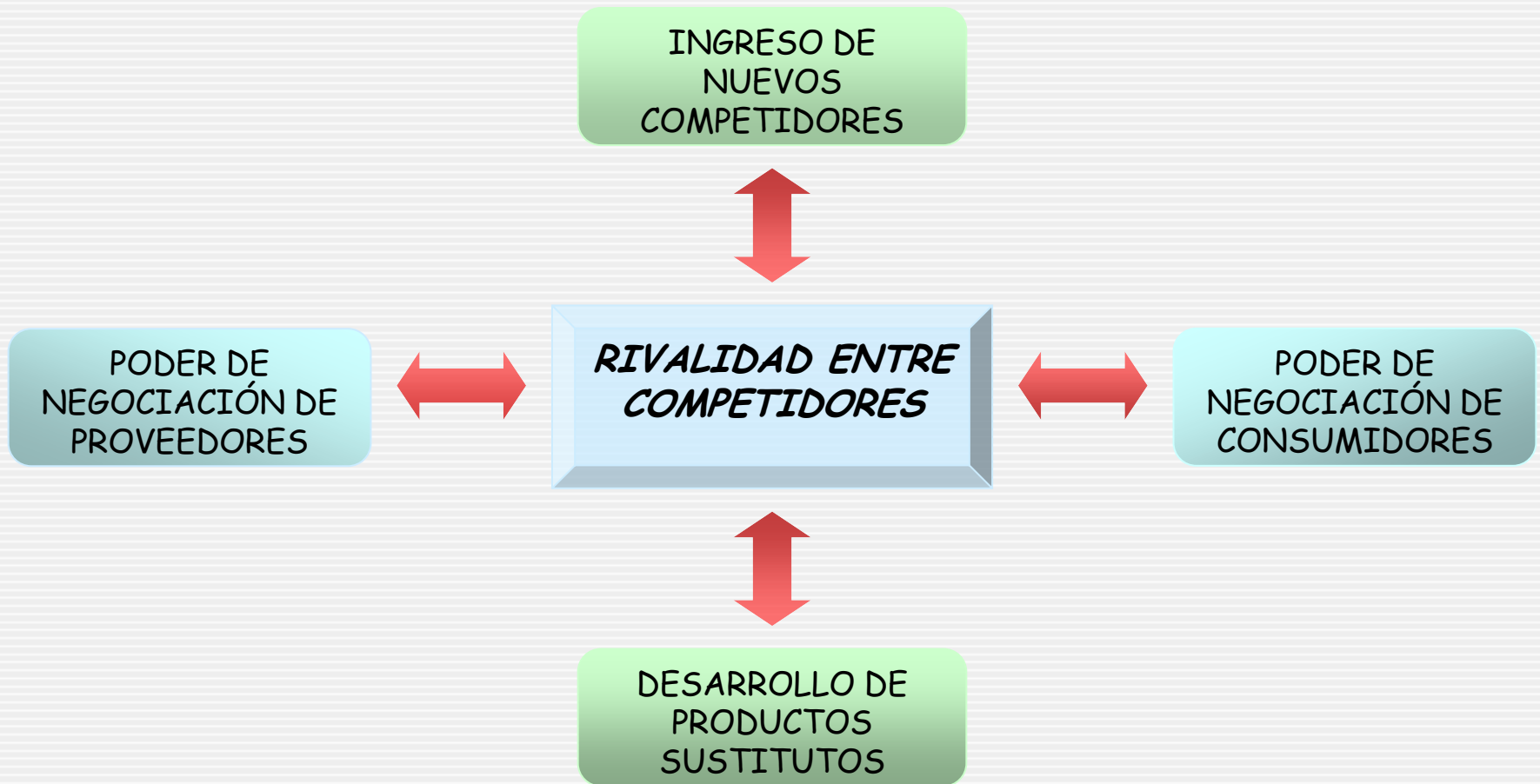


## Cadena de Valor

Actividades Secundarias	Infraestructura: Oficina equipada con computadores				
	Recursos Humanos: Capacitación en marketing y publicidad, asesoría de un abogado				
	Investigaciones: Tendencias del mercado actual				
	Abastecimiento: Prendas de vestir de empresas textiles, transporte de encomiendas				
Actividades Primarias	Ingreso	Comercialización	Salida	Distribución y Ventas	Servicio Postventa
	Marca patentada Proveedores en consignación Clientes	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Visitar al cliente para conocer sus requerimientos</li> <li>2. Receptar los pedidos de prendas de vestir por parte del cliente</li> <li>3. Solicitar a los proveedores en consignación las prendas de vestir</li> <li>4. Verificar la calidad y condiciones de recepción de prendas de vestir</li> <li>5. Clasificar las prendas de vestir de acuerdo a tallas y colores</li> <li>6. Etiquetar</li> </ol>	1. Empacar	Entregar prendas de vestir al cliente	Visitas mensuales a los diferentes clientes  Encuestas de la satisfacción cliente

Margen 30%

# ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS



# SELECCIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO



**La comercialización de prendas de vestir está dirigida al segmento poblacional femenino y masculino comprendido entre las edades de 15 a 30 años de las ciudades de Ambato, Riobamba y Latacunga, cuyo segmento representa un porcentaje importante para alcanzar una participación en el mercado.**

# ANÁLISIS DE LA DEMANDA



## Demanda

Población Consumidora	97,088.95
Consumo mensual (prendas)	4.76%
Crecimiento mensual	0.16%

Periodo	Demanda en unidades	Demanda en dólares					
		Camisetas		Pantalones		Suéteres	
		Cantidad	Precio Total	Cantidad	Precio Total	Cantidad	Precio Total
Mes 1	4,620	1,645	\$ 24,680.74	2,276	\$ 45,522.46	699	\$ 13,979.52
Mes 2	4,628	1,648	\$ 24,719.82	2,280	\$ 45,594.54	700	\$ 14,001.66
Mes 3	4,635	1,651	\$ 24,758.96	2,283	\$ 45,666.73	701	\$ 14,023.83
Mes 4	4,642	1,653	\$ 24,798.16	2,287	\$ 45,739.03	702	\$ 14,046.03
Mes 5	4,650	1,656	\$ 24,837.43	2,291	\$ 45,811.45	703	\$ 14,068.27
Mes 6	4,657	1,658	\$ 24,876.75	2,294	\$ 45,883.99	705	\$ 14,090.55
Mes 7	4,665	1,661	\$ 24,916.14	2,298	\$ 45,956.64	706	\$ 14,112.86
Mes 8	4,672	1,664	\$ 24,955.59	2,301	\$ 46,029.40	707	\$ 14,135.20
Mes 9	4,679	1,666	\$ 24,995.10	2,305	\$ 46,102.28	708	\$ 14,157.58
Mes 10	4,687	1,669	\$ 25,034.68	2,309	\$ 46,175.28	709	\$ 14,180.00
Mes 11	4,694	1,672	\$ 25,074.32	2,312	\$ 46,248.39	710	\$ 14,202.45
Mes 12	4,702	1,674	\$ 25,114.02	2,316	\$ 46,321.62	711	\$ 14,224.94
<b>TOTALES</b>	<b>55,931</b>		<b>\$ 298,761.73</b>		<b>\$ 551,051.80</b>		<b>\$ 169,222.89</b>



# ANÁLISIS DE LA OFERTA



## Oferta

Población Consumidora	97,068.95
Consumo mensual (prendas)	2.30%
Crecimiento mensual	0.16%

