



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una factoría de confecciones de ropa para niños en la ciudad de Quevedo, año 2011”

AUTORA:

Egresada Diana Beatriz Rojas García

DIRECTORA:

Ing. Elsy Cobo Litardo

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UNA FACTORÍA DE CONFECCIONES DE ROPA PARA NIÑOS
EN LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2011”

Presentada al Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de: **INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL.**

APROBADO

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN

La suscrita Ing. Elsy Cobo, Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela de Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

CERTIFICO:

La egresada Rojas García Diana Beatriz, bajo mi dirección realizó el Proyecto de Investigación Titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FACTORÍA DE CONFECCIONES DE ROPA PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2011”**, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Atentamente,

Ing. Elsy Cobo Litardo

RESPONSABILIDAD

El presente tema de investigación del **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FACTORÍA DE CONFECCIONES DE ROPA PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2011**, con las respectivas investigaciones, resultados, conclusiones y recomendaciones es responsabilidad exclusiva de la autora.

Egda. Rojas García Diana Beatriz

AUTORA

DEDICATORIA

Este Objetivo logrado, va dedicado en primer lugar a Dios por sus bendiciones y darme la fortaleza de seguir adelante con mis objetivos planteados.

A mi madre por ser un pilar fundamental en mi vida, quien en su rol de padre y madre, al transcurso de mi vida, ha sabido guiarme por el camino correcto, siendo un ejemplo a seguir para mí y para mis hermanos.

Gracias a sus consejos, apoyo moral y económico, me ha dado la oportunidad de culminar mi carrera universitaria y cumplir uno de mis sueños anhelados, de convertirme en profesional.

A mis hermanos en especial a mi hermana Betty y su esposo Mario quienes confiaron en mí y me apoyaron en todo momento con todos los recursos que fueron necesarios para realizar este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Para alcanzar una meta, se necesita tesón, lucha, esfuerzo y deseos de superación, y sobretodo tener el apoyo de familiares y amigos que motivan y empujan a seguir adelante, esto me ha dado la fuerza para culminar mi carrera profesional, ahora más que nunca se acredita mi cariño, admiración y respeto hacia ellos.

Al finalizar este camino, también quiero expresar un infinito agradecimiento a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, especialmente a la Facultad de Ciencia Empresariales, y a todos aquellos docentes por aportar sus meritorios conocimientos para ser posible mi formación profesional.

En especial a la Ingeniera Elsy Cobo por dirigirme en el desarrollo del proyecto de investigación.

CONTENIDO GENERAL

	Pág.
CARÁTULA	i
APROBACIÓN	ii
CERTIFICACIÓN	ii
RESPONSABILIDAD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN EJECUTIVO	
SUMMARY	
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I: MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	2
1.3 Sistematización del problema	2
1.4 Delimitación del problema	2
1.5 Justificación	2
1.6 Objetivos	4
1.6.1 General	4
1.6.2 Objetivos Específicos	4
1.7 Hipótesis	4
1.7.1 Hipótesis General	4
1.7.2 Hipótesis Específicas	4
1.8 Variables	5
1.8.1 Variable Independiente	5
1.8.2 Variable Dependiente	5

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1 Factibilidad de un proyecto	6
2.2 Estudio de mercado	6
2.2.1 Aplicación de un estudio de mercado	6
2.2.2 Mercado	7
2.2.3 Clases de mercado	7
2.2.4 Segmentación de mercado	8
2.2.5 Demanda.	8
2.2.6 Tipos de demanda	9
2.2.7 Oferta	9
2.2.8 Precio	9
2.2.9 Producto	10
2.2.10 Comercialización	10
2.2.11 Publicidad	11
2.3 Estudio Técnico	11
2.3.1 Objetivos del estudio técnico	11
2.3.2 Elementos del estudio técnico	12
2.3.3 Tamaño del proyecto	12
2.3.4 Localización	13
2.3.5 Ingeniería del proyecto	13
2.4 Estudio Económico	14
2.4.1 Costo de operación	14
2.4.2 Capital de trabajo	16
2.4.3 Inversión	16
2.4.4 Punto de equilibrio	17
2.4.5 Formas de medir el punto de equilibrio	18
2.4.6 Financiamiento	19
2.4.7 Estados de resultados	19
2.4.8 Estados de Flujo de caja	20
2.5 Estudio Financiero	22
2.5.1 Indicadores de evaluación financiera	22

2.5.2 Tasa interna de retorno	22
2.5.3 Valor actual neto	23
2.5.4 Relación beneficio/costo	24
2.5.5 Periodo de recuperación de la inversión	25
2.6 Estudio Administrativo	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.1 Método científico	26
3.2 Método inductivo	26
3.3 Método deductivo	26
3.4 Método analítico	26
3.5 Método sintético	27
3.6 Tipo de investigación	27
3.7 Técnicas para obtención de datos	28
3.7.1 Observación directa	28
3.7.2 Fuentes de información primaria	29
3.7.3 Fuentes de información secundaria	29
3.8 Población y muestra	29
3.8.1 Población	29
3.8.1.1 Familias de la ciudad de Quevedo según el VII censo de realizado por el INEC para el año 2010.	30
3.9 Muestra de población	31
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	32
4.1. Encuestas realizadas a las familias de clase media baja, media, media alta de la ciudad de Quevedo	32
4.2 Análisis de la demanda	45
4.2.1 Análisis de la demanda histórica	45
4.2.2 Proyección de la demanda	46
4.2.3 Demanda insatisfecha	46
4.3. Estudio Técnico	47

4.3.1	Localización del proyecto	47
4.3.2	Tamaño del proyecto	48
4.3.3	Ingeniería del proyecto	49
4.4	Estudio Económico	55
4.4.1	Presupuestos de costos	55
4.4.1.1	Costos de producción	55
4.4.2	Presupuestos de gastos	57
4.4.2.1	Gastos administrativos	57
4.4.2.2	Gastos de ventas	59
4.4.3	Inversión activos fijos	60
4.4.4	Capital de trabajo	62
4.4.5	Inversión Total	63
4.4.6	Financiamiento	63
4.4.7	Costos fijos y variables	64
4.4.8	Costo unitario	64
4.4.9	Ingresos	65
4.4.10	Punto de equilibrio	65
4.4.11	Estados de resultados	67
4.4.12	Estados de Flujo de caja proyectado	68
4.5	Evaluación del proyecto	69
4.6	Periodo de recuperación	70
4.7	Marco administrativo	71
4.7.1	Razón social	71
4.7.2	Logotipo y slogan	71
4.7.3	Misión y visión	72
4.7.4	Producto y precio	73
4.7.5	Canales de comercialización	74
4.7.6	Publicidad	74
4.8	Organigrama	75

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIÓN	76
5.1 Conclusiones	76
5.2 Recomendaciones	77
BIBLIOGRAFÍA	78
ANEXOS	80

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
1. Segmentación de la población para la identificación del mercado Objetivo	29
2. Clasificación de las clases sociales de la zona urbana de la ciudad Quevedo	30
3. Número de familias a encuestar de la zona urbana de la ciudad de cantón Quevedo según extracto social	31
4. Niños y niñas que conforma un hogar	32
5. Edades que tienen los niños que conforman la familia	33
6. Lugar donde adquieren la ropa de niños	34
7. Características prefieren al adquirir la ropa de niños	35
8. Frecuencia en que adquieren la ropa de niños	36
9. Procedencia en marca de ropa que prefieren	37
10. Marcas de ropa de preferencia	38
11. Colores de preferencia	39
12. Telas de preferencia	40
13. Ropa de preferencia	41
14. Cantidad de ropa adquirida en el año	42
15. Dinero destinado para la compra de ropa	43
16. Aceptación de la empresa de confección de ropa de niños	44
17. Población, familias y números de niños existente en la ciudad de Quevedo	45
18. Demanda histórica de la población de niños y prendas de vestir	45
19. Proyección de la demanda en ropa de niños	46
20. Demanda insatisfecha	46
21. Promedio anual de producción de prendas	48
22. Cantidad de materia prima requerida	49

23. Cantidad de insumos requeridos	50
24. Requerimientos de recursos humanos	50
25. Máquinas y equipos de producción	51
26. Costos de materia prima	55
27. Costos de materiales indirectos de fabricación	56
28. Costos de mano de obra directa e indirecta	56
29. Sueldos y salarios administrativos	57
30. Gastos en arriendo	57
31. Gastos en servicios básicos	58
32. Materiales de oficina	58
33. Materiales de limpieza	59
34. Sueldos y salarios de ventas	59
35. Gastos de publicidad	60
36. Maquinaria y equipos de producción	60
37. Muebles de producción	61
38. Equipos de oficina	61
39. Muebles de oficina	62
40. Capital de trabajo mensual	62
41. Inversión total	63
42. Financiamiento	63
43. Información de crédito del bancario	63
44. Costos fijos y variables	64
45. Costo unitario	64
46. Ingresos por venta	65
47. Estados de resultados proyectados	67
48. Flujo de caja proyectados	68
49. Resumen de caja de flujo de fondo	69
50. Indicadores de rentabilidad	69
51. Recuperación de la inversión	70
52. Producto y precio	73
53. Medios de comunicación para anuncios publicitarios	74

INDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
1. Niños y niñas que conforma un hogar	32
2. Edades que tienen los niños que conforman la familia	33
3. Lugar donde adquieren la ropa de niños	34
4. Características prefieren al momento de comprar la ropa	35
5. Frecuencia en que adquieren la ropa de niños.	36
6. Procedencia en marcas de ropa que prefieren	37
7. Marcas de ropa de preferencia.	38
8. Colores de preferencia	39
9. Telas de preferencias	40
10. Tipo de ropa de preferencia	41
11. Cantidad de ropa adquirida en el año	42
12. Dinero destinado para la compra de ropa	43
13. Grado de aceptación de la empresa de confección de ropa de niños en la ciudad de Quevedo	44
14. Diagrama del proceso de producción	53
15. Diseño de la planta de la factoría	54
16. Punto de equilibrio para la producción de ropas de niños	66
17. Canales de distribución de la empresa	74
18. Estructura organizacional	75

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
1. Zona geográfica de la ciudad de Quevedo	47
2. Ubicación de la empresa	48

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
1. Operación de las variables	80
2. Demanda histórica, proyección de la demanda a través de la regresión	82
3. Desglose del estudio económico	84
4. Sueldos y salarios	88
5. Inversión de activos fijos	89
6. Gastos financieros	91
7. Depreciación de activos cinco años de vida útil del proyecto	93
8. Evaluación del proyecto	95
9. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Quevedo	96
10. Máquinas y equipo de producción	100

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto de investigación se realiza el estudio de factibilidad de mercado, técnico, administrativo, económico y financiero para la implementación de una factoría de confecciones de ropa de niños en la ciudad de Quevedo.

Como resultados del análisis investigativo, en el estudio de mercado se determinó el comportamiento en gustos y preferencias de los consumidores que conforman el mercado objetivo. Así mismo se estableció la demanda futura en proyección de cinco años, y de la existencia de demanda insatisfecha localizada en la ciudad de Quevedo, la empresa consideró cubrir al menos el 6% anual, es decir 17.280 en unidades de prendas de ropa niños al año, su producción efectuado a través al abastecimiento de materias prima, insumos, mano de obra, maquinas y equipos de tecnología.

El estudio de técnico permitió identificar la localización y tamaño óptimo de la planta, la ingeniería y aspectos tecnológicos que marcan el funcionamiento de la factoría, así como la cantidad, características y tipos de máquinas y equipos necesarios para la producción planteada, además de los requerimientos del personal operativo, administrativo, ventas.

Se determinó la razón social, logotipo, misión, visión, la base organizativa y administrativa del proyecto, sus principales política de precios, productos, canales de distribución, características que sirvieron para conocer el funcionamiento de la empresa.

Así como en el estudio económico se cuantifico las inversiones necesarias, la composición del financiamiento, los costos de operación e ingresos por ventas utilizados para realizar la evaluación financiera del mismo.

El emprendimiento necesitará de una inversión inicial de \$ 39.194.41, destinados para financiar los activos fijos \$ 25808,00 y un capital de trabajo \$ 13.386,41, para lo cual el 30% de esta inversión está establecida por aporte propio y el 70% financiado por el Banco Nacional del Fomento.

Y finalmente se efectuó el estudio sobre la evaluación financiera para determinar la viabilidad o rentabilidad de la factoría, el valor actual neto presentó un valor favorable de \$ 53584,58, la tasa interna de retorno (TIR) de 52 %, superó a la tasa de interés del mercado, una relación de costo beneficio de \$ 1,58, siendo recuperable dentro de los 5 años, en un 1 años, 10 meses y 16 días.

Después de todo el estudio realizado, se determinó que el proyecto es factible y que la implementación de la factoría en la ciudad de Quevedo es posible, su puesta en marcha permitirá contribuir a la reactivación económica del país combatiendo el índice del desempleo.

SUMMARY

This research project is performed market feasibility study, technical, administrative, economic and financial support for the implementation of a garment factory of children`s clothing in the city of Quevedo.

As research results of the analysis, the study of market behavior was determined in tastes and preferences of consumers who make up the target market. It also established the projected future demand in five years, and the existence of unmet located in the city of Quevedo, the company considered to cover at least 6% per year, ie 17.280 units of clothing children a year, made its production through the supply of raw materials, supplies, labor machinery and aqipment technology.

The technical study identified the optimal location and size of the plant, engineering and technological aspects that make the operation of the factory, and the amount, characteristics and types of machines and equipment needed to produce raised in addition to the requirements operational personnel, administrative, sales.

We determined the name, logo, mission, vision, organizational and administrative basis of the project, its main pricing, products, distribution channels, features that served to explain the operation of the company.

As in the economic study quantified the necessary investments, the composition of financing, operating costs and sales revenue used for financial evaluation of it.

The venture will require an initial investment of \$ 39.194,41, intended to finance fixed assets \$ 25.808,00 and a working capital of \$ 13.386,41, for which 30% of this investment is set by local contribution and 70% funded by the National Development Bank.

And finally conducted the study on the financial evaluation to determine the viability or profitability of the factory, the net present value presented a favorable value of \$ 53,584.58, the internal rate of return (IRR) of 52% was higher than the rate market interest, a cost-benefit of \$ 1.58, to be recoverable within 5 years, by 1 year, 10 months and 16 days.

After all, the study concluded that the project is feasible and that the implementation of the factory in the city of Quevedo is possible, its implementation will contribute to the economic recovery of the country fighting the unemployment rate.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de inversión que se busca implementar en la ciudad de Quevedo, está orientado a nueva fuente de producción como la fabricación de ropa de niños, ésta idea surgió debido a que la venta de ropa para niños es un mercado en crecimiento y la demanda existente de consumidores es considerable.

La oportunidad al no existir una empresa textil dentro de la ciudad, fue una motivación para crear este proyecto, ya que son pocas empresas dedicadas a la actividad de confección de ropa de niños en el país que no satisfacen de alguna manera las expectativas de los clientes.

El sector textil de la ropa infantil suele dividirse por edad y categoría, es decir de 0 a 14 años de edad, diferenciándose entre ropa de niños y niñas que van desde lo deportivo a casual según tendencia o temporada. Debido a la diversificación que presenta la indumentaria infantil es considerada como unos de los negocios de éxito asegurado durante todo el año.

En la actualidad los padres de familias son exigentes y buscan acceder a la mejor compra para beneficiar a sus hijos con ropas que estén de moda, de lindos diseños, distinción, calidad y funcionabilidad con el fin de que vistan sin dificultades.

Bajo éste contexto la factoría de confección de ropa para niños que se desea instalar en la localidad, está orientado especialmente para niños y niñas de familias de clases sociales media baja, media y media alta con edades entre 1 a 4 años, ofreciendo al mercado objetivo una gama de ropa de verano como camisetitas, pantalones y vestidos de calidad, y de accesibilidad económica.

Para llevar a cabo la investigación del proyecto de inversión, se realizó los siguientes estudios pertinentes, describiendo y explicando específicamente como se va a estructurar y funcionar la factoría, cual va a ser su organización, y de qué manera serán conducidas sus finanzas, estudios que se dividen en los siguientes capítulos:

Capítulo I, comprendido por el marco contextual de la investigación, aquí se muestra la manera en que la idea del proyecto se desarrolla y se transforma en el planteamiento del problema de investigación, al mismo tiempo se discuten los elementos fundamentales que están relacionados entre sí; como los objetivos, hipótesis y justificación a fin de dar solución en forma satisfactoria al problema planteado.

