

Proyecto de Factibilidad para la Fabricación de Ropa de bebe ¡Q`chorros! en la Ciudad de Guayaquil

Jenniffer Vinces Cerezo
Katherine Cotera Altafuya
Gabriela Nieto Campos
Víctor Hugo González. MSc, PhD (c)
Facultad de Economía y Negocios FEN
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 vía Perimetral.
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

jenavinc@espol.edu.ec, gdnieto@espol.edu.ec, kayicote@espol.edu.ec, vgonzal@espol.edu.ec

Resumen

En Guayaquil podemos contar con una completa producción de ropa dedicada especialmente para hombres y mujeres tanto jóvenes como adultos. Dejando un poco de lado a los más chiquitos del hogar que también requieren ser tratados como son. Podemos observar en ocasiones un niño con camisa manga larga y pantalón de pinzas, como papá, y una niña usando colores rosado o amarillo como si fueran los únicos colores en el mundo.

Un bebe es alegre, lleno de colorido no es quieto, siempre esta en actividad, no es cuidadoso para comer o jugar, pero si todo lo ensucia y desbarata; por eso es primordial entregarle comodidad, durabilidad, colorido y resistencia.

Es por eso que por medio de este estudio, el proyecto tiene por finalidad medir la factibilidad acerca de la implementación de una Fábrica Industrial Manufacturera de ropa para bebés entre 0 a 3 años de edad en la ciudad de Guayaquil, considerando el entorno que existe actualmente en la Ciudad. Evaluar la conveniencia económica y social de la implementación de una fábrica, a través de un estudio de mercado que permita identificar variables de decisión en cuanto a las preferencias de los clientes, para desarrollar un plan de negocios para la fabricación de ropa para bebés, será nuestro objetivo principal, así como un plan de marketing de MODA PARA BEBÉS.

Palabras Claves: Ropa, Bebes, Moda, Factibilidad.

Abstract

In Guayaquil we have a dedicated full production of clothing especially for men and women both young and old. Leaving aside some of the younger ones home that also need to be addressed as they are. We sometimes see a child with long-sleeved shirt and slacks, like Dad, and a girl using pink or yellow color as if they were the only colors in the world.

A baby is happy, full of color is still, always active, is careful not to eat or play, but if all dirty and destroys, so it is essential to deliver comfort, durability, color and strength

That's why through this study, the project aims to measure the feasibility on the implementation of an Industrial Manufacturing Factory clothing for babies between 0-3 years old in the city of Guayaquil, considering the environment that currently exists in the City. Assess the economic and social desirability of implementing a factory, through a market survey to identify the decision variables in terms of customer preferences, to develop a business plan to manufacture clothing for babies, will be our main goal and a marketing plan FASHION FOR BABIES

1. Introducción

El presente proyecto tiene por finalidad medir la factibilidad acerca de la implementación de una Fábrica Industrial Manufacturera de ropa para bebés entre 0 a 3 años de edad en la ciudad de Guayaquil, considerando el entorno que existe actualmente en la Ciudad.

En el proyecto se considera a los locales comercializadores de ropa para bebés y almacenes de la ciudad, como nuestro mercado potencial a investigar y como consumidor final las madres embarazadas y/o con bebés entre 0 y 3 años .

Una vez identificadas las características básicas de los clientes potenciales, dentro de las cuales se encuentran los hábitos de compra; el estudio de mercado; se obtuvo las herramientas necesarias y suficientes para la estimación de la demanda, la competencia, así como la participación de mercado del producto; principales parámetros que serán necesarios para la construcción de un Flujo de Caja para evaluar la factibilidad financiera de este proyecto de inversión.

1.2 Antecedentes

La importación de ropa de Estados Unidos, Panamá, China, Colombia y otros, da a los ecuatorianos el ánimo de sentirse diferentes con prendas exclusivas para salir de lo común y con excelente calidad. Estas importaciones en años anteriores eran de fácil acceso y el mercado estaba tan lleno de estos productos por el hecho de ser económicos a precios que el ecuatoriano no podía competir; lo que provocó un desequilibrio en la economía, suscitando perjuicio para la producción nacional.

