

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Facultad de Economía y Negocios



Proyecto de Factibilidad para la Fabricación de
Ropa de Bebe ¡Q' CHORROS! en la Ciudad
de Guayaquil

PROYECTO DE GRADO

PREVIA LA OBTENCION DEL TITULO DE:

Ingeniera Comercial y Empresarial

Especialización: Finanzas y Comercio Exterior

PRESENTADO POR:

Cotera Altafuya Katherine

Nieto Campos Gabriela

Vinces Cerezo Jenniffer

Guayaquil - Ecuador

2010

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS



**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA FABRICACION
DE ROPA DE BEBE ¡ Q' CHORROS! EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL**

Proyecto de Grado

Prevía la obtención del Título de:

**INGENIERA COMERCIAL Y EMPRESARIAL
Especialización: Finanzas y Comercio Exterior**

Presentado por

COTERA ALTAFUYA KATHERINE

NIETO CAMPOS GABRIELA

VINCES CEREZO JENNIFFER

Guayaquil-Ecuador

2010

7
658.404
COT

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por ser mi luz y mi guía en todo momento, así como a mis padres Wilson Coterá y Silvia Atafuya, por ser mi ejemplo, mis motivadores, por apoyarme cada día, por creer que hay grandes cosas para mí y proporcionarme las herramientas necesarias para conseguir esas grandes cosas.

También quiero mencionar a una persona que me ha acompañado en todo este tiempo, aunque no lo crea ha sido de mucha ayuda, su tolerancia y sus ideas me han asistido en los momentos en que la creatividad se confunde

Katherine Coterá Altafuya

DEDICATORIA

En este proyecto esta resumido todos los conocimientos adquiridos que esta amada Universidad a través de talentosos profesores ha impartido, para la contribución de un desarrollo sostenido del país

Dedico la elaboración de este proyecto como fiel imagen del esfuerzo de cuatro años, a mi Amado Padre Celestial, quien con mucho amor ha sabido corregir mi proceder.

A mi familia entera , no podría especificar a alguien en especial para dedicar mi agradecimiento por tanto apoyo incondicional que a lo largo de toda mi vida he recibido en especial en los momentos más duros; mis padres José Nieto y Dolores Campos con sus oraciones, apoyo económico y en especial su amor que no me ha faltado y quienes han sabido estar presentes en todo momento, le ruego a Dios que pueda de alguna forma devolverles, tal sacrificio que han entregado para mi formación;

A mis hermanos: Gastón, Hugo, Marthita, Eufredo, Irene y Sara quienes me han enseñado con su ejemplo lo importante que es el estudio, la preparación profesional y el conocimiento de la palabra de Dios para así alcanzar metas que ayuden a nuestra familia y la sociedad. Les agradezco ese apoyo sincero sin mezquindad que me ha llevado amarlos más allá del límite fraternal.. Los Amo!! .

A mi muy estimado director de tesis Msc. Víctor Hugo Gonzales, gracias por su dirección, no solo en el Proyecto de Graduación sino también en materias que han sido de gran importancia en nuestra formación.

A mis amigas y compañeras de Proyecto: Katy y Jenniffer con quienes he aprendido el trabajo en equipo, la tolerancia y lo que la amistad puede sobrellevar para lograr un objetivo. Las quiero mucho!. A los Pastores de mi iglesia David Aguirre y Miriam Panta de Aguirre; ellos han sido para mí un ejemplo de trabajo y lucha para así lograr una sociedad sana que Bendiga el nombre de Dios.

Gabriela Nieto Campos

DEDICATORIA

Agradezco a Dios, por ser el eje fundamental de mi vida y la fuerza más grande que me motiva a cumplir mis ideales y que sin el nada sería posible

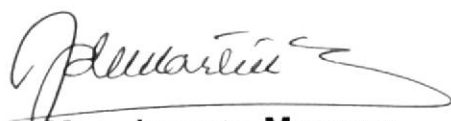
Dedico este trabajo a las personas más importantes de mi vida

A mis padres Orlin Vines e Isabel Cerezo quienes son ejemplo de dedicación, honestidad, esfuerzo y que con su incondicional apoyo me impulsan a proponerme y alcanzar nuevas metas, les estaré eternamente agradecida por enseñarme las cosas que realmente son importantes en la vida.

A mi hermano que me enseña a dar siempre mi mejor esfuerzo superándome para el futuro y a mi hermanita, deseo que este logro les sirva de motivación para seguir adelante sin detenerse.

Jenniffer Vines Cerezo

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



Msc. Ivonne Moreno.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Msc. Víctor Hugo González, Phd

DIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÓN EXPRESA

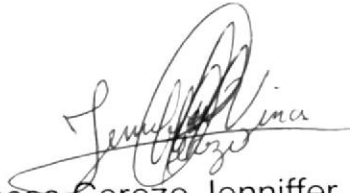
“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”



Cotera Altafuya Katherine



Nieto Campos Gabriela



Vinces Cerezo Jenniffer

AGRADECIMIENTO

Después de culminar una etapa importante en nuestras vidas, la gratitud es inmensa con la Escuela Superior Politécnica del Litoral, y nuestra querida Facultad de Economía y Negocios. Y también agradecerles a todos aquellos profesores que forman parte de nuestra formación profesional.

Al 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

INDICE

Dedicatoria.....	I
Tribunal de Graduación.....	V
Declaración Expresa.....	VI
Agradecimiento.....	VII
Índice General.....	VIII
Índice de Cuadros.....	X
Índice de Figuras.....	XI

CAPITULO 1 INTRODUCCION

1.1 Introduccion	1
1.2 Antecedentes	3
1.3 Problemas y Oportunidades	9
1.4 Características del Producto	12
1.5 Alcance	13
1.6 Objetivos	14
1.6.1 Objetivo General.....	14
1.6.2 Objetivos Especificos.....	14
1.7 Justificación	15

CAPITULO 2 INVESTIGACION DE MERCADO

2.1 Introduccion.....	16
2.2 Estudio Organizacional.....	17
2.2.2 Mision	17
2.2.3 Vision.....	17
2.3 Organigrama	18
2.3.1 Funciones	20
2.4 Analisis de Entorno.....	22
2.5 Investigacion de Mercado	24

2.5.1	Objetivos generales del estudio	25
2.5.2	Metodo de Investigacion	26
2.5.3	Macro segmentacion	26
2.5.4	Micro segmentacion.....	28
2.5.5	Matriz BCG	31
2.5.6	Fuerzas de Porter	32
2.6	Estudio Tecnico	34
2.6.1	Proceso de Fabrica.....	35
2.6.2	Distribucion Interior de Instalaciones	43
2.6.3	Necesidad de Activos	45
2.6.4	Localizacion	47
2.7	Clasificacion de Equipo y Maquinaria	48

CAPITULO 3: ESTUDIO FINANCIERO

3.1	Introduccion	53
3.2	Ingresos	53
3.3	Inversion	54
3.4	Costos y Gastos.....	55
3.5	Estructura de Financiamiento	56
3.6	Proyeccion de Ingresos	57
3.7	Flujo de Caja.....	58
3.8	Resultados	60
3.8.1	Tecnicas de Evaluacion	60
3.9	Sencibilidad	62
	Conclusiones.....	64
	Recomendaciones.....	65
	Apéndices.....	67
	Bibliografía.....	95

INDICE DE CUADROS

Cuadro 2.1 Organigrama.....	19
Cuadro 2.2 Comportamiento de compra.....	28
Cuadro 2.3 Frecuencia de Compra de Consumidores.....	29
Cuadro 2.4 Preferencia de Compra.....	30
Cuadro 2.5 Matriz BCG.....	32
Cuadro 2.6 Descripción de Maquinaria.....	49
Cuadro 2.7 Descripción de Muebles y Enceres.....	50
Cuadro 2.8 Descripción de Equipo y Mobiliario.....	51
Cuadro 2.9 Descripción de Recurso Humano.....	52
Cuadro 3.1 Inversión.....	54
Cuadro 3.2 Descripción de Costos y Gastos.....	55
Cuadro 3.3 Costos Fijos y Variables.....	55
Cuadro 3.4 Financiamiento.....	57
Cuadro 3.5 Flujo de Caja.....	59
Cuadro 3.6 Van y Tir.....	61
Cuadro 3.7 Pay Back.....	62
Cuadro 3.8 Análisis de Sensibilidad.....	63

INDICE DE FIGURAS

Grafico 1: Evolución del Riesgo País.....	11
Grafico 2: Resultado de Entrevistas.....	30
Grafico 3: Fuerzas de Portter	33
Grafico 4: Flujo de Materiales.....	44
Grafico 5: Distribución de la Planta.....	45
Grafico 6: Planta.....	46
Grafico 7: Parte exterior del Local.....	47
Grafico 8: Ubicación de la Fabrica.....	48

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 RESUMEN DEL PROYECTO

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

Se propone la creación de una Moda para Bebès con una gran variedad de modelos, diseños, calidad y colorido para poder vestir a los miembros más pequeñitos del hogar en las distintas ocasiones tanto para recién nacidos y hasta la edad de 3 años.

Inicialmente, se diseñó e implementó una investigación de mercado sobre la identificación de las características del cliente objetivo, el cual establecerá el nivel de aceptación de la marca de ropa para Bebès llamada ¡Q´Chorros! en mercado de interés.

La información obtenida en el estudio del mercado, servirá para la toma de decisiones con respecto a las condiciones favorables y desfavorables que se puedan presentar en el mercado.

En el proyecto se considera a los locales comercializadores de ropa para bebés y almacenes de la ciudad, como mercado potencial a investigar y como consumidor final las madres

embarazadas y/o con bebés entre 0 y 3 años para suplir la necesidad de brindarle al bebé la oportunidad de vestir a la moda con prendas ligeras y elegantes en un amplio abanico de colores.

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.

Con el mercado definido y la información obtenida a través de la investigación del mercado, se realizó los estudios organizacionales y técnicos, en los cuales se define que la estructura organizacional es muy sencilla y la inversión inicial es representativa, ya que se estimó un valor \$ 661.379,25 para el año cero del proyecto. Se desea realizar este estudio, porque se considera que esta es una buena alternativa de negocio, que además de satisfacer una necesidad para la producción propia, tendría buena aceptación debido a que la población infantil es amplia y no ha sido suficientemente atendida en nuestro país.

Lo que se detallará a continuación es el producto de una ardua investigación acerca del proceso de producción de ropa para bebés, el mercado potencial (características, preferencias, etc) y las probabilidades de éxito al implantar una fábrica de ropa de bebés la cual se enfoca al mercado de guayaquil.

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.

Hoy no se puede decir que al terminar los estudios las mujeres deciden tener hijos, por el contrario la mamá de hoy es joven, moderna, independiente, estudiante, trabajadora. El desarrollo de ella ha tenido una importancia vital aunque su contribución a la economía ha variado según la estructura, las necesidades, las costumbres y los valores sociales.

Es muy común observar a la mujer de hoy que maneje los ingresos del hogar, que se encargue de la compra de los alimentos, vestuario propio y de sus hijos.

Debido a las restricciones presupuestarias y los altos costos en que se incurren para obtener productos extranjeros, se considera importante la oportunidad de implementar una fábrica para la confección de ropa para bebés entre 0 y 3 años. En nuestra ciudad y por nuestra cultura, todo exigimos de la mejor calidad y a la moda. Es una costumbre y es por eso que existen tantos almacenes de ropa elaborada con telas y marcas extranjeras que son de gran aceptación en el país con precios que oscilan entre treinta y sesenta dólares; pudiendo ser este una gran oportunidad para la fabricación ecuatoriana, así que al considerar a los bebés entre 0 y 3 años como un nicho de mercado importante, resulta necesario crear una moda dedicada para ellos y a su vez elaborar prendas de vestir de excelente calidad y así poder satisfacer una necesidad aún no cubierta.

Se conoce entre las investigaciones realizadas que en Atuntaqui- Imbabura, la fabricación de prendas de vestir está en pleno desarrollo; Atuntaqui en la actualidad es reconocida como la "vitrina comercial" para almacenes. Tras ellos hay equipos de diseño de ropa que trabajan con moderna tecnología y software para reducir desperdicios y mejorar sus diseños. Cada año realizan eventos de exhibición donde presentan sus trabajos y grandes Comercializadoras los observan; cuentan con información de diseños, colores y los catálogos de sus productos se detallan por internet.

Este gran desarrollo ha convertido en el cantón, con menos desempleo en el Ecuador según la Cámara de Comercio Antonio Ante (CCAA), en Atuntaqui hay 3000 personas que trabajan en la

manufactura de pijamas, sacos, blusas, ropa interior, toallas, entre otros.

Según un comentario expuesto por Anita Dávila gerente general de Anitex, donde trabajan 150 personas, explico que hace 15 años el mercado era más sencillo, "Ahora el cliente es más exigente, eso exige equipar mejor. Se cuenta con departamentos de diseño y comercialización que trabajan con Indexmoda de Colombia. También nos capacitamos en serigrafía, estampado y grabado. Se deberá comprar equipos Gerber para plotters y estandarización de tallas y patrones, de este modo el desperdicio de tela es menor. En esto se invertirá USD 55.000".

Los empresarios de Atuntaqui prevén una etapa de vacas gordas, debido a la restricción de importaciones. Creen que esa medida, vigente desde el 23 de enero del 2008, abre grandes oportunidades a las fábricas de Atuntaqui. De hecho cadenas nacionales como DePrati o Megamaxi están interesadas en su producción. Rodrigo Díaz, gerente de Calidad de Almacenes DePrati, dijo en ese evento que la calidad del producto nacional está a la par del internacional. De ahí que el 80% de la ropa que exhibe esa cadena es nacional y el 20% importado.

Este mercado va en aumento, la producción nacional cada vez mejora. Lo mismo ocurre en Ambato, Quito, Azuay, en donde es común la producción nacional bien sea de zapatos, medias, pantalones, ropa de bebé, chompas, sacos, entre otros, están a precios convenientes, pues no hay intermediarios. El próximo proyecto de estos centros de compras es exportar los productos,

según investigaciones los productos ecuatorianos tienen más demanda en países como Colombia. Esto se ha convertido en la moda Made in Ecuador, según la empresa textil Joe Creaciones de Zaruma-El Oro, destinaba gran parte de su producción, que actualmente es ocho mil prendas en el mes, al exterior. Su oferta que antes era principalmente para exportar disminuyó a causa del incremento de la demanda local, especialmente en la ropa de bebé, explica Mauricio Narváez administrador de la fábrica. Aclara que el cambio no ha implicado pérdidas, pero añade que la falta de mano de obra ha sido un factor importante en la baja de envíos a otros países La fábrica Joe Creaciones elabora y vende vestidos con valor agregado, ropa con tejido plano a clientes en Estados Unidos y Venezuela.

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.

Otra empresa que empezó como exportadora es Tatoo, tomando contactos en Colombia, Perú y Chile, la compañía concentra la mayoría de sus mercancías desde hace dos años en tiendas locales con resultados positivos. Juan Carlos Corral, Gerente de la compañía manifiesta que la demanda de ropa seguirá incrementándose "pues la gente de hoy tiene mayor mercado y busca variedad",

Según Corpei, de las 3000 empresas fabricantes en Ecuador, en promedio el 55% de estas fábricas se asientan en la provincia de Pichincha, el 30% en Guayas y el 6% en Azuay.