En el capítulo II, se detalla el marco teórico, integrando el tema de investigación con las teorías y estudios referentes al problema de investigación.

El capítulo III, Indica la metodología donde se aplicaron procedimientos, técnicas y demás estrategias metodológicas que se requirieron para la respectiva investigación.

El capítulo IV, contiene el análisis, la interpretación, presentación de resultados, y adicionalmente se estableció el estudio mercado, técnico, económico, y financiero para determinar su viabilidad.

Y se finaliza con el capítulo V, estableciendo las conclusiones y recomendaciones determinadas para la finalización del proyecto.



CAPÍTULO I

*Marco contextual de la
investigación*

1. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En un ambiente empresarial competitivo como el sector textil, originan que las nuevas organizaciones permanezcan en constante innovación tecnológicas, con excelente calidad en productos, y altos niveles de eficiencia y eficacia que les permitan permanecer en el mercado.

Es así, que el sector de la confección en la ciudad de Quevedo está constituido por pequeños talleres pero que sus actividades la realizan sin un enfoque de carácter empresarial, la mayoría de sus productos confeccionados no cumplen con estándares de calidad, por lo que es necesario que establezcan procesos de producción con la implementación de criterios de calidad y procesos de marketing que vuelvan más competitivo a este importante sector.

Las actividades realizadas en los talleres de la localidad son relacionada a la confección de ropa para damas y caballeros, aquí no existe una factoría destinada específicamente a la producción de ropa para niños y niñas en edades de 1 a 4 años, por lo que motiva a realizar un estudio de factibilidad para implantar una empresa textil en la ciudad, a fin de cubrir las necesidades insatisfechas de la demandantes potenciales, que en este caso es la población infantil que requieren ser atendidos.

Para aquello es necesario ofrecer un producto con diseños, sistema de producción diferente basada en la tendencia de moda con modelos y diseños acorde con la demanda exigente, a fin de lograr una ventaja competitiva y comparativa en el mercado.

1.2. FORMULACIÓN DE PROMBLEMA

¿De qué manera se solucionará la demanda insatisfecha que tienen los niños de las familias en la ciudad de Quevedo al crearse una factoría de confecciones de ropa para niños, en el año 2011?

1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿De qué manera se puede asegurar ingresos por ventas de ropa de niños confeccionada?
- ¿Cómo demostrar la factibilidad financiera de la nueva empresa de confecciones de ropa para niños?
- ¿Cómo evidenciar la oportunidad de negocio en el sector de la confección, que permita precisar el mercado meta de niños y determinar sus expectativas?

1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Objetivo de estudio: Estudio de Factibilidad.

Campo de acción: Creación de una factoría de confecciones de ropa para niños.

Lugar: Ciudad de Quevedo

1.5. JUSTIFICACIÓN

Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la población de la ciudad de Quevedo representa dentro de la Provincia de Los Ríos un 22.3 %, es decir que cuenta con 173.575 habitantes, de los cuales el 47% está comprendido en familias de clases sociales media baja, media y media alta que constituyen a la zona urbana.

De acuerdo al total de estas familias, existe una población infantil aproximadamente de 32.632 niños y niñas, lo que constituye como mercado potencial para el proyecto que se desea desarrollar y donde se establecerá un porcentaje de participación en el mercado de acuerdo a la demanda insatisfecha que será establecido en el presente proyecto de investigación.

El objetivo del presente estudio es formular y elaborar un proyecto de factibilidad para la creación y implementación de una factoría de confecciones de ropa para niños y niñas en la ciudad de Quevedo con finalidad de atender los requerimientos en indumentaria de la población infantil entre 1 a 4 años de edad.

La oportunidad de crear una empresa textil especializada en elaboración de ropa infantil surgió, debido que en la actualidad no existe una empresa dedicada a esta actividad dentro de la ciudad de Quevedo, el crecimiento económico y la globalización en que se desarrollan las actividades comerciales, posibilita la idea instalar la factoría, donde se establecerá un porcentaje de participación de acuerdo a la demanda insatisfecha, y a su vez se aprovechará el mercado potencial para genera ingreso y sostenibilidad.

El Proyecto se considera de gran importancia, ya que en su desarrollo, se constituirá una empresa textil única en la ciudad para brindar un producto de origen nacional de primera calidad y de accesibilidad económica, que satisfaga la demanda insatisfecha del mercado meta, y que a su vez fomente nuevos puestos de empleo; cooperando así, con la estabilidad económica y el desarrollo industrial de la ciudad.

La realización y puesta en marcha del proyecto depende de efectuar un análisis idóneo del estudio de mercado, técnico, administrativo, económico y financiero para conocer la viabilidad y factibilidad del mismo.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. GENERAL

Determinar la factibilidad en la implementación de una factoría de confecciones de ropa para niños en la ciudad de Quevedo, año 2011.

1.6.2. ESPECÍFICOS

- Establecer la investigación de mercado que determine la demanda y oferta de ropa de niños en la ciudad de Quevedo, año 2011.
- Efectuar el estudio técnico, administrativo y de ingeniería de la factoría de confecciones de ropa para niños, año 2011.
- Determinar los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, mediante el análisis del costo beneficio de la inversión que permita la elaboración de estados financieros que afirmen la factibilidad del proyecto, año 2011.

1.7. HIPÓTESIS

1.7.1. GENERAL

La creación de una factoría en el sector de confecciones, permitirá la estructuración y funcionamiento de una nueva organización que satisfaga las necesidades de una demanda insatisfecha en ropa de niños en la ciudad de Quevedo, año 2011.

1.7.2. ESPECÍFICAS

- La investigación de mercado reflejará resultados importantes para determinar el mercado meta al cual se va a dirigir la empresa, año 2011.

- El estudio técnico, administrativo y de ingeniería demostrará las necesidades organizacionales y funcionamiento para la empresa textil, año 2011.
- El estudio económico y financiero permitirá evidenciará la factibilidad del proyecto en base a los presupuestos diseñados, año 2011.

1.8. VARIABLES

1.8.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

- Factibilidad de una factoría en el sector de confecciones de ropa para niños en la ciudad de Quevedo, año 2011.

1.8.2. VARIABLE DEPENDIENTE

- Cubrir la demanda insatisfecha de ropas de niños en la ciudad de Quevedo.



CAPÍTULO II

*Marco Teórico de la
Investigación*

2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO.

Permite evaluar desde tres perspectiva, mercado, capacidades técnicas y factibilidad económica - financiera.

2.2. ESTUDIO DE UN MERCADO

Córdoba Padilla (2006), Permite conocer la situación que existe entre la oferta y la demanda y los precios de un determinado bien para saber si existe que pueda ser cubierta mediante un aumento de bienes ofrecidos.

Para **Kotler, Bloom y Hayes (2003)**, consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

2.2.1. Aplicación del estudio de mercado

Mercado.us (2010), pueden lograrse múltiples objetivos que pueden aplicarse en la práctica, a cuatro campos definidos como son:

El consumidor:

- Sus motivaciones de consumo
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia
- Sus hábitos de compra
- Su aceptación de precio, preferencias.

El Producto

- Estudios sobre los usos del producto.
- Test comparativos con los de la competencia.

- Test sobre su aceptación
- Estudios sobre sus formas, tamaños y envases

El mercado

- Estudios sobre la distribución
- Estudios sobre la cobertura de productos en tiendas
- Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución
- Estudios sobre puntos de ventas
- La publicidad

2.2.2. Mercado

Stanton, Etzel y Walker (2004), definen como mercado, las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo.

Mercado.us (2010), manifiesta que los mercados están constituidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionar una mejor satisfacción de sus necesidades específicas.

2.2.3. Clases de mercado

Mercado.us (2010), indica que el mercado se clasifica:

- Mercado total.- conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfecha por la oferta de una empresa.
- Mercado Potencial.- conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas.

- Mercado meta.- conformado por los segmentos del mercado potencial que ha sido seleccionado en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.
- Mercado real.- representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.
- Mercado mayorista.- Son todos los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.
- Mercado minoristas.- llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.

2.2.4. Segmentación de Mercados

Según **Stanton, Etzel y Walker (2004)**, la segmentación del mercado es una de las principales herramientas estratégicas de la mercadotecnia, cuyo objetivo consiste en identificar y determinar aquellos grupos con ciertas características homogéneas hacia los cuales la empresa pueda dirigir sus esfuerzos y recursos de mercadotecnia para obtener resultados rentables.

2.2.5. Demanda

Córdoba Padilla (2006), consiste en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento del producto mediante la ayuda de estadísticas (ventas, producción, compras, inventarios, etcétera), entrevistas, cuestionarios y otros.

Los elementos básicos de una determinación de la demanda son: los precios del producto, el ingreso y egreso de los consumidores, el número integrante de cada sector de consumidores y los precios de los productos complementarios o sustitutos.

2.2.6. Tipos de Demanda

Saúl Cotrina (2005), asegura que en el mercado existen los siguientes tipos de demanda:

- Demanda Efectiva.- es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios.
- Demanda Satisfecha.- es la demanda en la cual el público a logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él.
- Demanda Insatisfecha.- es la demanda en la cual el público no a logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.
- Demanda Potencial.- es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.

2.2.7. Oferta

Para **Córdoba Padilla (2006)**, consiste en establecer el vinculo entre la demanda y en la forma que esta será cubierta por la por la producción presente o futura de la imagen que se pretende introducir al mercado.

Los elementos fundamentales en la determinación de la oferta de un producto son: el costo de producción, el nivel tecnológico, la marca y el precio del bien y la competencia.

2.2.8. Precios

Stanton, Etzel y Walker (2004), definen como la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto.

Córdoba Padilla (2006), se refiere a la cantidad de dinero que se tendrá que pagar para obtener el producto. La función básica que el precio desempeña en el desarrollo del proyecto de inversión es como regulador de la producción, del uso de los recursos financieros, de la distribución y del consumo.

Los factores a considerar para la determinación del precio son entre otros: el precio existente en el mercado, el establecimiento en el sector público, el estimado con base en el costo de producción.

2.2.9. Producto

Para **Philip Kotler (2009)**, es cualquier objeto que puede ser ofrecido a un mercado que pueda satisfacer un deseo o necesidad. Sin embargo, es un mucho más que un objetito físico. Es conjunto completo de beneficio o satisfacciones que los consumidores perciben cuando compran; es la suma de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos o de servicios.

2.2.10. Comercialización

Carrasquero (2004), aduce que son actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto.

Es necesario detallar la cadena de comercialización desde que el producto sale de la fábrica hasta que llega al usuario. Hay muchas modalidades, debe señalar si los productos fabricados por la empresa se van a vender:

- A puerta de fábrica
- A nivel de mayorista
- A nivel de minorista
- A nivel de consumidores

Determinar si se va a utilizar publicidad, para la promoción del producto, empaques, servicio al cliente, transporte y otros y los costos que ocasionan al producto.

Según **Stanton, Etzel y Walker (2004)**, consiste en el conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencia de derechos de un producto al paso de éste del productor al consumidor o usuario de negocios final; el canal incluye siempre al productor y al cliente final del producto en su forma presente, así como a cualesquiera intermediarios, como detallista y mayoristas.

2.2.11. Publicidad

Según **Stanton, Etzel y Walker (2004)**, es una comunicación no personal, pagada por un Patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de ventas más habituales para los anuncios son los medios de trasmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, fechas más recientes, el internet.

2.3. ESTUDIO TÉCNICO.

Según **Miranda (2003)**, Es aquel que supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y obviamente la selección del modelo tecnológico y administrativo idónea que sea consecuente con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero.

2.3.1. Objetivos del estudio técnico.

Para **Thompson (2009)**, El objetivo del estudio técnico consiste en:

- Verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende crear.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción.

2.3.2. Elementos del estudio técnico.

Según **Thompson (2009)**, los elementos del estudio técnico son:

- Descripción del producto.
- Descripción del proceso de manufactura elegido (con diagrama de flujos).
- Determinación del tamaño de planta y el programa de producción.
- Selección de maquinaria y equipo.
- Localización de la planta.
- Distribución de la planta.
- Disponibilidad de materiales e instalaciones.
- Desperdicios.
- Estimación de costos de inversión y de producción de la planta.

2.3.3. Tamaño del proyecto.

Para **Sapag, Nassir (2007)**, Es la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto. El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados.

2.3.4. Localización

Sapag, Nassir (2007), manifiestan que este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos:

- La macrolocalización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto.
- La microlocalización que determina el lugar específico donde se instalara el proyecto.

2.3.5. Ingeniería del proyecto

Para Cobaev (2011), El objetivo principal de la ingeniería, es la definición, especificación técnica, cuantificación y cotización de la totalidad de los elementos que intervienen directa o indirectamente en la producción.

En este rubro se determina la ingeniería básica del proyecto a desarrollar, poniendo especial atención al proceso productivo, tipo de tecnología y origen requerimientos exactos de materia prima, mano de obra y servicios, así como la obra civil, acompañándose de cronograma de construcción, instalación y puesta en marcha, distribución de la planta, balances de materiales y diagramas de flujo.

Thompson (2009), Consiste en definir y especificar técnicamente los factores fijos (edificio, equipos, etcétera.) y las variables (mano de obra, materia prima, etcétera) que componen el sistema.

En la ingeniería básica es necesario conocer:

- Bien o servicio.- Conocer y describir las características de los bienes o servicios.
- Programa de producción.- indica los índices de rendimientos y la eficiencia de los equipos en términos físicos.
- Cálculo de la producción.- Se puede llevar a cabo por dos sistemas; primero con base en el mercado, se parte del conocimiento del volumen del producto final que es necesario entregar al mercado y segundo con base en la materia prima dada. En algunos casos el problema es procesar un determinado volumen de materia prima.
- Requisitos de mano de obra e insumos.
- Especificación de las características de los equipos a utilizar.
- Distribución de la planta, definido el proceso productivo y los equipos necesarios debe hacerse la distribución de los equipos en el edificio.

2.4. ESTUDIO ECONÓMICO.

2.4.1. Costos de Operación

Para **Cobaev (2011)**, Son todos aquellos costos en que incurre la empresa para poder realizar sus procesos productivos y obtener el producto o productos de interés. Incluye tanto los costos de producción propiamente dichos como aquellos asociados al proceso de comercialización.

Los costos de producción en relación con los niveles de operación presentan comportamientos distintos. Pueden variar más que proporcionalmente que las variaciones en los niveles de producción, menos que proporcionalmente, con economía o deseconomías de escala o bien son independientes de los niveles de producción.

Los costos de operación suelen agruparse en dos categorías:

a) Costos Variables:

Son los que tienen una variación en la misma magnitud que lo hacen los volúmenes de producción y se dividen en:

- **Costos de materia prima:** Son la materia primas que se tiene que transformar en producto.
- **Costo de mano de obra directa:** participa directamente en el proceso de producción del producto o del servicio del proyecto. Ejemplo.- Operadores de maquinarias.
- **Costo de mano de obra indirecta:** Es aquella que no participa directamente en el proceso de producción pero que es necesaria. Ejemplo.- transportistas.
- **Costos de materiales indirectos:** Son aquellos que sirven para concluir el trabajo inicial del proyecto. Ejemplo.- envases, cajas.
- **Costos de insumos:** Elemento material que se utiliza para transformar la materia prima. Ejemplo.- Luz, agua, combustible.
- **Costos de mantenimiento:** Son costo que se realizan en los activos fijos de la empresa. Ejemplo.- maquinarias.

b) Costos Fijos:

Son aquellos independientes del volumen de producción. Aun si la empresa no está obteniendo producto hay ciertos gastos que se generan como por ejemplo de pago rentas (edificio, teléfono), el pago de nomina de empleados permanentes, los seguros y los mantenimientos entre otros, y se dividen en:

- **Gastos administrativos:** Permanecen constantes independientemente de que se produzca o deje de producir. Ejemplo.- sueldos, teléfono, oficina general etcétera.
- **Gastos de venta:** Son todos aquellos que se generan por la venta de los productos de un proyecto.
- **Gastos financieros:** Son los intereses por el uso del dinero obtenido a crédito a corto o a largo plazo por los responsables del proyecto.
- **Depreciación:** Es el costo por el uso de un activo fijo, ya sea maquinaria o equipo, el cual será utilizado en una actividad productiva.

