Proyecto para la creación de una Empresa de Confección de camisetas a base de Algodón Orgánico en la ciudad de Guayaquil.

Andrés Vicente Flores González, Lorena Alexandra Tingo Chiliguano, George Humberto Domínguez López.
Coautor: Ing. Víctor Hugo González
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
Emails:
avflores@espol.edu.ec, ltingo@espol.edu.ec, george.dominguez@latinaseguros.com.ec,
vhgonzal@espol.edu.ec(coautor)

Resumen

Este documento presenta un análisis de viabilidad y factibilidad de implantar una fábrica que confeccione camisetas en la ciudad de Guayaquil y muestra el plan de negocios para esta empresa. Para esto se realizó un análisis del sector textil e investigación de mercados para identificar estrategias y acciones a seguir. La investigación incluyó a compradores en centros comerciales y competencia en el mercado. En base a la investigación sectorial y a resultados del análisis de la investigación se llegó a la conclusión que el proyecto es totalmente viable; debido a que hay una gran disposición ecologista de la gente y que estarían dispuestos a comprar, y es también factible; porque a través de la aplicación de estrategia de nicho de mercado y diferentes tácticas, la fábrica logrará participación de mercado y sobre todo alta rentabilidad.

Palabras claves: Confección de Camisetas, Investigación cualitativa, nicho de mercado.

Abstract

This paper contains a viability and feasibility evaluation to include a new T-shirts factory in Guayaquil and also it includes the business plan for this new company. In order to make it, there were made an analysis about the textile sector and a market investigation to identify strategies and actions that there will be applied. The investigation was made to buyer in commercial centers and representatives of some shirts factories. Based on the sector investigation and results of the market investigation analysis there were concluded that this project is totally viable; because there is people's great environmentalist disposition and are willing to pay, and this is feasible too; because through application of a market niche and some tactics, the factory will get market participation and principally a high yield.

Key words: T-shirts factory, quality investigation, market niche.

1. Introducción

El algodón orgánico es aquel cultivo libre de tratamientos químicos u organismos genéticamente modificados protegiendo la salud de los agricultores y al ecosistema.

El algodón tradicional contiene sustancias dañinas, el 25% insecticidas y el 10% de pesticidas es utilizado en este cultivo a nivel mundial los agricultores rocían sus sombríos entre 30 a 50 veces por estación

Las tonalidades de los textiles orgánicos se realiza a base de productos naturales como son hojas, flores, pepas para obtener el color deseado, a diferencia de los textiles convencionales que usan metales pesados como metales pesados como cromo, cobre y zinc además el algodón blanco utiliza cloro, peróxido de hidrógeno, dioxina y formaldehído entre muchos otros compuestos dañinos para la salud.

La ropa elaborada con algodón orgánico es más suave, textura sedosa, no destiñe además su frescura no evita la excesiva transpiración evitando así las alergias y las escaras producidas por la emanación de sudor.

Ecoclothes son camisetas, camisas y blusas que producidas con algodón 100% orgánico, su producción respeta las normas ambientales, este viene disponible en tallas desde Small a Extra large con diseños atractivos y variados dependiendo a la temporada, con vivos colores.

Aunque en nuestro país no existe productores de algodón orgánico en el ámbito internacional esta tomando fuerza dado a las tendencias ambientalista de los consumidores que se preocupan por lo cambios climáticos producidos por los excesos de contaminación, los mayores productores son China, Estados Unidos Turquía, Perú entre otros.

La comercialización de este tipo de ropa ha generado un ingreso de 85 millones de dólares en Estados Unidos.

2. Investigación de Mercado

El objetivo de esta investigación era conocer las preferencias de los consumidores potenciales, así también la predisposición para pagar por las camisetas.

El principal método usado para la recolección de datos fue el exploratorio a través de entrevistas a profundidad dirigido consumidores en centro comerciales, que serviría para determinar las variables que inciden en la decisión de compra de los clientes; las motivaciones, gustos, actitudes y sentimientos implícitos en esta decisión, además de poder conocer datos como que prendas estarían dispuestas a comprar, a qué precio y en donde compran regularmente sus prendas..