Periodo	Oferta en unidades	Oferta en dólares					
		Camisetas		Pantalones		Suéteres	
		Cantidad	Precio Total	Cantidad	Precio Total	Cantidad	Precio Total
Mes 1	2,233	795	\$ 11,925.57	1,100	\$ 21,996.15	337.740619	\$ 6,754.81
Mes 2	2,236	796	\$ 11,944.45	1,102	\$ 22,030.97	338.275375	\$ 6,765.51
Mes 3	2,240	798	\$ 11,963.36	1,103	\$ 22,065.86	338.810978	\$ 6,776.22
Mes 4	2,243	799	\$ 11,982.31	1,105	\$ 22,100.79	339.347428	\$ 6,786.95
Mes 5	2,247	800	\$ 12,001.28	1,107	\$ 22,135.79	339.884728	\$ 6,797.69
Mes 6	2,250	801	\$ 12,020.28	1,109	\$ 22,170.83	340.422879	\$ 6,808.46
Mes 7	2,254	803	\$ 12,039.31	1,110	\$ 22,205.94	340.961882	\$ 6,819.24
Mes 8	2,257	804	\$ 12,058.37	1,112	\$ 22,241.10	341.501738	\$ 6,830.03
Mes 9	2,261	805	\$ 12,077.47	1,114	\$ 22,276.31	342.042449	\$ 6,840.85
Mes 10	2,265	806	\$ 12,096.59	1,116	\$ 22,311.58	342.584017	\$ 6,851.68
Mes 11	2,268	808	\$ 12,115.74	1,117	\$ 22,346.91	343.126441	\$ 6,862.53
Mes 12	2,272	809	\$ 12,134.93	1,119	\$ 22,382.29	343.669725	\$ 6,873.39
<b>TOTALES</b>	<b>27,026</b>		<b>\$ 144,359.66</b>		<b>\$ 266,264.53</b>		<b>\$ 81,767.37</b>





# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA



**Misión:** Vestir a nuestros clientes de manera atractiva y elegante para fortalecer día a día la confianza en la marca.

**Visión:** Ser una marca reconocida a nivel nacional que comercialice prendas de vestir de calidad a través de un servicio ágil y personalizado, durante los próximos 5 años.

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA (FODA)



## FACTORES EXTERNOS CLAVES

OPORTUNIDADES		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Introducción de la nueva marca al mercado	0.20	4	0.80
2.-	Política de consignación con proveedores	0.10	4	<b>0.40</b>
3.-	Expansión comercial a travez de internet	0.10	4	<b>0.40</b>
4.-	Mercado desatendido	0.07	3	<b>0.21</b>
5.-	Acceso a financiamiento	0.07	3	<b>0.21</b>
6.-	Rentabilidad del mercado	0.02	3	<b>0.06</b>

AMENAZAS		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Marcas internacionales ya posicionadas	0.02	2	<b>0.04</b>
2.-	Política de consignación de la competencia mas flexible	0.03	2	<b>0.06</b>
3.-	El precio lo establece el mercado	0.05	2	<b>0.10</b>
4.-	Diversificación de prendas en varias marcas	0.02	3	<b>0.06</b>
5.-	Nivel mínimo de recordación de la marca	0.30	1	<b>0.30</b>
6.-	Nuevos competidores	0.02	1	<b>0.02</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.00</b>		<b>2.66</b>

# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA (FODA)



## FACTORES INTERNOS CLAVES

FORTALEZAS		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Modelos a la vanguardia de la moda	0.20	4	<b>0.80</b>
2.-	Distribución en zona centro del país	0.03	4	<b>0.12</b>
3.-	Facilidades de pago para clientes	0.04	4	<b>0.16</b>
4.-	Servicio post-venta personalizado	0.04	3	<b>0.12</b>
5.-	Políticas de capacitación continua	0.01	3	<b>0.03</b>
6.-	Habilidad para introducir la nueva marca	0.10	4	<b>0.4</b>

DEBILIDADES		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Inexperiencia gerencial y operativa	0.01	2	<b>0.02</b>
2.-	Endeudamiento externo	0.03	3	<b>0.09</b>
3.-	Salarios básicos establecidos por la ley	0.01	3	<b>0.03</b>
4.-	Alta inversión en publicidad	0.20	2	<b>0.40</b>
5.-	Inexistencia de la lealtad del consumidor	0.25	1	<b>0.25</b>
6.-	Poder de negociación con proveedores	0.08	3	<b>0.24</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.00</b>		<b>2.66</b>

<p style="text-align: center;"><b>EVALUACIÓN INTERNA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EVALUACIÓN EXTERNA</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Modelos a la vanguardia de la moda</li> <li>2 Distribución en zona centro del país</li> <li>3 Facilidades de pago para clientes</li> <li>4 Servicio post-venta personalizado</li> <li>5 Políticas de capacitación continua</li> <li>6 Habilidad para introducir la nueva marca</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Inexperiencia gerencial y operativa</li> <li>2 Endeudamiento externo</li> <li>3 Salarios básicos establecidos por la ley</li> <li>4 Alta inversión en publicidad</li> <li>5 Inexistencia de la lealtad del consumidor</li> <li>6 Poder de negociación con proveedores</li> </ol>
	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Introducción de la nueva marca al mercado</li> <li>2 Política de consignación con proveedores</li> <li>3 Expansión comercial a travez de internet</li> <li>4 Mercado desatendido</li> <li>5 Acceso a financiamiento</li> <li>6 Rentabilidad del mercado</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias F.O.</b></p> <p>Crear una pagina Web para introducir la</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 nueva marca al mercado y comercializar el producto F1, F6, O1, O3</li> <li>2 Alianzas estratégica con compañías de encomiendas F2, O4</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Marcas internacionales ya posicionadas</li> <li>2 Política de consignación de la competencia mas flexible</li> <li>3 El precio lo establece el mercado</li> <li>4 Diversificación de prendas en varias marcas</li> <li>5 Nivel mínimo de recordación de la marca</li> <li>6 Nuevos competidores</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias F.A.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5 Publicidad en medios de comunicación F1, F2, F6, A4, A5</li> <li>6 Políticas de pago y post-venta para los clientes F3, F4, A3</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias D.A.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7 Elaborar encuestas de percepción de la marca D5, A1, A4, A6</li> </ol>



# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA



## **FACTORES CLAVES DE ÉXITO:**

- **Crear y aumentar el nivel de recordación de la marca.**
- **Establecer una relación estrecha con los clientes y proveedores.**
- **Recibir permanentemente el asesoramiento de empresas de marketing y publicidad.**



# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA



## PUBLICIDAD:

- Material Impreso (hojas volantes, trípticos, etc.).
- Eventos de lanzamiento.
- Prensa escrita y hablada.
- Relaciones Públicas.