Dado lo mencionado el gobierno ha tomado algunas políticas económicas para regular el ingreso de mercadería extranjera y así promover la producción nacional, también se ha realizado una fuerte campaña publicitaria, "ES MEJOR SI ES HECHO EN ECUADOR", que pretende originar un sentimiento nacionalista que incentive el consumo de producción nacional.

En cada mercado se destina un total de 2 mil unidades de ropa con la marca Baby Joe y en el caso de vestimenta para bebés; Mon Tout Petit y Joe Sport para los modelos de niños y de

ropa casual de adultos. Ellos distribuyen su mercancía en el país a grandes Almacenes como DePrati, Megamaxi, Casa Tosi y RioStore y también a medianas tiendas.

El sector y el mercado de productos para bebés al cual apunta este proyecto está viviendo importantes cambios, y ahora más que nunca se debe unificar esfuerzos de promoción y marketing con el objetivo de conquistar la fidelidad del consumidor

Este proyecto permitirá analizar un poco más a fondo este problema presentado y que podría ser una idea de negocio productiva y lucrativa.

1.3 Problemas y oportunidades

Algunas comercializadoras de ropa extranjera han cerrado sus puertas y por el contrario nuevas fábricas nacionales pretenden ser reconocidas para distribuir sus productos en todo el país. Lo que se desea hacer en este proyecto es estimar las probabilidades de éxito de implementar una fábrica de ropa de bebé, la cual se llamaría ¡Q'Chorros!, misma que intenta aprovechar el mercado de los bebés brindando productos cómodos, duraderos, coloridos y resistentes y por supuesto nacionales, manteniendo una diversificación del producto que satisfaga las exigencias actuales del mercado nacional y al largo plazo el extranjero.

El Riesgo País del Ecuador en los últimos 3 meses no ha presentado grandes fluctuaciones, sin embargo la incertidumbre causada por la Asamblea Nacional al elaborar la nueva constituyente, y el fuerte invierno que se vivió en un país netamente agrícola, hizo que el riesgo país aumente con respecto a los meses pasados.

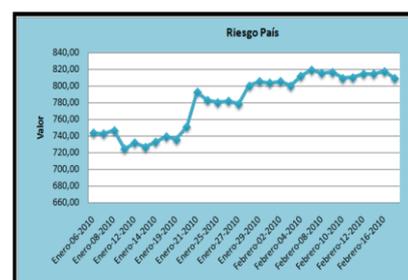


Figura 1: Riesgo País

1.4 Características del producto

Se propone diseñar y confeccionar una Moda para bebès entre 0 y 3 años con diseños y marca propia ¡Q`Chorros! siendo estos modelos distribuidos para almacenes de la ciudad de Guayaquil. Para un mejor análisis del proyecto y tratar de conocer que tan factible es; se estudiará inicialmente la aceptación de la marca y de un sólo Producto Estrella que serán los Vestidos para bebès en el mismo rango de edad.

Satisfacer la necesidad de los pequeños clientes y saber lo que desea el gusto infantil que buscan las mismas opciones que el público adulto, es crear una comunicación directa entre cliente y marca, creando un concepto de estilo de vida cómodo, fresco, activo y natural.

1.5 Alcance

El proyecto también facilita el conocimiento de las necesidades y características de los consumidores potenciales; los canales de distribución, las estrategias de promoción y publicidad, la evolución de la demanda y la oferta, las condiciones de los proveedores, el análisis de los precios, las estrategias de comercialización y el estudio del mercado de insumos.

La información obtenida servirá para la toma de decisiones con respecto a las condiciones favorables y desfavorables que se presentan en el mercado y a la conveniencia que exista de continuar, replantear o modificar el proyecto.

1.6 Objetivo

Evaluar la conveniencia económica y social de la implementación de una fábrica de ropa para bebès en la ciudad de Guayaquil, a través de un estudio de mercado que permita identificar variables de decisión en cuanto a las preferencias de los clientes, para desarrollar un plan de negocios para la fabricación de ropa para bebès, así como un plan de márketing de MODA PARA BEBÉS.