A continuación se detalla la identificación ecológica que tienen nuestros identificados por sexo:

Tabla 2.1

Identificación ecológica por Sexo

	Masculino	Femenino	Total
SI	310	115	425
NO	3	4	7
Total	313	119	432

Elaborado por: los autores

2.1. Resultado de la investigación

Producto de la investigación pudimos identificar claramente las preferencias de los consumidores, indicando que la primera característica que observan antes de comprar en una prenda es la calidad y seguida por el precio.

Además a pesar de que existieron personas que no se identificaron con el concepto ecológico ni habían comprado artículos que no degraden el medio ambiente, al final estarían dispuestas a comprar productos en base a este tipo de algodón.

Se identificó que las personas compran sus prendas en centros comerciales, seguidas por tiendas de marcas.

Adicional a esto, pudimos estimar que la disposición promedio a pagar de los potenciales compradores es de $18.87, dato importantísimo, ya que con esto podemos definir costos bajos y competitivos.

3. Análisis Externo

Analizando variables económicas del sector textil, se puede destacar que mientras la tasa de crecimiento de la economía aumenta, este sector también lo hace; una alta tasa de interés hace que nuestra inversión en capital sea mayor por el lado de capital propio; y a su vez la tasa de inflación que ha venido mostrando un crecimiento considerable en el país, hace que nuestros análisis de escenarios sean un poco más específicos, para la futura toma de decisiones financieras.

3.1. Análisis sectorial

Sector: Manufacturero y textil, específicamente Confección de camisetas.

El objetivo del análisis sectorial es comprender su estructura en base a las cinco fuerzas de Porter e identificar los factores que tendrían mayor impacto en la rentabilidad del negocio a largo plazo, para así desarrollar un plan estratégico que permita contrarrestar ese impacto. Se desarrolló este análisis y se obtuvieron los siguientes resultados:

De los cinco factores que tienen un impacto en la rentabilidad a largo plazo, dos de estos no afectan la rentabilidad a largo plazo ya que no están ampliamente desarrollados, estos: los productos sustitutos, y competidores. En tanto que los tres restantes tienen un alto poder que afectaría a la rentabilidad a largo plazo, estas son: Poder de negociación del consumidor y proveedor, siendo el primero de menor impacto; en el caso del proveedor de algodón orgánico. Por lo que se concluye que la rentabilidad promedio de la industria de la confección de camisetas, será media alta en el largo plazo.

4. Plan Estratégico

Se desarrollaron estrategias genéricas, funcionales y sectoriales, así como la creación de la filosofía de la empresa, para que los empleados conozcan el enfoque que deben seguir sus tareas acorde a lo que la empresa desea proyectar, además dentro de este punto se realizará un análisis FODA para comprender la situación de la nueva fábrica. Esto se muestra a continuación.

4.1. Estrategia Genérica

Se decide que para la nueva fábrica es conveniente aplicar la estrategia de Nicho de mercado, principalmente porque no existe un mercado segmentado de prendas de algodón orgánico, optando por tener la mejor calidad de nuestras telas y con un bajo precio en el mercado de algodón orgánico.

Aplicar eficiencia en la utilización de recursos en cada sector de la cadena de valor es posible en fábricas de este tipo y al reflejarse esto en bajo costo de producción, pone a la compañía en una posición de ventaja frente a la competencia, en caso de ejecutar una estrategia conservadora de precios para aumentar la participación en el mercado.

4.2. Estrategias Funcionales

Al ser una compañía nueva y no contar con su propia cadena de actividades, se tomará información del estudio exploratorio dirigido a las fábricas de bloques que proporcionan un bosquejo de lo que sería esta cadena de actividades y los costos en que incurren. Las áreas y las estrategias se detallan como sigue:

Producción

Se invertirá en maquinaria que reduzcan la cantidad de mano de obra utilizada y que evite el desperdicio durante el proceso. Además se controlarán las horas máquina y hombres por cada lote producido lo que ayudará a planificar previamente la producción y por tanto de abastecimiento de materia prima y productos terminados.