2.4.2. Capital de trabajo

Para **Cobaev (2011)**, es el capital necesario para comprar insumos, servicios, materia prima y pagar la mano de obra necesaria durante la producción y comercialización del producto.

2.4.3. Inversión

Superfinanciera (2011), Es la aplicación de recursos económicos al objetivo de obtener ganancias en un determinado periodo.

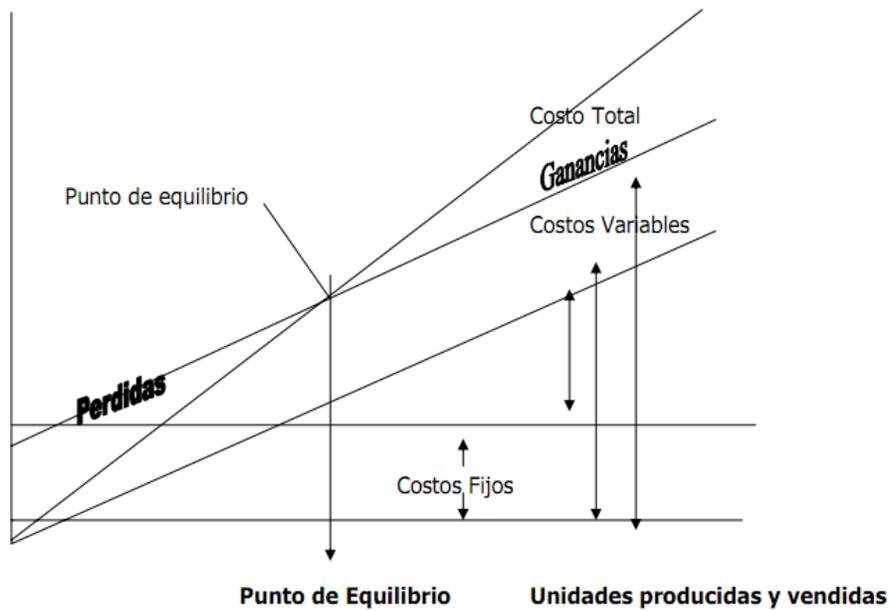
2.4.4. Punto de Equilibrio

Según **Cobaev (2011)**, es el nivel de producción donde las ventas son iguales a los costos y gastos. Requiere clasificar los costos y gastos del estado de pérdidas y ganancias en fijos y variables, los primeros están en función del tiempo y el segundo en función de las ventas.

Entre sus desventajas, se debe tener presente que no es una técnica de determinar rentabilidad ya que para su cálculo no se considera la inversión inicial, o en ocasiones su cálculo es muy fácil y sirve para determinar el nivel mínimo de producción en el cual la empresa no sufre pérdidas ni tiene beneficios o utilidades.

Mientras sean menores los costos fijos, se alcanzarán más rápido el punto de equilibrio.

- Gráfica del punto de equilibrio.



2.4.5. Formas de medir el punto de equilibrio

Para **Cobaev (2011)**, Existen formas de medir el punto de equilibrio:

Para calcular los ingresos mínimos (en dólares) que debe tener la empresa para cubrir sus costos fijos y variables, se aplica la siguiente fórmula.

$$\text{Ingreso en el punto de equilibrio (IPE)} = \frac{\text{COSTOS FIJOS (CF)}}{\frac{\text{COSTOS VARIABLES (CV)}}{\text{VENTAS TOTALES (VT)}}}$$

Según **Gerencie.com (2011)**, Para calcular el punto de equilibrio en porcentaje, se maneja los mismos conceptos, pero el desarrollo de la fórmula es diferente:

$$\text{P.E. \%} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Costos Totales} - \text{Costos Variables}} \times 100$$

Muñante (2002), para calcular el punto de equilibrio en el volumen de producción se calcula de la siguiente manera:

$$\text{PE.VP} = \text{PE.VV} / (\text{IT}/\text{UV})$$

Donde:

PE.VP = Punto de equilibrio en el volumen de producción

PE.VV = Punto de equilibrio en el valor de ventas

IT = Ingresos totales

UV = Unidades vendidas

2.4.6. Financiamiento

Para **Cotrina (2005)**, consiste en las fuentes de financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto; a través del financiamiento podremos establecer la estructura de financiamiento del proyecto, lo cual implica determinar el grado de participación de cada fuente de financiamiento.

Las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para financiar un proyecto pueden ser:

- **Fuentes Internas**

Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etcétera.

- **Fuentes Externas**

Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, prestamistas, etcétera.

2.4.7. Estado de resultados

Superfinanciera (2011), el estado de resultado o de pérdidas y ganancias muestra los ingresos y los gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un periodo determinado, generalmente un año. Es un estado dinámico, ya que refleja una actividad. Es acumulativo, es decir, resume las operaciones de una compañía desde el primero hasta el último periodo, y se utiliza el siguiente modelo:

ESTADO DE RESULTADOS

		XXXXXX
Ingresos Operacionales		
+ Ventas Netas	XXXXXX	
= Utilidad bruta en ventas		XXXXXX
Gastos Operacionales		XXXXXX
- Costos de Producción	XXXXXX	
- Gastos de Administración	XXXXXX	
- Gastos de Ventas	XXXXXX	
- Depreciación	XXXXXX	
Total de gastos operacionales	XXXXXX	
= Utilidad Operacional		XXXXXX
- Gastos Financieros	XXXXXX	
= Utilidad antes de impuesto y participación		XXXXXX
15% Participación a Trabajadores	XXXXXX	
= Utilidad antes del impuesto a la renta		XXXXXX
25% Impuesto a la Renta	XXXXXX	
= Utilidad del Ejercicio		XXXXXX

2.4.8. Estado de flujo de caja

Superfinanciera (2011), trata de establecer las entradas y salidas de efectivo que ha tenido o puede tener una compañía en el futuro, para calcular el flujo de caja de caja se aplica el siguiente esquema:

ESTADO DE FLUJO DE CAJA

A INGRESOS		
+	Ventas Netas	XXXXX
	Aporte Propio	XXXXX
	Préstamo	XXXXX
=	Total de Ingresos	XXXXXX
B EGRESOS		
-	Costo de Producción	XXXXX
-	Gastos de Administración	XXXXX
-	Gastos de Ventas	XXXXX
-	Depreciación	XXXXX
=	Total de Egresos	XXXXXX
=	Utilidad Operacional	XXXXXX
C AMORTIZACIÓN DE DEUDA		
-	Capital	XXXXXX
-	Interés	XXXXXX
=	Total de Amortización	XXXXXX
	Utilidad antes de impuesto y	
=	participación	XXXXXX
-	15% Participación a Trabajadores	XXXXXX
=	Utilidad antes del impuesto a la renta	XXXXXX
-	25% Impuesto a la Renta	XXXXXX
=	Utilidad del Neta	XXXXXX
+	Depreciación	XXXXXX
D	Flujo de Caja Neto	XXXXXX

2.5. ESTUDIO FINANCIERO.

2.5.1. Indicadores de Evaluación Financiera

Muñante (2002), manifiesta que es aquella que identifican los méritos propios del proyecto, independiente de la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros que se necesite y del modo como se distribuyan los excedentes o utilidades que genera.

Los indicadores para la evaluación económica, son conceptos valorizados que expresan el rendimiento económico de la inversión y en base a estos datos se puede tomar la decisión de aceptar o rechazar la realización de un proyecto o en su caso, se evalúa su rentabilidad del mismo.

Los indicadores más usados son aquellos que consideran el valor del dinero en el tiempo, como son:

- El valor actual neto (VAN)
- La tasa interna de retorno (TIR)
- La relación beneficio-costos (B/C)
- El periodo de recuperación (P/R)

2.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Garrido (2006), se denomina tasa interna de rentabilidad (T.I.R) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N. =0). Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R mayor.

Fórmula:

$$\text{TIR} = \text{TM} + (\text{TM}-\text{Tm}) \left(\frac{\text{VAN Tm}}{\text{VAN Tm}-\text{VAN TM}} \right)$$

Dónde:

TIR= Tasa Interna de retorno

Tm = Tasa de interés menor

TM= Tasa de interés mayor

VANTM= Valor actual neto de la tasa mayor.

Se expresa:

Si $\text{TIR} >$ tasa de interés, la inversión puede realizarse porque la rentabilidad que ofrece el proyecto es mayor que la que ofrece el mercado.

Si $\text{TIR} <$ tasa de interés, no interesa llevar a cabo la inversión porque la rentabilidad que nos ofrece es menor que la que ofrece el mercado.

Si $\text{TIR} =$ tasa de interés, la situación es indiferente entre realizar el proyecto o no.

2.5.3. Valor Actual Neto (VAN)

Garrido (2006), el valor actual neto de una inversión se entiende a la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial. Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable. Entre dos o más proyectos, el más rentable es el que tenga un VAN más alto. Un VAN nulo significa que la rentabilidad del proyecto es la misma que colocar los fondos en él invertidos en el mercado con un interés equivalente a la tasa de descuento utilizada.

Fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4+}{(1+i)^4} + \dots$$

Dónde:

VAN= Valor actual neto

I= Inversión

FNE= Flujo neto de efectivo

(i)= Tasa de descuento

(n)= Numero de periodos

VS= Valor de salvamento, valor residual o valor de rescate.

2.5.4. Relación Beneficio/Costo

Gómez (2001), La relación Beneficio/costo, está representada por la relación (Ingreso/Egresos), en donde los ingresos y los egresos deben ser calculados utilizando el VPN, de acuerdo al flujo de caja. El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces que el proyecto es aconsejable. $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente. $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es recomendable.

Fórmula:

$$\text{Relación B/C} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Costos Totales}}$$

2.5.5. Período de Recuperación de la Inversión

Encolink (2011), El periodo de recuperación se define como el periodo que tarda en recuperarse la inversión inicial, a través de los flujos de caja generados por el Proyecto.

La inversión se recupera en el año, donde los flujos de caja acumulados superen a la inversión inicial. No se considera un método adecuado si se toma como criterio único, pero, de la misma forma que el método anterior, puede ser utilizado complementariamente con el VAN. Los proyectos que ofrezcan un periodo de recuperación PR inferior a cierto número de años (n) determinado por la empresas aceptarán, en caso contrario, se rechazarán.

2.6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Según López, Aceves y Pellat (2011), Proporciona herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y a planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación de logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien reorganizar las actividades ya definidas.



CAPÍTULO III

*Metodología de la
investigación*

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MÉTODO CIENTÍFICO

Este método es empleado en el presente trabajo porque permite establecer un cronograma sistemático y organizado de las actividades y procesos a ejecutarse durante la investigación; ya que, considerando todos los aportes científicos y analizando conscientemente las diversas circunstancias presentadas en la confección y comercialización de ropa para niños, se logrará conseguir los objetivos propuestos, a fin de dar solución al problema.

3.2. MÉTODO INDUCTIVO

Este método se utilizó para conocer la conducta que establecer cada uno de los consumidores o demandantes de ropa para niños al realizar la compra diaria, semanal, mensual y anual.

3.3. MÉTODO DEDUCTIVO

Este método permitió establecer los puntos de análisis interno para estimar su influencia en la evaluación de la empresa

3.4. MÉTODO ANALÍTICO

En el estudio, este método ofrece y permite desarrollar un análisis profundo de cada uno de los aspectos, detalles, circunstancias, etc., que intervienen de manera directa con la confección y comercialización de ropa para niños en la ciudad de Quevedo.

Concerniente al proceso de conformación de la información pertinente y necesaria para la formulación y evaluación del presente proyecto de investigación, lo cual, se implementaría en los aspectos tales como: evaluación del proyecto, establecimiento de los objetivos a cumplir y enunciación de las partes introductorias del proyecto (antecedentes, justificación y preliminares).

Además permitirá conocer las relaciones existentes entre todos y cada uno de los defectos detectados, mismos que impiden que la necesidad del consumidor final sea satisfecha de manera excelente.

3.5. MÉTODO SINTÉTICO.

Se emplea este método ya que, después de analizar cada uno de los pasos concernientes al desarrollo del proyecto, y de manera especial después del análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la encuesta a realizarse, brinda la oportunidad de establecer las conclusiones finales, y las estrategias a emplearse para el desarrollo de la propuesta, y así mejorar la demanda insatisfecha de ropa para niños.

3.6. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El tipo de investigación empleado en el presente trabajo, es una investigación de campo, ya que, para poder obtener la información adecuada en cuanto al desarrollo del proyecto, se procederá a realizar observaciones directas, mismas que están enfocadas a las familias de la ciudad de Quevedo, además de observar el campo de acción. Con toda la información necesaria obtenida sobre marcas, precios, oferta, demanda, consumidores, canales de distribución, etcétera., se procede al desarrollo de la propuesta establecida en los objetivos.

Para la elaboración del marco teórico y por ende estructurar metódicamente el proyecto se procedió a consultar la bibliografía necesaria relacionada con el problema en estudio, la cual se caracteriza por los siguientes aspectos:

- Consulta en Diccionarios Especializados.
- Consultas en Internet.
- Visitar las Bibliotecas de las Universidades Técnica Estatal de Quevedo.
- Conocer la opinión de personas profesionales.

3.7. TÉCNICAS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS

3.7.1. Observación directa

Esta se relacionó con los involucrados directos (familias de la ciudad de Quevedo) dentro del sistema de confección y comercialización de ropa para niños, con la finalidad de crear una idea real y concreta de los aspectos que caracterizan los procesos de comercialización de ropa, además para relacionar características esenciales de operación comercial en el mercado.

3.7.2. Fuentes de información Primarias

- **Encuesta**

Dirigida a un porcentaje de hogares de la ciudad de Quevedo, para esto se elaboró un cuestionario con preguntas previamente estructuradas y analizadas sobre el problema, para así determinar aspectos básicos y fundamentales en cuanto a la confección y comercialización de ropa para niños en la ciudad de Quevedo.

- **Entrevista**

Dirigida a una cantidad de propietarios de almacenes para obtener información directa y determinar aspectos básicos y fundamentales en cuanto a las ventas de ropa para niños en la ciudad de Quevedo.

3.7.3 Fuentes de información Secundaria

Se obtuvo información relacionada con el tema de investigación, a través de:

- Datos estadísticos del INEC.
- Libros.
- Revistas.
- Páginas de internet.
- Diccionarios Especializados.

3.8. POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.8.1. Población

La población se ha segmentado de la siguiente manera, a fin de identificar el mercado objetivo:

CUADRO 1 Segmentación de la población para la identificación del mercado objetivo.

1	País	Ecuador
2	Provincia	Los Ríos
3	Cantón	Quevedo
4	Segmentación	Familias de niveles socioeconómicos media baja, media y media alta de la ciudad de Quevedo.

Elaboración: La autora

La población de la ciudad de Quevedo según el último censo realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), representa dentro de la Provincia de Los Ríos un **22.3 %**, es decir que cuenta con **173.575** habitantes.

3.8.1.1. Familias de la ciudad de Quevedo según el VII Censo de Población realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) para el año 2010.

El estudio realizado está enfocado en la parte urbana, resaltando que el estudio fue hecho solo en este sector de la ciudad de Quevedo.

De acuerdo a datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), nos indica que la Población Urbana dentro de la ciudad de Quevedo para el año 2010 es de 149.275 habitantes, segmentada por las siguientes clases sociales.

CUADRO 2 Clasificación de las clases sociales de la zona urbana de la ciudad de Quevedo.

DESCRIPCION	POBLACION	PORCENTAJE (%)
Baja baja	38.812	26
Baja	35.826	24
Media baja	56.725	38
Media	8.957	6
Media alta	4.478	3
Alta	2.986	2
Alta alta	1.493	1
TOTAL	149.275	100

Fuente: INEC

Elaboración: La autora

Como mercado objetivo a encuestar de la zona urbana, se ha escogido la clase social MEDIA BAJA, MEDIA, MEDIA ALTA, que su totalidad es de 70.160 habitantes, dividido para el número de promedio de familias que es de 4.3, se obtiene un resultado de 16.316 familias dentro de la ciudad de Quevedo.

CUADRO 3. Número de familias a encuestar de la zona urbana de la ciudad de Quevedo según extracto social.

CLASES SOCIALES	POBLACION	PORCENTAJE (%)
Media baja	13.192	38%
Media	2.083	6%
Media alta	1.041	3%
RESULTADOS	16.316	47%

Elaboración: La autora

En el área urbana de la ciudad de Quevedo, existen **16.316** familias que representa el **47%** comprendido en las clases media baja, media y media alta, estos datos estadísticos corresponden al año 2010. Estos cálculos permiten determinar que el número exacto de familias en el área urbana de la ciudad de Quevedo y las cuales constituyen la población de estudio.