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 márketing con el objetivo de conquistar la fidelidad del consumidor

En Guayaquil se puede contar con una muy completa producción de ropa dedicada especialmente a los hombres y mujeres tanto jóvenes como adultos. Dejando de lado a los más pequeños del hogar, que también requieren ser tratados de manera especial. A menudo podemos observar a 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 nuestro país este segmento no ha sido muy desarrollado y carece de creatividad e ingenio. Sólo pocas marcas y dirigidas para un público de estrato social alto ha entregado a los Hogares del país la satisfacción de crear una moda para los Bebés como lo es la marca Pinto, Bebé Crece, Kids de RíoStore; grandes Almacenes que cuentan con ropa infantil fabricada aquí como: De Prati, Casa Tosi, Super Éxito, entre otras y Almacenes con ropa infantil Importada.

Para la elaboración de prendas de vestir hace unos 10 años, con el fin de ahorrar, los padres llevaban a sus hijos donde las ya conocidas costureras artesanales, para que estas últimas tomaran

las medidas y reprodujeran algún modelo de revista, pero esto en la década de los setenta cambió, debido a la llegada de la industrialización del sector textilero, específicamente la confección de ropa. La confección consistía en la unión de piezas de tela u otro material para fabricar prendas de vestir, ropa de hogar u otros artículos. El material se cortaba según la forma y tamaño deseados, utilizando con frecuencia un patrón superpuesto, y después se cose a mano o a máquina. Hoy, la industria emplea ordenadores o computadoras en el diseño y trazado de patrones.

Los datos digitales se suministran a máquinas de corte controladas por computadoras para cortar una o varias capas de tejido. Para el cosido de las prendas pueden emplearse robots en operaciones relativamente sencillas, pero los trabajos más complejos aún se efectúan a mano. Este cosido industrial emplea cientos de técnicas de costura especializadas.

Los avances técnicos en el campo de la confección y la importancia económica que fue adquiriendo el mundo de la costura, propició la realización de prendas de vestir en serie, accequibles a un gran número de personas; así surgió una industria que genera miles de puestos de trabajo y mueve un gran capital en todo el mundo, siendo estas dos últimas una de las carateísticas mas importantes.

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.

La implementación de una empresa manufacturera no sólo atraviesa el reto de fabricar un producto nuevo tratando de ser innovador y manteniendo la calidad a lo largo del tiempo sino también competir con grandes marcas internacionales, que un mundo globalizado es imposible eludir, además de convencer a los consumidores de que lo hecho en Ecuador no es sinónimo de mala calidad y poca innovación; sino que crean en un producto que si es capaz de mantener una excelente calidad, innovación con precios adecuados que permita a la empresa sobrevivir a la presión de la entrada de marcas internacionales y productos asiáticos de muy bajo precio, además de tener la oportunidad de tener un crecimiento sostenible.

En nuestra sociedad es relativamente fácil cautivar con un producto nuevo, pero lo difícil es continuar siendo una marca preferida en el momento, ya que llega una marca internacional con las mismas características, la utilización de estrategias para fidelizar al cliente son primordiales, sino se opta por añadir al producto propio algo parecido a lo de la competencia, se opta por crear algo mucho mejor.

A través de internet, la televisión, revistas, el público esta cada vez mas consiente de las tendencias globales de la moda y exige lo mismo que en el mercado internacional, lo que propicia la creación de nuevos productos.

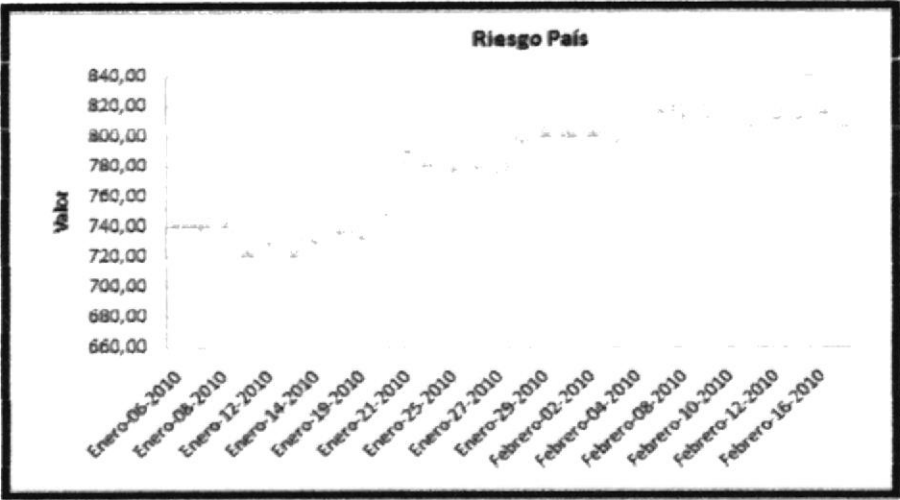
El proyecto considera un impacto positivo en la sociedad no sólo porque brinda un producto 100% ecuatoriano que cree que la generación de empleo es una fortaleza y clave para el desarrollo del negocio y del país; y que adicionalmente tiene la capacidad de evolucionar en uno de los mercados más complejos, como es la industria de la moda.

Las restricciones a las importaciones y la obtención del certificado INEN, requerido para ingresar mercancías como prendas de vestir, representaron nuevos costos para los importadores de ropa, que tuvieron que trasladar ese rubro al consumidor final; el gobierno pretendía adecuar una estrategia para la producción nacional sin que exista un repunte de importaciones de prendas en diciembre. Los que habían apostado a la ropa extranjera que en un comienzo tuvo grandes pérdidas en la retención de embarques hasta la presentación del certificado.

Esto, aunque un poco cruel porque muchos sólo se dedicaban a la importación y eso era su único sustento, da apertura a la provisión de prendas de vestir por parte de la producción nacional, brinda oportunidades dando facilidades de acceso al mercado que para el estudio de este proyecto analizaremos.

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.

Gráfico 1 Riesgo País



Fuente: Banco Central del Ecuador

1.4 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Se propone diseñar y confeccionar una Moda para bebés entre 0 y 3 años con diseños y marca propia ¡Q'Chorros! siendo estos 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 bebés en el mismo rango de edad.

Lo que hace muy interesante investigar este nicho es encontrar lo que las madres prefieren comprar a sus bebés y por lo que se sentirían más atraídas hacia la marca ¡Q'Chorros! y también saber qué prendas tienen mayor rotación para poder distribuirlos a los almacenes de la ciudad.

Satisfacer la necesidad de los clientes y saber 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.

Esencialmente lo que se propone es un conjunto de modelos para niños y niñas entre 0 y 3 años. Los modelos serán confeccionados con materia prima de la mejor calidad, y tanto sus acabados como sus modelos y estilo lograrán diferenciarse de otros productos ecuatorianos que se encuentran actualmente en el mercado, captando la atención y cautivando a los clientes.

1.5 ALCANCE

En el estudio se busca probar que existe un número suficiente de consumidores o usuarios, que cumplen con los requisitos para constituir una demanda que justifique la implementación del proyecto en un período de tiempo determinado. Además de permitir establecer las cantidades que se requieren del bien y la estimación de la demanda que estaría dispuesta a adquirir los productos a determinados precios.

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 OBJETIVOS

1.6.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar la conveniencia económica y social de la implementación de una fábrica de ropa para bebés 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, así como un plan de marketing de MODA PARA BEBÉS.

1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el nicho al que está dirigido el negocio para conocer sus apreciaciones y preferencias de consumo y así establecer estrategias sólidas que permitan una estabilidad sostenible.
- Desarrollar un plan de negocios para la fabricación de ropa para bebés, así como un plan de marketing de MODA PARA BEBÉS.
- Estimar la factibilidad de la propuesta del proyecto, de implementar una fábrica de ropa infantil en la ciudad.

- Diseñar una identidad para los productos de moda infantil que se caractericen por cuatro valores que marcan la diferencia de producto ecuatoriano: CALIDAD, INNOVACIÓN, SEGURIDAD Y DISEÑO.

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 comodo, fresco, activo y natural.

CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 INTRODUCCIÓN

La presente investigación de mercado pretende definir algunos elementos que hagan posibles visualizar características principales e importantes 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, factores que influyen en las preferencias de consumo y elección en las personas con estas características.

La principal herramienta que se empleará para lograr gran parte de los objetivos planteados, es la investigación descriptiva y exploratoria del segmento de clientes objetivo, para la cual se aplicarán entrevistas.

La investigación de tipo descriptiva persigue conocer más del segmento seleccionado, con el fin de establecer las preferencias de nuestros clientes, sus particularidades, y qué características y atributos desean en el producto. Para ello, se aplicarán métodos de investigación que nos brinden información de tipo cualitativa como las sesiones de grupos, para así, partiendo del análisis exploratorio poder diseñar los instrumentos de recolección de datos. Además, para el diseño de las preguntas de las entrevistas se definió la necesidad de información las cuales se deducen de los objetivos planteados.

2.2 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

2.2.1 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.

2.2.2 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.

2.3 ORGANIGRAMA

En una empresa la estructura es la disposición de sus elementos. El primer paso de su organización es la descripción de los puestos de trabajo así como la asignación de responsabilidades. Posteriormente tendrán lugar las relaciones de autoridad y coordinación, mediante la determinación de niveles de jerarquía a escalones de autoridad.

La estructura horizontal o vertical de la empresa porque los puestos están colocados de arriba abajo o de izquierda a derecha desde el nivel más alto al más bajo respectivamente.

La estructura de la empresa propuesta es uno de los elementos claves de la organización por tanto es importante conocer el organigrama y los cargos que componen su estructura organizacional. ¡Q' Chorros! contará con un personal capacitado para cada una de las áreas en las que se desempeñará.

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

Cuadro 2.1
Organigrama



2.3.1 Funciones

Gerente General

Es la persona, responsable directo del logro de los objetivos que se han planteado. Para ello se le brinda los recursos necesarios, entre los cuales (constituyéndose en el más importante) se lo responsabiliza por la conducción y administración de la empresa. Planifica, organiza ejecuta, controla y evalúa las actividades de nivel ejecutivo de la empresa industrial.

Departamento de Contabilidad y Finanzas:

Entre las principales funciones de la persona encargada de la parte contable tenemos:

- ✓ Controlar la contabilidad de la Empresa, ingresos y gastos en que debe incurrir, todos los documentos de cobro y pago correspondientes.
- ✓ Formular el presupuesto y la cuenta general de gastos e ingresos de cada año, sometiéndolos a la aprobación de la Junta Directiva, para que ésta los presente, con su dictamen, a la Junta General
- ✓ Rendir a la Junta Directiva las cuentas trimestrales de gastos e ingresos.

-Personal del Departamento de Ventas:

Se encargarán de todo lo que respecta al expendio del inventario.

- ✓ Atención al Cliente.
- ✓ Cartera de Clientes.
- ✓ Programas de Promoción, márketing y publicidad.
- ✓ Registro de Ventas.
- ✓ Colaboración en Presupuesto anual.
- ✓ Registro y Análisis de ventas por objetivo

-Departamento de Recursos Humanos

Es el departamento que tiene a su cuidado las necesidades de los clientes internos, asociados, su principal función es velar por el bienestar de cada asociado para de esta manera promover el buen desempeño de la empresa.

-Auxiliar de Servicio

Es la persona encargada del mantenimiento, cuidado y limpieza de instalaciones, el inventario, con el fin de conservar las instalaciones, equipos y productos en condiciones de funcionamiento seguro, eficiente y económico.

Departamento de Operaciones

Se encargarán de todo lo que respecta a la producción, velando el proceso desde la adquisición de materiales hasta la entrega final al distribuidor.

- Control y contabilización de inventario de materia prima.
- Control y contabilización de inventario de producción.
- Diseño.
- Confección de producto.
- Control de calidad.
- Empacado de producto
- Entrega del producto.
- Presupuesto de requisición de materiales.

2.4 Análisis de Entorno

En el proyecto considerando las características de la empresa planteada y los factores alrededor de la misma, ha determinado el siguiente Análisis de Entorno el cual contempla el Analisis: Político, Social, Económico, y Tecnológico.

Político

- Ecuador actualmente no goza de una estabilidad política pero podemos reconocer que si se ha dedicado parte importante de la inversión hacia: educación, salud, infraestructura vial, seguridad jurídica, liberalización comercial, hidrocarburos, etc.,
- El sistema político del país se define como un centro reformista al servicio de los intereses generales del Ecuador, que intenta el progreso social como uno de sus objetivos esto influye decisivamente en la empresa: influyen el grado de poder y proximidad que tenga cada uno de los niveles del estado.

Social

- La actitud de la sociedad respecto al consumo van en aumento. Para el tipo de proyecto planteado es beneficioso; los consumidores están más interesados en la buena calidad y se interesan por su imagen y por estar bien consigo mismos.
- El proyecto aporta a la diversificación de prendas de vestir nacionales para bebés
- La creación de procesos adecuados para una distribución eficiente
- El capital intelectual existente en el país contribuye junto con la experiencia a la creación de valor

Económico

- El Estado actúa sobre la economía mediante decisiones referentes al gasto público y a los impuestos.

Gasto público: Dependiendo de qué política establezca el Estado, existirá una política restrictiva o expansiva. Una política expansiva que es la que actualmente existe, por lo cual la que afectaría el proyecto, aumentará el gasto público traduciéndose en un aumento de la demanda agregada; el Estado para prestar sus servicios demandará los servicios del sector privado, además de una forma indirecta, hará que la renta de muchos particulares aumente, por lo tanto la capacidad de consumo de los mismos, factor que beneficia, pero si la política es restrictiva y el gasto disminuye ocurrirá el proceso contrario.

- **En los impuestos:** Si se lleva a cabo una disminución de los impuestos se producirá un aumento de los beneficios del proyecto, y, por lo tanto, un aumento de la inversión, lo que puede provocar un incremento de la producción y del empleo y así un aumento del consumo privado al aumentar la renta de los particulares. Si los impuestos aumentan, sucederá lo contrario. Por lo tanto para este proyecto es conveniente que los impuestos bajen.
- La inflación es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios, influye en la economía y por lo tanto en las empresas. Si **provoca un aumento de los costes de los factores:** Como consecuencia, las empresas ante una inflación elevada, serán menos competitivas que las de los países de baja inflación.

Esto influirá en el proyecto dependiendo en el momento que nos encontremos respecto a la inflación. Esto genera **incertidumbre:** A mayor grado de incertidumbre, la fábrica tendrá dificultades en su planificación, desconocerá cuánto costará producir determinados bienes y a cuánto se podrá vender, así los planes a largo plazo se verán más afectados, reduciéndose la inversión.

Tecnológico

- La tecnología avanzada de hoy, facilita y mejora los procedimientos de nuestra empresa.
- Internet ha proporcionado muchas ventajas, por medio de una página web es más fácil llegar a la gente, que puede conocer y comprar mediante venta por Internet o solicitar información sobre el producto.
- Las mejoras en el transporte también influyen en el proyecto, el consumidor puede disponer de todos los productos y servicios que necesiten en un menor tiempo, proporcionando la máxima rapidez.

2.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Este capítulo permitirá diseñar e implementar una investigación de mercado sobre la identificación de las características del consumidor objetivo, el cual establecerá el nivel de aceptación de la producción fabricada por ¡Q`Chorros! en mercado el objetivo. 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 proveerá las herramientas necesarias y suficientes para la estimación de la demanda, la competencia, así como la participación en el mercado; los principales parámetros que serán necesarios para la construcción de un Flujo de Caja para evaluar la factibilidad financiera de este proyecto de inversión.

En Guayaquil nacen alrededor de 130 niños al día, según un informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), esto despierta el interés de explorar el mercado infantil que aún no ha sido explotado.