Mercadotecnia: Ventas y Publicidad

El enfoque de la mercadotecnia es buscar nuevos clientes y afianzar la relación con ellos. Por tanto se creará confianza en la marca y asociación de esta con palabras como, calidad, tecnología y ecología. Se capacitará a los vendedores previa visita a clientes. Se aplicarán planes de marketing relacional como el CRM (Customer Relationship Management) para fidelizar a clientes. Además se incrementará el número de clientes conseguidos directamente por la fábrica para reducir costos en comisiones a vendedores. Conseguir como clientes distribuidoras de grandes marcas para asegurar ventas frecuentes durante cada año y diversificar el riesgo de manejar una sola cartera de clientes.

Proveedores

Compromiso total con nuestro proveedor en Perú de manera de que podamos manejar cartera con ellos y tener descuentos en el Jersey que nos proveen.

5. Plan Comercial

Se implantarán políticas de las variables: producto, precio, plaza y promoción que forman el marketing mix, las que se usarán como fundamento para la campaña de marketing.

Marketing Mix

Producto

Los productos son elaborados con materiales de algodón orgánico, totalmente fresco, con suavidad natural del algodón, no destiñe sus colores dado que estos maduran en su prenda logrando intensificar el color de sus prendas, además impide que excesivo contacto con la piel produzca alergias.

Precio

Los precios son accesibles para nuestro mercado meta que según datos de la investigación de mercado el 69.84% de los encuestados están dispuestos a adquirir estas prendas a un valor de entre $12.60 y $25.14 dólares, el precio de introducción para los productos de ECOCLTHES es de $17.00 además de esto se ofrece al cliente permanente y afiliado de compras que los sellaremos como “Be Green” y se lo pondrá al tanto de noticias ecológicas proporcionadas por Greenpeace que es una organización ambientalista internacional sin fines de lucro

Plaza

La comercialización de la ropa ECOCLOTHES se realizará en la ciudad de Guayaquil, siendo la fabrica el lugar de despacho a los diferentes puntos de ventas como son San Marino, Mall del Sol e Isla Malecón.

Además nuestro equipo de ventas encargado de encontrar nuevos centros minoristas para su distribución, entre estos están Boutiques y centros de reservas ecológicas y zoológicos donde generalmente se encuentra personas que sienten una afinidad y respeto a la naturaleza.

Promoción

Para dar a conocer la ropa con la marca “ECOCLOTHES”, se realizará lo siguiente:

Colocar publicidad impresa en los refugios o reservas ecológicas, Centros naturistas, Restaurantes de comida vegetariana y Establecimientos educativos de nivel Superior de Guayaquil.

Repartir Folletos dando a conocer el porqué adquirir este tipo de ropa dando a conocer las ventajas ambientales y que se le ofrece al consumidor, con los modelos de ropa que se vayan a comercializar en cada colección primordialmente en los puntos de mayor concurrencia de nuestro mercado objetivo.

Auspiciar eventos de carácter ecológico como el día Internacional de la Tierra que se celebra el 22 de abril de cada año y movimientos de pro-defensa de animales donde generalmente asiste nuestro mercado meta.

6. Plan de Operaciones

Localización

Para la decisión de localización de la planta de la planta se ha tomado en consideración no solo el criterio económico sino un criterio estratégico, ya que se ha tomado en cuenta la ubicación de los proveedores, de los posibles puntos de ventas y de la competencia; para así poder lograr una rápida y fácil accesibilidad a ellos.

De esta manera la fábrica de “ECOCLOTHES” se situara en la Km 10 ½ Vía Daule en las lotizaciones de Inmaconsa (Zona Industrial)

6.1. Funcionamiento del Negocio

Estructura organizativa

El modelo de estructura organizacional propuesta para la fábrica es vía departamentalización, es decir dividir por áreas las diferentes actividades relacionadas con la operación del negocio y estas son: Gerencia General (RRHH), Área de operación, ventas, administrativa y Seguridad, con 24 empleados en total incluyendo a gerencia.

Proceso de Producción

Recepción del material: La elaboración de una prenda de vestir ecológica se inicia con la recepción de las telas en la fábrica, donde uno o dos empleados clasificaran los colores y el grueso de las telas para después transportarla por medio de montacargas manuales hasta el área de corte.

Los lienzos generalmente miden de 1 a 2 metros de ancho, por un metro de largo, dependiendo de la pieza que habrá de cortarse. En el caso de la fabricación de camisas y camisetas en fibras naturales, el tejido de las piezas se hace de acuerdo al tamaño de la pieza de la espalda, del delantero, de las mangas y del cuello.