3.9. MUESTRA DE LA POBLACIÓN.

Para determinar la muestra del presente estudio, se utilizó la siguiente fórmula de Muestreo Aleatorio Simple:

$$n = \frac{m}{e^2 (m - 1) + 1}$$

Simbología:

n = Tamaño de la muestra

m = Tamaño de la población = **16.316**

e = margen de error = **5%**

Cálculo de la muestra para los clientes potenciales:

$$n = \frac{16.316}{0.05^2 (16.316-1) + 1} = \frac{16.316}{41.7875} = 390.4516901 \rightarrow 390 \text{ familias}$$

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

4.1 ENCUESTAS REALIZADAS A FAMILIAS DE LAS CLASES SOCIALES MEDIA BAJA, MEDIA Y MEDIA ALTA DE LA CIUDAD DE QUEVEDO.

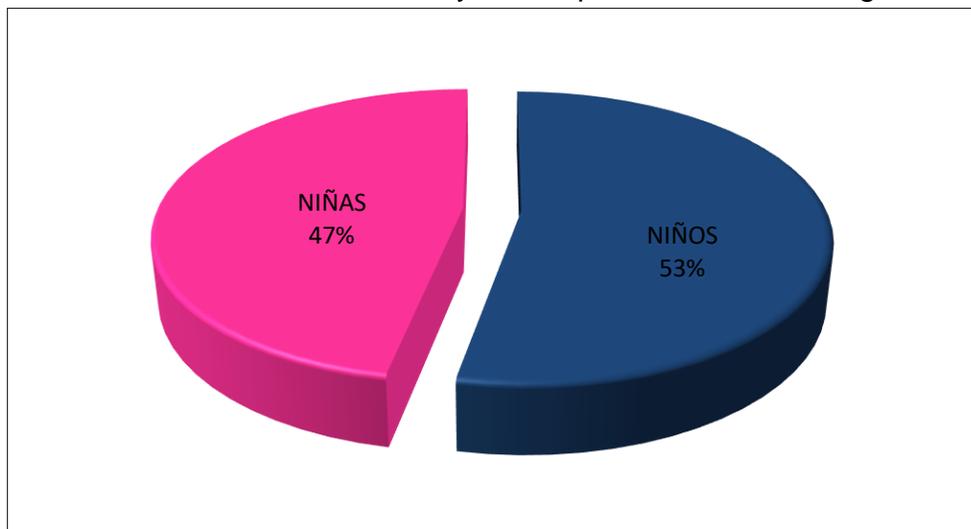
1. ¿Su hogar está conformado de niño o niñas?

CUADRO 4.- Niños y niñas que conforma un hogar.

EDAD	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Niños	210	54
Niñas	180	46
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO N.º 1 Niños y niñas que conforma un hogar.



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

En el **Gráfico N.º.1:** Se puede apreciar que el 53% de las familias del sector urbano de la ciudad de Quevedo tienen niños de sexo masculino en sus hogares, mientras que el 47 % lo conforman las niñas.

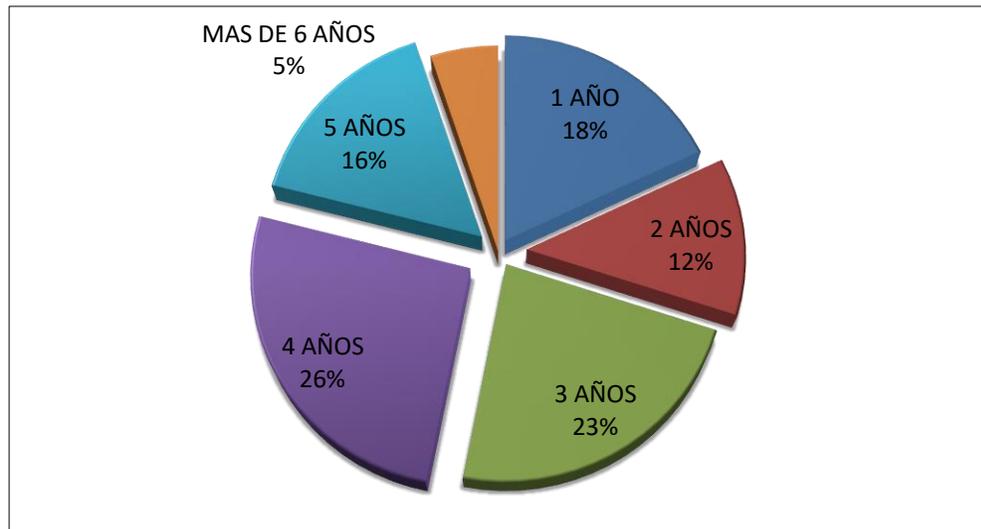
2. ¿Qué edad tienen los niños que conforman su familia?

CUADRO 5.- Edades que tienen los niños que conforman la familia.

EDAD	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
1 año	90	23
2 años	47	12
3 años	70	18
4 años	101	26
5 años	62	16
Más de 6 años	20	5
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N.º. 2 Edades que tienen los niños que conforman la familia.



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

En el **Gráfico N.º. 2:** Se observa que el 26% de las familias encuestadas del cantón Quevedo, mayormente tienen niños de 4 años de edad, el 23% posee una edad menor de 3 años y el 18% de 1 años de edad.

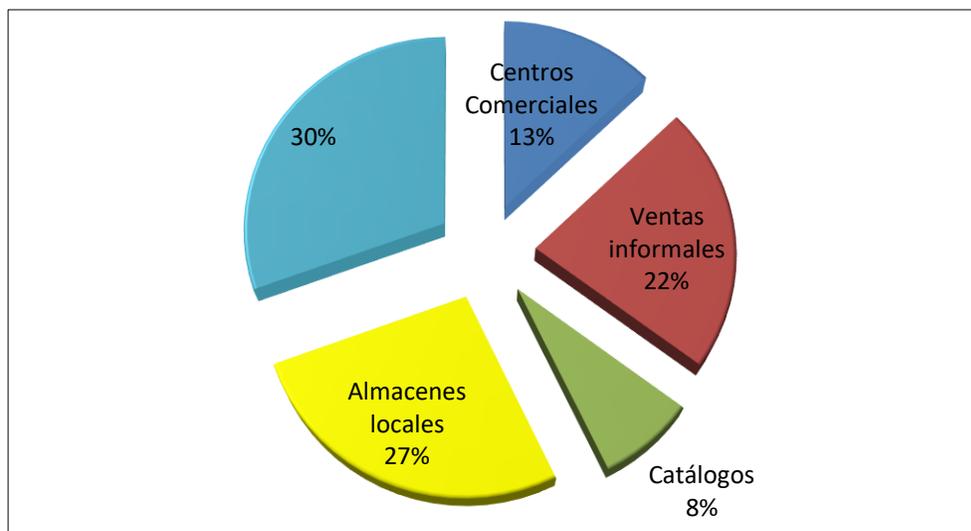
3. ¿Dónde adquieren la ropa de niños?

CUADRO 6.- Lugar donde adquieren la ropa de niños.

LUGAR	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Centros comerciales	50	13
Ventas informales	87	22
Catálogos	30	8
Almacenes locales	104	27
Fuera de la ciudad	119	30
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO Nº. 3 Lugar donde adquieren la ropa de niños



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

El **Gráfico Nº.3:** Indica que el 30% de las personas encuestadas manifiestan que compran la ropa para sus hijos fuera de ciudad, mientras que el 27% lo realizan en almacenes locales y 22% decide comprar por medio de ventas informales porque encuentran los precios más cómodos.

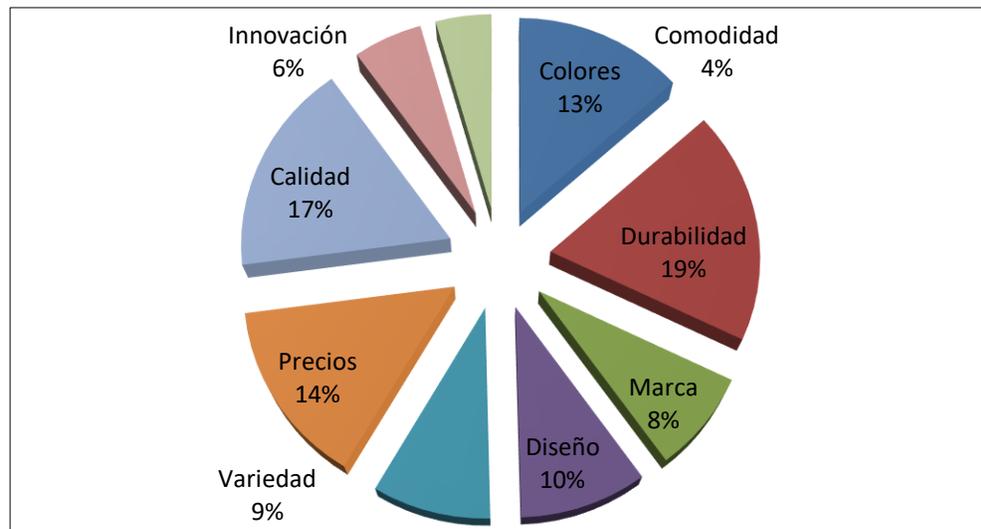
4. ¿Qué características prefieren al adquirir la ropa de niños?

CUADRO 7.- Características prefieren al adquirir la ropa de niños.

CARACTERISTICAS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Colores	237	13
Durabilidad	327	19
Marca	140	8
Diseño	168	10
Variedad	156	9
Precios	254	14
Calidad	301	17
Innovación	97	6
Comodidad	78	4
TOTAL	1758	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO Nº. 4 Característica que prefieren al momento de comprar la ropa.



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

El **Gráfico Nº. 4:** Indica que el 19%, 17% y el 14% de los encuestados dan a conocer que al momento de adquirir la ropa para sus hijos buscan durabilidad, calidad y precios en las prendas.

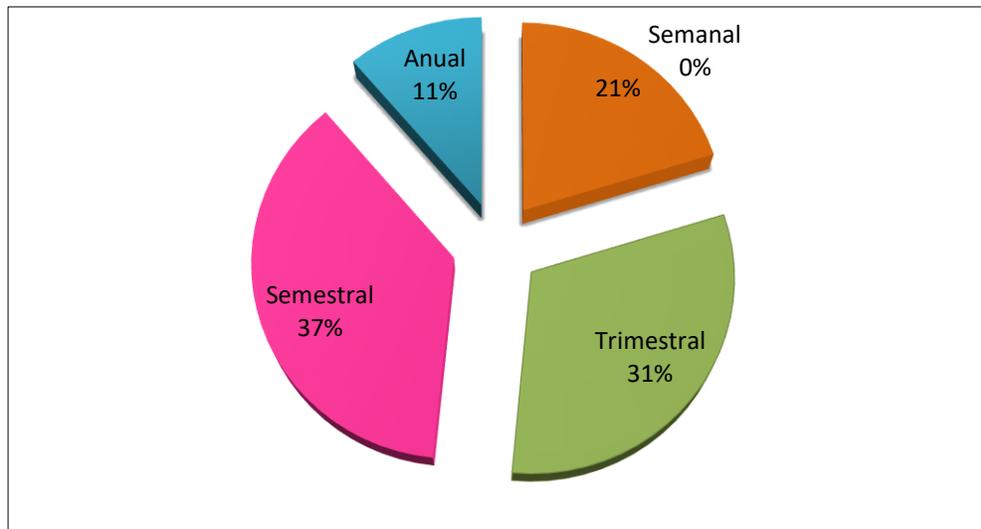
5. ¿Con que frecuencia adquieren la ropa de niños?

CUADRO 8.- Frecuencia en que adquieren la ropa.

FRECUENCIA	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Semanal	0	0
Mensual	79	21
Trimestral	122	31
Semestral	145	37
Anual	44	11
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO Nº. 5 Frecuencia en que adquieren la ropa de niños.



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

El **Gráfico Nº. 5:** Muestra que el 37% de los encuestados adquieren la ropa para sus hijos cada semestre, el 37% cada trimestre y el 21% lo hace mensualmente.

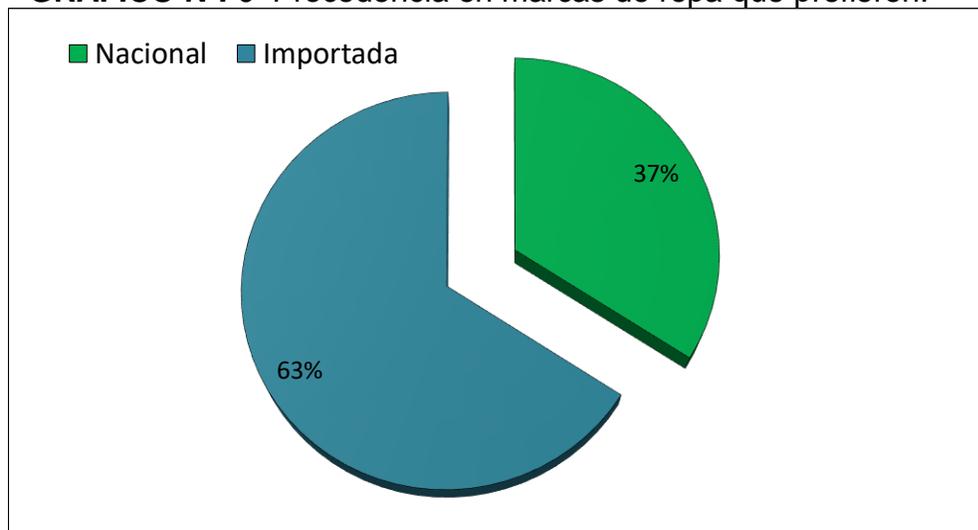
6. ¿De qué procedencia en marcas de ropa prefiere?

CUADRO 9.- Procedencia en marcas de ropa que prefieren.

PROCEDENCIA	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Importada	245	63
Nacional	145	37
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO Nº. 6 Procedencia en marcas de ropa que prefieren.



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

El **Gráfico Nº. 6:** Indica el 37% de las personas encuestadas adquieren ropa de marca Nacional y 63 % prefiere la marca Importada.

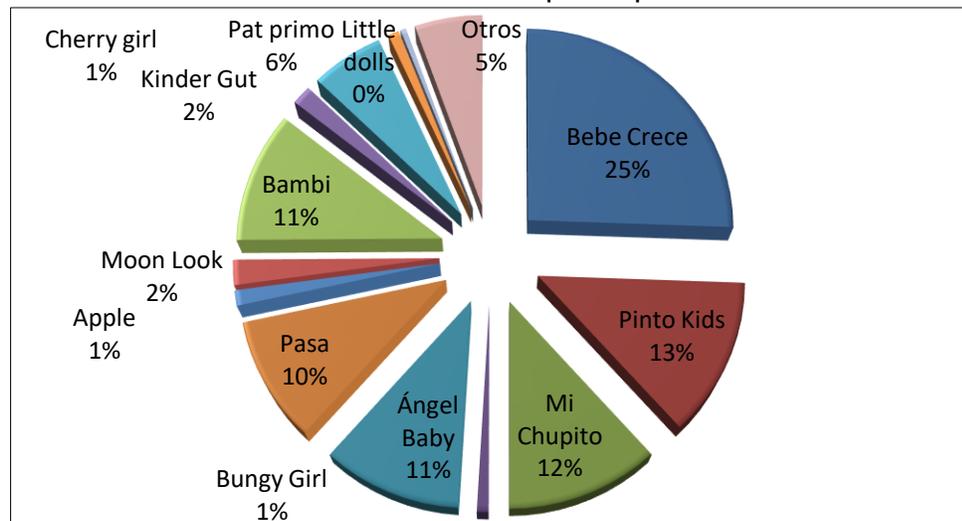
7. ¿Qué Marca de Ropa prefiere comprar?

CUADRO 10.- Marcas de ropa de preferencia.

MARCAS DE ROPA	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Bebe crece	288	25
Pinto kids	144	13
Mi chupito	132	12
Bungy girl	10	1
Ángel baby	120	11
Pasa	113	10
Apple	14	1
Moon look	23	2
Bambi	121	11
Kinder gut	18	2
Pat primo	67	6
Otros	66	6
TOTAL	1116	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO N.º 7 Marcas de ropa de preferencia.