1.7 Justificación

Este proyecto considera un impacto positivo en la sociedad porque brinda un producto 100% ecuatoriano, que cree que la creación de empleo es una fortaleza y clave para el desarrollo del negocio y del país; y que adicionalmente tiene la capacidad de evolucionar en uno de los sectores más complejos, como es la industria de la moda.

Satisfacer la necesidad de los pequeños clientes y saber lo que desea el gusto infantil que buscan las mismas opciones que el público adulto es crear una comunicación directa entre cliente y marca, creando un concepto de estilo de vida cómodo, fresco, activo y natural.

2. Investigación de mercado

2.1 Introducción

La presente investigación de mercado pretende definir elementos que permitan determinar características principales del mercado de interés para este Proyecto, es decir comercializadores de ropa para bebès, mismos que tienen como clientes a madres de niños de entre 0 a 3 años del sector socioeconómico medio-alto en la ciudad de Guayaquil, preferencias de consumo y elección en las personas con estas características.

Estudio Organizacional

Misión

Proporcionar bienestar a las familias, a través la implementación de una fábrica de ropa de bebès, misma que ofrecerá la mayor variedad y mejor calidad en ropa de bebès, suministrando comodidad y bienestar a los bebès y tranquilidad a sus padres al momento de vestir, y a su vez promover una moda dedicada especialmente para los más pequeños del hogar.

Visión

¡Q`Chorros! deberá liderar los rankings de venta de ropa de bebès de la mejor calidad, consolidándose como la mejor alternativa al momento de comprar, satisfaciendo las necesidades de calidad, variedad y estilo, más allá de sus expectativas.

2.2 Organigrama

En el cuadro 2.1 se muestra la jerarquía con la cual deberá organizarse la fábrica para un mejor desenvolvimiento de sus funciones.

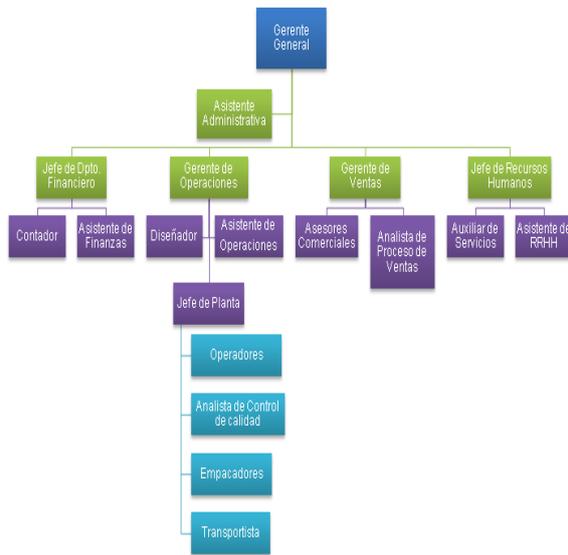


Figura 2: Organigrama

2.4 Investigación de Mercado

Método de la investigación

El estudio se realizó mediante entrevistas a los asistentes de compras de las principales cadenas y almacenes de venta del producto, tiene como principal objetivo determinar las características y preferencias del cliente.

Macro segmentación

Existen aproximadamente 400 almacenes de ropa infantil ubicados en la ciudad de Guayaquil. Se estima que la fábrica produzca al 50% de su capacidad, en el que se realizará ventas a los 20 almacenes, con un promedio de 100 piezas mensualmente, como resultado una demanda de 2000 piezas aproximadamente; siendo la capacidad total de la fábrica de 4000 piezas al mes.

Micro segmentación

(Comportamiento de compra)

La investigación realizada nos muestra los resultados a continuación, mismos que presentamos en los siguientes cuadros resúmenes.