Colocación de los patrones: en la fabricación de camisas se hace uso comúnmente de 3 piezas que sirven para el corte de los trazos, estos son: el delantero, la espalda y las mangas, aunque en ciertas ocasiones se hace uso también de piezas para cortar los puños y el cuello.

Corte de los lienzos: Una vez colocados los trazos se cortan las piezas con ayuda de una máquina; se cortan primero las espaldas de la camisa, luego los delanteros y finalmente las mangas, de acuerdo a las tallas y los modelos así por ejemplo en un corte se pueden obtener hasta 10 piezas para armar.

Unión de las piezas: Con las piezas cortadas, se procede a unirlas con ayuda de una máquina "OVER" que cose las orillas de las piezas para que no de deshilen al unirse las piezas.

Terminado: en forma manual se corta el hilo o "cola" resultante del proceso de unión de las piezas y de los accesorios, y se cosen las etiquetas que contienen la información de nosotros como fabricante, los materiales con que es fabricada la camisa, así como la talla.

Control de calidad: la piezas terminadas son revisadas por el dueño o por un encargado, con el fin de que no existan defectos en el acabado. De existir fallas se repara la pieza a mano, pero de ser muy prominentes la pieza se desecha y se separa de las piezas servibles. De obtenerse las prendas en buen estado, se planchan las camisas al vapor para mejorar la sensación al tacto y corregir las arrugas (vista de la prenda).

Etiquetar: con máquinas de coser se colocan etiquetas y especificaciones: de cuidado de la prenda, talla y marca.

Empacado:

Las camisas terminadas son empacadas en bolsas y agrupadas de acuerdo a la talla en grupos de 10 a 15 camisas. Los paquetes son llevados al área de bodega, lugar fresco y seco, donde permanecen hasta su distribución a los clientes o a la tienda donde se comercian.

Almacenamiento: Concluido el proceso, se almacenan los productos terminados en espera ser comercializados.

7. Plan Financiero

Los tres primeros años de operación de la fábrica, se obtendrá un ingreso por ventas en promedio de $573,064 con un logró en volumen de ventas de más de 31,000 unidades de camisetas. El crecimiento promedio anual de estos ingresos es de 2% para los 8 años, obteniendo un ingreso promedio por los últimos tres años de $652,079 con la venta de 34,870 unidades de producto en promedio. En relación a los costos operacionales, estos incluyen la carga fabril, marketing y publicidad. Para los primeros tres años los costos operacionales serían de $343,699 en promedio. Los principales rubros son: la materia prima, y dentro de este costo los agregados que más influyen en el costo del material directo son la tela de algodón orgánico y el hilo; con un desembolso promedio de 100 mil dólares aproximadamente para los primeros tres años. La utilidad operacional promedio anual es de 229,365 dólares en este mismo período.

Respecto al costo promedio de fabricación por camiseta es de $10.16 en el primer año; llegando al último año a $14.57.

Al iniciar las operaciones de la fábrica se requieren de 18 empleados del área operativa. El nivel de sueldo al inicio, del personal artesanal y calificado es de $230 en promedio, el sueldo del personal de apoyo administrativo es de $400 y las jefaturas con un sueldo de $600.

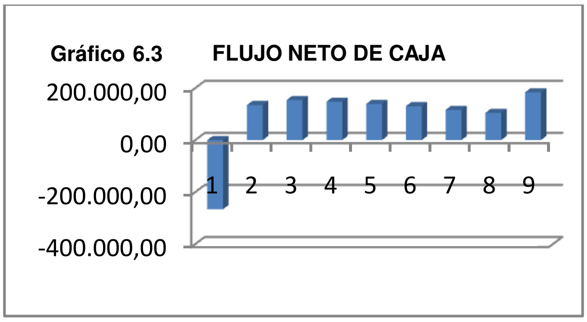
La rentabilidad de los productos de la compañía en los primeros tres años es del 40.17%, disminuyendo a largo plazo en 2.38% en promedio anual, llegando al octavo año al 22.05%

La capacidad de gerencia para controlar los gastos es medida a través de la razón de gastos de operación siendo esta de 59.96% para los primeros tres años. Disminuyendo la capacidad de cubrir sus gastos ya que las obligaciones absorben los ingresos a razón de 0.78 en el octavo año.