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

En el **Gráfico N.º 7**: Podemos observar que el 25% de las personas encuestadas prefieren la marca Bebe Crece, el 13% Pinto Kids y Mi Chupito, el 11% Bambi y Ángel Baby.

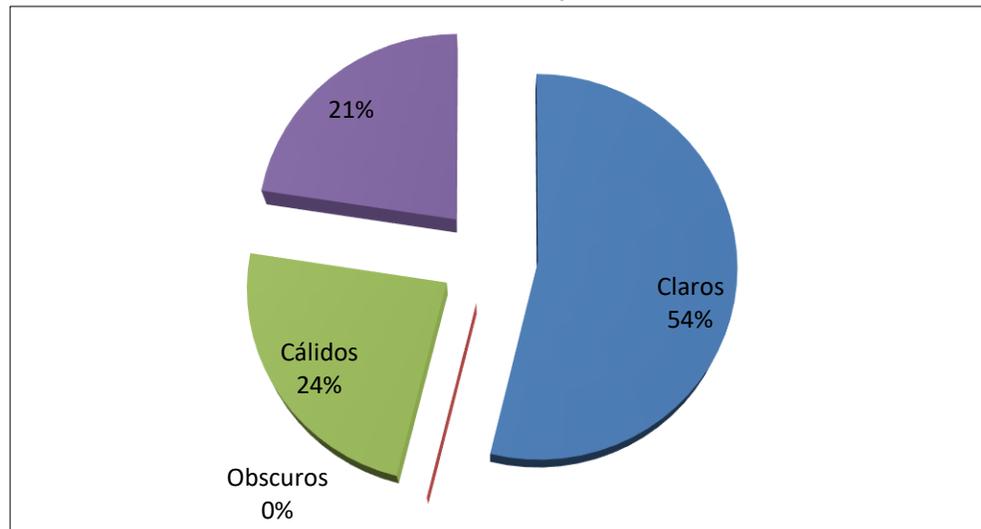
8. ¿Qué colores de ropa usted prefiere?

CUADRO 11.- Colores de preferencia.

COLORES	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Claros	210	54
Obscuros	0	0
Cálidos	92	24
de temporada	88	21
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO Nº. 8 Colores de preferencia.



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

El **Gráfico Nº. 8**: Indica que el 54% de los encuestados prefieren los colores claros, el 24% se fijan en colores cálidos, el 22% se inclinan por los colores que están de temporada.

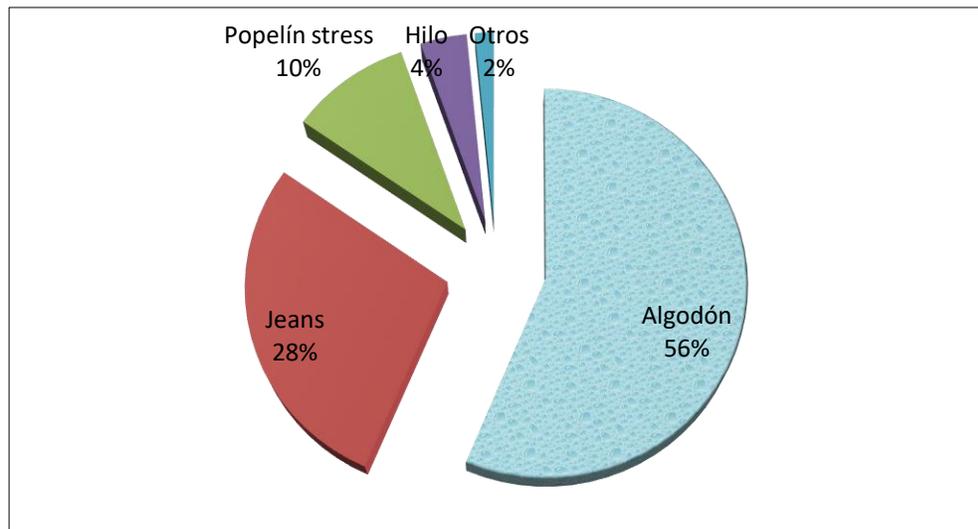
9. ¿Qué tipo de tela prefieren que sea confeccionada la ropa De niños?

CUADRO 12.- Telas de Preferencia.

TELAS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Algodón	220	56
Jeans	110	28
Popelín stress	39	10
Hilo	15	4
Otros	6	2
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO N.º 9 Telas de preferencias



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

El **Gráfico N.º 9:** Indica que el 56% de los encuestados les gusta ropa elaborada en tela de algodón, mientras que el 28% de las personas consumidoras les gusta que la ropa de sus hijos sea diseñadas en tela jeans y el 10% se inclinan por la tela Popelín Stress y 4% de Hilo.

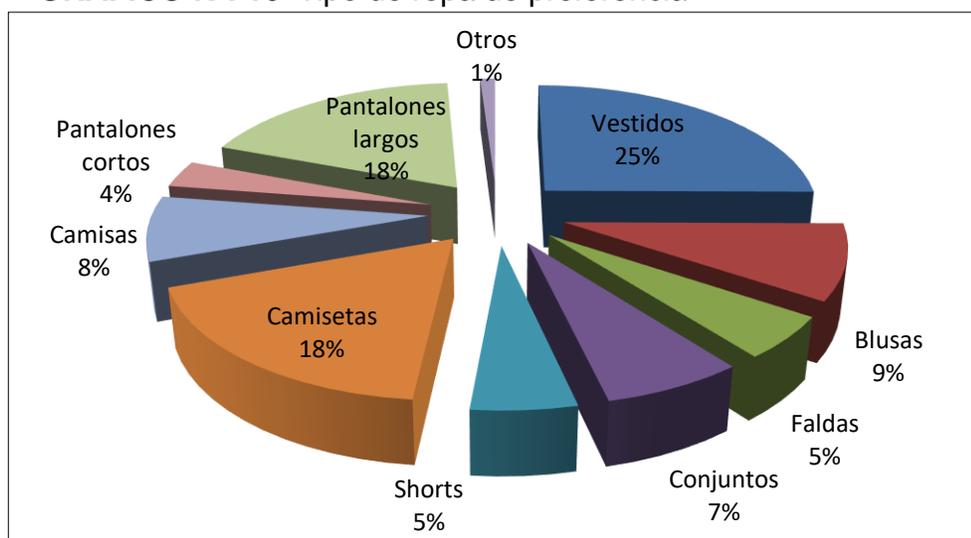
10. ¿Qué tipo de ropa prefiere comprar para sus hijos?

CUADRO 13.- Ropa de preferencia

ROPA	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Vestidos	98	25
Blusas	36	9
Faldas	20	5
Conjuntos	27	7
Shorts	20	5
Camisetas	70	18
Camisas	31	8
Pantalones cortos	13	3
Pantalones largos	71	18
Otros	4	1
TOTAL	390	60

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO Nº. 10 Tipo de ropa de preferencia



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

En el **Gráfico Nº. 10**: Observamos que los vestidos, las camisetas y pantalones largos, son las prendas que tienen mayor demanda, con un grado de aceptación del 25% y el 18%, por lo que se ha decidido inclinar el proyecto a la elaboración de estas prendas porque son las que satisfacen a los consumidores.

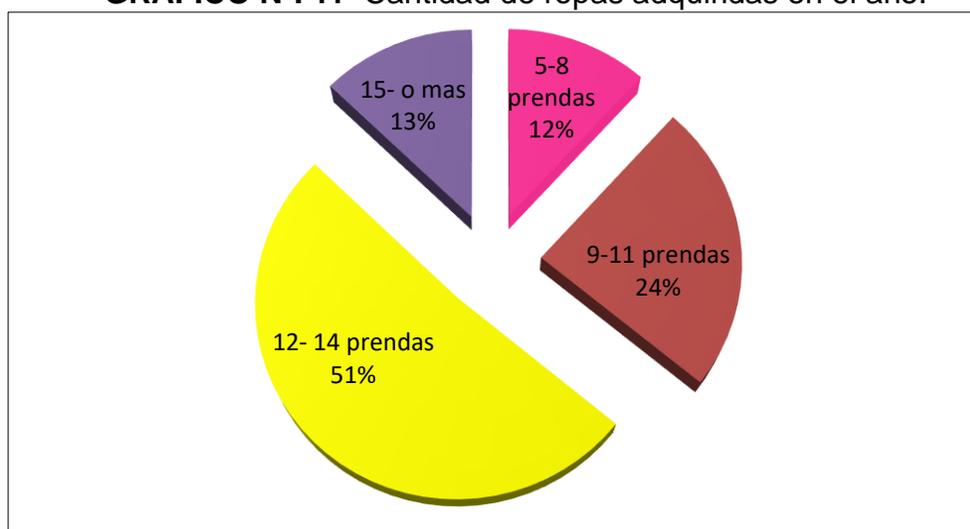
11. ¿Qué cantidad de ropa adquieren al año?

CUADRO 14.- Cantidad de ropa adquiridas en el año.

CAPACIDAD	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
5-8 prendas	46	12
9-11 prendas	94	24
12- 14 prendas	200	51
15- o mas	50	13
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO Nº. 11 Cantidad de ropas adquiridas en el año.



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

En el **Gráfico Nº. 11**: Se puede observar que el 51% de las familias encuestadas manifiestan que compran de 12 a 14 prendas de vestir anualmente.

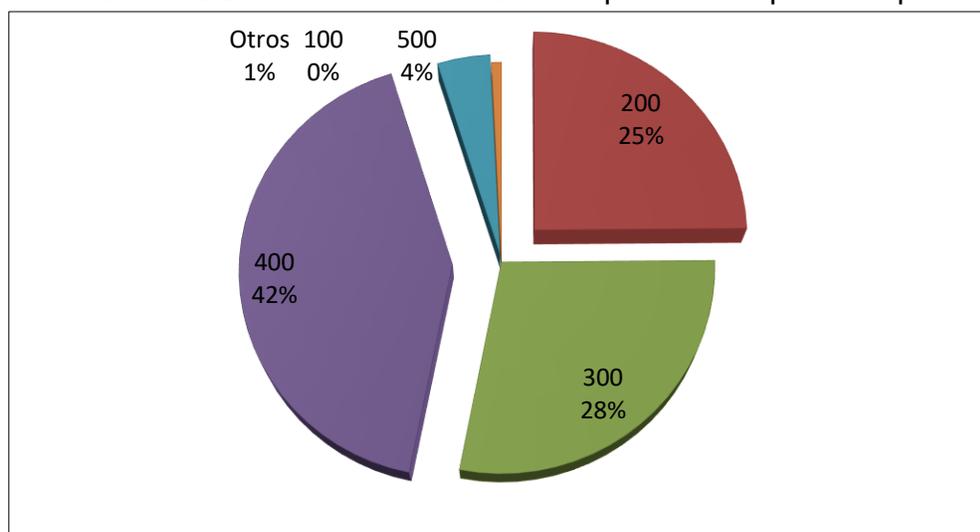
12. ¿Cuánto dinero destina para la compra de ropa de niños?

CUADRO 15.- Dinero destinado para la compra de ropa.

GASTO EN ROPA	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
\$ 100	0	0
\$ 200	97	25
\$ 300	110	28
\$ 400	164	42
\$ 500	16	4
OTROS	3	1
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO Nº. 12 Dinero destinado para la compra de ropa



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

El **Gráfico Nº. 12:** Indica que el 42 % de los encuestados asignan en promedio de \$ 400 anualmente, en gastos de ropa, mientras que el 28% gastan \$ 300 al año.

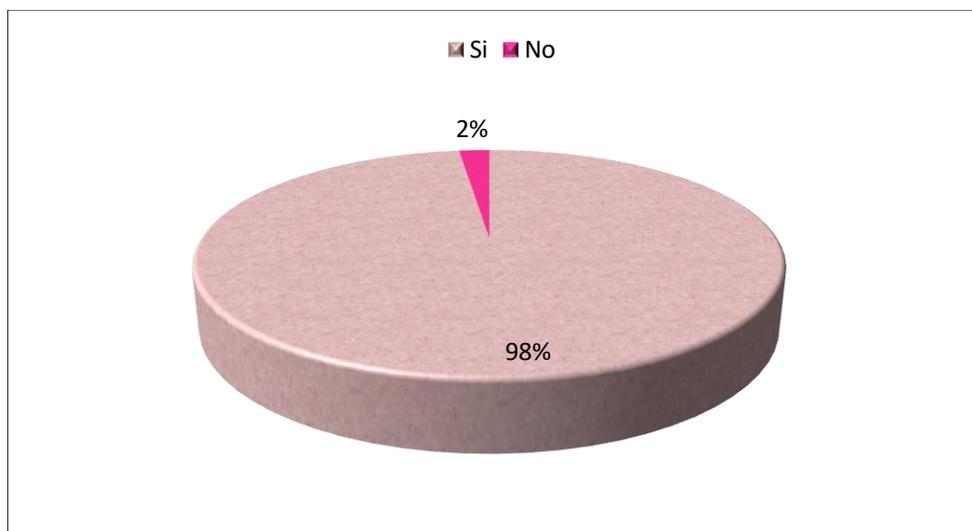
13. Está de acuerdo que en la ciudad de Quevedo exista una empresa de confección de ropa para niños?

CUADRO 16.- Aceptación de la empresa de confección de ropa niños.

ACEPTACION	Nº ENCUESTA	PORCENTAJE (%)
Si	382	98
No	8	2
TOTAL	390	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICO N.º. 13 Grado de aceptación de la empresa de Confección de Ropa de niños en la ciudad de Quevedo.



Fuente: Resultado de la investigación de campo
Elaboración: La autora

El **Gráfico N.º. 13:** Indica que un 98 % de las personas encuestadas están dispuestas adquirir ropa de niños confeccionada por la nueva empresa textil que se implementara en la ciudad de Quevedo, mientras que el 2% no está de acuerdo con la propuesta.

CAPÍTULO IV



*Análisis e Interpretación
de resultados*

4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

CUADRO 17. Población, familias y números de niños existente en la ciudad de Quevedo.

DETALLE	CANTIDAD
POBLACIÓN	70.160
FAMILIAS	16.316
NIÑOS	32.632

Fuente: INEC-Encuestas
Elaboración: La autora

En el **cuadro 17**: Indica el número de Población de las tres clases sociales de la ciudad de Quevedo es de 70.160, dividido por el número promedio de familia 4.3, da un resultado de 16.316 familias, multiplicado por 2 número promedio de niños que posee cada familia, esto proyecta una demanda existente de 32.632 niños.

4.2.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA HISTÓRICA

CUADRO. 18 Demanda histórica la población de niños y prendas de vestir.

AÑOS	POBLACION NIÑOS	PANTALONES, CAMISETAS Y VESTIDOS
2006	29.544	216.262
2007	30.094	220.288
2008	30.628	224.197
2009	31.146	227.989
2010	32.632	238.866

Fuente: Encuestas
Elaboración: La autora

El **Cuadro 18**. Mediante el análisis de la encuestas, se determinó que el 61% de los niños utilizan mayormente camisetas, pantalones y vestidos, adquiriendo al año un promedio de 12 prendas, esto multiplicado por la población de niños, resultó una demanda histórica de 238.866 en unidades de ropa para el año 2010, (Ver anexos 2).

4.2.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

CUADRO 19 Proyección de la demanda en ropa de niños.

DETALLE	X Nº DE AÑOS	(Y) PANTALONES CAMISETAS VESTIDOS
2011	11	283.720
2012	12	289.011
2013	13	294.302
2014	14	299.593
2015	15	304.884

Fuente: La autora

Elaboración: La autora

El Cuadro 19 indica que para el año 2015 existirá una demanda de 304.884 unidades de ropa de niños, (Ver Anexos 2).

4.2.3. DEMANDA INSASTIFECHA

CUADRO 20. Demanda insatisfecha

DETALLE	OFERTA	DEMANDA INSASTIFECHA
2011	0	-283.720
2012	0	-289.011
2013	0	-294.302
2014	0	-299.593
2015	0	-304.884

Fuente: La autora

Elaboración: La autora

En el Cuadro 20 demuestra que la demanda insatisfecha aumentará a 304.884, en los próximos 5 años.

4.2. ESTUDIO TÉCNICO

4.3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

- **MACRO-LOCALIZACIÓN**

La Factoría de confección de ropa para niños será ubicada en la Provincia de Los Ríos, ciudad de Quevedo, por ser una de las ciudades más importantes del Ecuador, considerada arteria principal económica y comercial de la Provincia Riosense.