El siguiente estudio buscará probar que existe un número suficiente de consumidores, que cumplen con los requisitos para constituir una demanda que justifique la implementación de la fábrica "Q`Chorros" en un período de tiempo determinado. Además de permitir establecer las cantidades que se requieren del bien y la estimación de la demanda que estaría dispuesta a adquirir los productos a determinados precios.

2.5.1 Objetivos generales del estudio de mercado

- Conocer las necesidades y características de los consumidores potenciales.
- Determinar los canales de distribución.
- Proponer las estrategias de promoción y publicidad según la evolución de la demanda, oferta y las condiciones de los proveedores.
- Análisis de los precios, las estrategias de comercialización y el estudio del mercado de insumos.

2.5.2 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 las características y modelos de la ropa (colores, formas, diseños, tela, etc).

2.5.3 Macro segmentación

En el proceso de fabricación de la ropa infantil, se realiza mediante diferentes técnicas productivas, dado que se agregan detalles especiales en base a los requerimientos y exigencias de los clientes, estos grupos de clientes, buscan cualidades específicas y prefieren los productos que mejor se adaptan a sus necesidades

Estas distintas posibilidades de producción permiten la existencia de prendas con atributos diversos lo que permite tener ventajas comparativas diferentes en la satisfacción de necesidades semejantes con los principales competidores

Existen aproximadamente 400 almacenes de ropa infantil ubicados en la ciudad de Guayaquil de los cuales se considera la demanda de 20 almacenes tales como:

- BEBÈ CRECE
- TIA YOCO
- RIO STORE
- TIA
- BEBÈMUNDO
- BLACK LABEL
- AQ KIDS
- CREACIONES MADELYNE
- DISTRIBUIDORA ADRIANITA
- ALMACEN BAMBINO
- PLANETA BEBÉ
- BARBIES ALMACEN
- CASA DEL BEBÉ
- MARINER STORE
- COCHIDES
- EDUARDO KIDS
- BEBÉ JARRIN
- WITBOY
- CASUAL JUNIOR
- COCONUT'S BOUTIQUE

Se estima en un escenario moderado que la fábrica produzca al 50% de su capacidad, en el que se realizara ventas a los 20 almacenes mencionados, un promedio de 100 piezas, teniendo mensualmente una demanda de 2000 piezas aproximadamente; siendo la capacidad total de la fábrica de 4000 piezas al mes.

2.5.4 Micro segmentación (Comportamiento de compra)

Dentro de los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas en el estudio del mercado, en el Cuadro 2.2 se muestran los motivos por los cuales los almacenes prefieren comprar ropa de bebé y de niños terminada en lugar de fabricarlos.

Cuadro 2.2

FACTORES QUE INCIDEN EN EL MOMENTO DE REALIZAR PEDIDOS DE ROPA INFANTIL

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

Fuente: elaboración propia. Enero 2010

Los aspectos más sobresalientes sobre los que se centrará en el proyecto son: economía, calidad y diseño. El propósito del estudio del mercado es calcular el número de organizaciones demandantes del producto y las que pueden llegar a serlo, ya que la población objetivo se amplía, si se cuantifica aquellas que no están inscritas en la Cámara de Comercio de Guayaquil.

En el Cuadro 2.3 se relaciona la frecuencia de compra con los resultados de las entrevistas realizadas a los posibles compradores.

La frecuencia de compra más sobresaliente de los compradores varía entre 3 y 6 meses, y en muchas ocasiones, mensualmente, es decir, la demanda se puede influenciar con las diferentes estrategias que se puedan adoptar para llamar la atención del cliente.

Cuadro 2.3

FRECUENCIA DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES

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

Fuente: elaboración propia. Enero 2010

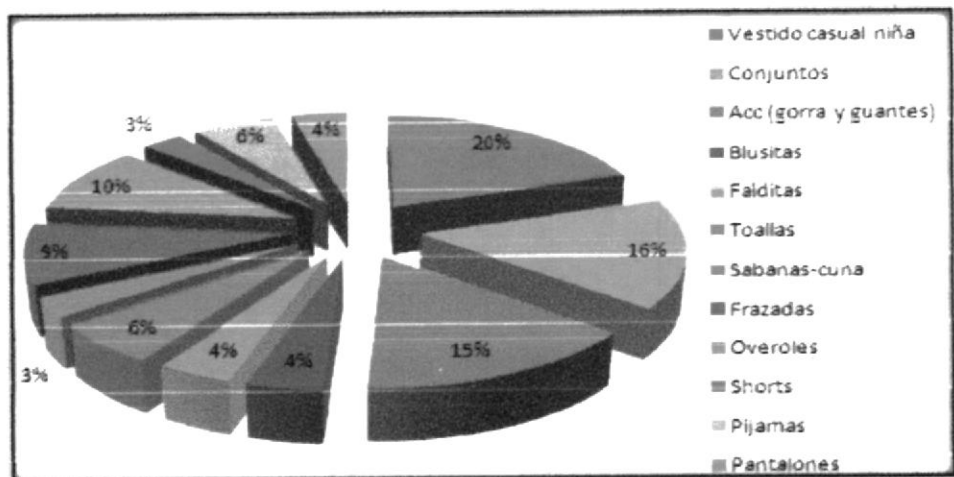
Adicionalmente en el Cuadro 2.4 se determinó una lista de las prendas infantiles mayor demandados por los consumidores finales por lo que los principales almacenes de venta de ropa infantil los demandan en mayor cantidad.

Cuadro 2.4
PREFERENCIA DE COMPRA

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

Fuente: elaboración propia. Enero 2010

Gráfico 2 Resultado de entrevistas



El resultado de las entrevistas realizadas a asistentes de compra de almacenes de ropa infantil, indica en la pregunta 2 del apéndice 1 que los

clientes responden a la compra de acuerdo con la exhibición de diseños previamente elaborados, las promociones, la variedad, la moda y los diferentes descuentos que se puedan obtener por la compra de los productos. Basado en los resultados de las entrevistas se concluye que al cliente no le conviene "integrarse hacia atrás".

De acuerdo con el análisis del producto y del mercado, se aplicará Benchmarking como herramienta para el desarrollo del proyecto.

2.5.5 Análisis de la Matriz BCG

Diversas prendas infantiles compiten con la producción de diferentes fábricas, por esta razón se elaborará una estrategia particular para cada cuadrante de la matriz (BCG) que permitirá administrar la variedad de productos, analizando la parte relativa del mercado que está ocupando y la tasa de crecimiento de cada una de las divisiones con relación a todas las demás divisiones de la matriz.

Cuadro 2.5

Matriz Boston Consulting Group

Estrellas	Interrogantes
<u>Vestido casual niñas</u>	<u>Pantalones, blusas, faldas</u>
Mediante la estrategia de penetración que se realizará con estos los convierten en posiciones dominantes en el mercado	Ocupan una parte de mercado relativamente pequeña y no se sabe si se tendrá que reforzarlos con alguna estrategia
Vacas de dinero	Perros
<u>Conjuntos, accesorios, overoles</u>	<u>Sábanas de cunas</u>
Conforman una parte relativa en el mercado y generan más dinero dado que el costo de elaboración de estas prendas es significativamente bajo, mientras que el producto terminado se cotiza a altos precios	En comparación con otros productos; no es un producto de mayor demanda es decir tienen un posicionamiento débil, pero no se lo puede descartar debido a que forma parte del conjunto de accesorios para el bebé, sin embargo gracias a este estudio se concluye que será el producto de menor producción

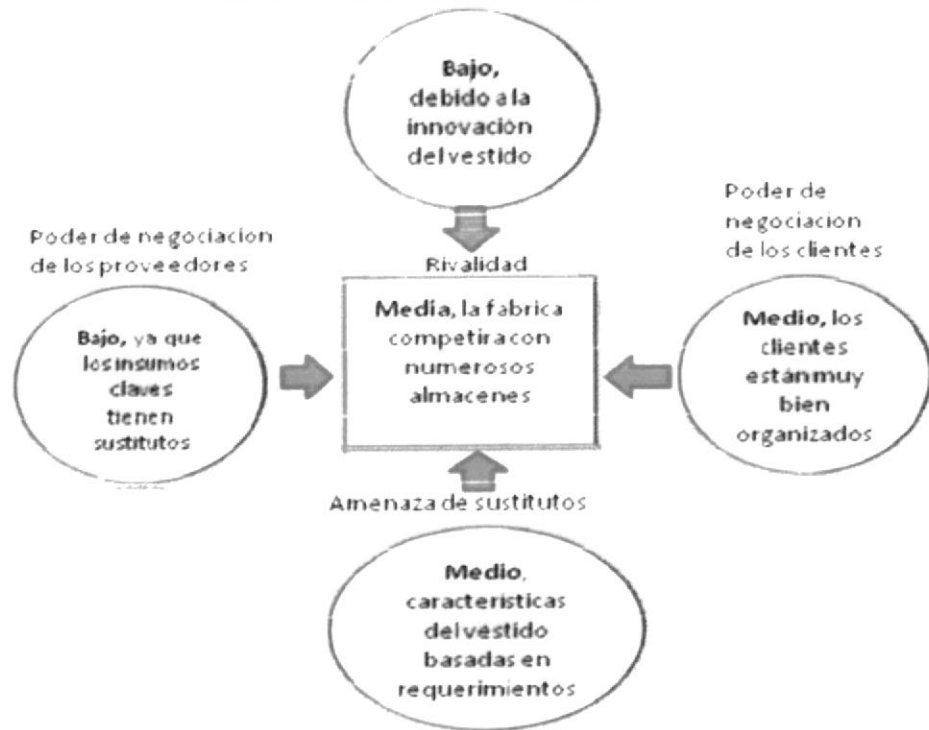
Fuente: elaboración propia. Enero 2010

2.5.6 Fuerzas de Porter (producto estrella)

Las siguientes fuerzas determinarán las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de la fábrica de ropa de bebé, y en base a sus objetivos y recursos determinar la competencia.

Grafico 3: Fuerzas de Porter

Amenaza entrada de nuevos competidores:



Conclusiones

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 diseño

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

2.6 ESTUDIO TÉCNICO

Las actividades relacionadas en este capítulo involucran la descripción y análisis del proceso de producción; como punto de partida es necesario tener claridad en las estrategias a implementar, la materia prima requerida y los productos y/o servicios que se ofrecerán.

2.6.1 Proceso de Producción de la Fábrica ¡Q`Chorros!

1.Área de Almacenamiento de Materiales:

Para el funcionamiento de esta área, se ha considerado los siguientes recursos:

- ✓ 1 mesa de trabajo de 2 metros de largo y 1.5 de ancho.
- ✓ 2 estanterías de metálicas
- ✓ 2 sillas

Dos personas encargadas del proceso de recepción y almacenamiento de materiales, mismos que cumplirán con el siguiente procedimiento.

Recepción y almacenamiento de materiales:

Se recibe la muestra de la pieza terminada desde el área de diseño, la tela y las habilitaciones (adornos, cierres, botones y resortes, entre otras), así como una tabla de especificaciones (Diagrama de corte, otras).

Inspección de tela y habilitaciones:

Se realiza una inspección exhaustiva de la cantidad por metro de tela y las habilitaciones requeridas para el modelo, luego se traslada el material junto con las especificaciones al Área de corte.

2. Transporte al área de corte:

Las piezas de tela se transportan al área de costura.

3. Área de Corte:

En esta área contamos con los siguientes recursos:

- ✓ 1 Mesa de corte de 6 metros de largo y 1.5 de ancho.
- ✓ 5 Máquinas cortadoras de tela vertical 6 pulgadas, Modelo: ZCD110B-M, Marca: KAIGU, con afiladores automáticos, lubricación automática, cuchillas que se pueden utilizar: (recta y ondulada de teflón), motor monofásico.
- ✓ 5 Tijeras
- ✓ 5 Cintas métricas
- ✓ 5 Reglas de madera
- ✓ 5 Operarios estarán a disposición de realizar las tareas requeridas en esta área, efectuando el siguiente proceso:

Revisión de orden y corte

Se realiza la revisión de la muestra (modelo o pieza), diagrama de corte por tallas y demás especificaciones. Una vez que se han repasado todas las especificaciones de cada modelo se extiende el material (tela) y se procede a cortar las piezas requeridas por el diagrama de corte a fin de optimizar recursos.

Inspección de Corte:

Una vez realizados los cortes se separan por tallas y se realiza la inspección de corte de cada pieza, antes de trasladarlos al Área de Confección.

4. Transporte al área de costura:

Las piezas de tela se transportan al área de costura.

5. Área de Ensamble y Costura:

En esta área contamos con los siguientes recursos:

- ✓ 10 Máquinas de costura recta para trabajo pesado 1 aguja, Marca: SIRUBA, Modelo: L818F-H1, lubricación automática, con motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.

- ✓ 10 Máquinas de coser overlock 6 hilos, Marca: ZOJE, Modelo: ZJ732-55, sistema de alimentación diferencial, velocidad de costura 6500 RPM, lubricación automática, con motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.
- ✓ 20 sillas para cada mesa de confección.
- ✓ 20 Tijeras
- ✓ 20 cintas métricas
- ✓ 20 Operarios se encargarán de llevar a cabo las tareas requeridas en esta área, siguiendo el proceso detallado a continuación:

Ensamble de las piezas de tela

Se realiza el ensamble de las distintas piezas cortadas: delanteros, espalda, mangas, forros, vistas y entretelas, etc., por medio de máquinas de costura recta. Las piezas de tela tienen guías por donde se deberá realizar la costura.

Inspección de Calidad

Se realiza una inspección de calidad antes de pasar a las máquinas de overlock.

Refuerzo de costuras

Una vez realizado el control de calidad se pasan por la máquina de overlock nuevamente las

piezas, mismas que ya están ensambladas, pero ahora es para reforzar las costuras.

Inspección de Calidad

Se realiza una inspección de calidad nuevamente después del proceso de reforzar las costuras con la máquina overlock, antes de trasladarlas al área de acabados.

6. Transporte al área de acabado

Una vez cosida y pasada por control de calidad la pieza de ropa, se traslada al área de acabado

7. Área de Acabado:

En esta área contamos con las siguientes máquinas que realizan diferentes tareas especiales, para dar acabado y distinción al producto:

- ✓ 2 Máquinas de coser COLLARETE 3 agujas, Marca: YAMATA, Modelo: FY31016-02BB, con aparato para insertar cinta, lubricación automática, con motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.
- ✓ 2 Máquinas de coser ZIG-ZAG y Bordadora de Realce, marca: FUTURA, Modelo: KLZ-371, ancho de ZIG-ZAG 12mm,

velocidad de costura 2000 RPM, lubricación manual, con motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.

✓ 4 Máquinas de coser Ojaladoras, marca: MICSEW, modelo: KX781, Ojal recto, corte de Hilo automático, lubricación automática, con motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.

✓ 1 Máquina de coser Botonadora, Marca: TOYAMA, modelo: TY-373, con corte de hilo, motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.

✓ 1 Máquina prensa de botón metálico, marca: ZOJE, modelo: ZN90, ideal para botón de jean, chamarras, etc., velocidad de costura 300 RPM, con motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.

✓ 10 sillas para cada mesa de confección.

✓ 1 Mesa de trabajo de 2 metros de largo y 1.5 de ancho.

✓ 6 Operadores se encargarán del cumplimiento de las tareas en el área, efectuando el siguiente proceso:

Acabado

En esta etapa se coloca a la pieza las vistas, dobladillos, adomos, resortes y broches, de acuerdo con la tabla de especificaciones y a la muestra modelo diseñado.