## SLOGAN:

**ONE's te viste siempre a la moda**

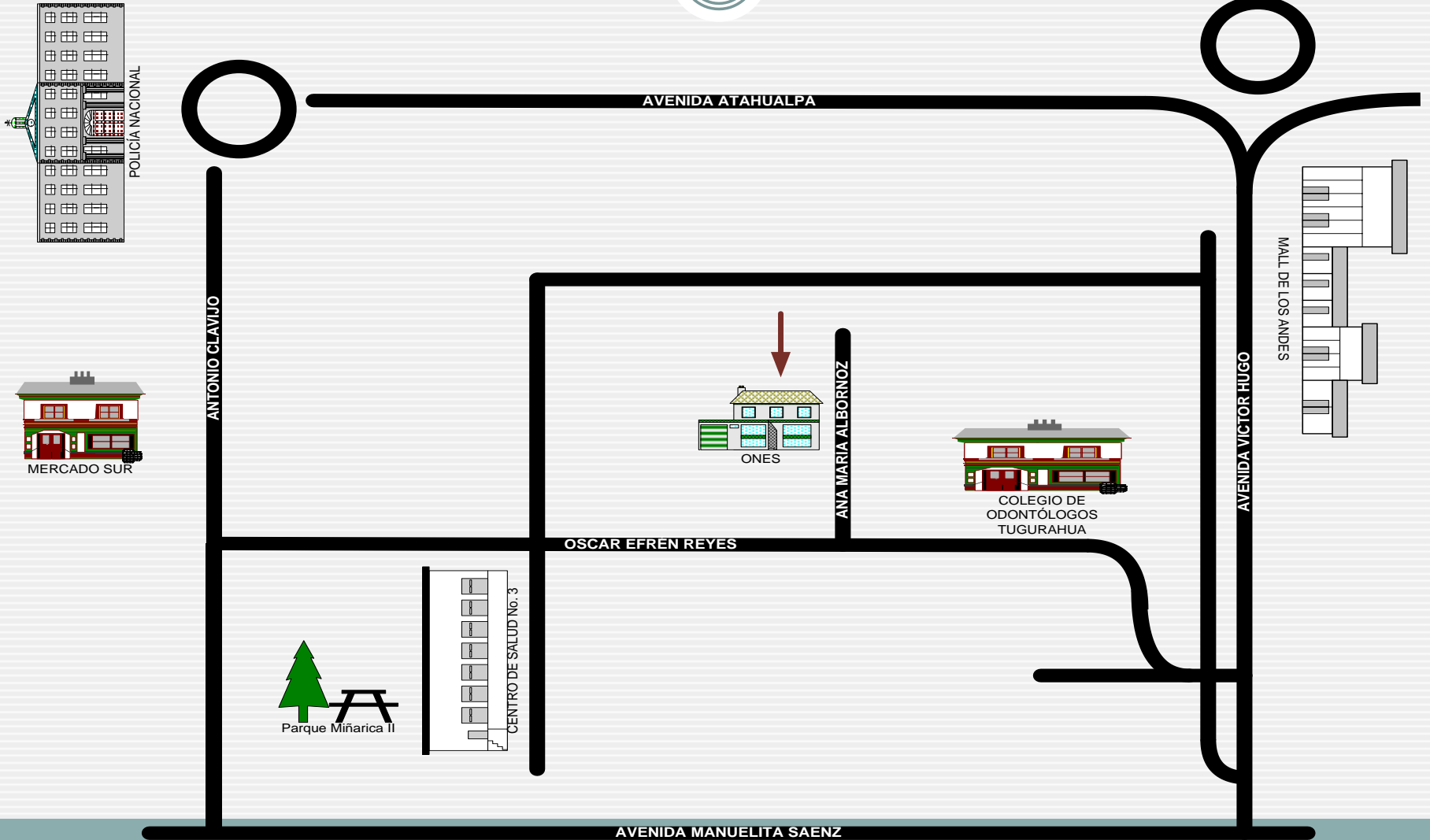
# ESTUDIO TÉCNICO



## **Localización:**

**La empresa ONE's estará ubicada en la ciudadela Miñarica II en las calles Oscar Efrén Reyes y Ana María Albornoz de la ciudad de Ambato.**

# ESTUDIO TÉCNICO (Localización)



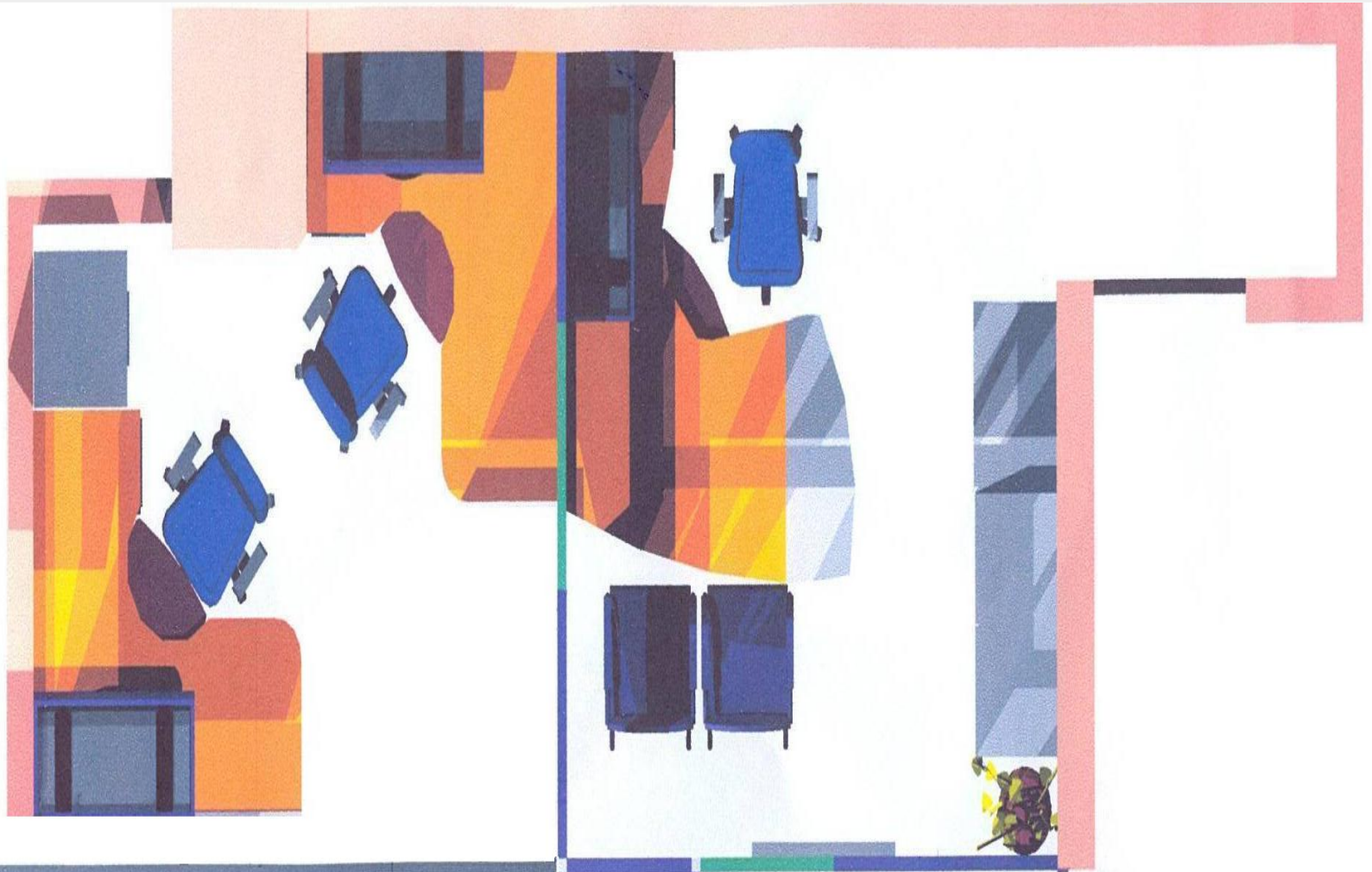
# ESTUDIO TÉCNICO



## **Tamaño de las instalaciones:**

**Las instalaciones para la empresa comercializadora cuentan con un área de construcción de 80 m<sup>2</sup>, en la cual se colocará una oficina de operaciones que contendrá dos áreas de trabajo.**