FIGURA. 1 Zona geográfica de la ciudad de Quevedo.

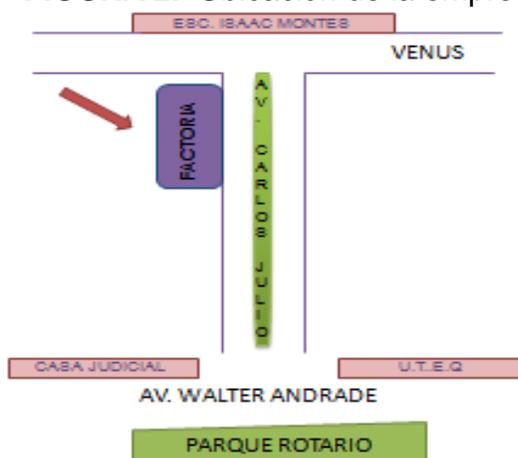


Fuente: www.visitaecuador.com

- **MICRO-LOCALIZACIÓN**

Se ubicará la Factoría de confección de ropa para niños específicamente en la Av. Carlos Julio Arosemena Tola, Parroquia 24 de Mayo de la ciudad de Quevedo, sector que cuenta con disponibilidad de servicios básicos, y además tiene disposición de vías de acceso, facilitando el abastecimiento de materia prima e insumos y la comercialización del producto.

FIGURA 2. Ubicación de la empresa



Elaboración: La autora

4.3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

El alcance del proyecto tendrá una participación en el mercado del 6 % en relación a la demanda insatisfecha, pues la expectativa de la empresa es producir un promedio de 17.280 unidades anuales.

CUADRO 21. Promedio anual de producción de prendas.

DETALLE	POCENTAJE DE PRODUCCION ANUAL	CANTIDAD DE PRENDAS ANUAL
Camisetas	32 %	5530
Pantalones	33 %	5702
Vestidos	35 %	6048
TOTAL	100%	17.280

Elaboración: La autora

4.3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

- **MATERIA PRIMA E INSUMOS PARA LA CONFECCIÓN**

Para la confección de ropa de niños se requiere materia prima e insumos de la más alta calidad, el abastecimiento de estos recursos será a través de la Distribuidora Textil Codafix Cía. Ltda., empresa dedicada a la comercialización y distribución de insumos y telas, proveedor de la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas, con quien se realizará respectivos convenios para la adquisición de los productos que estén de acuerdo con los diseño de ropa de niños que pretende confeccionar.

A continuación se detalla los tipos de telas de alta calidad que se utilizará para la confección:

- Tela Jersey de algodón, compuesta del 50% poliéster, 50% algodón, de textura suave, liviana, durable y fresca, en diseño estampado, llano y en rayas.
- Tela Ribb compuesta de 100% de algodón en diseños estampado y llanos.
- Tela Demin compuesta de 100% algodón.

CUADRO 22. Cantidad de materia prima requerida.

DETALLE	NUMERO DE PRENDAS ANUALES	TOTAL EN METROS TELA
Camisetas	5530	2766
Pantalones	5702	4576
Vestidos	6048	5443
TOTAL	17.280	12.785

Elaboración: La autora

En el cuadro 22, se determina la cantidad total de materia prima en metros que se requiere para la producción de ropa de niños.

CUADRO 23. Cantidad de insumos requeridos.

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA PARA TOTAL DE PRENDAS
Hilos de Coser	1 hilo por cada 130 prenda	133
Hilos de Bordar	1 hilo por cada 60 prenda	97
Botones	Docena	3898
Cierres	Docena	475
Etiquetas	Paquetes de 200 etiquetas	86
Remaches	Docena	2375
Elásticos	Rollos de 100 metros	14
TOTAL		7.078

Elaboración: La autora

En el cuadro 23, se determina la cantidad total de insumos que se requiere para la producción de ropa de niños.

- **TALENTO HUMANO**

La empresa trabajará con un personal de 17 personas, divididas en mano de obra directa, indirecta, personal administrativo y de ventas.

CUADRO 24. Requerimientos de talento humanos

DETALLE	CANTIDAD
Diseñador	1
Cortador	1
Operarias	9
Empacador/Bodeguero	1
Guardia	1
Gerente General	1
Secretaria	1
Contador	1
Vendedor	1
TOTAL	17

Elaboración: La autora

- **MAQUINARIAS Y EQUIPOS REQUERIDOS PARA PRODUCCIÓN.**

Se contará con maquinarias y equipos de moderna tecnología, diseñados para un trabajo continuo, que garantizarán un producto de un acabado de primera calidad.

CUADRO 25. Máquinas y equipos de producción.

Nº	DETALLE
AREA DE CORTE	
1	Máquina Cortadora
AREA DE CONFECCIÓN	
1	Máquina Overlock de 5 hilos
1	Máquina Overlock de 4 hilos
5	Máquinas de Costura Recta
1	Máquina Recubridora
1	Máquina Trilladora
AREA DE ACABADOS	
1	Maquina Ojaladora
1	Máquina Botonera
1	Maquina Bordadora
1	Plancha a Vapor
AREA DE CORTE - CONFECCIÓN	
3	Tijeras Grandes
3	Tijeras Medianas
3	Tijeras Pequeñas
1	Soplete para máquinas

Fuente: Empresa Dismatex
Elaboración: La Autora

- **MANO DE OBRA REQUERIDAS PARA LA PRODUCCIÓN.**

La mano de obra requerida para el área de producción, tendrá un nivel calificado en cuanto a conocimiento del manejo de maquinarias y elaboración del producto, esto permitirá que la empresa obtenga una mayor producción y que ofrezca al mercado un producto de excelente acabado y buena calidad.

- **DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.**

El proceso de producción comienza a partir de la recepción de materias prima e insumos, este trabajo lo realiza el bodeguero quien está encargado de recibir y revisar la mercadería para luego ubicarla en el área de bodega.

Para llevar a cabo la confección de la ropa de niños primeramente, se prepara y se escoge las telas, de inmediato son trasladada al área de diseño y corte, donde el Diseñador y Cortador se encargan del diseño y aplicación de los patrones de acuerdo a la prenda a confeccionarse, una vez ejecutada este procedimiento efectúa con la máquina cortadora el respectivo corte en bloque.

Una vez cortadas las telas en piezas el Cortador verifica la piezas para asegurase que no existan fallas en cuanto a las medidas y tallas.

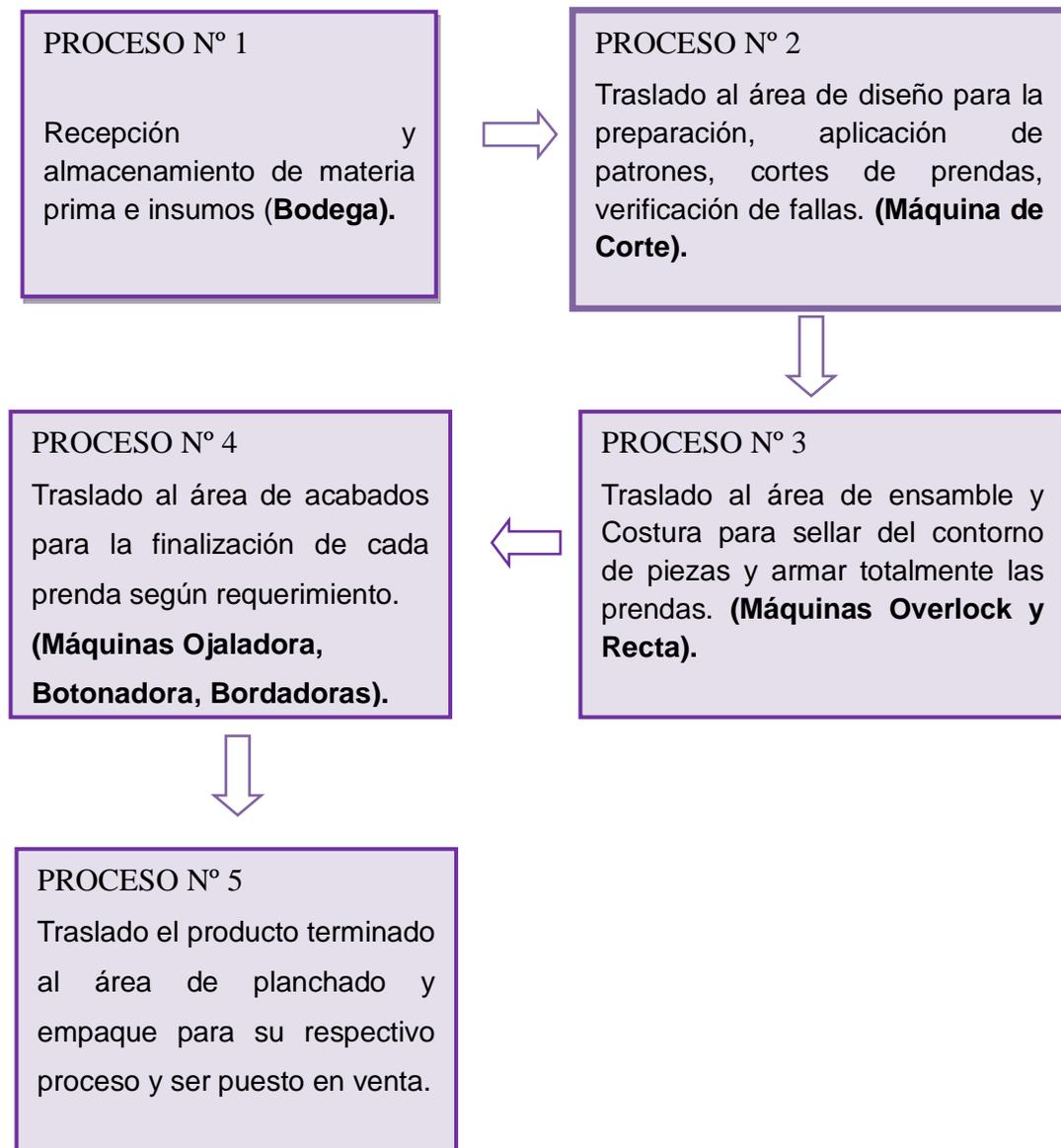
Realizada la verificación de las piezas son trasladada al área de ensamble y costura, aquí las operarias con la ayuda de la máquina overlock proceden a sellar los contornos de las mismas, luego arman totalmente la prenda con las máquinas de costura recta.

Formado el producto, se traslada al área de acabado donde las operarias dan el acabado a cada prenda según el requerimiento en cuanto a elaboración de ojales, colocación de cierres, botones, bordados, etiquetas, remaches, trabajos que realizan mediante las máquinas ojaladora, botonadora, y bordadoras.

Terminada esta actividad, se obtiene el producto terminado listo para su revisión y para su traslado al área de planchado, aquí planchadas las prendas son enviadas al área de empaque para ser empacadas según modelo y talla, luego están listo para su venta.

- **DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN**

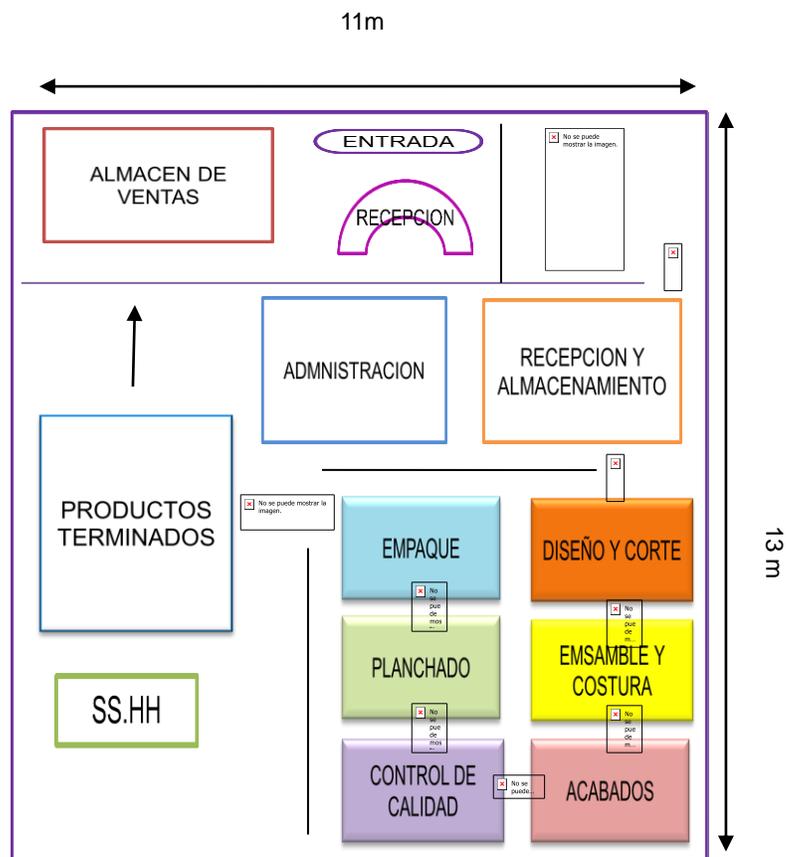
GRÁFICO 14.- Diagrama del proceso de producción



- **DISEÑO DE LA PLANTA**

El espacio físico que ocupará la empresa para su funcionamiento medirá 11 metros de ancho y 13 metros de largo (143 m²), dividido en áreas de almacenamiento, áreas de producción, almacén de ventas, oficina administrativa y área de recepción.

GRÁFICO 15. Diseño de planta de la factoría.



Elaboración: La autora

4.3. ESTUDIO ECONÓMICO

4.4.1. PRESUPUESTOS DE COSTOS

Son los gastos totales que asumirá la empresa en su operación como: los costos de producción, gastos administrativos y de ventas.

4.4.1.1. Costos de Producción

En los siguientes cuadros se detallan la suma de cada costo operativo necesario para mantener la empresa, fragmentados en materia prima, mano de obra y costos de indirectos de fabricación, que como resultado general proyecta de un total de \$ 124.378,46 para el primer año.

El Cuadro. 26 Indica el total de materia prima requerida para la confección de la ropa de niños.

CUADRO.26 Costos de materia prima

MATERIA PRIMA			
CANTIDAD	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
12785,20 mtrs.	Tela	4491,93	53903,16
133 rollos	Hilos de coser	31,92	383,04
97 rollos	Hilos de bordar	28,29	339,50
3898 docenas	Botones	138,35	1660,25
475 docenas	Cierre	170,21	2042,50
2375 docenas	Remaches	69,27	831,25
86 paquetes	Etiquetas	164,83	1978,00
14 rollos	Elástico	11,08	133,00
TOTAL		\$ 5.105,88	\$ 61.270,70

Fuente: Proveedor
Elaboración: La autora

En el Cuadro 27. Se detalla los materiales indirectos requeridos.

CUADRO.27 Costos de materiales indirectos de fabricación.

MATERIALES INDIRECTOS			
CANTIDAD	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
638	Fundas plásticas pequeña	159,50	1914,00
802	Fundas plásticas mediana	401,00	4812,00
40	Cartón	10,00	120,00
1	Paquetes de agujas rectas	3,00	36,00
1	Paquetes de agujas overlock	4,50	54,00
1	Paquetes de agujas botonera	7,00	84,00
1	Paquetes de agujas bordadora	3,00	36,00
1	Paquetes de agujas ojaladora	3,00	36,00
1	Paquetes de agujas bordadora	3,00	36,00
1	Paquetes de agujas tirilladora	3,00	36,00
2	Cintas métricas (docena)	4,00	48,00
1	Tizas para trazos (Docena)	3,00	36,00
2	Aceite para maquinas (glnes)	20,00	120,00
TOTAL		\$ 624,00	\$ 7.368,00

Fuente: Proveedor

Elaboración: La autora

El cuadro 28. Indica los sueldos y salarios tanto de la mano de obra directa como indirecta.

CUADRO.28 Costos de mano de obra directa e indirecta.

MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA			
CANTIDAD	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
10	Operarias	3.819,57	45.834,84
1	Bodeguero/Empacador	332,68	3.992,16
1	Guardia	492,73	5.912,76
TOTAL		\$ 4.644,98	\$ 55.739,76

Fuente: La autora

4.4.2. PRESUPUESTOS DE GASTOS

En los siguientes cuadros se detalla los gastos que se relacionan con el área administrativa y con la comercialización del producto, proyectándose un total de \$ 48.814,72 al año, incluye depreciación de activos (ver anexos 7).