Inspección de Calidad

Se realiza una inspección de calidad de nuevo después del proceso de acabado para garantizar la excelente calidad del producto, y determinar su salida al mercado, antes de su traslado al área de planchado.

8. Transporte al área de planchado y empaque

Las prendas se trasladan al área de planchado.

9. Área de Planchado y Empaque:

En esta área contamos con los siguientes recursos:

✓ 4 Planchas de Vapor Industrial, Marca: SILVER STAR, Modelo: ES300-AF, con

termostato integrado, regulador de temperatura, incluye depósito de agua y mesa de trabajo.

- ✓ 1 Mesa de trabajo de 2 metros de largo y 1.5 de ancho, para empaque.

- ✓ 4 Sillas

- ✓ 4 Operarios se encargarán de realizar las tareas requeridas en esta área durante el segundo turno de la tarde, es decir después de hora de almuerzo, en el primer turno realizarán actividades que el jefe de planta les asigne, según sea el requerimiento.

Planchado y vaporizado

La prenda se plancha con equipo industrial, realizando, si es que se requieren, dobleces especiales.

Colocación de Avíos

Luego de planchar se procede a colocar los avíos de acabados (hang tags, stickers, código de barras, etc.).

Empaque

La prenda se coloca en ganchos y, además, se cubre con un plástico para evitar

que se ensucie o se manche durante su recorrido al cliente final.

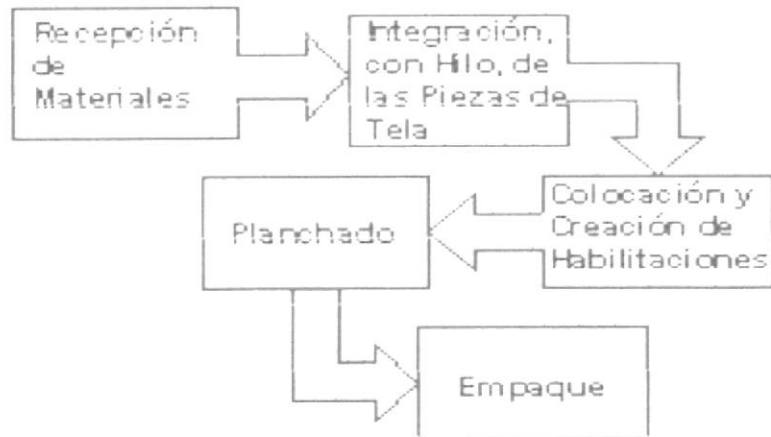
10. Transporte al almacén de producto terminado: Este se realiza usando roperos móviles.

11. Almacenamiento: Se almacena el producto terminado en los mismos roperos móviles.

2.6.2 Distribución Interior de las Instalaciones:

Para la distribución interior se ha considerado algunos factores importantes para el feliz desempeño de las actividades de la empresa como: el flujo de operaciones orientado a expresar gráficamente todo el proceso de producción, desde la recepción de las materias primas hasta la distribución de los productos terminados, pasando obviamente por el proceso de fabricación, el flujo requerido de materiales debido al proceso, las áreas necesarias para el cumplimiento del proceso de producción.

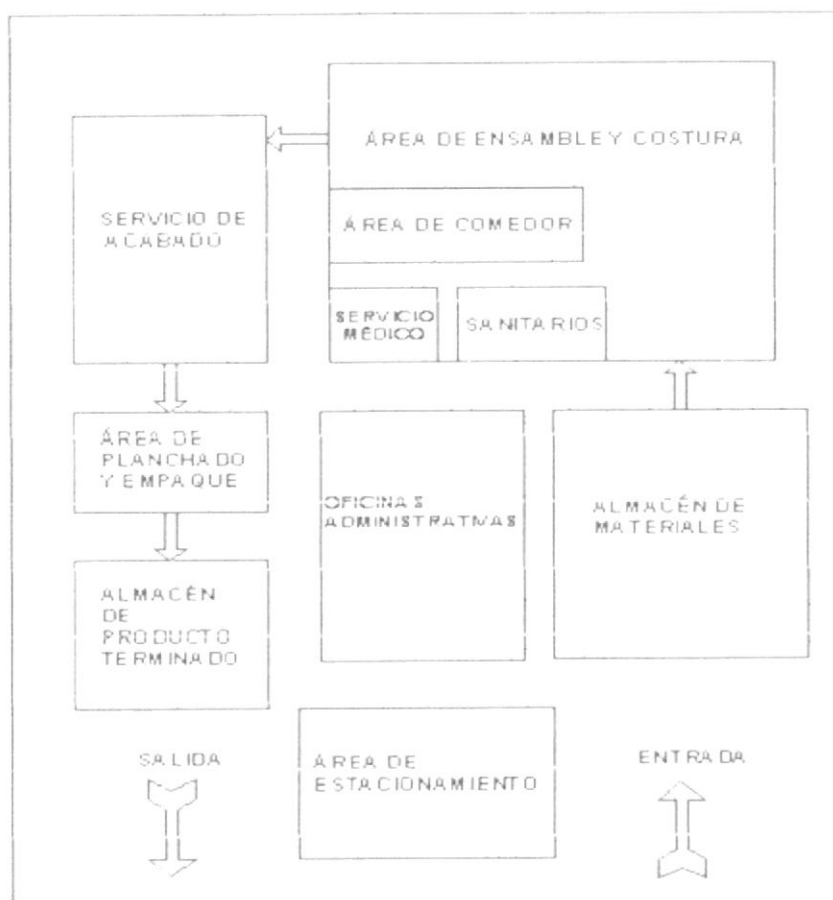
Grafico 4: Flujo de materiales



A continuación se señala la relación de las instalaciones necesarias para la empresa en este giro, y se presentan un bosquejo general de su distribución interna:

- 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

Grafico 5: Distribución interna de las instalaciones de la planta



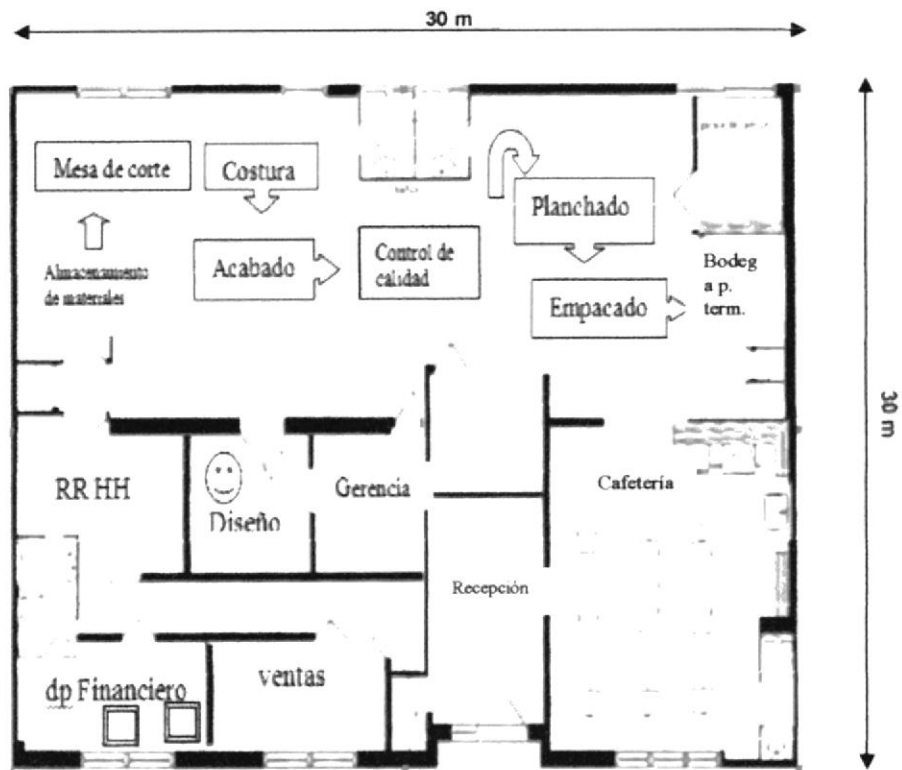
2.6.3 Necesidad de Activos

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

- ✓ Un espacio físico amplio para el área de producción, áreas de oficina, estacionamiento, cafetería; adicionalmente se requerirá adecuar el

local con los requerimientos específicos para su funcionamiento.

Grafico 6: Planta



La adecuación de la fábrica requerirá de un tiempo de 3 meses, en los cuales se implementará la infraestructura adecuada para el área de producción y oficinas para su funcionamiento

El Dpto. de diseño tendrá una entrada independiente al área de producción dado que en este departamento inicia el proceso

Los Dpto. de gerencia y recursos humanos se ubican en un área estratégica en la que se encuentren en contacto con cada una de las áreas de la fábrica

El Dpto. de ventas se encuentra independiente y ubicado en la entrada principal de la fábrica, en la cual se encuentra el TIME CONTROL para determinar la hora de entrada y salida del personal de oficinas

La fábrica también contara con una entrada lateral para el personal de la fábrica en la cual se contara con un segundo TIME CONTROL

Adicionalmente tendrá una salida lateral del área de productos terminados, donde iniciará el proceso de distribución

2.6.4 Localización

La fábrica ¡Q`Chorros! estará ubicado en la ciudad de Guayaquil, Km.5 ½ vía Daule



Grafico 7: Parte exterior del Local de Alquiler

Justificación de la localización

Es un lugar estratégico para la distribución de la mercadería, adicionalmente el sector cuenta con bancos como: Pichincha, Guayaquil; elevado uso de tránsito masivo y posición comercial, debido a la cantidad de empresas, fábricas, y locales comerciales que existen en sus alrededores

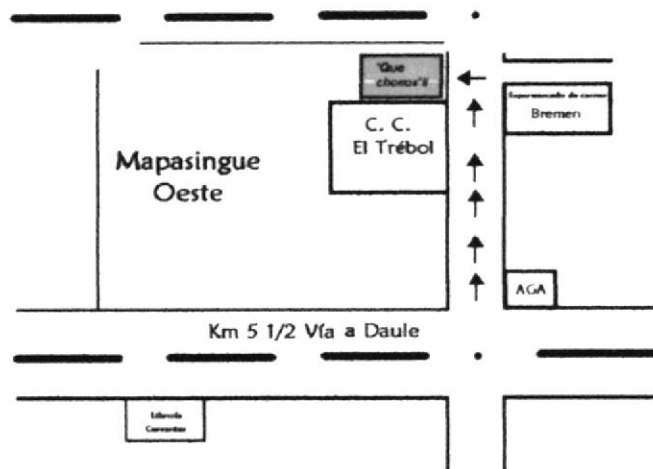


Grafico 8: Ubicación de la fábrica

- ✓ Vehículo (camión pequeño), éste se convertirá en la herramienta de transporte para la producción.

2.7 Clasificación del Equipo y Maquinaria:

Se clasifican los equipos necesarios para la realización de las operaciones en el área administrativa y se detallan los equipos necesarios para el área de operaciones. Además, se determina la cantidad requerida de cada uno de ellos y se cuantifica su costo. Un requerimiento necesario y casi

indispensable en estas épocas es una planta de energía para que la continuación de las obras pese a los apagones.

Planta de energía: de combustible diesel, de 6 Kva, 60 HZ. La localización de la planta será en el tercer piso, lugar que permite la adecuación de una caseta para alojarla y además, por razones de seguridad y de contaminación ambiental y auditiva a un precio de \$600.00.

Cuadro No. 2.6
Fábrica de Ropa para Bebés ¡Q`Chorros!
DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA
ÁREA OPERATIVA

Área	Máquinas	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Operativa	MÁQUINAS DE COSER RECTA 1 AGUJA	10	\$ 411,72	\$ 4.117,20
	MÁQUINAS DE COSER OVERLOCK 8 HILOS	10	\$ 892,77	\$ 8.927,70
	MÁQUINA DE COSER COLLARETE 3 AGUJAS	2	\$ 805,83	\$ 1.611,66
	MÁQUINA DE COSER ZIG-ZAG Y BORDADORA	2	\$ 764,75	\$ 1.529,50
	MÁQUINA DE COSER OJALEADORA	4	\$ 2.242,92	\$ 8.971,68
	MÁQUINA DE COSER BOTONADORA	1	\$ 1.102,86	\$ 1.102,86
	MÁQUINAS CORTADORAS DE TELA VERTICAL 8 Pulg	5	\$ 342,33	\$ 1.711,65
	MESA DE CORTE DE 8 x 1,5 METROS	1	\$ 500,00	\$ 500,00
	PLANCHA INDUSTRIAL DE VAPOR	4	\$ 137,00	\$ 548,00
	PRENSA PARA PEGAR BOTÓN METALICO	1	\$ 292,00	\$ 292,00
	TOTAL			\$ 29.312,05

Cuadro No. 2.7
Fábrica de Ropa para Bebés ¡Q`Chorros!
DESCRIPCIÓN DE MUEBLES Y ENSERES PARA ÁREA
OPERATIVA

Área	No. De unidades	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
Operaciones	30	Sillas de madera para operaciones en cada ambiente	\$ 20,00	\$ 600,00
	3	Mesas de Trabajo en INDUMASTE	\$ 108,52	\$ 325,56
	10	Cinta Métrica	\$ 0,55	\$ 5,50
	30	Tijeras	\$ 5,90	\$ 177,00
	10	Reglas de madera	\$ 6,00	\$ 60,00
	4	Módulos metálicos para almacenar producto	\$ 75,00	\$ 300,00
Equipo Para Bar	5	Separadores de ambiente en INDUMASTE	\$ 128,55	\$ 642,75
	1	Cafetera	\$ 40,00	\$ 40,00
	1	Refrigeradora Durex RDE7100FWBE0 en Best by phonne (Compras por Telefono)	\$ 579,00	\$ 579,00
	1	Mesa MDF 1,5*1 metros	\$ 150,00	\$ 150,00
	12	Platos de porcelana en TVentas	\$ 3,00	\$ 36,00
	12	Vasos de cristal en TVentas	\$ 1,50	\$ 18,00
Equipo de Equipo de limpieza	1	Azucarera en TVentas	\$ 5,00	\$ 5,00
	12	Cucharas azucareras en TVentas	\$ 1,00	\$ 12,00
	1	Botiquin con elementos y drogas en farmacia DIFARE	\$ 150,00	\$ 150,00
	3	Escoba industrial	\$ 2,00	\$ 6,00
	3	Recogedor de basura	\$ 3,00	\$ 9,00
	5	Franelas para trapear	\$ 4,00	\$ 20,00
Equipo de Seguridad	4	Balde plástico	\$ 4,00	\$ 16,00
	3	Extintores	\$ 98,00	\$ 294,00
	2	Telefono Portatil Panasonic en TVCom	\$ 35,83	\$ 71,66
	Total			\$ 3.517,47

Cuadro No. 2.8
Fábrica de Ropa para Bebés ¡Q'Chorros!
DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO Y MOBILIARIO PARA EL ÁREA
ADMINISTRATIVA