Motivos de comp.	Porcentaje (%)
Promoción	4
Calidad	26
Buen diseño	12
Dotaciones	4
Acabado	10
Comodidad	4
Economía	40
TOTAL	100

Tabla 1: Factores que inciden en el momento de realizar pedidos de ropa infantil

Frecuencia de compra	Porcentaje
Semanalmente	4
Cada mes	20
Cada 2 meses	16
Cada 3 meses	20
Cada 6 meses	32
Anualmente	8
TOTAL	100

Tabla 2: Frecuencia de compra de los consumidores

Ropa infantil	(%)
Vestido casual niña	20
Conjuntos	16
Acc (gorra y guantes)	15
Blusas	4
Faldas	4
Toallas	6
Sábanas-cuna	3
Frazadas	9
Overoles	10
Shorts	3
Pijamas	6
Pantalones	4
TOTAL	100

Tabla 3: Preferencia de compra

La apertura de almacenes de ropa y accesorios para bebés es cada vez mayor en Guayaquil, los nuevos participantes amenazan ofrecer mayor variedad de vestidos y apoderarse de una porción del mercado, la estrategia será implementar campañas publicitarias agresivas, promociones y variedad de nuevos diseños.

Guayaquil mantiene una infraestructura de importaciones y exportaciones de productos con estándares internacionales, esto clasifica a la amenaza de sustitutos como ropa terminada de otros locales comerciales en el área infantil tales como De Prati, Casa Tosi, Super Éxito; en un nivel medio de influencia para el proyecto.

Referente a los competidores como Pinto, Bebè Crece, Kids de Río Store, se competirá mediante las estrategias planteadas en la macro segmentación, es decir con técnicas de producción que satisfaga las necesidades específicas de los clientes potenciales.

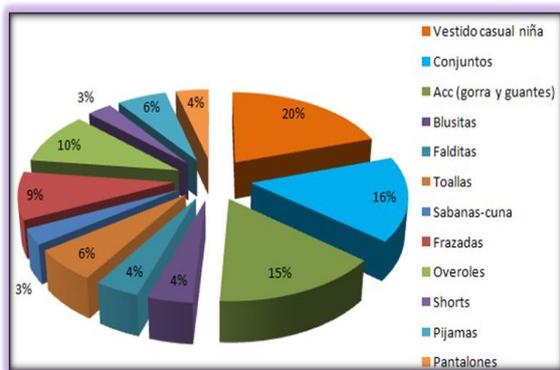


Figura 3: Resultado de entrevistas

2.3 Estudio Técnico

2.3.1 Necesidad de Activos

Se requerirá la adquisición de un terreno de 900 m² de 30m x 30m que conforma las siguientes áreas:

- Almacén de materiales
- Área de ensamble y costura
- Área de acabado
- Área de planchado y empaque
- Almacén de producto terminado
- Oficinas administrativas
- Área de comedor
- Servicio médico
- Sanitarios

Planta de energía: de combustible diesel, de 6 Kva, 60 HZ.

Un Vehículo para el transporte del producto terminado.

2.3.2 Proceso de Producción de la Fábrica ¡Q' Chorros!

1. Área de Almacenamiento de Materiales
Recepción y almacenamiento de materiales
Inspección de tela y habilitaciones
2. Transporte al área de corte
3. Área de Corte
Revisión de orden y corte
Inspección de Corte
4. Transporte al área de costura
5. Área de Ensamble y Costura
Ensamble de las piezas de tela: (10 Máquinas de costura recta para trabajo pesado)
Inspección de Calidad
Refuerzo de costuras: (10 Máquinas de coser overlock 6 hilos)
Inspección de Calidad
6. Transporte al área de acabado
7. Área de Acabado
Acabado: (2 Máquinas de coser COLLARETE 3 agujas, 2 Máquinas de coser ZIG-ZAG y Bordadora de Realce, 4 Máquinas de coser Ojaladoras, 1 Máquina de coser Botonadora, 1 Máquina prensa de botón metálico)
Inspección de Calidad
8. Transporte al área de planchado y empaque
9. Área de Planchado y Empaque
Planchado y vaporizado: (4 Planchas de Vapor Industrial)
Colocación de Avíos y Empaque
10. Transporte al almacén de producto terminado
11. Almacenamiento