4.4.2.1. Gastos Administrativos

El cuadro 29, describe los sueldos y salarios que la empresa debe suministrar al personal del área administrativa.

CUADRO 29. Sueldos y salarios administrativos.

SUELDOS Y SALARIOS			
CANTIDAD	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
1	Gerente General	1.099,15	13.189,80
1	Secretaria	332,68	3.992,16
1	Contador	551,58	6.618,96
TOTAL		\$ 1.983,41	\$ 23.800,92

Elaboración: La autora

El cuadro 30. Demuestra el gasto mensual y anual de arrendamiento del local.

CUADRO 30. Gastos en arriendo

ARRIENDO			
CANTIDAD	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
1	Arriendo	300,00	3.600,00
TOTAL		\$ 300,00	\$ 3.600,00

Fuente: Proveedor

Elaboración: La autora

El cuadro 31. Indica los gastos totales de los servicios básicos.

CUADRO 31. Gastos en servicios básicos

SERVICIOS BASICOS			
CANTIDAD	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
1	Luz	45,00	540,00
1	Agua	10,00	120,00
1	Teléfono	30,00	360,00
TOTAL		\$ 85,00	\$ 1.020,00

Fuente: Proveedores
Elaboración: La autora

El cuadro 32. Determina los costos de los suministros de oficina requeridos para el área administrativa.

CUADRO 32. Materiales de oficina

MATERIALES DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
3	Grapadora	9,54	114,48
2	Perforadora	4,28	51,36
2	Caja de grapas	1,26	15,12
2	Caja de clips	0,44	5,28
3	Caja de lapiceros	0,84	10,08
2	Caja de lápices	0,50	6,00
2	Resaltadores	0,84	10,08
2	Sello	5,88	70,56
1	Cartón hojas continuas	26,00	312
6	Carpetas manila	0,72	8,64
2	Resmas de hojas	7,00	84,00
3	Facturas	18,00	216,00
3	Proformas	18,00	216,00
3	Notas de venta	18,00	216,00
2	Archivadores	4,46	53,52
TOTAL		\$ 115,76	\$ 1.389,12

Fuente: Proveedor
Elaboración: La autora

El cuadro 33. Describe los materiales de limpieza que la empresa debe utilizar en forma diaria para el mantenimiento de las áreas de trabajo, cuyo presupuesto anual es de \$ 1.109,76.

CUADRO 33. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
CANTIDAD	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
3	Escobas	9,00	108,00
2	Trapeadores	6,50	78,00
3	Pala de basuras	6,00	72,00
3	Desinfectante	4,50	54,00
4	Jabón	3,20	38,40
4	Cloro	4,00	48,00
3	Detergente	18,00	216,00
4	Tachos de limpieza	13,00	156,00
5	Toallas	12,50	150,00
4	Rollos de papel higiénico	7,80	93,36
4	Fundas de basuras	8,00	96,00
TOTAL		\$ 92,50	\$ 1.109,76

Fuente: Proveedores
Elaboración: La autora

4.4.2.2. Gastos De Ventas

En los próximos cuadros se detallan los gastos de ventas que se originará al instante de comercializar y disponer hacia el consumidor el producto terminado, que anualmente proyectará un gasto de \$ 7.366,68.

El cuadro 34. Indica los sueldos y salarios que se suministrará al personal de área de ventas.

CUADRO 34. Sueldos y salarios de ventas

SUELDOS Y SALARIOS			
CANTIDAD	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
1	Vendedor	433,89	5.206,68
TOTAL		\$ 433,89	\$ 5.206,68

Elaboración: La autora

El cuadro 35. Determina los gastos de publicidad en anuncios publicitarios destinados al público para promover las ventas.

CUADRO 35. Gastos de publicidad

PUBLICIDAD			
CANTIDAD	DETALLE	MENSUAL	ANUAL
20	Publicidad radial	80,00	960,00
10	Publicidad escrita	100,00	1200,00
TOTAL		\$ 180,00	\$ 2.160,00

Fuente: Proveedores
Elaboración: La autora

4.4.3. INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS

A continuación se detalla la inversión inicial en activos fijos para la ejecución del proyecto que asciende a \$ 25.808,00.

El cuadro 36. Indica las maquinarias y enseres necesarios para equipar el área de producción.

CUADRO 36. Maquinarias y equipos de producción

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Máquina cortadora	480,00	480,00
1	Máquina overlock de 5 hilos	1.420,00	1.420,00
1	Máquina overlock de 4 hilos	1.360,00	1.360,00
5	Máquinas de costura recta	520,00	2.600,00
1	Máquina recubridora	1.560,00	1.560,00
1	Máquina tirilladora	800,00	800,00
1	Maquina ojaladora	3.740,00	3.740,00
1	Máquina botonera	300,00	300,00
1	Maquina bordadora	7.000,00	7.000,00
1	Plancha a vapor	190,00	190,00
1	Soplete para máquinas	30,00	30,00
3	Tijeras grandes	18,00	54,00
3	Tijeras medianas	15,00	45,00
3	Tijeras pequeñas	8,00	24,00
TOTAL		\$ 17.441,00	\$ 19.603,00

Fuente: Proveedor

El cuadro 37. Detalla los muebles y enseres requeridos en el área de producción.

CUADRO 37. Muebles de producción.

MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Mesas de diseño y corte	120,00	120,00
1	Mesas de planchado	80,00	80,00
1	Mesas para empaque	120,00	120,00
6	Estantes para el producto	80,00	480,00
10	Sillas	8,00	80,00
TOTAL		\$ 408,00	\$ 880,00

Fuente: Proveedores
Elaboración: La autora

En el cuadro 38. Se detallan los equipos de oficina que requiere el área administrativa para que el personal pueda ejercer de la mejor manera sus labores.

CUADRO 38. Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	TOTAL
3	Computadoras	550,00	1650,00
3	Impresoras	300,00	900,00
1	Teléfonos inalámbrico	20,00	20,00
1	Fax	150,00	150,00
1	Aire acondicionado	300,00	300,00
1	Caja registradora	500,00	500,00
1	Sumadora	30,00	30,00
TOTAL		\$ 1.850,00	\$ 3.550,00

Fuente: Proveedores
Elaboración: La autora

En el cuadro 39. Se detallan los muebles de oficina que requeridos en el área administrativa, para brindar mayor comodidad al personal para el desenvolvimiento de sus funciones.

CUADRO 39. Muebles de oficina.

MUEBLES Y ENCERES DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	TOTAL
2	Sillas ejecutiva	50,00	100,00
1	Silla secretaria	25,00	25,00
1	Silla tipo cajera	50,00	50,00
2	Archivadores	120,00	240,00
2	Maniquí	70,00	140,00
4	Vitrinas	250,00	1.000,00
2	Escritorios	110,00	220,00
TOTAL		\$ 675,00	\$ 1.775,00

Fuente: Proveedores
Elaboración: La autora

4.4.4. CAPITAL DE TRABAJO

El cuadro 40. Indica el capital adicional que debe contar la empresa para el inicio de su operación y funcionamiento, este recurso de \$ 13.386,41 se utilizará a fin de cubrir las diferentes necesidades que se presente, siendo de carácter recuperable en un corto plazo.

CUADRO 40. Capital de trabajo mensual

DETALLE	TOTAL
Materia prima	5.105,87
Costos indirectos de fabricación	624,00
Sueldos y salarios	7.062,28
Servicios básicos	85,00
Alquiler del local	300,00
Materiales de limpieza	92,50
Materiales de oficina	116,76
TOTAL	\$ 13.386,41

Elaboración: La autora

4.4.5. INVERSIÓN TOTAL

El cuadro 41. Determina el total de la inversión del proyecto agrupados en activos fijos y capital de trabajo, corresponde un total de \$ 39.194,41.

CUADRO 41. Inversión total del proyecto.

DETALLE	TOTAL
Inversión de activos fijos	25.808,00
Capital de trabajo	13.386,41
TOTAL	\$ 39.194,41

Elaboración: La autora

4.4.6. FINANCIAMIENTO

El cuadro 42, indica que el proyecto para ser puesto en marcha, requiere un monto total de \$ 39.194,41 dónde el 70% corresponde a \$ 27.436,09 financiado mediante préstamo bancario y el 30% a través de capital propio \$ 11.758,32.

CUADRO 42. Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	TOTAL
Crédito bancario	27.436,09
Capital propio	11.758,32
TOTAL	\$ 39.194,41

Elaboración: La autora

En el cuadro 43, se detalla información en lo que respecta al crédito bancario, que financiará el Banco Nacional de Fomento para efectuar la inversión.

CUADRO 43. Información del crédito bancario.

ENTIDAD FINANCIERA	Banco Nacional de Fomento
Tipo de Crédito	Crédito de sectores de pequeña industria
Plazo	5 años
Monto Financiado	\$ 27436,09
Tasa de Interés	11,20%
Forma de Pago:	Cuotas mensuales
Destino de crédito	Activos fijos y capital de trabajo para actividades
Garantía	Prendaria/hipotecaria

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaboración: La autora

4.4.7. COSTOS FIJOS Y VARIABLES

El cuadro 44. Describe los costos totales como resultado de la suma de los costos fijos y costos variables es de \$ 167.252, 92.

CUADRO 44. Costos fijos y variables.

DETALLE	TOTAL
Costos fijos	42.814,72
Costos variables	124.378,20
COSTOS TOTALES	\$ 167.192,92

Elaboración: La autora

4.4.8. COSTOS UNITARIO

El cuadro 45. Indica el costo unitario de cada unidad de ropa producida y que son necesarios para establecer el precio de venta en que se va comercializar los artículos.

CUADRO 45. Costo unitario

DETALLE	TOTAL
Costos variables por unidad	5,79
Costos fijos por unidad	1,99
COSTO DE VENTA POR UNIDAD	\$ 7,78

Elaboración: La autora

4.4.9. INGRESOS

El cuadro 46. Demuestra el precio de venta cada prenda, establecidos de acuerdo a los costos de producción y al comportamiento en el mercado, proyectando un ingreso anual en venta de \$ 198.581,60.

CUADRO 46. Ingresos por venta

DETALLE	P.V	Utilidad	CANTIDAD PRODUCIDA		TOTAL DE INGRESOS	
			MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL
Camisetas polos	9,35	10%	231	2765	2.159,85	25.918,20
Camisetas polos T-shirt	8,57	20%	230	2765	1.971,10	23.653,20
Pantalones	11,68	50%	475	5702	5.548,00	66.576,00
Vestidos	13,24	70%	252	3024	3.336,48	40.037,76
	14,02	80%	252	3024	3.533,04	42.396,48
TOTAL			1440	17280	\$ 16.548,47	\$ 198.581,60

Elaboración: La autora

4.4.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

Con las siguientes fórmulas se determina el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder ni ganar.

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \left[\frac{\text{COSTOS VARIABLES TOTALES}}{\text{VENTAS TOTALES}} \right]}$$

$$PE = \frac{42.814,72}{1 - \left[\frac{124.378,20}{198.581,60} \right]} = \frac{42.814,72}{0,373667046} = \rightarrow \$ 114.579,87$$

$$PE = PE.VP / (VT/UV)$$

Dónde:

PE.VP = Punto de equilibrio en el volumen de producción

PE.VV = Punto de equilibrio en el valor de ventas

IT = Ingresos totales

UV = Unidades vendidas

$$PE = 114.579,87 / (198.581,60 / 17.280) = \longrightarrow 9.970 \text{ unidades}$$

El ingreso necesario para lograr el punto de equilibrio del proyecto es de \$ 114.579,87 dólares y deberá efectuar una venta mínima de 9.970 en unidades de ropas de niños, lo que significa que el 0,84 % de las ventas cubrirá los costos fijos y variables en el primer año, ya que existe mayor gasto por inicio operacional de la empresa.

GRÁFICO Nº 16: Punto de equilibrio de la producción de ropa niños.



4.4.11. ESTADOS DE RESULTADOS

CUADRO 47. Estados de resultados proyectados.

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales					
Ventas Netas	198.582,00	206.525,00	216.851,00	234.199,00	262.303,00
Utilidad bruta en ventas	198.582,00	206.525,00	216.851,00	234.199,00	262.303,00
Gastos Operacionales					
Costos de producción	124.378,00	129.354,00	135.821,00	138.127,00	154.702,00
Gastos de administración	26392,00	27.448,00	28.820,00	31.126,00	34.861,00
Gastos de ventas	7.367,00	7.661,00	8.044,00	8.688,00	9.731,00
Depreciación	4.528,00	4.528,00	4.528,00	4.528,00	4.528,00
Total de gastos operacionales	162.665,00	168.991,00	177.214,00	182.469,00	203.821,00
Utilidad Operacional	35.916,00	37.534,00	39.637,00	51.731,00	58.482,00
Gastos Financieros	11.826,00	10.948,00	10.070,00	9.192,00	8.314,00
Utilidad antes de impuesto y participación	24.090,00	26.586,00	29.567,00	42.538,00	5.0167,00
15% Participación a Trabajadores	3.614,00	3.988,00	4.435,00	6.381,00	7.525,00
Utilidad antes del impuesto a la renta	2.0477,00	22.598,00	25.132,00	36158,00	42.642,00
25% Impuesto a la Renta	5.119,00	5.650,00	6.283,00	9.039,00	10.661,00
Utilidad del Ejercicio	\$ 15.358,00	\$ 16.949,00	\$18.849,00	\$27.118,00	\$31.982,00

Elaboración: La autora

4.4.12. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CUADRO 48. Flujo de caja proyectada

DETALLE		AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
A	INGRESOS						
+	Ventas Netas		198.582,00	206.525,00	216.851,00	234.199,00	262.303,00
	Aporte propio	\$ 11.758,32					
	Préstamo	27.436,09					
=	Total de ingresos	39.194,00					
B	EGRESOS						
-	Costo de Producción		124.378,00	129.354,00	135.821,00	138.127,00	154.702,00
-	Gastos de Administración		26.392,00	27.448,00	28.820,00	3.1126,00	34.861,00
-	Gastos de Ventas		7.367,00	7.661,00	8.044,00	8.688,00	9.731,00
-	Depreciación		4.528,00	4.528,00	4.528,00	4.528,00	4.528,00
=	Total de Egresos		162.665,00	168.991,00	177.214,00	182.469,00	203.821,00
=	Utilidad Operacional		35.916,00	37.534,00	39.637,00	51.731,00	58.482,00
C	AMORTIZACION DE DEUDA						
-	Capital		7.839,00	7.839,00	7.839,00	7.839,00	7.839,00
-	Interés		3.987,00	3.109,00	2.231,00	1.354,00	476,00
=	Total de Amortización		11.826,00	10.948,00	10.070,00	9.192,00	8.314,00
=	Utilidad antes de impuesto y participación		24.090,00	26.586,00	29.567,00	42.538,00	50.167,00
-	15% Participación a Trabajadores		3614,00	3.988,00	4.435,00	6.381,00	7.525,00
=	Utilidad antes del impuesto a la renta		20.477,00	22.598,00	25.132,00	36.158,00	42.642,00
-	25% Impuesto a la Renta		5.119,00	5.650,00	6283,00	9.039,00	10.661,00
=	Utilidad del Neta		15.358,00	16.949,00	18849,00	27.118,00	31.982,00
+	Depreciación		4.528,00	4.528,00	4528,00	4.528,00	4.528,00
D	Flujo de Caja Neto	\$-39194,00	\$19.886,00	\$21.477,00	\$23.377,00	\$31.646,00	\$36.510,00

Elaboración: La autora

4.5. EVALUACION DEL PROYECTO

En esta sección se aplicarán los indicadores de rentabilidad:

- **ÍNDICADORES DE RENTABILIDAD**

CUADRO 49. Resumen de caja de flujo de fondo

AÑOS	INVERSION - FLUJOS DE FONDOS
0	\$ -39.194
1	19.886
2	21.477
3	23.377
4	31.646
5	36.510

Elaboración: La autora

CUADRO 50. Indicadores de rentabilidad

DETALLE	TOTAL
VAN	\$ 53.584,58
TIR	52 %
B/C	1,58

Elaboración: La autora

En base a los resultados de los indicadores de rentabilidad determina que:

- **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

El del VAN del proyecto es de \$ 53.584,58 con la tasa de descuento de 11,83%, este valor demuestra que los flujos futuros permitirá cubrir la inversión y los gastos de operación, demostrando que el proyecto es viable.