Tipo de equipos	Número de Unidades	Detalle	Valor Parcial	Valor Total
E q u i p o s d e O f i c i n a	13	Computador DIGGIO en Comandato	\$ 334,64	\$ 4.350,32
	1	Software	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
	2	Impresora Multifuncion Lexmark en TVCom	\$ 120,95	\$ 241,90
	2	Archivadores en INDUMASTE (Compras por Internet)	\$ 197,28	\$ 394,56
	5	Archivadores Aéreos en INDUMASTE (Compras por Internet)	\$ 99,93	\$ 499,65
	15	Sillas para personal Administrativo en INDUMASTE	\$ 87,86	\$ 1.317,90
	3	Sillas de espera para visitas	\$ 57,27	\$ 171,81
	5	Escritorios con 4 cajones en Indumaste	\$ 199,86	\$ 999,30
	10	Escritorios sencillos	\$ 108,52	\$ 1.085,20
	10	Separadores de ambientes en INDUMASTE	\$ 128,55	\$ 1.285,50
	2	Aire Acondicionado LGEW182CM en Comandato	\$ 676,12	\$ 1.352,24
	1	Mesa de 2x1,5 metros para sala de juntas	\$ 200,00	\$ 200,00
	2	Extintores cotizado en el Cuerpo de Bomberos	\$ 98,00	\$ 196,00
	1	Línea telefónica	\$ 90,00	\$ 90,00
	2	Teléfono Portatil Panasonic en TVCom	\$ 35,83	\$ 71,66
TOTAL				\$ 13.255,04

Cuadro No. 2.9
Fábrica de Ropa para Bebés ¡Q`Chorros!
DESCRIPCIÓN DE RECURSO HUMANO

ÁREA	NÓMINA	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL
Gerencia	Gerente General	1	\$ 1 000,00	\$ 1 000,00
	Asistente Administrativa	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Dpto. Financiero	Jefe de Dpto Financiero	1	\$ 500,00	\$ 500,00
	Contador	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Asistente de Finanzas	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Dpto. Operativo	Gerente de Operaciones	1	\$ 500,00	\$ 500,00
	Diseñador	1	\$ 400,00	\$ 400,00
	Asistente de Operaciones	1	\$ 240,00	\$ 240,00
	Jefe de Planta	1	\$ 400,00	\$ 400,00
	Operarios	26	\$ 240,00	\$ 6 240,00
	Analista de Control de calidad	1	\$ 260,00	\$ 260,00
	Empacadores	2	\$ 240,00	\$ 480,00
	Transportista	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Gerente de Ventas	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Depto. De Ventas	Asesores Comerciales	4	\$ 240,00	\$ 960,00
	Analista de Proceso de Ventas	1	\$ 260,00	\$ 260,00
Depto. De RRHH	Jefe de Recursos Humanos	1	\$ 400,00	\$ 400,00
	Asistente de RRHH	1	\$ 240,00	\$ 240,00
	Auxiliar de Servicios	1	\$ 240,00	\$ 240,00
TOTAL				\$ 13.710,00

CAPITULO III: ANÁLISIS FINANCIERO

3.1 INTRODUCCIÓN

Una vez realizado el estudio técnico, en donde se determina la localización del proyecto, y el detalle del personal requerido, es momento de demostrar si el proyecto es viable después de analizar los ingresos y gastos proyectados.

Asimismo, la depreciación se la hará en base al método de línea recta, para todos los activos fijos de la fábrica, ya que es la técnica que se utiliza en la contabilidad que rige en el Ecuador. (Apéndice 6)

3.2 Ingreso

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

1. 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.

2. 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.

3.3 Inversión

La inversión inicial comprende el desembolso de dinero para la adquisición del edificio, y la estimación del capital necesario para poner en marcha la empresa.

El monto de la inversión del proyecto es de \$ 661.379,25 del cual el 60% corresponde a préstamo privado a una tasa del 9.33% anual y el 40% aportación de los socios.

Cuadro No. 3.1
Fábrica de Ropa para Bebés ¡Q`Chorros!

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

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

3.4 Costos y Gastos

Cuadro No. 3.2
Fábrica de Ropa para Bebés ¡Q`Chorros!

COSTOS FIJOS		
Detalle	Mensual	Anual
Costos de Traspotación	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Costos de Pubicidad	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Costos de Papeleria	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Materiales y Suministros	\$ 60,00	\$ 720,00
Costo de Movilización de Vendedores	\$ 80,00	\$ 960,00
Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono)	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Sueldos		
Area Administrativa	\$ 7.218,27	\$ 86.619,20
Area Operacional	\$ 10.597,48	\$ 127.169,80
Imprevistos		\$ 6.946,47
Total de Costos Fijos		\$ 238.495,47

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

Cuadro No. 3.3
Fábrica de Ropa para Bebés ¡Q`Chorros!

Costos Fijos			\$ 238.495
Costos Variables Anual S/Anexo	24.000	Unidades	\$ 176.092
Total de Costos			\$ 414.587

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

Se consideran los costos variables en el Apéndice 7 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 Sueldos 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.

3.5 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, se escogió el Banco Bolivariano, porque es la institución Financiera que ofrece los créditos a la menor tasa.

El préstamo se calculó por un monto de \$ 330.690,62 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 (Apéndice 8)

Cuadro No. 3.4
Fábrica de Ropa para Bebés ¡Q`Chorros!

Com. Gestion	3%	
Tasa anual	9,33%	
Seguro Desgravamen	0,50%	
Monto Original	\$ 330.689,62	
Solca	0,50%	\$ 1.653,45
Junta Beneficencia	0,50%	\$ 1.653,45
Comision de Administracion	3%	\$ 9.920,69
MONTO EFECTIVO RECIBIDO	\$ 317.462,04	

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

3.6 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), como se detalla en el Apéndice 9, 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

3.7 Flujo de Caja

Se detalla dos Flujos Netos de Efectivo en cual uno es con financiamiento, que se toma en cuenta como referencia para el proyecto y el segundo sin financiamiento que es solo como comparativo

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.

Cuadro No. 3.5: Flujo Neto de Efectivo Con Financiamiento

Flujo de Caja											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Demanda		24000	25200	26460	27783	29172	30631	32162	33770	35459	37232
Crecimiento	5%										
INGRESOS											
Estimación de Ventas (INGRESOS)		\$562.620,00	\$590.751,00	\$620.288,55	\$651.302,98	\$683.868,13	\$718.061,53	\$753.964,61	\$791.662,84	\$831.245,98	\$872.808,28
Ingreso por venta de activos depreciados											\$183.789,05
EGRESOS											
Costos Fijos		\$ 238.495,47	\$ 250.420,24	\$ 262.941,26	\$ 276.088,32	\$ 289.892,73	\$ 304.387,37	\$ 319.606,74	\$ 335.587,08	\$ 352.366,43	\$ 369.984,75
Costos Variables 3%		\$ 176.091,90	\$ 181.374,66	\$ 186.815,90	\$ 192.420,37	\$ 198.192,98	\$ 204.138,77	\$ 210.262,94	\$ 216.570,83	\$ 223.067,95	\$ 229.759,99
Reposición de Equipo				\$ 4.821,83		\$ 50.550,00	\$ 5.062,92			\$ 5.316,07	
Pago de intereses de préstamos		\$ 183.339,27	\$ 163.010,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación		\$ 33.009,65	\$ 33.009,65	\$ 33.009,65	\$ 33.086,19	\$ 33.086,19	\$ 33.596,19	\$ 33.676,55	\$ 33.676,55	\$ 33.676,55	\$ 33.676,55
Edificio e Instalaciones		\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
Maquinaria y Equipo		\$ 3.131,50	\$ 3.131,50	\$ 3.131,50	\$ 3.131,50	\$ 3.131,50	\$ 3.131,50	\$ 3.131,50	\$ 3.131,50	\$ 3.131,50	\$ 3.131,50
Muebles y Enseres		\$ 568,46	\$ 568,46	\$ 568,46	\$ 568,46	\$ 568,46	\$ 568,46	\$ 568,46	\$ 568,46	\$ 568,46	\$ 568,46
Equipo de Computación		\$ 1.530,74	\$ 1.530,74	\$ 1.530,74	\$ 1.607,28	\$ 1.607,28	\$ 1.607,28	\$ 1.687,64	\$ 1.687,64	\$ 1.687,64	\$ 1.687,64
Equipos para Bar		\$ 61,90	\$ 61,90	\$ 61,90	\$ 61,90	\$ 61,90	\$ 61,90	\$ 61,90	\$ 61,90	\$ 61,90	\$ 61,90
Mesas y Sillas nuevas		\$ 92,56	\$ 92,56	\$ 92,56	\$ 92,56	\$ 92,56	\$ 92,56	\$ 92,56	\$ 92,56	\$ 92,56	\$ 92,56
Alumbrado Eléctrico		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00
Extintores		\$ 24,50	\$ 24,50	\$ 24,50	\$ 24,50	\$ 24,50	\$ 24,50	\$ 24,50	\$ 24,50	\$ 24,50	\$ 24,50
Vehículo		\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.450,00	\$ 9.450,00	\$ 9.450,00	\$ 9.450,00	\$ 9.450,00
TOTAL EGRESOS		\$ 630.936,29	\$ 627.814,55	\$ 487.588,63	\$ 501.594,88	\$ 571.721,90	\$ 547.185,25	\$ 563.546,23	\$ 585.834,45	\$ 614.427,00	\$ 633.421,29
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 68.316,29	\$ 37.063,55	\$ 132.699,92	\$ 149.708,10	\$ 112.146,22	\$ 170.876,28	\$ 190.418,38	\$ 205.828,39	\$ 216.818,98	\$ 239.386,99
25% del Impuesto a la Renta		\$ 0,00	\$ 9.265,89	\$ 33.174,98	\$ 37.427,03	\$ 28.036,56	\$ 42.719,07	\$ 47.604,60	\$ 51.457,10	\$ 54.204,75	\$ 59.846,75
Utilidad/Pérdida Después de Impuestos		\$ 68.316,29	\$ 27.797,66	\$ 99.524,94	\$ 112.281,08	\$ 84.109,67	\$ 128.157,21	\$ 142.813,79	\$ 154.371,29	\$ 162.614,24	\$ 179.540,24
Depreciación		\$ 33.009,65	\$ 33.009,65	\$ 33.009,65	\$ 33.086,19	\$ 33.086,19	\$ 33.596,19	\$ 33.676,55	\$ 33.676,55	\$ 33.676,55	\$ 33.676,55
Inversión Inicial	\$ 330.689,62										
Flujo Neto de Efectivo	\$ (330.689,62)	\$ 35.306,64	\$ 5.211,98	\$ 132.534,59	\$ 145.367,26	\$ 117.195,85	\$ 161.753,39	\$ 176.490,34	\$ 188.047,84	\$ 196.290,79	\$ 213.216,79

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

3.8 Resultados y Evaluación Financiera

3.8.1 Técnicas de Evaluación

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 o W.A.C.C. de 18,2%, proporcionada por el Departamento Financiero del Grupo Zunino, tasa con la cual evalúan todos los proyectos de inversión.

Una vez determinadas las técnicas de evaluación, se procedió a realizar los cálculos respectivos:

Cuadro No. 3.6
Fábrica de Ropa para Bebés ¡Q`Chorros!

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

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

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

✓ 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.

Cuadro No. 3.7
Fábrica de Ropa para Bebés ¡Q'Chorros!

PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO				
Años	Saldo de Inversión	Flujo	Valor presente	Recuperación
1	\$ 661.379,25	-35.307	-29.870	-65.177
2	\$ 596.202,36	5.212	3.731	1.481
3	\$ 594.720,88	132.535	80.256	52.279
4	\$ 542.442,16	145.367	74.473	70.895
5	\$ 471.547,53	117.196	50.795	66.400
6	\$ 405.147,14	161.753	59.313	102.441
7	\$ 302.706,56	176.490	54.752	121.739
8	\$ 180.968,05	188.048	49.355	138.693
9	\$ 42.274,91	196.291	43.586	152.705
10	(\$ 110.430,32)	213.217	40.054	173.163

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

3.9 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite cambiar variables básicas del proyecto y observar los cambios que se originan en los resultados del valor actual neto (VAN) y de la tasa interna de retorno (TIR)

En el proyecto se realizó variaciones de precio de venta, costo de compra y cantidad demandada teniendo como resultado el siguiente cuadro:

Cuadro No. 3.8
Cuadro de Sensibilidad

Precio	maximo	medio	minimo
VAN	\$ 563.257	95.754	-371.750
TIR	47%	23,1%	-3,5%

Demanda	optimista	moderado	pesimista
VAN	2.433.271	95.754	-\$ 1.073.005
TIR	158%	23,1%	0,0%

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

Se observa que el tanto el VAN como la TIR cambian notablemente su valor si se aumenta o reduce un 20% del precio de venta o en las cantidades demandadas, es decir el proyecto es sensible a cambios en estas dos variables.

Costo de compra	minimo	medio	maximo
VAN	507.810	95.754	-41.599
TIR	44%	23,1%	16.05%

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

En el caso de que se produzca una variación en el precio de compra, la TIR no varía mucho si se pagasen valores máximos de costos de compra, en relación a que estos sean mínimos, que como se muestra en el cuadro se duplica

El VAN cambia considerablemente su valor si se somete a cambios en un 20% de los costos de venta

CONCLUSIONES

Se puede concluir que nuestro 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.

RECOMENDACIONES GENERALES DEL PROYECTO

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.

¡Q'Chorros! debe invertir principalmente en publicidad y cumplir con los requerimientos específicos de modelos y detalles en las prendas que fabrique, para obtener fidelidad por parte del cliente, y que esta particularidad se diferencie de otras fabricas y así mantener alto su atractivo de mercado

Dentro de las estrategias planteadas se encuentran el comunicar el posicionamiento al mercado a través de la publicidad lo cual se realizara por medio de radio y televisión, además de difundir promociones para la captación de posibles consumidores mayoristas.

El proyecto da resultados prometedores al medir su rentabilidad. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 23.11% siendo superior a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) es del 18,20%.

Así mismo acorde a las estrategias que se plantearon y al análisis económico-financiero que se realizó, se pronostica resultados prometedores para la empresa, ya que el proyecto logra cubrir pérdidas y generar ganancias mediante sus ventas mostrando de esta manera la viabilidad económica del proyecto.

Apéndice

Apéndice 1

Población objetivo

Dado que los clientes potenciales son los almacenes de venta de ropa infantil, se realizaron entrevistas breves a los asistentes de compras de 30 almacenes; entre ellos se encuentran: EDUARDO KIDS, MARINER STORE, COCHIDES, LA CASA DEL BEBE, BB JARRIN, CREACIONES MADELYNE, ALIAXSA, COMERCIAL EMILY, COLORES KIDS, entre otros, para de esta manera conocer el comportamiento de compra del cliente y sus necesidades

Diseño de Entrevista

1.- ¿La empresa realiza compras de mercadería (ropa infantil) a proveedores específicos?

2.- ¿Diseña algún tipo de producto? Lo confecciona?

3.- ¿Qué factores consideran más importantes al realizar el pedido de ropa infantil?

Promoción	☐	Calidad	☐	Diseño	☐	Precio	☐
Comodidad	☐	Dotaciones	☐	Acabado	☐		

4.- ¿El pedido de la mercadería lo realizan basados en modelos específicos requeridos por la empresa o por diseños que muestran los proveedores?

5.- ¿Qué prenda infantil es mas requerida por la empresa?

6.- ¿Estarían dispuestos los directivos de la empresa a conocer propuestas de nuevos proveedores?

7.- ¿Con qué frecuencia realizan los pedidos de la mercadería?

Semanalmente	☐	Cada mes	☐	Cada	☐
2meses			☐		☐
Cada 3 meses	☐	Cada 6 meses		Anualmente	

8.- ¿Se encuentran satisfechos con los requerimientos de ropa infantil que le brindas sus proveedores?