# ESTUDIO TÉCNICO (Instalaciones)



# ESTUDIO TÉCNICO



## Inversión mínima requerida:

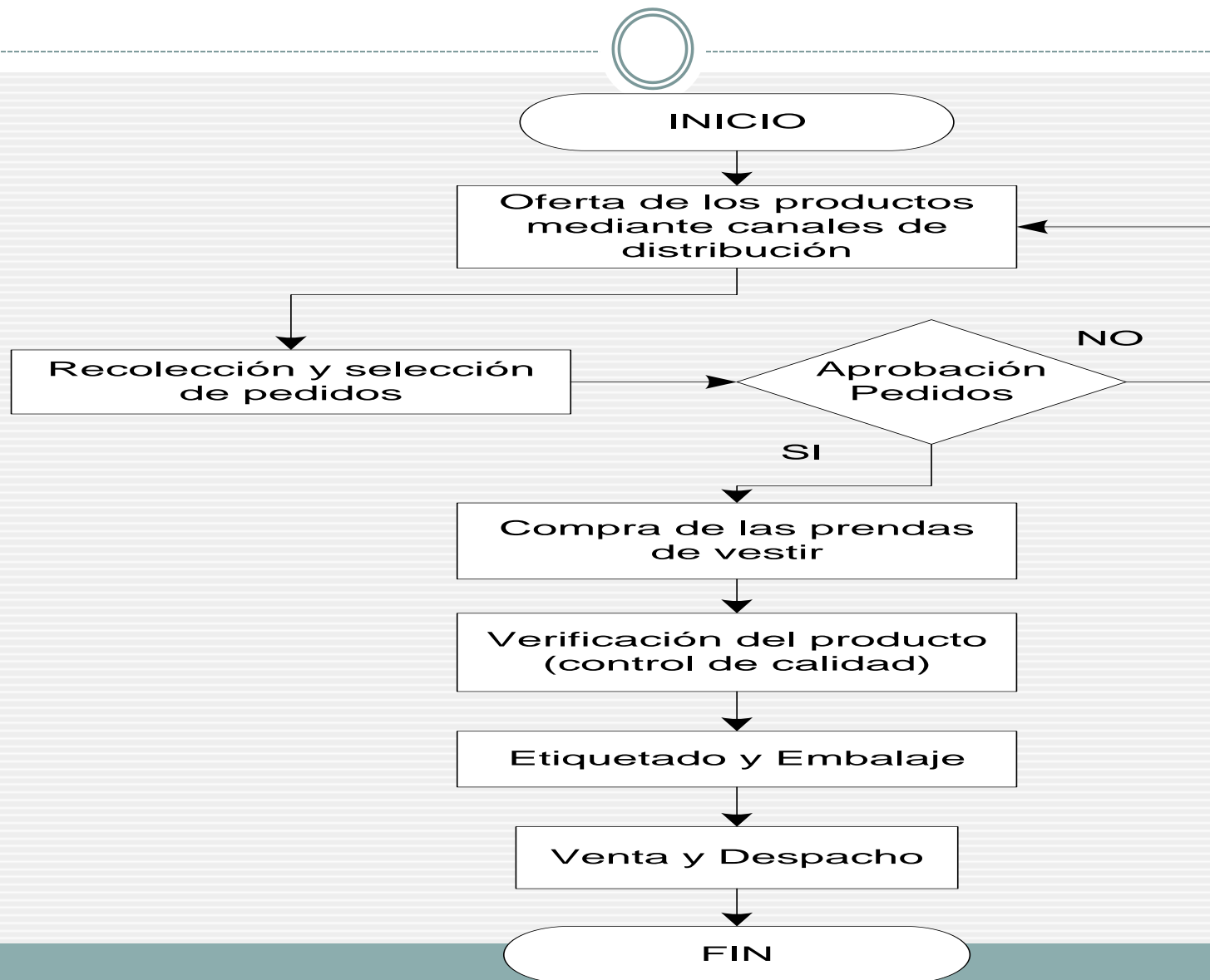
<b>Infraestructura</b>	<b>1.064,00</b>
Mobiliario de Oficina	1.064,00

<b>Equipos</b>	<b>330,00</b>
Etiquetado	150,00
DATA FAST (alquiler anual)	180,00

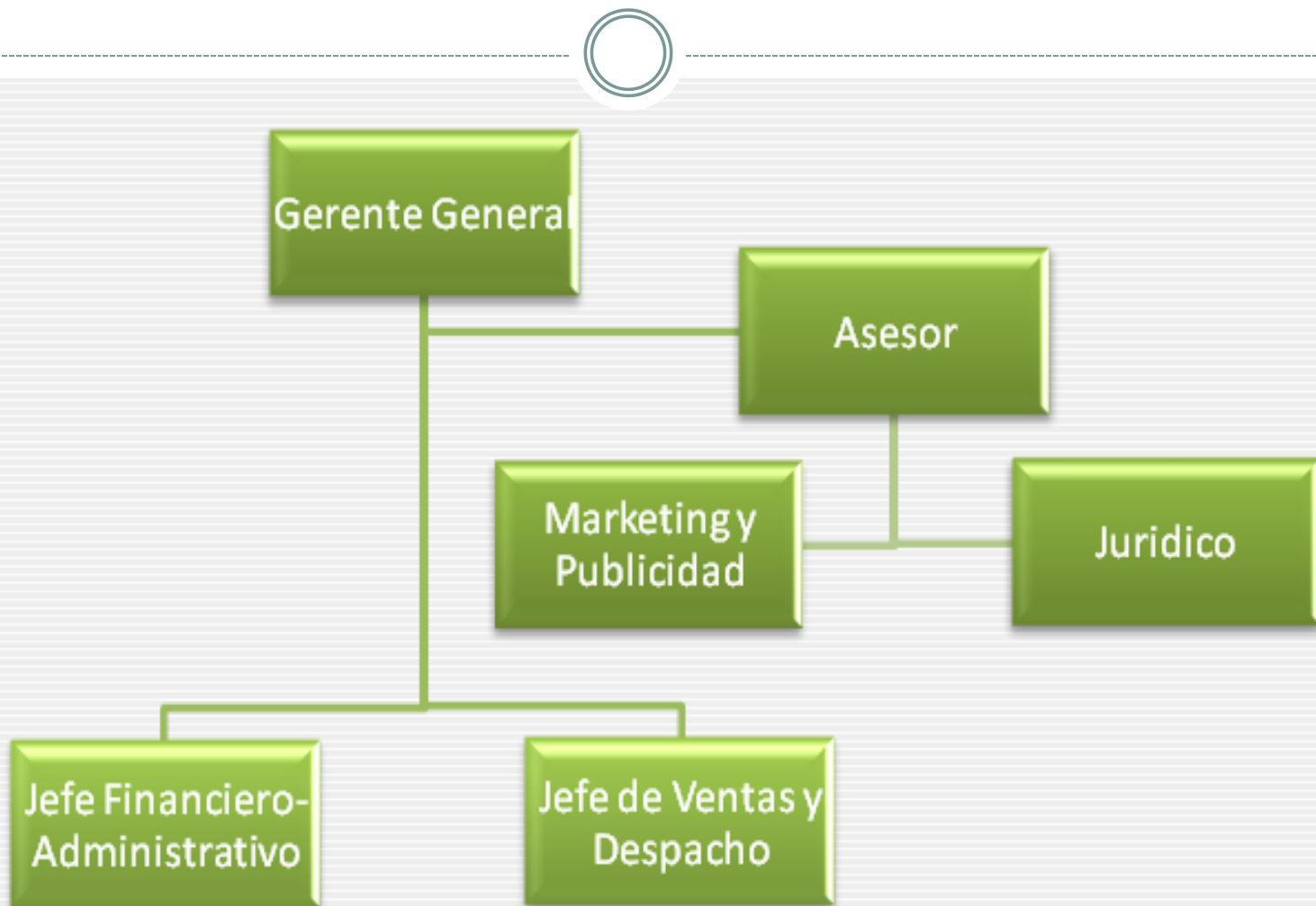
<b>Equipos</b>	<b>350,00</b>
Impresora láser a color	350,00

<b>Patente y marca</b>	<b>1.000,00</b>
Una patente y una marca	1.000,00

# ESTUDIO TÉCNICO (Comercialización)



# ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL





# RECURSO HUMANO ADMINISTRATIVO



## Gerente General

### Responsabilidades

- Planear y desarrollar metas.
- Coordinar con los jefes de cada área la planificación estratégica.
- Formular, dirigir, evaluar y controlar el cumplimiento de las políticas.