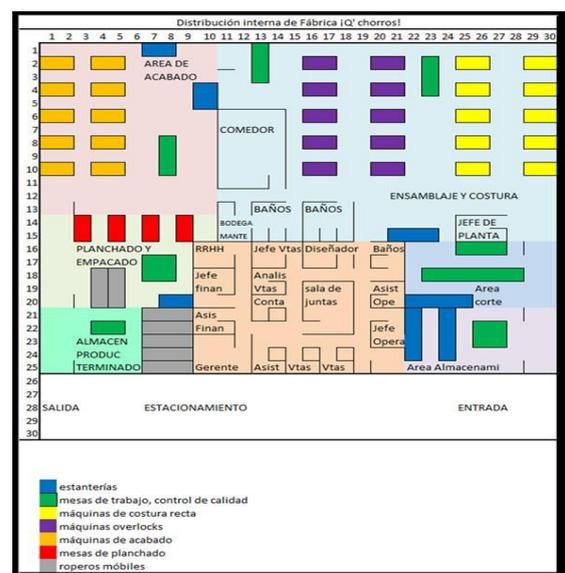


Figura 4: Distribución de instalaciones

3. Analisis Financiero

Los ingresos para ¡Q`Chorros!, dependen básicamente de las ventas de los productos ofrecidos, por ello las ventas fueron estimadas considerando los siguientes factores:

Demanda: La demanda potencial fue estimada a través de la investigación de mercado realizada en los almacenes de venta de ropa infantil en la ciudad de Guayaquil.

Precio: Debido a que la fábrica posee dentro de su estructura una gran variedad de precios en sus productos, se decidió utilizar como el parámetro más cercano el precio promedio histórico de la venta de modelos similares en el mercado, y la aceptación de precios del cliente.

3.1 Inversión

El monto de la inversión del proyecto es de \$ 661.379,25 del cual el 50% corresponde a préstamo privado a una tasa del 9.33% anual y el 50% aportación de los socios.

INVERSIÓN	
Edificio	\$ 360.000,00
MÁquinas para Área Operativa	\$ 29.312,05
Equipo de Oficina	\$ 13.256,04
Equipo de Cafetería, Primeros auxilios y Seguridad	\$ 3.517,47
Alumbrado Eléctrico	\$ 3.000,00
Vehículo	\$ 45.000,00
Capital de trabajo	\$ 207.293,69
Total de Inversión	\$ 661.379,25

Préstamo	50%	\$ 330.689,62
Aporte de Socios	50%	\$ 330.689,62

Cuadro 1: Inversion

Se consideran los costos variables con un total de \$ 176.092, costos medios, y en los costos fijos en los que se incluyen: Gastos de Transportación de los productos, costos de Publicidad, costos de papelería, materiales, costo de movilización de vendedores, los servicios Básicos y por último los Gastos de Suelos y Salarios detallados en el cuadro No. 3.3, dando un total de costos fijos de \$ 238.495,47 presentado para el año uno y con un aumento del 5% anual

3.2 Estructura de Financiamiento

Para la realización del proyecto los accionistas aportarán con el 50% de la inversión total y el siguiente 50% se financiará por medio de un préstamo al Banco Bolivariano, a una tasa de Interés de 9,33% por 2 años. El préstamo se calculó por un monto de \$ 330.689,62 correspondiente al 50% de la inversión con el cual el banco recibirá al final de los dos años un monto de \$ 361.148,42 correspondiente al pago de capital más los intereses, el cual incluye pagos adicionales administrativos que mes a mes son cobrados por el banco: Comisión por Gestión y Seguro por desgravamen, entregando un pago para el primer mes de \$ 15.477,22

3.3 Proyección de Ingresos

Para la proyección de ingresos se tomo en cuenta la demanda obtenida según la investigación de mercado y a su vez un escenario moderado del 50% de la producción total mensual con respecto a la capacidad total de la fábrica que es la elaboración de 4000 piezas al mes. Para el primer año se obtiene un total de ingresos de \$562.620 (2000 piezas * su respectivo precio según su modelo), en el cual se desglosa el costeo para cada uno de los 20 modelos estimados con sus Materiales Directos e Indirectos y tomando en cuenta un precio promedio, mencionamos anteriormente de acuerdo a la aceptación del cliente.