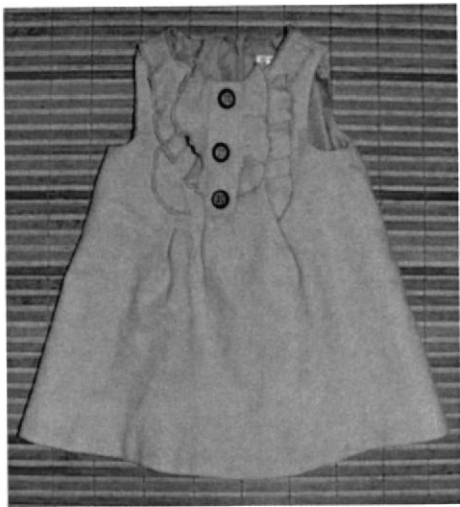
Apéndice 2

MODELO 1



MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD TALLAS: 2 / 3	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 2	COSTO UNITARIO TALLA: 3
Botones	Pequeños	3	0,05	0,15	0,15
Tela	Dacrón de hilo beige	60cm / 75 cm	7,00	4,20	5,25
MATERIAL INDIRECTO					
Hilo para bordar	Azul, verde, anaranjado y rojo	1	1,00	1,00	1,00
Hilo para coser	Beige	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				5,45	6,50

MODELO 2



MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA UNICA
Botones	Café	3	0,05	0,15
Tela	Carolina	0,5	1,20	0,60
Cierre	10 cm	1	0,08	0,08
Tela	Opal rosada	0,5	7,00	3,50
MATERIAL INDIRECTO				
Hilo para coser	Rosado	1	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				4,43

MODELO 3



MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 2	COSTO UNITARIO TALLA: 3
Broches metálicos	Pequeños	2	0,06	0,12	0,12
Tela	Popelina blanca	60cm / 75 cm	8,00	4,80	6,00
MATERIAL INDIRECTO					
Hilo para bordar	celeste, amarillo, café, blanca, negro y rojo	1	1,00	1,00	1,00
Hilo para coser	blanco	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				6,02	7,22

MODELO 4



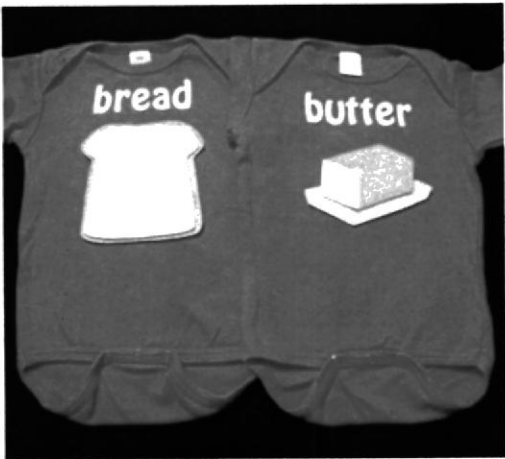
MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2 / 3
Botones	Pequeños	3	0,05	0,15	0,15
Tela	popelina blanca	0,125	8,00	1,00	1,00
Encaje bordado	blanco	2,5	1,20	3,00	3,00
Tela	popelina estampada	50 cm / 75 cm	8,00	4,00	6,00
MATERIAL INDIRECTO					
Hilo para bordar	rosado y blanco	1	1,00	1,00	1,00
Hilo para coser	Rosado	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				9,25	11,25

MODELO 5



MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2/3
Botones	Pequeños	3	0,05	0,15	0,15
Tela	Indu, rosa palido	0,4 / ,5	7,00	2,80	3,50
Tela	Indu, rosa pastel	0,25	7,00	1,75	1,75
Tela	Indu, rosa fucsia	0,25	7,00	1,75	1,75
Cinta Bordada	1 cm de ancho	4	1	4,00	4,00
Encaje, Grecas	0,5 cm de ancho, fucsia	3,5	0,75	2,63	2,63
MATERIAL INDIRECTO					
Hilo para coser	rosado	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				13,18	13,88

MODELO 6



MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA UNICA
Broches metálicos	pequeños	6	0,06	0,36
Tela	camiseta, algodón	1	9,00	9,00
Sesgo	algodón	1	0,70	0,70
Estampado	Complementos	2	1,00	2,00
MATERIAL INDIRECTO				
Hilo para coser	según sea el color	1	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				12,16

MODELO 7



MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA UNICA
Broches metálicos	pequeños	3	0,06	0,18
Tela	camiseta, algodón	0,5	9,00	4,50
Sesgo	Algodón	1	0,70	0,70
Estampado	Creativos	1	1,00	1,00
MATERIAL INDIRECTO				
Hilo para coser	según sea el color	1	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				6,48

MODELO 8



MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA UNICA
Botones	Pequeños, blancos	3	0,05	0,15
Tela	galleta, roja	0,75	7,00	5,25
Aplicación bordada	Flor	1	0,50	0,50
Sesgo	rojo	1	0,70	0,70
Elástico	0,5 cm ancho	1	0,15	0,15
Broches metálicos		2	0,06	0,12
MATERIAL INDIRECTO				
Hilo para coser	rojo	1	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				6,97

MODELO 9



MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA UNICA
Botones	Pequeños	9	0,05	0,45
Tela	Popelina, rosada con lunares blancos	0,75	8,00	6,00
Cinta	1,5 cm de ancho, rosada	0,3	0,50	0,15
MATERIAL INDIRECTO				
Hilo para coser	rosado	1	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				6,70

MODELO 10



MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD TALLAS: 1 / 2 / 3	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2 / 3
Broches metálicos	Pequeños	3	0,06	0,18	0,18
Tela	Pana, roja	50 cm / 75 cm	8,60	4,30	6,45
Aplicación bordada	flor pequeña	2	0,15	0,30	0,30
MATERIAL INDIRECTO					
Hilo para coser	rojo	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				4,88	7,03

MODELO 11



MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD TALLAS: 1 / 2 / 3	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2 / 3
Broches metálicos	Pequeños	3	0,06	0,18	0,18
Tela	galleta, verde	0,125	7,00	0,88	0,88
Tela	galleta, rosado tierno	35 cm / 50 cm	7,00	2,45	3,50
Tela	galleta, rosado pastel	0,125	7,00	0,88	0,88
Aplicación bordada	Hojas verdes pequeñas	2	0,10	0,20	0,20
MATERIAL INDIRECTO					
Pintura para ropa	verde	1	0,75	0,75	0,75
Hilo para bordar	verde	1	1,00	1,00	1,00
Hilo para coser	Rosado	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				6,43	7,48

PANTALÓN DE NIÑO

MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD TALLAS: 1 / 2 / 3	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2 / 3
Botones	Pequeño	1	0,07	0,07	0,07
Tela	gabardina fina	50 cm / 75 cm	7,80	3,90	5,85
Cierre	10 cm	1	0,08	0,08	0,08
MATERIAL INDIRECTO					
Hilo para coser	café	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				4,15	6,10

CAMISA MANGA CORTA PARA NIÑO

MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD TALLAS: 1 / 2 / 3	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2 / 3
Botones	Pequeños	4	0,05	0,20	0,20
Tela	Dacrón fino	50 cm / 75 cm	7,00	3,50	5,25
MATERIAL INDIRECTO					
Pelón	adherible	1	0,20	0,20	0,20
Hilo para coser	según sea el color	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				4,00	5,75

CAMISETA

MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD TALLAS: 1 / 2 / 3	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2 / 3
Sesgo	algodón	0,4	0,70	0,28	0,28
Tela	camiseta, algodón	50 cm / 75 cm	9,00	4,50	6,75
Estampado	creativo	1	1,00	1,00	1,00
MATERIAL INDIRECTO					
Hilo para coser	según sea el color	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				5,88	8,13

CAMISA MANGA LARGA PARA NIÑO

MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD TALLAS: 1 / 2 / 3	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2 / 3
Botones	Pequeños	6	0,05	0,30	0,30
Tela	Dacrón fino	75 cm / 100 cm	7	5,25	7,00
MATERIAL INDIRECTO					
Pelón	adherible	1	0,2	0,20	0,20
Hilo para coser	según sea el color	1	0,1	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				5,85	7,60

SHORT PARA NIÑO

MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD TALLAS: 1 / 2 / 3	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2 / 3
Botones	Pequeño	1	0,07	0,07	0,07
Tela	gabardina fina	25 cm / 50 cm	7,80	5,85	7,80
Elástico	1,5 cm de ancho	0,5	0,50	0,25	0,25
Cierre	10 cm	1	0,08	0,08	0,08
MATERIAL INDIRECTO					
Hilo para coser	café	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				6,35	8,30

BLUSA PARA NIÑA

MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD TALLAS: 1 / 2 / 3	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2 / 3
Sesgo	algodón	0,4	0,70	0,28	0,28
Tela	camiseta, algodón	35 cm / 50 cm	9,00	3,15	4,50
Estampado	creativo	1	1,00	1,00	1,00
MATERIAL INDIRECTO					
Hilo para coser	según sea el color	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				4,53	5,88

FALDA PARA NIÑA

MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD TALLAS: 1 / 2 / 3	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO TALLA: 1	COSTO UNITARIO TALLA: 2 / 3
Botones	Pequeño	1	0,10	0,10	0,10
Tela	Jean fino	25 cm / 40 cm	10,00	2,50	4,00
Elástico	1,5 cm de ancho	0,3	0,50	0,15	0,15
Aplicación	pequeña	1	0,25	0,25	0,25
Cierre	10 cm	1	0,08	0,08	0,08
MATERIAL INDIRECTO					
Hilo para coser	azul	1	0,10	0,10	0,10
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				3,18	4,68

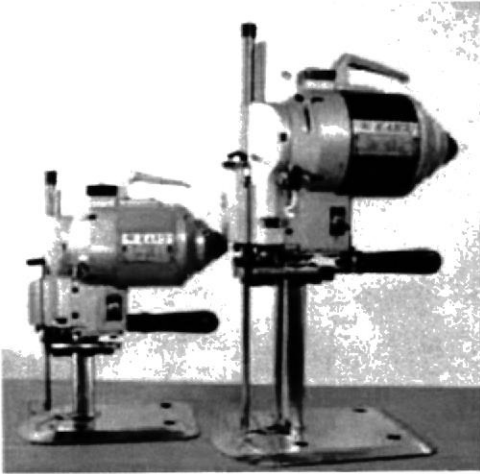
TOALLA NIÑO

MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO
Sesgo	popelina, 0,5 cm	4	0,80	3,20
Tela	Toalla	0,75	9,50	7,13
Aplicación bordada		1	1,00	1,00
MATERIAL INDIRECTO				0,00
Hilo para coser	Según sea el color	1	0,15	0,15
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				11,48

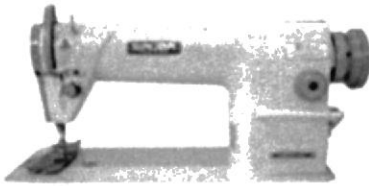
MANTA BEBÉ

MATERIAL DIRECTO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MATERIAL UNITARIO	COSTO UNITARIO
Sesgo	1 cm	4,5	0,80	3,60
Tela	lana	1	11,00	11,00
MATERIAL INDIRECTO				0,00
Hilo para coser	Según sea el color	1	0,15	0,15
TOTAL COSTO UNITARIO POR TALLAS				14,75

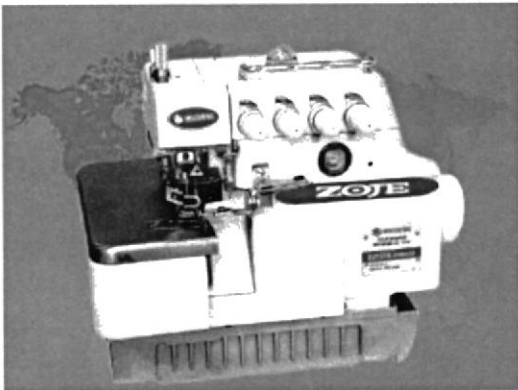
Apéndice 3



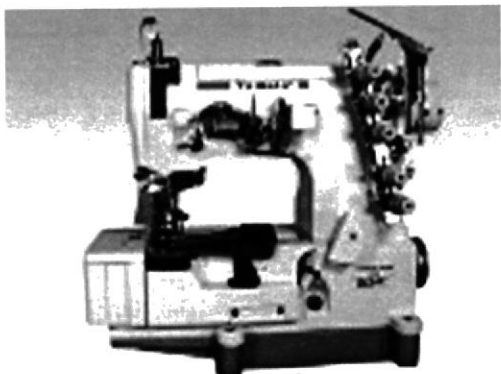
Máquina cortadora de tela vertical 6 pulgadas, Modelo: ZCD110B-M, Marca: KAIGU, con afiladores automáticos, lubricación automática, cuchillas que se pueden utilizar: (recta y ondulada de teflón), motor monofásico.



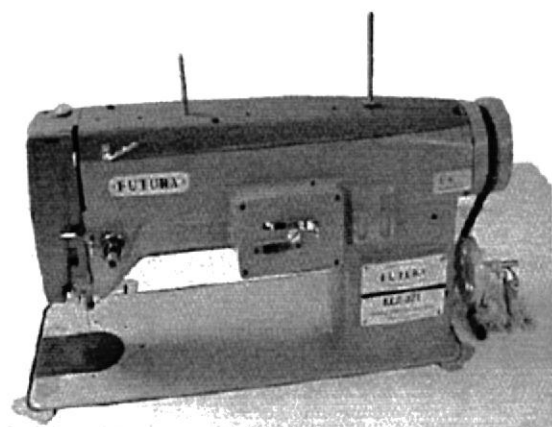
Máquina de costura recta para trabajo pesado 1 aguja, Marca: SIRUBA, Modelo: L818F-H1, lubricación automática, con motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.



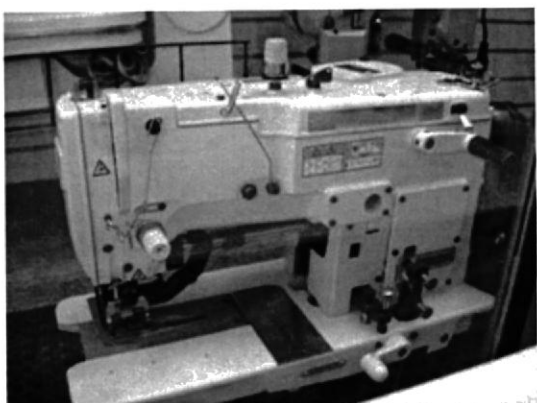
Máquina de coser overlock 6 hilos, Marca: ZOJE, Modelo: ZJ732-55, sistema de alimentación diferencial, velocidad de costura 6500 RPM, lubricación automática, con motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.



Máquinas de coser COLLARETE
3 agujas, Marca: YAMATA,
Modelo: FY31016-02BB, con
aparato para insertar cinta,
lubricación automática, con motor
de 110 volts., incluido mesas de
trabajo.



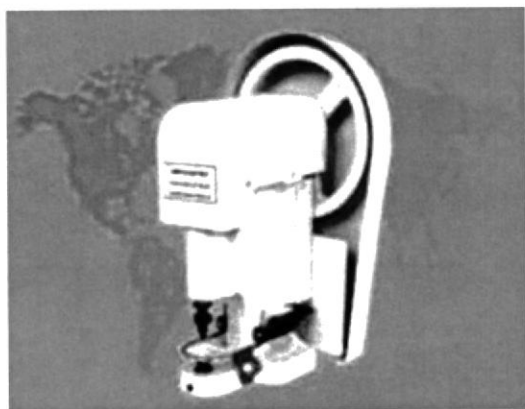
Máquinas de coser ZIG-ZAG
y Bordadora de Realce,
marca: FUTURA, Modelo:
KLZ-371, ancho de ZIG-ZAG
12mm, velocidad de costura
2000 RPM, lubricación
manual, con motor de 110
volts., incluido mesas de
trabajo.