### Competencias

- Liderazgo.
- Conocimiento de Administración empresarial.

# RECURSO HUMANO ADMINISTRATIVO



## Asesor en Marketing y Publicidad

### Responsabilidades

- Efectuar el estudio de mercado.
- Elaborar el plan de marketing y publicidad.
- Preparar el presupuesto de marketing.

### Competencias

- Creatividad.
- Conocimiento de tendencias del mercado actual.

# RECURSO HUMANO ADMINISTRATIVO



## Asesor Jurídico

### Responsabilidades

- Estudiar y analizar los problemas jurídicos.
- Absolver las consultas sobre la aplicación en los términos contractuales.

### Competencias

- Amplio conocimiento de la legislación nacional e internacional.
- Facilidad de interpretación de leyes legales vigentes.

# RECURSO HUMANO ADMINISTRATIVO



## Jefe Financiero-Administrativo

### Responsabilidades

- Controlar y supervisar la información administrativa-financiera.
- Elaborar y planificar las políticas, control presupuestario y control de gestión.
- Convocar y dirigir reuniones con el personal de todas las áreas para coordinar la ejecución de las acciones.

### Competencias

- Trabajo en equipo.
- Técnicas de evaluación administrativa-financiera.

# RECURSO HUMANO ADMINISTRATIVO



## Jefe de Ventas

### Responsabilidades

- Coordinar y atender los requerimientos que formulen los clientes.
- Verificar la calidad, condiciones de recepción y entrega de las prendas de vestir.
- Establecer las políticas de negociación con los clientes.

### Competencias

- Poder de negociación con los clientes.
- Excelente relaciones humanas.

# PÓLITICAS Y VALORES



## Política de Calidad

Comercializar prendas de vestir de excelente calidad para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente interno y externo.

## Valores

- ✦ **Congruencia y Credibilidad**
- ✦ **Honestidad e integridad**
- ✦ **Perseverancia**
- ✦ **Flexibilidad**
- ✦ **Responsabilidad**

# PÓLITICAS Y VALORES



## Políticas y Procedimientos

- **Políticas Administrativas – Financieras**

Son un plan de acción que guía a la empresa al eficiente desenvolvimiento de sus actividades.

- **Política de Descuento**

Se aplicará a aquellas ventas que superen los 300 dólares.

- **Políticas de cancelación de facturas**

Efectivo.

Tarjeta de crédito.

# PÓLITICAS Y VALORES



## Políticas y Procedimientos

- **Políticas de Talento Humano**

Es necesario implantar políticas direccionadas a seleccionar adecuadamente el personal, capacitarlo, evaluar su desempeño y desvincularlo si ese fuese el caso.

- **Políticas de Abastecimiento**

Se debe mantener una estrecha relación con los proveedores ya que las adquisición se realizarán en consignación.



# MARCO LEGAL



## Aspectos Legales

**Se va a obtener el RUC en el SRI, para personas no obligadas a llevar contabilidad. Por medio del IEPI se patentará la marca con el fin de obtener el derecho exclusivo para comercializar y vender las prendas de vestir.**

# MARCO LEGAL



## Aspectos Tributarios

**Declaración mensual del IVA.**

**Declaración anual del Impuesto a la renta.**

## Aspectos Sanitarios

**La empresa otorgará todo su apoyo y confianza a los trabajadores y a sus familias ya sea en casos de enfermedad y exámenes médicos.**

# ENTORNO ECONÓMICO



**El Ecuador crece paso a paso en un entorno de constantes cambios en donde los niveles de inflación representan un 3,3% anual.**

**La actividad textil es una importante fuente generadora de empleo; es un sector que permanentemente demanda mano de obra.**

# **POLÍTICAS FINANCIERAS**



## **Políticas Laborales**

**Los empleados serán afiliados al IESS y se cumplirá todas las obligaciones patronales establecidas por el Código de Trabajo.**

# **POLÍTICAS FINANCIERAS**



## **Políticas de Ventas**

**El crecimiento anual de ventas es del 1,90% para el primer año hasta llegar a un 5% al tercer año.**

## **Políticas de Pagos**

**Los pagos a los proveedores en consignación y de transporte se lo realizará en efectivo o de acuerdo a los convenios.**

# ONE's Comercialización de Prendas de Vestir

## Presupuesto de Ventas y Costos de Producción

### Año 2011



### Prenda de Vestir: Camisetas

Meses	Ventas Totales Proyectadas	Venta Contado y Tarjeta de Credito 100 %	Costo de Venta 70 %
Enero	6,377.59	6,377.59	4,464.31
Febrero	6,387.69	6,387.69	4,471.38
Marzo	6,397.80	6,397.80	4,478.46
Abril	6,407.93	6,407.93	4,485.55
Mayo	6,418.07	6,418.07	4,492.65
Junio	6,428.24	6,428.24	4,499.77
Julio	6,438.41	6,438.41	4,506.89
Agosto	6,448.61	6,448.61	4,514.03
Septiembre	6,458.82	6,458.82	4,521.17
Octubre	6,469.05	6,469.05	4,528.33
Noviembre	6,479.29	6,479.29	4,535.50
Diciembre	6,489.55	6,489.55	4,542.68
<b>Totales US\$</b>	<b>77,201.03</b>	<b>77,201.03</b>	<b>54,040.72</b>

**ONE's Comercialización de Prendas de Vestir**  
**Presupuesto de Ventas y Costos de Producción**  
**Año 2011**

**Prenda de Vestir: Pantalones**

<b>Meses</b>	<b>Ventas Totales Proyectadas</b>	<b>Venta Contado y Tarjeta de Credito 100 %</b>	<b>Costo de Venta 70 %</b>
Enero	11,763.16	11,763.16	8,234.21
Febrero	11,781.78	11,781.78	8,247.25
Marzo	11,800.44	11,800.44	8,260.31
Abril	11,819.12	11,819.12	8,273.38
Mayo	11,837.83	11,837.83	8,286.48
Junio	11,856.58	11,856.58	8,299.60
Julio	11,875.35	11,875.35	8,312.74
Agosto	11,894.15	11,894.15	8,325.91
Septiembre	11,912.98	11,912.98	8,339.09
Octubre	11,931.85	11,931.85	8,352.29
Noviembre	11,950.74	11,950.74	8,365.52
Diciembre	11,969.66	11,969.66	8,378.76
<b>Totales US\$</b>	<b>142,393.64</b>	<b>142,393.64</b>	<b>99,675.54</b>

**ONE's Comercialización de Prendas de Vestir**  
**Presupuesto de Ventas y Costos de Producción**  
**Año 2011**

**Prenda de Vestir: Suéteres**

<b>Meses</b>	<b>Ventas Totales Proyectadas</b>	<b>Venta Contado y Tarjeta de Credito 100 %</b>	<b>Costo de Venta 70 %</b>
Enero	3,612.36	3,612.36	2,528.65
Febrero	3,618.08	3,618.08	2,532.65
Marzo	3,623.80	3,623.80	2,536.66
Abril	3,629.54	3,629.54	2,540.68
Mayo	3,635.29	3,635.29	2,544.70
Junio	3,641.04	3,641.04	2,548.73
Julio	3,646.81	3,646.81	2,552.77
Agosto	3,652.58	3,652.58	2,556.81
Septiembre	3,658.37	3,658.37	2,560.86
Octubre	3,664.16	3,664.16	2,564.91
Noviembre	3,669.96	3,669.96	2,568.97
Diciembre	3,675.77	3,675.77	2,573.04
<b>Totales US\$</b>	<b>43,727.76</b>	<b>43,727.76</b>	<b>30,609.43</b>