3.4 Flujo de Caja

En el flujo con financiamiento, se obtiene en el primer año un flujo neto de efectivo negativo de **\$35.306,64** el cual es relativamente bajo por los desembolsos que debe incurrir para los pagos del préstamo, ésta pérdida se recupera en los años posteriores en los que se obtiene flujos superiores. En el segundo año se obtiene un flujo positivo de \$ 5.511,98 siendo éste el año en el cual se termina de pagar el préstamo bancario y a partir del año tres el flujo es mucho más atractivo siendo este de \$132.534,59 empezando en este año los flujos con aumentos en menor proporción para los siguientes años pero igualmente aceptables.

3.5 Resultados y Evaluación Financiera

En esta sección se aplicarán dos técnicas de Evaluación del Proyecto de Factibilidad de la fábrica de ropa para Bebés:

✓ Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto, es una técnica de estimación del valor en el año cero del proyecto mientras este sea mayor a cero se considera una ganancia y al mismo tiempo se concluye que el proyecto es económicamente viable.

✓ Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

La Tasa Interna de Rendimiento es la tasa retorno ofrecida por el proyecto la cual debe ser comparada la Tasa Máxima de Rentabilidad. Como criterio de evaluación se utilizará una TMAR de 18,2%, determinada con la fórmula de déficit acumulado máximo. Una vez determinadas las técnicas de evaluación, se procedió a realizar los cálculos respectivos:

Tanto la Tasa Interna de Retorno como el Valor Actual Neto, son aceptables por lo tanto, se puede concluir que la opción del Financiamiento es la más rentable para llevar a cabo el funcionamiento de este proyecto

COSTO DE CAPITAL	18,20%
VAN	95753,56
TIR	23,11%

Cuadro 2: VAN y TIR

✓ Periodo de Recuperación (Pay back)

El período de recuperación de la inversión es el tercer criterio más utilizado para evaluar un proyecto y tiene como objetivo medir el tiempo en el cual se recupera la inversión. De acuerdo a los resultados, el proyecto en el período de recuperación está entre los años 8 y 9 ya que en año 10 se muestra un saldo de inversión negativo.

4. Conclusiones y recomendaciones

Haciendo una evaluación general de los estudios previamente realizados se considera que el proyecto es aceptable, dado que la venta de ropa para bebés es un mercado en crecimiento aún no explotado y que existe una demanda considerable de consumidores, es recomendable ponerlo en marcha, dado que

existe la facilidad de realizarlo en el aspecto técnico y económico entregando un valor agregado de acuerdo con las exigencias de los clientes, esta oportunidad de encontrarse en un mercado en crecimiento, demuestra la capacidad para competir localmente.

Se concluye que el proyecto es viable de acuerdo con los criterios de un van > 0 ya que es de \$95.753,56 y se obtuvo una TIR del 23.11%, mayor a la exigida que es del 18,2%. Adicionalmente dentro del período de 10 años y de acuerdo con el análisis Payback la inversión se recupera entre los años 8 y 9, que es algo favorable para el proyecto, a pesar de que se consideró que la fábrica solo trabaje con el 50% de su capacidad, de 2000 unidades mensuales, y que ni aún llegando a su décimo año, con un crecimiento del 5% de las ventas cada año, llegue a vender su máxima capacidad de 4000 unidades mensuales

5. Agradecimiento

Después de culminar una etapa importante en nuestras vidas, la gratitud es inmensa con la Escuela Superior Politécnica del Litoral, nuestra querida Facultad de Economía y Negocios, y también con todos aquellos profesores que forman parte de nuestra formación profesional. A Sra. Msc. Ivonne Moreno y al Sr. Msc. Víctor Hugo González, Director de proyecto de graduación, por la gran gestión que realiza al contribuir en la formación de los estudiantes de nuestra prestigiosa facultad.

Y lo más importante un agradecimiento especial a Dios y a nuestras familias, por ser el soporte en todo momento, por impulsarnos a rendir y exigir cada día más en nuestras vidas.

6. Referencias

Biblioteca Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL):

[1] Título: Preparación y evaluación de proyectos; Autor: Nassir Sapag Chain; Editorial: Pearson Educación; Edición: 6A ED; Año: 2005.

[2] Título: Presupuesto Base Cero; Autor: Pyhrr; Peter A. ; Año:1977

[3] Estudios de Viabilidad; Autor: Font, Jordi; Editorial: Gestión 2000; Año: 1999.