Máquinas de coser
Ojaleadoras, marca: MICSEW,
modelo: KX781, Ojal recto,
corte de Hilo automático,
lubricación automática, con
motor de 110 volts., incluido
mesas de trabajo.



Máquina de coser Botonadora, Marca: TOYAMA, modelo: TY-373, con corte de hilo, motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.



Máquina prensa de botón metálico, marca: ZOJE, modelo: ZN90, ideal para botón de jean, chamarras, etc., velocidad de costura 300 RPM, con motor de 110 volts., incluido mesas de trabajo.

Apéndice 4

LISTA DE PROVEEDORES

EMPRESA MERCANTIL DELGADO HNOS.

CIUDAD: QUITO

DIRECCIÓN: CALLE EL JUNCAL NO. 118 Y DE LOS EUCALIPTOS

CONTACTO: SR. JORGE DELGADO

TELEFONO: (593-2) 247 2462 / 280 7908 / 098 846 592

FAX: (593-2) 280 7908

CORREO ELECTRÓNICO: JDELGADO86@HOTMAIL.ES

PRODUCTOS: Aceite para maquinas; agujas industriales; alfileres; broche plástico; cierres; elásticos; forros; gancho pantalón; hilos; material para manualidades; pretina armada; sesgo; tela polar; tela vioto; telas deportivas; tijeras.

ALMACÉN CITY

CIUDAD: QUITO

DIRECCIÓN: AV. 6 DE DICIEMBRE 6004

TELEFONO: (593-2) 243 1171

FAX: (593-2) 245 9235

BOLMAR

CIUDAD: QUITO

DIRECCIÓN: GUAYAQUIL 653 ENTRE SUCRE Y BOLIVAR

TELEFONO: (593-2) 295 2407 / 295 4261

FAX: (593-2) 258 0049

CORREO ELECTRÓNICO: BOLMARJM@HOTMAIL.COM

CASA MONETT

CIUDAD: GUAYAQUIL

DIRECCIÓN: CHIMBORAZO 411-415 Y AGUIRRE / GUAYAQUIL

TELEFONO: (593-4) 232 5040 / 232 6051

CORREO ELECTRÓNICO: GKURY@CASAMONETT.COM

EL COSTURERO

CIUDAD: GUAYAQUIL

DIRECCIÓN: GARZOCENTRO 2000 LOCAL 109

TELEFONO: (593-4) 238 3985

FABRILANA

CIUDAD: GUAYAQUIL

DIRECCIÓN: VÍA DURÁN TAMBO KM. 3 1/2

TELEFONO: (593-4) 280 0961 / 280 0044

CORREO ELECTRÓNICO: INFO@FABRILANA.COM

JONWAY ECUADOR

CIUDAD: MATRIZ GUAYAQUIL

DIRECCIÓN: PICHINCHA 806 ENTRE SUCRE Y COLÓN

CONTACTO: SR. CAMILO FANG

TELEFONO: (593-4) 251 3888

FAX: (593-4) 232 2333

PAGINA WEB: WWW.JONTEXMACHINE.COM

CORREO ELECTRÓNICO: FANGCAMILO@YAHOO.COM.CN

PRODUCTOS: Cerradora de codo liviana; cerradora de codo pesada; cerradoras de sacos; cortadora de tiras industrial; cortadoras circulares 2, 3, 4 pulgadas; cortadoras verticales 5, 6, 8 pulgadas; destalladora de cuero; elasticadoras industriales; enconchadoras industriales; estampadoras industriales; mini motor domestico; ojaladora industrial; overlock 5, 4,3 hilos industriales; pedal domestico; rebobinadora de hilos; recta 1, 2 agujas de poste; recta triple; doble transporte; recta zigzag automática; rectas computarizadas; rectas livianas y pesadas industriales; recubridoras

industriales; ribeteadora de alfombra; ribeteadora triple transporte; zigzagadora de lubricación automática.

COMANDATO

CIUDAD: GUAYAQUIL

DIRECCIÓN: CENTRO COMERCIAL ALBAN BORJA LOCAL 77 Y 78

TELEFONO: (593-4) 220 7995

DIRECCIÓN: AV. DEL PERIODISTA Y AV. LUÍS PLAZA DAÑÍN

TELEFONO: (593-4) 229 6300 / 228 8519

CIUDAD: GUAYAQUIL

DIRECCIÓN: CDLA. ALBORADA, II ETAPA AV. GUILLERMO PAREJA MZ A - J VILLAS 25 Y 26

TELEFONO: (593-4) 224 8381 / 223 5124

CIUDAD: GUAYAQUIL

DIRECCIÓN: C.C. RÍO CENTRO SUR

TELEFONO: (593-4) 249 5446 / 249 5584

CIUDAD: GUAYAQUIL

DIRECCIÓN: PORTETE NO. 4112 ENTRE LA 16 Y LA 17

TELEFONO: (593-4) 247 5859

CIUDAD: GUAYAQUIL

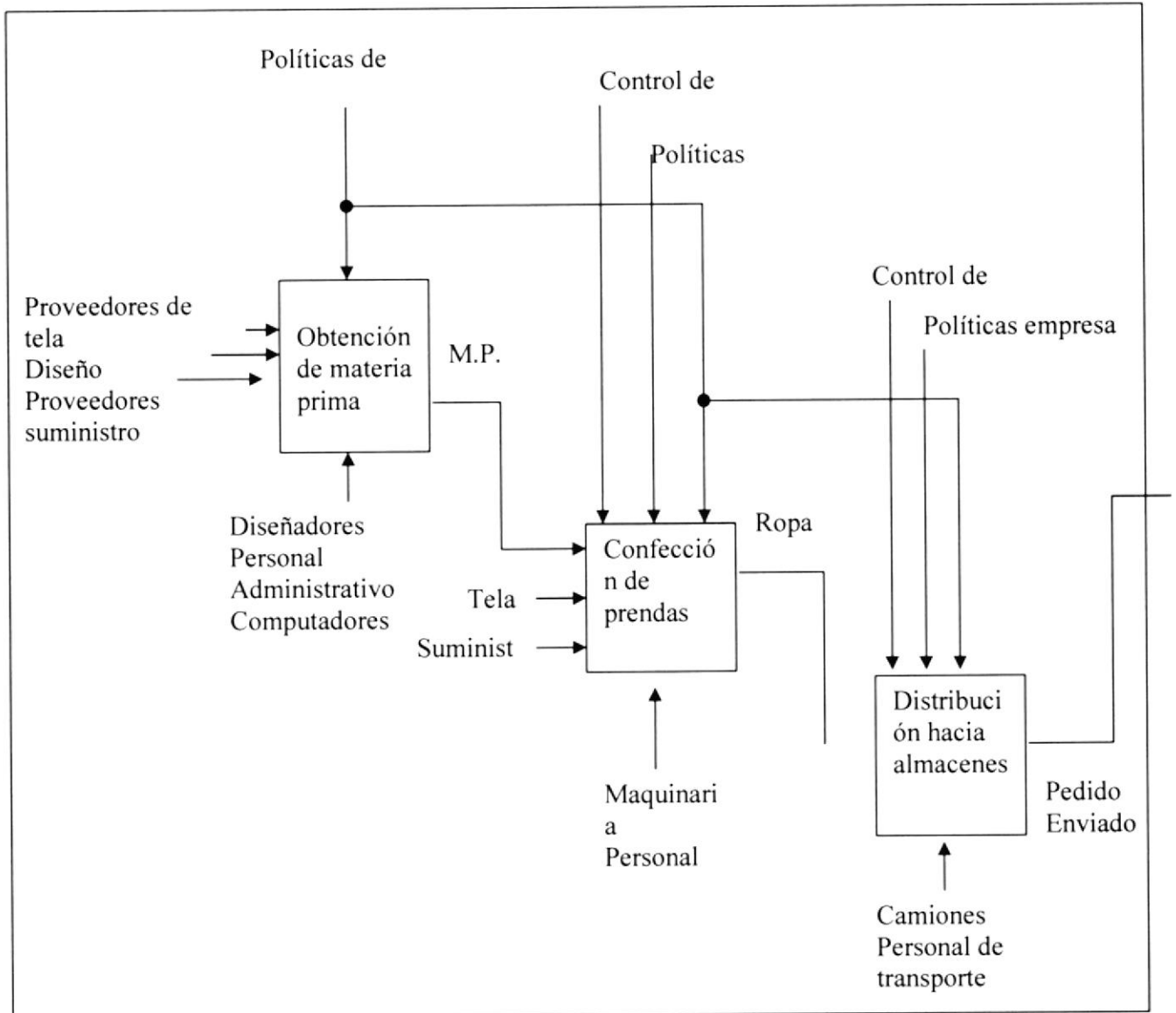
DIRECCIÓN: 9 DE OCTUBRE NO.743 Y GARCÍA AVILÉS

TELEFONO: (593-4) 232 2610

CORREO ELECTRÓNICO:

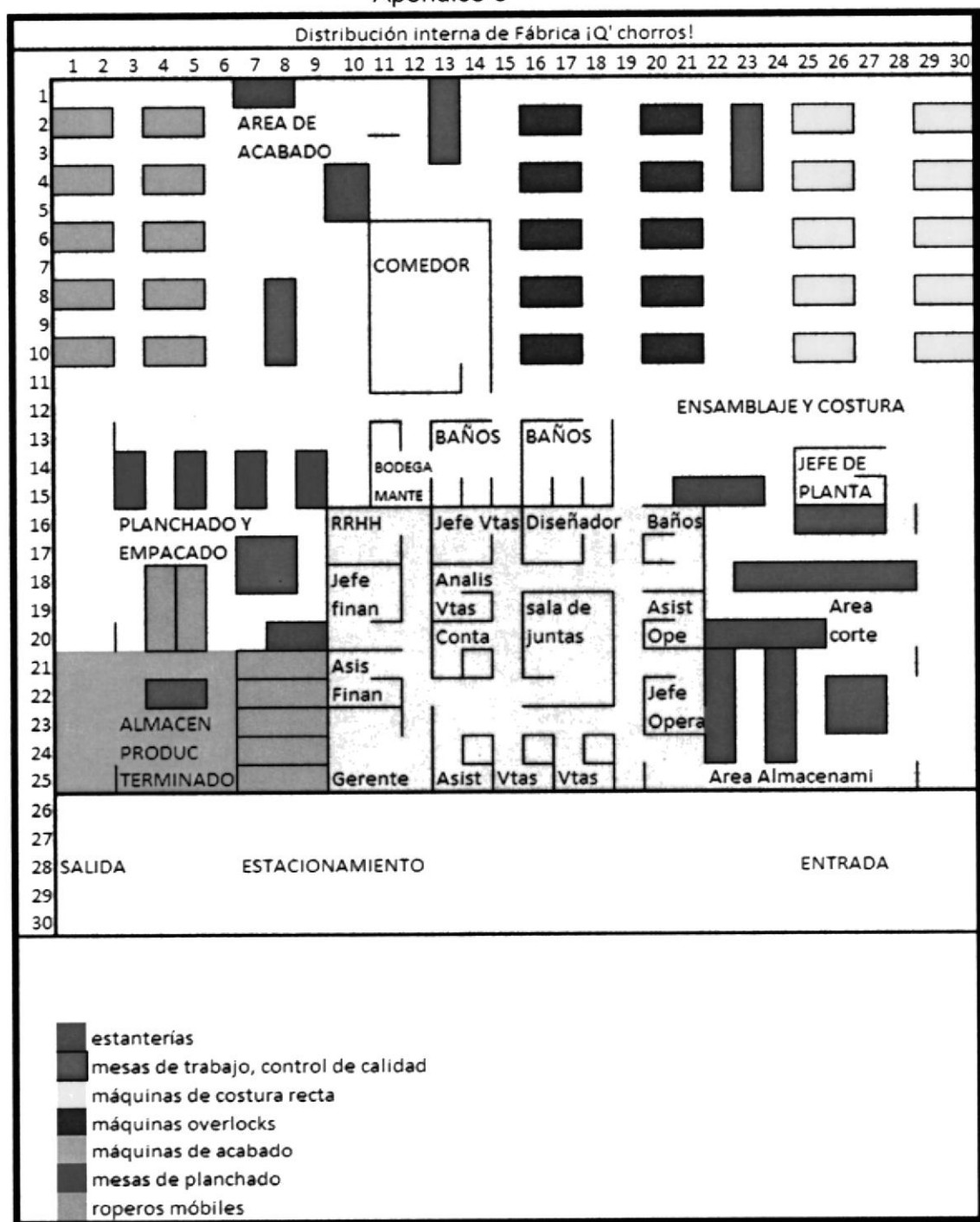
PRODUCTOS: Cortadoras de telas circulares y verticales, máquinas de coser familiares digitales, máquinas de coser familiares para bordados, máquinas de coser familiares para costura recta, máquinas de coser familiares para zigzag, máquinas de coser industriales para costura recta, máquinas de coser industriales para overlock de 345 hilos, máquinas de coser industriales para recta zigzag, recubridoras para calzado, repuestos y accesorios para máquinas de coser industriales y familiares.

Apéndice 5
Proceso de producción de Ropa infantil



Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

Apéndice 6



Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

Apéndice 7

VALOR DE DESECHO						
Activos	Costo total	Años vida útil	Años a Depreciar	Depr. Anual	Depr. Acum.	Valor en Libros
Edificio e Instalaciones	\$ 360 000.00	20	10	\$ 18 000.00	\$ 180 000.00	\$ 180 000.00
Maquinaria y Equipo	\$ 31 314.95	10	10	\$ 3 131.50	\$ 31 314.95	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 5 684.57	10	10	\$ 568.46	\$ 5 684.57	\$ -
Equipos de computación Año 0	\$ 4 592.22	3	3	\$ 1 530.74	\$ 4 592.22	\$ -
Equipos de computación Año 3	\$ 4 821.83	3	3	\$ 1 607.28	\$ 4 821.83	\$ -
Equipos de computación Año 6	\$ 5 062.92	3	3	\$ 1 687.64	\$ 5 062.92	\$ -
Equipos de computación Año 9	\$ 5 316.07	3	1	\$ 1 772.02	\$ 1 772.02	\$ 3 544.05
Equipos para Bar	\$ 619.00	10	10	\$ 61.90	\$ 619.00	\$ -
Mesas y Sillas nuevas	\$ 925.56	10	10	\$ 92.56	\$ 925.56	\$ -
Alumbrado eléctrico año 0	\$ 3 000.00	5	5	\$ 600.00	\$ 3 000.00	\$ -
Alumbrado eléctrico año 5	\$ 3 300.00	5	5	\$ 660.00	\$ 3 300.00	\$ -
Extintores	\$ 490.00	20	10	\$ 24.50	\$ 245.00	\$ 245.00
Vehículo Año 0	\$ 45 000.00	5	5	\$ 9 000.00	\$ 45 000.00	\$ -
Vehículo Año 5	\$ 47 250.00	5	5	\$ 9 450.00	\$ 47 250.00	\$ -
Depreciación				\$ 48.186,59	Valor de Des.	\$ 183.789,05