# Empresa: ONE's Comercialización de Prendas de Vestir

## Presupuesto de Sueldos



Año 2011

Colaboradores	Sueldos	Comisiones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aportes Patronales	Fondo de Reserva	Total
Gerente General	264.00	0.00	22.00	22.00	32.08	22.00	362.08
Jefe Administrativo-Financiero	264.00	0.00	22.00	22.00	32.08	22.00	362.08
Jefe de Ventas	264.00	0.00	22.00	22.00	32.08	22.00	362.08
<b>Total Colaboradores</b>	<b>792.00</b>	<b>0.00</b>	<b>66.00</b>	<b>66.00</b>	<b>96.23</b>	<b>66.00</b>	<b>1,086.23</b>

# Empresa: ONE's Comercialización de Prendas de Vestir

## Presupuesto de Inversión Inicial

Año 2011

<b>Mobiliario de Oficinas</b>	<b>1,064.00</b>
Dos mostradores metálicos	224.00
Tres escritorios	300.00
Tres sillas giratorias	320.00
Un archivador metálico	120.00
Dos sillas estáticas	100.00
<b>Equipos de Cómputo</b>	<b>350.00</b>
Una impresora	350.00
<b>Equipo de Etiquetado</b>	<b>150.00</b>
Tres equipos de etiquetado	150.00
<b>Patente y Marca</b>	<b>1,000.00</b>
Una patente y una marca	1,000.00
<b>Total US\$</b>	<b>2,564.00</b>

# ONE's Comercialización de Prendas de Vestir

## Presupuesto de Gastos Administrativos y Ventas

### Año 2011

<b>Gastos Administrativos y Ventas</b>	<b>Total</b>
Energía Eléctrica	96.00
Agua	96.00
Teléfono	240.00
Internet	600.00
Alquiler Data fast	180.00
Suministros de Oficina	1,200.00
Uniformes	60.00
Capacitación	1,200.00
Flete transporte	1,200.00
Comisión banco	867.17
Honorarios Asesor Jurídico	1,440.00
Honorarios Asesor Marketing	1,440.00
Empacado y embalaje	9,600.00
Publicidad	6,000.00
<b>Total Gastos Administrativos y Ventas</b>	<b>24,219.17</b>

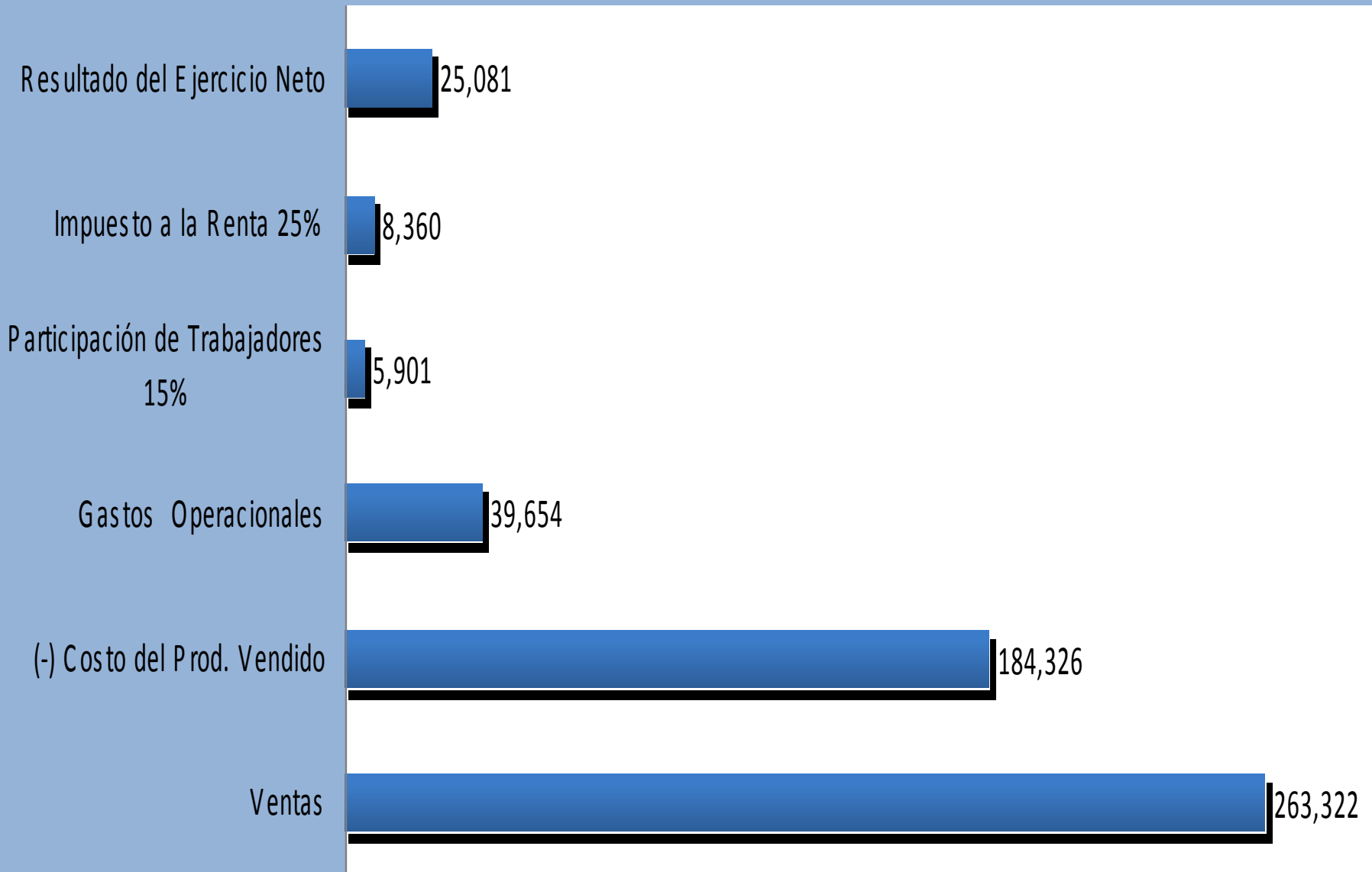
# Estado de Resultados Proyectado

## Al 31 de Diciembre 2011



Cuentas	US\$	%
Ventas	263,322.44	100.0%
(-) Costo del Prod. Vendido	(184,325.71)	-70.0%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>78,996.73</b>	<b>30.0%</b>
<b>Gastos Operacionales</b>		
Gastos Administrativos y Ventas	24,219.17	9.2%
Gastos de Personal	13,034.74	5.0%
(-) Depreciación y Amortización	1,238.04	0.5%
Intereses Pagados	1,161.91	0.4%
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>39,653.85</b>	<b>15.1%</b>
<b>Resultado Operacional</b>	<b>39,342.88</b>	<b>14.9%</b>
<b>Participación de Trabajadores 15%</b>	<b>5,901.43</b>	<b>2.2%</b>
<b>Impuesto a la Renta 25%</b>	<b>8,360.36</b>	<b>3.2%</b>
<b>Resultado del Ejercicio Neto</b>	<b>25,081.09</b>	<b>9.5%</b>