El nivel de productividad máximo alcanzado es de 115% en el octavo año, con un incremento del 2% anual dado el crecimiento constante de la demanda.

La utilidad neta anual para los primeros tres años es de $125,724. Para los últimos tres años se obtendrá en utilidades neta un monto de $95,855.

El flujo de caja anual fue calculado por el método indirecto, es decir tomando como base el estado de pérdidas y ganancias para obtener el saldo de efectivo deducido los gastos operacionales, luego agregar los gastos financieros y los desembolsos generados por inversiones realizadas. A continuación una breve explicación de los movimientos de efectivo realizados.



La inversión inicial requerida es de $265,844 valor que incluye el capital de operación del primer año $13,716 y la inversión en activos de $252,128.

Por otro lado en el proyecto no se contemplan nuevas inversiones ya que depende de la demanda y la decisión de gerencia de ampliar sus instalaciones e incrementar la capacidad de producción con la adquisición de nuevas maquinas.

Como se muestra en el gráfico 6.4, el monto promedio de efectivo anual del inversionista es de $143,923 en los cinco primeros años. Para los últimos cuatro años el nivel de efectivo del inversionista asciende a $133,675. El nivel de ingresos del inversionista disminuye ya que se considera un crecimiento en la ventas de 2%, además todos los gastos y costos en que incurre la fábrica toma en cuenta un crecimiento anual del 9.91% como tasa de inflación.

La inversión de $1 en activos fijos genera un ingreso de $2.61 en el primer año, con una tasa de crecimiento anual del 15.69% en promedio durante los ocho años, genera un rendimiento de activos de $6.21 en el último año.

Las utilidades operacionales aumentan en $0.40 por cada dólar obtenido en ventas, con un descenso en el último año de $0.26.

En relación al rendimiento de inversión, en el primer año por cada $1 invertido en promedio se obtiene $0.57 en utilidad neta, ascendiendo al final del octavo año a $0.92, esto se debe a que no existe inversiones en activos fijos futuras.

8. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Se espera tener una participación de mercado del 3.36% del total de mercado potencial que incluye hombres y mujeres de 20 a 39 años siendo este de 30,960 unidades asumiendo que una persona compra al menos una camisa al año. En Guayaquil existe un total de 1,301,159 en este rango de edades y de acuerdo a la investigación de mercado realizada el 70% compran camisetas de algodón.

.

La inversión que se requiere para implementar el proyecto es de $265,844.33

El periodo de recuperación de la inversión de acuerdo al flujo descontado es de cuatro años y once meses aproximadamente con una tasa de descuento de 44.95% dado el alto riesgo país registrado en el 2009.

El proyecto presenta una TIR con datos base del 50.94% con un VAN de $21,105.57, con una tasa de inflación del 9.91% anual que afecta todos los costos y gastos en que incurre la compañía y una tasa de crecimiento de precios del 10%. Además se espera un volumen de efectivo neto para el inversionista de $140,000 aprox. en promedio anual.

Recomendaciones

Se podrían hacer convenios con colegios de alto prestigio y ofrecer grandes descuentos para de esta forma promover a la compra de estas prendas.

Conseguir al menos cinco contratos con cadenas reconocidas con un volumen mayor de 8,000 camisetas anuales, y de esta forma asegurar y tener posibilidades de incrementar sus ingresos.

El gobierno debería tomar medidas e impulsar el crecimiento de la industria textil y trabajar en conjunto con el Ministerio de Medio Ambiente, y apoyar este tipo de proyectos que además de producir y generar riqueza al país, cuida el ecosistema.

9. Agradecimientos

Queremos expresar nuestra gratitud al personal de Comercialización de Oro Blanco en Perú; profesionales y amigos que nos dieron su ayuda y colaboración, sin la cual este proyecto no hubiese llegado a su culminación.

.

10. Referencias

[1] Libro: Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado. 4ta Edición. Autores: Naresh K. Malhotreo. Editorial: Prentice Hall.

[2] Libro: Marketing Estratégico. Jean, Jacques, Lamber. 3era Edición. Editorial: Mc . Graw Hill.