
FABRICA DE CONFECCION DE ROPA INTERIOR PARA DAMA

La empresa de lencería F&M será la encargada de fabricar la ropa interior y está establecida en Guayaquil. Se aprovechará su experiencia en el mercado distribuyendo artículos para la confección y con una fuerza de ventas ya establecida.

El mercado se muestra alentador ya que existen una gran variedad de marcas unas producidas localmente y otras que se importan desde Colombia, Panamá, Estados Unidos y China, principalmente.

Nuestro segmento de mercado estará destinado a la clase media baja y competiremos con una calidad aceptable y un manejo adecuado de costos, lo que redundará en mejores precios para los clientes y en primera instancia entrar al mercado con cierta facilidad.

La fabrica estará conformada principalmente por un gerente general el gestor de la idea con una amplia experiencia en comercialización de artículos para confección y con destrezas en finanzas.

En ventas se ha considerado un incremento anual de un 20%, según se vaya conociendo el mercado.

No hemos considerado inversiones adicionales en activos fijos ya que si es necesario se puede incrementar un turno para suplir cualquier incremento de ventas que esté fuera de lo previsto.

Los resultados muestran cifras muy alentadoras. El flujo de efectivo nos ha determinado que es posible que la inversión inicial de \$ 250.000 se recupere en 5 años, ya que la suma de todos los dividendos anuales representan la inversión inicial.

El VAN de la inversión es positiva y nos da un valor de \$ 1?347.829, la rentabilidad sobre ventas anda alrededor del 26% anual, un retorno muy atractivo ya que ningún banco pagaría localmente esos porcentajes y es muy difícil encontrar inversiones en empresas que tengan esos resultados.

Por todo lo expuesto anteriormente más el análisis de sensibilidad a un 80% de ventas realizadas debido a cualquier inconveniente que pueda surgir en la implementación del proyecto, nos hace estar seguros que el plan es totalmente viable.

Visión

Construir una empresa sólida y solvente que siendo nacional se proyecte a nivel medio bajo, forjando un equipo técnicamente sustentado, capaz de orientar y mantener un desarrollo perpetuo, que satisfaga las necesidades sentidas del cliente.

Lograr para el año 2006 una participación de mercado del 3%. Tener una fuerza de ventas por lo menos 2 cursos de técnicas de ventas y conocimientos profundos del producto con entrenamiento en planta. Adicionalmente deben ser Profesionales con título universitarios en Ingeniería Comercial o Marketing.



Esperamos para el año 2010 estar exportando nuestras prendas a otros países principalmente del pacto andino. Para esto haremos contactos con empresarios de Perú, Colombia y Estados Unidos.

Misión

Brindar un servicio excelente con innovación de diseño y presentación, con precios convenientes, a través de una red de puntos de venta, geográficamente distribuidos en el país, con modelos de temporada y acorde con las necesidades del cliente.