# Gráfico del Estado de Resultados Proyectado



# ONE's Comercialización de Prendas de Vestir

Estado de Situación Financiera Proyectada

al 01 de enero del 2011

<b>Activos</b>		<b>17.000,00</b>
<b>Activo Corriente</b>		<b>14.436,00</b>
Caja Bancos	14.436,00	
Inversiones Temporales	0,00	
IVA Pagado	0,00	
Cuentas por Cobrar	0,00	
Inventarios	0,00	
<b>Activo No Corriente</b>		<b>2.564,00</b>
<b>Activo Fijo</b>	<b>1.564,00</b>	
Propiedad, Planta y Equipos	1.564,00	
(-) Depreciación Acum.	0,00	
<b>Activo Diferido</b>	<b>1.000,00</b>	
Patentes y Marcas	1.000,00	
(-) Amortización Acum.	0,00	
<b>Pasivos</b>		<b>10.000,00</b>
<b>Pasivo Corriente</b>		<b>0,00</b>
Proveedores	0,00	
IVA Cobrado	0,00	
Impuestos por Pagar	0,00	
Participación de Trabajadores	0,00	
<b>Pasivo de Largo Plazo</b>		<b>10.000,00</b>
Obligaciones Financieras	10.000,00	
Otras Obligaciones Largo Plazo	0,00	
<b>Patrimonio</b>		<b>7.000,00</b>
Capital Social	7.000,00	
Utilidades Retenidas	0,00	
Resultado del Ejercicio	0,00	
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>		<b>17.000,00</b>

**ONE's Comercialización de Prendas de Vestir**  
**Estado de Situación Financiera Proyectada**  
**al 31 de diciembre del 2011**

<b>Activos</b>		<b>56,097.43</b>
<b>Activo Corriente</b>		<b>54,771.51</b>
Caja Bancos	52,912.17	
Inversiones Temporales	0.00	
IVA Pagado	1,859.34	
Cuentas por Cobrar	0.00	
Inventarios	0.00	
<b>Activo No Corriente</b>		<b>1,325.92</b>
<b>Activo Fijo</b>	<b>1,325.92</b>	
Propiedad, Planta y Equipos	1,564.00	
(-) Depreciación Acum.	(238.08)	
<b>Activo Diferido</b>	<b>0.00</b>	
Patentes y Marcas	1,000.00	
(-) Amortización Acum.	(1,000.00)	
<b>Pasivos</b>		<b>24,016.34</b>
<b>Pasivo Corriente</b>		<b>16,917.99</b>
Proveedores	0.00	
IVA Cobrado	2,656.20	
Impuestos por Pagar	8,360.36	
Participación de Trabajadores	5,901.43	
<b>Pasivo de Largo Plazo</b>		<b>7,098.35</b>
Obligaciones Financieras	7,098.35	
Otras Obligaciones Largo Plazo	0.00	
<b>Patrimonio</b>		<b>32,081.09</b>
Capital Social	7,000.00	
Utilidades Retenidas	0.00	
Resultado del Ejercicio	25,081.09	
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>		<b>56,097.43</b>

# ONE's Comercialización de Prendas de Vestir

## Análisis Financiero

2011

Moneda: US\$

### Razones de Liquidez

Índice de Liquidez	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{54,772}{16,918}$	3.24
--------------------	---	-------------------------	------

Prueba Acida	$\frac{\text{Efectivo + Ctas. Por cobrar}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{52,912}{16,918}$	3.13
--------------	--	-------------------------	------

Capital de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	37,854
--------------------	-------------------------------------	--------

### Razones de Endeudamiento

Grado de Autonomía	$\frac{\text{Patrimonio Neto} * 100}{\text{Activos}}$	$\frac{32,081}{56,097}$	57.19%
--------------------	---	-------------------------	--------

Razón de Deuda	$\frac{\text{Pasivos}}{\text{Activos}}$	$\frac{24,016}{56,097}$	42.81%
----------------	---	-------------------------	--------



# ONE's Comercialización de Prendas de Vestir

## Análisis Financiero

2011

### Indicadores de Rentabilidad

Margen Neto	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	$\frac{25,081}{263,322}$	9.52%
-------------	--	--------------------------	-------

### Indicadores de Rendimiento

Rendimiento Sobre la Inversión ROI	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$	$\frac{25,081}{56,097}$	44.71%
------------------------------------	---	-------------------------	--------

Rendimiento Sobre el Capital ROE	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Neto}}$	$\frac{25,081}{32,081}$	78.18%
----------------------------------	---	-------------------------	--------

# ONE's Comercialización de Prendas de Vestir

## Punto de Equilibrio

Moneda: US\$

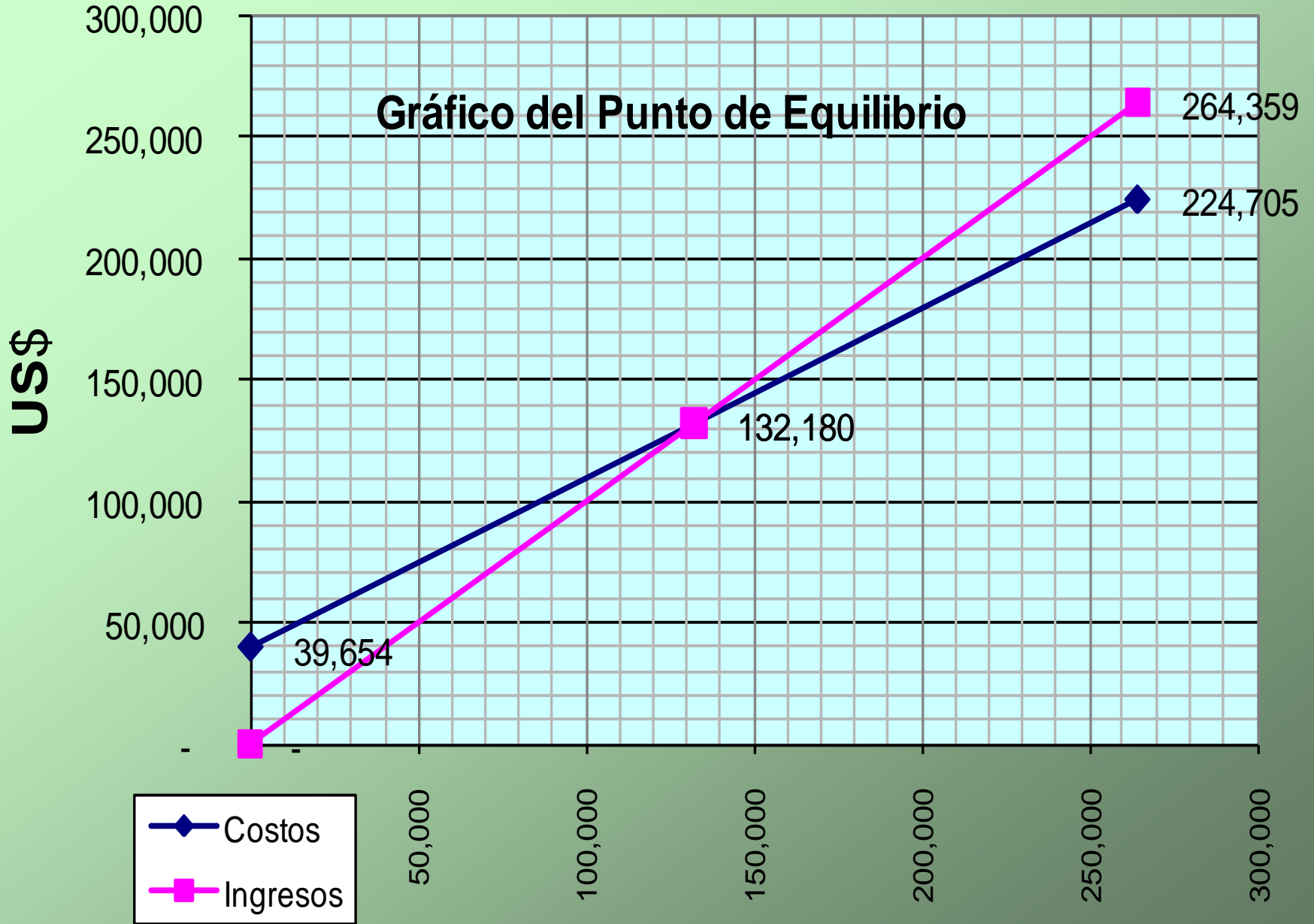
### Proyección de Resultados y Punto de Equilibrio