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

Apéndice 8

COSTOS VARIABLES					
	CANTIDAD MENSUAL	COSTO TALLA 1	COSTO TALLA: 2	COSTO TALLA: 3	TOTAL
MODELO 1			\$ 5,45	\$ 6,50	
TALLA 2	45		\$ 245,25		\$ 245,25
TALLA 3	50			\$ 325,00	\$ 325,00
MODELO 2		\$ 4,43			
TALLA 1	45	\$ 199,35			\$ 199,35
MODELO 3			\$ 6,02	\$ 7,22	
TALLA 2	35		\$ 210,70		\$ 210,70
TALLA 3	25			\$ 180,50	\$ 180,50
MODELO 4		\$ 9,25	\$ 11,25	\$ 11,25	
TALLA 1	40	\$ 370,00			\$ 370,00
TALLA 2	45		\$ 506,25		\$ 506,25
TALLA 3	50			\$ 562,50	\$ 562,50
MODELO 5		\$ 13,18	\$ 13,88	\$ 13,88	
TALLA 1	35	\$ 461,13			\$ 461,13
TALLA 2	45		\$ 624,38		\$ 624,38
TALLA 3	42			\$ 589,69	\$ 589,69
MODELO 6		\$ 12,16			
TALLA 1	30	\$ 364,80			\$ 364,80
MODELO 7		\$ 6,48			
TALLA 1	70	\$ 453,60			\$ 453,60
MODELO 8		\$ 6,97			
TALLA 1	45	\$ 313,65			\$ 313,65
MODELO 9		\$ 6,70			
TALLA 1	40	\$ 268,00			\$ 268,00
MODELO 10		\$ 4,88	\$ 7,03	\$ 7,03	
TALLA 1	45	\$ 219,60			\$ 219,60
TALLA 2	35		\$ 246,05		\$ 246,05
TALLA 3	25			\$ 175,75	\$ 175,75
MODELO 11		\$ 6,43	\$ 7,48	\$ 7,48	
TALLA 1	40	\$ 257,20			\$ 257,20
TALLA 2	50		\$ 374,00		\$ 374,00
TALLA 3	60			\$ 448,80	\$ 448,80

MODELO 12		\$ 4,15	\$ 6,10	\$ 6,10	
TALLA 1	50	\$ 207,50			\$ 207,50
TALLA 2	65		\$ 396,50		\$ 396,50
TALLA 3	60			\$ 366,00	\$ 366,00
MODELO 13		\$ 4,00	\$ 5,75	\$ 5,75	
TALLA 1	47,5	\$ 190,00			\$ 190,00
TALLA 2	50		\$ 287,50		\$ 287,50
TALLA 3	52,5			\$ 301,88	\$ 301,88
MODELO 14		\$ 5,88	\$ 8,13	\$ 8,13	
TALLA 1	35	\$ 205,80			\$ 205,80
TALLA 2	45		\$ 365,85		\$ 365,85
TALLA 3	48			\$ 386,18	\$ 386,18
MODELO 15		\$ 5,85	\$ 7,60	\$ 7,60	
TALLA 1	42	\$ 248,63			\$ 248,63
TALLA 2	40		\$ 304,00		\$ 304,00
TALLA 3	45			\$ 342,00	\$ 342,00
MODELO 16		\$ 6,35	\$ 8,30	\$ 8,30	
TALLA 1	40	\$ 254,00			\$ 254,00
TALLA 2	60		\$ 498,00		\$ 498,00
TALLA 3	55			\$ 456,50	\$ 456,50
MODELO 17		\$ 4,53	\$ 5,88	\$ 5,88	
TALLA 1	50	\$ 226,50			\$ 226,50
TALLA 2	48		\$ 279,30		\$ 279,30
TALLA 3	40			\$ 235,20	\$ 235,20
MODELO 18		\$ 3,18	\$ 4,68	\$ 4,68	
TALLA 1	40	\$ 127,20			\$ 127,20
TALLA 2	52		\$ 245,70		\$ 245,70
TALLA 3	45			\$ 210,60	\$ 210,60
MODELO 19		\$ 11,48			
TALLA 1	68	\$ 774,56			\$ 774,56
MODELO 20		\$ 14,75			
TALLA 1	25	\$ 368,75			\$ 368,75
TALLA 3				\$ 0,00	\$ 0,00
	2000				
TOTAL COSTO VARIABLE MENSUAL					\$ 14.674,33
TOTAL COSTO VARIABLE ANUAL					\$ 176.091,90

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

Apéndice 9

Tabla de Amortización								
Periodo	Saldo a inicio de año	Interés	Capital	Pago de Deuda	Saldo fin de año	Comisión por Gestión	Seguro de Desgrav	Total Pago
0	\$ 317 462 04				\$ 317 462 04			
1	\$ 317 462 04	\$ 2 468 27	\$ 12 083 02	\$ 14 551 29	\$ 305 379 02	\$ 793 66	\$ 132 28	\$ 15 477 22
2	\$ 305 379 02	\$ 2 374 32	\$ 12 176 96	\$ 14 551 29	\$ 293 202 06	\$ 763 45	\$ 127 24	\$ 15 441 97
3	\$ 293 202 06	\$ 2 279 65	\$ 12 271 64	\$ 14 551 29	\$ 280 930 42	\$ 733 01	\$ 122 17	\$ 15 406 46
4	\$ 280 930 42	\$ 2 184 23	\$ 12 367 05	\$ 14 551 29	\$ 268 563 36	\$ 702 33	\$ 117 05	\$ 15 370 67
5	\$ 268 563 36	\$ 2 088 08	\$ 12 463 21	\$ 14 551 29	\$ 256 100 16	\$ 671 41	\$ 111 90	\$ 15 334 60
6	\$ 256 100 16	\$ 1 991 18	\$ 12 560 11	\$ 14 551 29	\$ 243 540 05	\$ 640 25	\$ 106 71	\$ 15 298 24
7	\$ 243 540 05	\$ 1 893 52	\$ 12 657 76	\$ 14 551 29	\$ 230 882 29	\$ 608 85	\$ 101 48	\$ 15 261 61
8	\$ 230 882 29	\$ 1 795 11	\$ 12 756 18	\$ 14 551 29	\$ 218 126 12	\$ 577 21	\$ 96 20	\$ 15 224 69
9	\$ 218 126 12	\$ 1 695 93	\$ 12 855 36	\$ 14 551 29	\$ 205 270 76	\$ 545 32	\$ 90 89	\$ 15 187 49
10	\$ 205 270 76	\$ 1 595 98	\$ 12 955 31	\$ 14 551 29	\$ 192 315 45	\$ 513 18	\$ 85 53	\$ 15 149 99
11	\$ 192 315 45	\$ 1 495 25	\$ 13 056 03	\$ 14 551 29	\$ 179 259 42	\$ 480 79	\$ 80 13	\$ 15 112 21
12	\$ 179 259 42	\$ 1 393 74	\$ 13 157 54	\$ 14 551 29	\$ 166 101 88	\$ 448 15	\$ 74 69	\$ 15 074 13
13	\$ 166 101 88	\$ 1 291 44	\$ 13 259 84	\$ 14 551 29	\$ 152 842 03	\$ 415 25	\$ 69 21	\$ 15 035 75
14	\$ 152 842 03	\$ 1 188 35	\$ 13 362 94	\$ 14 551 29	\$ 139 479 10	\$ 382 11	\$ 63 68	\$ 14 997 07
15	\$ 139 479 10	\$ 1 084 45	\$ 13 466 84	\$ 14 551 29	\$ 126 012 26	\$ 348 70	\$ 58 12	\$ 14 958 10
16	\$ 126 012 26	\$ 979 75	\$ 13 571 54	\$ 14 551 29	\$ 112 440 72	\$ 315 03	\$ 52 51	\$ 14 918 82
17	\$ 112 440 72	\$ 874 23	\$ 13 677 06	\$ 14 551 29	\$ 98 763 66	\$ 281 10	\$ 46 85	\$ 14 879 24
18	\$ 98 763 66	\$ 767 89	\$ 13 783 40	\$ 14 551 29	\$ 84 980 26	\$ 246 91	\$ 41 15	\$ 14 839 35
19	\$ 84 980 26	\$ 660 72	\$ 13 890 56	\$ 14 551 29	\$ 71 089 70	\$ 212 45	\$ 35 41	\$ 14 799 14
20	\$ 71 089 70	\$ 552 72	\$ 13 998 56	\$ 14 551 29	\$ 57 091 14	\$ 177 72	\$ 29 62	\$ 14 758 63
21	\$ 57 091 14	\$ 443 88	\$ 14 107 40	\$ 14 551 29	\$ 42 983 73	\$ 142 73	\$ 23 79	\$ 14 717 80
22	\$ 42 983 73	\$ 334 20	\$ 14 217 09	\$ 14 551 29	\$ 28 766 65	\$ 107 46	\$ 17 91	\$ 14 676 65
23	\$ 28 766 65	\$ 223 66	\$ 14 327 62	\$ 14 551 29	\$ 14 439 02	\$ 71 92	\$ 11 99	\$ 14 635 19
24	\$ 14 439 02	\$ 112 26	\$ 14 439 02	\$ 14 551 29	\$ 0 00	\$ 36 10	\$ 6 02	\$ 14 593 40

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

Apéndice 10
Precio por cantidad = Ingreso

Escenario Moderado

PRODUCTOS	CANTIDAD MENSUAL	PRECIOS			TOTAL
		TALLA 1	TALLA: 2	TALLA: 3	
MODELO 1			22,00	22,00	
TALLA 2	45		990,00		990
TALLA 3	50			1100,00	1100
MODELO 2		18,00			
TALLA 1	45	810			810
MODELO 3			23,00	23,00	
TALLA 2	35		805,00		805
TALLA 3	25			575,00	575
MODELO 4		25,00	28,00	28,00	
TALLA 1	40	1000			1000
TALLA 2	45		1260,00		1260
TALLA 3	50			1400,00	1400
MODELO 5		29,00	35,00	35,00	
TALLA 1	35	1015			1015
TALLA 2	45		1575,00		1575
TALLA 3	42,5			1487,50	1487,5
MODELO 6		35,00			
TALLA 1	30	1050			1050
MODELO 7		18,00			
TALLA 1	70	1260			1260
MODELO 8		24,00			
TALLA 1	45	1080			1080
MODELO 9		32,00			
TALLA 1	40	1280			1280
MODELO 10		26,00	28,00	28,00	
TALLA 1	45	1170			1170
TALLA 2	35		980,00		980
TALLA 3	25			700,00	700
MODELO 11		28,00	30,00	30,00	
TALLA 1	40	1120			1120
TALLA 2	50		1500,00		1500
TALLA 3	60			1800,00	1800

MODELO 12		22,00	22,00	22,00	
TALLA 1	50	1100			1100
TALLA 2	65		1430,00		1430
TALLA 3	60			1320,00	1320
MODELO 13		18,00	22,00	25,00	
TALLA 1	47,5	855			855
TALLA 2	50		1100,00		1100
TALLA 3	52,5			1312,50	1312,5
MODELO 14		15,00	16,00	16,00	
TALLA 1	35	525			525
TALLA 2	45		720,00		720
TALLA 3	47,5			760,00	760
MODELO 15		23,00	25,00	25,00	
TALLA 1	42,5	977,5			977,5
TALLA 2	40		1000,00		1000
TALLA 3	45			1125,00	1125
MODELO 16		17,00	18,00	18,00	
TALLA 1	40	680			680
TALLA 2	60		1080,00		1080
TALLA 3	55			990,00	990
MODELO 17		20,00	20,00	20,00	
TALLA 1	50	1000			1000
TALLA 2	47,5		950,00		950
TALLA 3	40			800,00	800
MODELO 18		18,00	21,00	21,00	
TALLA 1	40	720			720
TALLA 2	53		1102,50		1102,5
TALLA 3	45			945,00	945
MODELO 19		22,00			
TALLA 1	68	1485			1485
MODELO 20		38,00			
TALLA 1	25	950			950
2000					
TOTAL INGRESO MENSUAL				\$	46.885,00
			Anual P. medio	\$	562.620,00

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

COSTOS ADMINISTRATIVOS (PERSONAL ADMINISTRATIVO)										
ÁREA	NÓMINA	CANTIDAD	SUELDO	COMISIONES	SUELDO MENSUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTACIÓN PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerencia	Gerente General	1	\$ 1.000,00		\$ 1.000,00	\$ 83,33	\$ 20,00	\$ 115,00	\$ 1.218,33	\$ 14.620,00
	Asistente Administrativa	1	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 20,83	\$ 20,00	\$ 28,75	\$ 319,58	\$ 3.835,00
	Jefe de Dpto Financiero	1	\$ 500,00		\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 57,50	\$ 619,17	\$ 7.430,00
	Contador	1	\$ 300,00		\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 20,00	\$ 34,50	\$ 379,50	\$ 4.554,00
Dpto. De Ventas	Asistente de Finanzas	1	\$ 240,00		\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 27,60	\$ 307,60	\$ 3.691,20
	Gerente de Ventas	1	\$ 500,00		\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 57,50	\$ 619,17	\$ 7.430,00
	Asesores Comerciales	4	\$ 240,00	\$ 1.000,00	\$ 1.960,00	\$ 163,33	\$ 20,00	\$ 225,40	\$ 2.368,73	\$ 28.424,80
	Analista de Proceso de Ventas	1	\$ 260,00		\$ 260,00	\$ 21,67	\$ 20,00	\$ 29,90	\$ 331,57	\$ 3.978,80
Dpto. De RRHH	Jefe de Recursos Humanos	1	\$ 350,00		\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 40,25	\$ 439,42	\$ 5.273,00
	Asistente de RRHH	1	\$ 240,00		\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 27,60	\$ 307,60	\$ 3.691,20
	Auxiliar de Servicios	1	\$ 240,00		\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 27,60	\$ 307,60	\$ 3.691,20
TOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO MENSUAL									\$ 7.218,27	\$ 86.619,20

COSTO OPERACIONAL (MANO DE OBRA)										
AREA	NÓMINA	CANTIDAD	SUELDO	COMISIONES	SUELDO MENSUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTACIÓN PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Dpto. Operativo	Gerente de Operaciones	1	\$ 500,00		\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 57,50	\$ 619,17	\$ 7.430,00
	Diseñador	1	\$ 350,00		\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 40,25	\$ 439,42	\$ 5.273,00
	Asistente de Operaciones	1	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 20,83	\$ 20,00	\$ 28,75	\$ 319,58	\$ 3.835,00
	Jefe de Planta	1	\$ 400,00		\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 20,00	\$ 46,00	\$ 499,33	\$ 5.992,00
	Operarios	26	\$ 240,00		\$ 6.240,00	\$ 520,00	\$ 20,00	\$ 717,60	\$ 7.497,60	\$ 89.971,20
	Analista de Control de calidad	1	\$ 240,00		\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 27,60	\$ 307,60	\$ 3.691,20
	Empacadores	2	\$ 240,00		\$ 480,00	\$ 40,00	\$ 20,00	\$ 55,20	\$ 595,20	\$ 7.142,40
	Transportista	1	\$ 250,00		\$ 250,00	\$ 20,83	\$ 20,00	\$ 28,75	\$ 319,58	\$ 3.835,00
TOTAL PERSONAL OPERATIVO MENSUAL									\$ 10.597,48	\$ 127.169,80

Fuente: Elaboración Propia Febrero 2010

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- [1] SAPAG NASSIR, SAPAG REINALDO (2002), "Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión". Prentice Hall. Cuarta Edición.
- [2] FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Apuntes de Clase.
- [3] ROSS, WESTERFIELD, JAFFE (2005), "Finanzas Corporativas". Mc Graw Hill. Séptima Edición, Apuntes de Clase.
- [4] SPURRIER WALTER, "Análisis Semanal".

Páginas Web

- [1] www.inec.gov.ec
- [2] www.bce.fin.ec
- [3] www.bolivariano.com
- [4] www.bolivariano.com