	Valor Año	Valor Mes	%
<b>Ingresos</b>	263,322	21,944	100%
(-) Costo de Producción 70%	(184,326)	(15,360)	-70%
<b>(=) Margen Bruto</b>	<b>78,997</b>	<b>6,583</b>	<b>30%</b>
<b>Gastos del Proyecto</b>			
Gastos de Personal	13,035	1,086	5%
Gastos Administrativos y Ventas	24,219	2,018	9%
(-) Depreciación y Amortización	1,238	103	0%
Intereses Pagados	1,162	97	0%
<b>Total Gastos del Proyecto</b>	<b>39,654</b>	<b>3,304</b>	<b>15%</b>
<b>Beneficio</b>	<b>39,343</b>	<b>3,279</b>	<b>15%</b>

### Análisis del Punto de Equilibrio

	PE Anual	PE Mensual
Costo Variable	70%	70%
Costo Fijo	39,654	3,304
Ingresos	1	1
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>132,180</b>	<b>11,015</b>

# Gráfico del Punto de Equilibrio





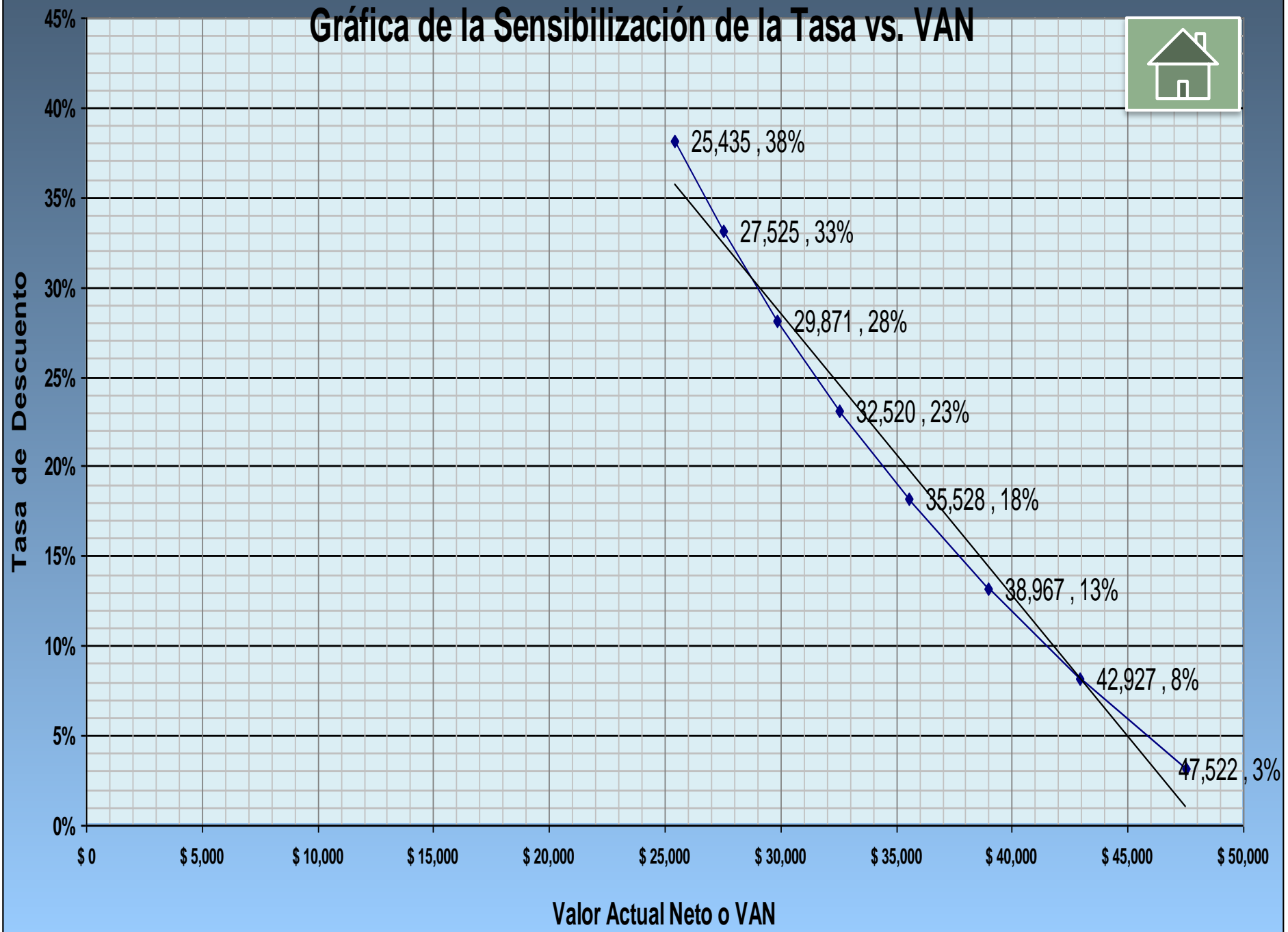
## Resumen de la Evaluación

Valor Actual Neto Financiado	35,528	El Proyecto	ES VIABLE, SE ACEPTA
Valor Actual Neto PURO	42,653	El Proyecto	ES VIABLE, SE ACEPTA
Tasa Interna de Retorno	309%	La Tasa de Retorno del proyecto Si es adecuada	
Beneficio / Costo	6.0754	Se Acepta el Proyecto	

## Calculo del VAN

Total Valor Actual del Flujo de Efectivo	42,528
Inversión Inicial	(7,000)
<b>Valor Actual Neto Financiado</b>	<b>35,528</b>

# Gráfica de la Sensibilización de la Tasa vs. VAN



# CONCLUSIONES



- **La Hipótesis antes mencionada ha sido comprobada y aceptada con un 53,43%. Adicionalmente se comprobó que el proyecto es viable y de fácil realización al obtener un VAN de USD \$ 35.528 y un TIR del 309%.**
- **En la región centro del país un 39,84% compra prendas de vestir en forma trimestral; destinando para el efecto un rubro de entre USD \$ 50 a USD \$ 100 dólares.**
- **Los medios de comunicación locales constituyen la base fundamental de difusión y consecución del presente proyecto.**

# CONCLUSIONES



- **La utilización de factores externos e internos tales como: negociación con proveedores, servicio post-venta personalizado, facilidades de pago, acceso al financiamiento y políticas de consignación coadyuvan al eficiente manejo administrativo y financiero.**
- **La inversión del proyecto se recupera en un periodo menor a tres años debido a la adecuada utilización de activos, al aprovechamiento de los recursos y a la correcta administración de costos y gastos.**



# RECOMENDACIONES



- **Comercializar prendas de vestir cuyos diseños e imagen estén a la vanguardia de la moda.**
- **Efectuar el análisis de la competencia y las tendencias del mercado en forma trimestral, con el fin de recopilar información para el establecimiento de nuevas y/o mejores políticas.**
- **Realizar campañas publicitarias que logren posesionar la marca en la zona céntrica del Ecuador.**

# RECOMENDACIONES



- **Contactar a varias compañías de transporte de encomiendas para tener una mayor cobertura.**
- **Capacitar a inversionistas y empleados con el fin de aprovechar sus destrezas y habilidades para contribuir al crecimiento de la empresa.**
- **Establecer alianzas estratégicas con pequeñas y medianas empresas proveedoras de prendas vestir.**

**GRACIAS**