- **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

Se aprecia que el proyecto tiene una rentabilidad del 52 %, mayor que la tasa de interés del mercado, lo que significa que durante la vida útil del proyecto se recuperará la inversión demostrando que el proyecto es factible y ejecutable.

- **RELACION BENEFICIO COSTO (B/C)**

El resultado indica que durante la vida útil del proyecto, por cada dólar invertido se obtendrá 0,58 centavos de dólar como beneficio, indicando que el proyecto es viable y rentable.

4.6. PERIODO DE RECUPERACIÓN

El cuadro 51, determina en que tiempo se recuperará la inversión.

CUADRO. 51 Recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJOS DE FONDOS	FLUJOS DE FONDOS ACUMULADOS	RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN
0	-	-	-
1	19.886	19.886	- 39.194
2	21.477	41.363	-
3	23.377	64.740	-
4	31.646	96.386	-
5	36.510	132.896	-

Elaboración: La autora

Cabe destacar el flujo de fondo del primer año de \$ 19.886,00 es el valor que se aproxima a la inversión de \$ 39.194,00, indicando que se recuperará la inversión en 1 año, 10 meses y 16 días.

4.7. MARCO ADMINISTRATIVO

4.7.1. RAZÓN SOCIAL

El nombre escogido para la empresa: **“FACTO-CHIQUITINES”**

4.7.2. LOGOTIPO Y SLOGAN



Se ha diseñado un logotipo desenfadado, alegre, tierno, divertido, cargado de magia y optimismo lo que caracterizan a los niños, su gráfico conforma una imagen infantil y texto de colores vivos que impactan y llaman la atención en los clientes.

El slogan se caracteriza por ser una frase corta y fácil de recordar, con el se pretende que los clientes recuerde siempre el producto, ya que será la línea de ropa infantil de su preferencia.

4.7.3. MISIÓN Y VISIÓN

- **MISIÓN**



Facto-Chiquitines, empresa dedicada a la confección y venta de ropa infantil, con los mejores estándares de calidad, ofreciendo moda, estilo, comodidad y accesibilidad económica en nuestros productos.

Cantamos con un grupo humano competente, enfocado a alcanzar los objetivos de nuestra empresa y satisfacer las necesidades de los clientes.



- **VISIÓN**



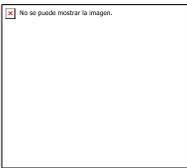
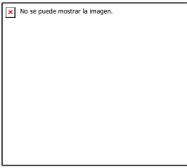
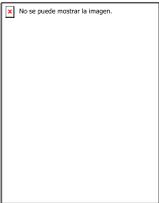
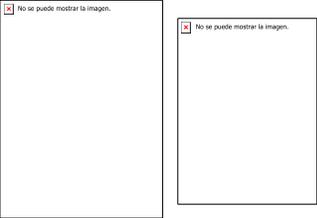
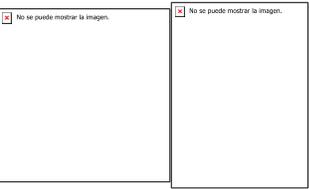
Ser reconocida en el ámbito provincial y nacional, como una empresa líder en confección y venta de ropa infantil de la mejor calidad, satisfaciendo las necesidades del cliente en precios, variedad, estilo e innovación.



4.7.4. PRODUCTO Y PRECIO

El producto a confeccionar va dirigido para niños y niñas con edades de 1 a 4 años edad con tallas de las edades mencionadas, a continuación se presenta los estilos de ropa que expenderá la Factoría Chiquitines.

CUADRO 52. Producto y Precio.

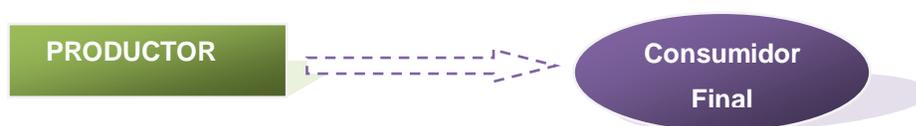
PRODUCTOS	MODELO	PRECIO DE VENTA	PORCENTAJE DE UTILIDAD
CAMISETAS POLO		\$ 9,35	10%
CAMISETAS POLO T-SHIRT		\$ 8,57	20%
PANTALONES JEANS		\$ 11,68	50%
VESTIDOS SENCILLOS		\$ 13,24	70%
VESTIDOS CON VUELOS Y APLIQUES BORDADOS		\$ 14,02	80%

Elaboración: La autora

4.7.5. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

La empresa dirigirá las ventas directamente al consumidor final, ya que contará con almacén propio, donde el consumidor acuda hacia la factoría para adquirir el producto.

GRÁFICO 17. Canales de distribución de la empresa



4.7.6. PUBLICIDAD

Para promover las ventas de la ropa de niños, la empresa llegará al consumidor a través campañas publicitarias medios de comunicación masivos como radios y prensa escrita reconocidos en la ciudad, ya que es importante que alcance una imagen corporativa, para lograr posicionamiento y fortalecimiento en cuanto al producto que se ofrece, y de esta manera las ventas incrementarán en forma progresiva conforme vaya siendo conocida en el mercado.

CUADRO 53. Medio de Comunicación para anuncios publicitarios.

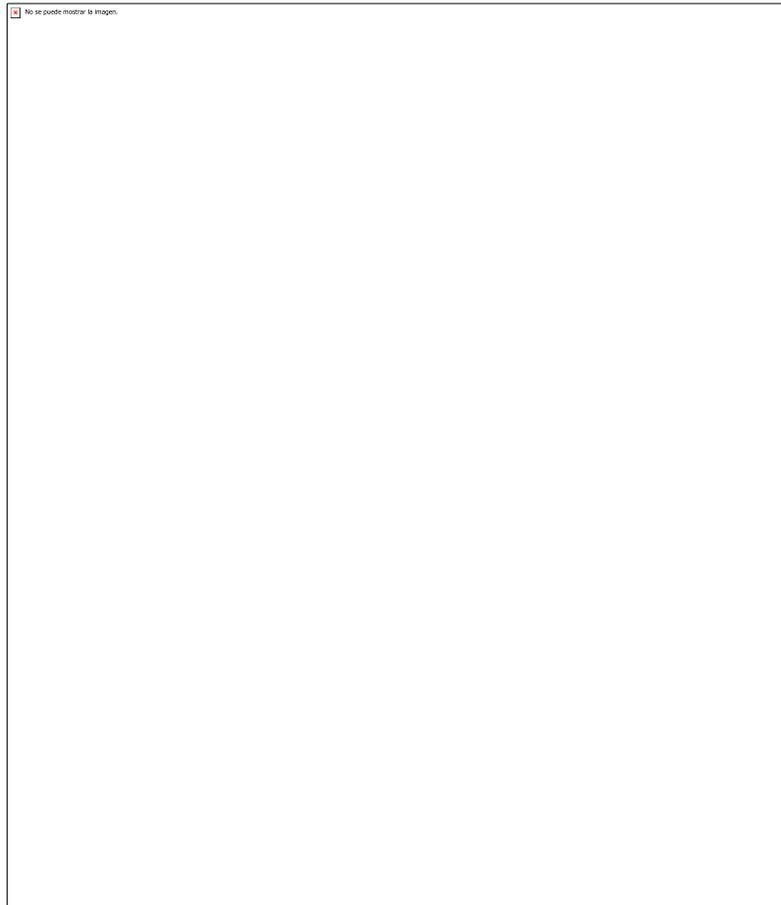
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	ANUNCIOS PUBLITARIOS MENSUALES	TOTAL
Radios Audiorama	20 Cuñas comerciales	\$ 80,00
Diario La hora	12 Anuncios escritos	\$ 100,00

Elaboración: La autora

4.7.7. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Se muestra la estructura organizacional de la factoría para el desenvolvimiento de sus funciones.

GRÁFICO 18. Estructura Organizacional





CAPÍTULO V

*Conclusiones y
Recomendaciones*

5. CONCLUSIONES Y RECOMENCACIONES

5.1. CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio de mercado, determinó que no existe una factoría de confecciones de ropa para niños en la ciudad de Quevedo, esto conlleva a que los padres de familia se trasladan a otras ciudades para adquirir ropa de calidad, a precios que satisfagan sus necesidades, considerando este aspecto es necesario implementar una factoría que realice este tipo de actividad.

Se estableció una demanda insatisfecha de 283.720 en unidades de pantalones, camisetas y vestidos, permitiendo que la nueva empresa textil cubra un 6%, es decir que producirá 17.280 unidades, dirigiendo su producción a las familias de clases sociales media baja, media y media alta con niños entre 1 a 4 años.

El estudio técnico, administrativo y de ingeniería permitió demostrar las necesidades de funcionamiento y organizacional de la factoría para llevar a cabo su ejecución.

El estudio económico y financiero permitió conocer la inversión y la rentabilidad del proyecto, estableciendo que es factible con un VAN de \$ 53.584,58, un TIR de 52 %, el beneficio/costo de \$ 1,58, siendo recuperable dentro de los 5 años, en un 1 años, 10 meses y 16 días.

5.2. RECOMENDACIONES

El emprendimiento de la factoría de confecciones de ropa de niños en la ciudad de Quevedo resulta ventajoso, pues ha demostrado su viabilidad mediante el estudio de mercado, técnico, económico, y financiero, además no solo asegura rentabilidad al inversionista sino que permite cumplir con objetivo social como la creación de fuentes de empleo para los habitantes.

Para llevar cabo el proyecto, es importante realizar constantemente un estudio de mercado para estar pendiente en las necesidades del cliente, en cuanto sus gustos, tendencias de compra, esto permite a la empresa informarse sobre qué producto ofrecer.

Es preciso cumplir con los objetivos de producción establecidos, con el fin de satisfacer la demanda insatisfecha existente del mercado.

Es necesario realizar un control estricto en cuanto a la confección de ropa de niños para mantener la calidad, e innovar con diseños atractivos para atraer la atención de los clientes, además mantener al personal frecuentemente capacitado, de tal forma que puedan desempeñarse efectivamente en las operaciones diarias.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Cobaev. (2011). Guía para elaborar proyectos productivos sustentables. Consultado el 16 de Enero de 2011. Disponible en www.cobaev.edu.mx.
2. Cotrina, S. (2005). Proyectos de Inversión. Estudios de mercado. Consultado el 4 de Diciembre de 2010. Disponible en: <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>.
3. Econlink. (2011). Evaluación de proyectos de inversión. Criterios para evaluar proyectos de inversión. Consultado el 18 de junio de 2011. Disponible en: <http://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/periodo-de-recuperacion>.
4. Superfinanciera (2008). Guías del inversionista. Consultado el 20 de junio de 2011. Disponible en: <http://www.superfinanciera.gov.co/Glosario/glosario-e.htm>.
5. Jose, M. J. (2003). Gestión de Proyectos (pág. 118). Bogotá: Cuarta Edición.
6. Kotler, B. y. (2003). Principios de Marketing (pág. 120). Mexico: Segunda Edición, Thomson Editores Sapin.
7. Kotler, P. (2009). Fundamento de Marketign_WikiBook. Consultado el 4 de Diciembre de 2010. Disponible en: <http://www.slideshare.net/cpinac/fundamentos-de-marketing-wikybook>.
8. Garrido, L. (2006). Métodos de análisis de inversiones-TIR,VAN. Consultado el 16 de mayo de 2011. Disponible en: www.zonaeconómica.com/inversión/metodos.

9. Mercado.us. (2010). Aplicación de estudio de mercado. Consultado el 12 de Diciembre de 2010. Disponible en:
http://www.mercados.us/financieros/capitales/segmentacion/aplicacion_de_estudio_de_mercado/.
10. Muñante. (2002). Manual de formulación y evaluación de proyectos. Mexico: UACH.
11. Padilla, M. C. (2006). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
12. Carrasquero, D. (2004). El estudio del mercado guía para estudios de factibilidad. Consultado el 4 de Diciembre del 2010. Disponible en:
www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm.
13. Sapag, N. P. (2007). Proyecto de inversión formulación y evaluación (págs. 97,107). Mexico: Prentice Hall.
14. Stanto Willian, E. M. (2004). Fundamento de Marketing (págs. 49,167,377,459,569). Mexico: 13a, Edición Mc Graw-Hill.
15. Thompson, J. (2009). Elementos básicos de un Proyecto de Inversión. Consultado el 20 de julio de 2011. Disponible en:
todosobreproyectos.blogspot.com/2009/02/elementos-basicos-de-un-proyecto-de.html.
16. Vargas, G. O. (2009). Consultado el 5 de Julio de 2011. Disponible en:
<http://www.gerencie.com/punto-de-equilibrio.html>.
17. López, P. M, Aceves J, (2011). En Estudio administrativo, un apoyo en la estructura organizacional. Consultado el 03 de 06 de 2011. Disponible en:
<http://antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/estudioadmtivo.pdf>.

ANEXOS

ANEXOS 1:

OPERACIÓN DE LAS VARIABLES.

DEFINICION		DIMENSIÓN	SUBDIMENSION	
INDEPENDIENTE	PROYECTO DE FACTIBILIDAD	Proceso mediante el cual se estudia las necesidades del mercado, así como la infraestructura necesaria para llevar a cabo el desarrollo del producto o servicio a ofrecer, además de establecer los costos necesarios evaluando su rentabilidad con métodos financieros	ESTUDIO DE MERCADO	Mercado Aplicación del estudio de mercado Mercado Clases de mercado Segmentación de Mercado Tipos de Demanda Oferta Precios Producto Canales de Comercialización Publicidad
			ESTUDIO TÉCNICO	Localización Objetivos de estudio técnico Elementos del estudio técnico Tamaño óptimo Localización Ingeniería del Proyecto Estudio administrativo

DEPENDIENTE	DEMANDA INSASTIFECHA	Demanda que no ha sido cubierta en el mercado y existe cuando la demanda es mayor que la oferta.	DEMANDA OFERTA	Encuesta Entrevista
			ESTUDIO ECONOMICO	<p>Costos de Operación Capital de trabajo Inversión Depreciación Financiamiento Fuentes de Financiamiento Amortización Ingresos Punto de equilibrio Estados de resultados Flujo de caja</p> <p>Evaluación del proyecto Relación Costo/Beneficio Valor actual Neto Tasa de Interna de Retorno Periodo de Recuperación de la Inversión</p>

ANEXOS 2:

DEMANDA HISTÓRICA.

AÑOS	PROMEDIO DEMANDA ANUAL EN PRENDAS	FRECUENCIA DE USO	POBLACIÓN NIÑOS	TOTAL DEMANDA EN CAMISETAS, PANTALONES, VESTIDOS
2006	12	61%	29.544	216.262
2007	12	61%	30.094	220.288
2008	12	61%	30.628	224.197
2009	12	61%	31.146	227.989
2010	12	61%	32.632	238.866

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA A TRAVEZ DE LA REGRESION LINEAL.

AÑOS	X	(Y) DEMANDA DE PANTALONES, CAMISETAS Y VESTIDOS	XY	X2
2006	-2	216262	-432524	4
2007	-1	220288	-220288	1
2008	0	224197	0	0
2009	1	227989	227989	1
2010	2	238866	477732	4
5	0	1127602	52909	10

Reemplazo de datos en Fórmula:

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n} \qquad b = \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{5(52909) - (0)(1127602)}{5(10) - (0)^2} = \frac{264545}{50} = 5290,90$$

$$b = \frac{1127602 - 5290,90(0)}{5} = \frac{1127602}{5} = 225520,40$$

$$Y = a + bx$$

$$Y = 22550,4 + 5290,9 (11) = 283720,3$$

$$Y = 22550,4 + 5290,9 (12) = 289011,2$$

$$Y = 22550,4 + 5290,9 (13) = 294302,1$$

$$Y = 22550,4 + 5290,9 (14) = 299593$$

$$Y = 22550,4 + 5290,9 (15) = 304883,9$$

ANEXOS 3:**DESGLOSE DEL ESTUDIO ECONÓMICO****COSTOS DE PRODUCCIÓN**

MATERIA PRIMA			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
12785,20 metros	Telas		53903,16
133 rollos	Hilos de coser	2,88	383,04
97 rollos	Hilos de bordar	3,50	339,50
1155 docenas	Botones camiseta	0,25	288,75
475 docenas	Botones pantalones	1,80	855,00
2268 docenas	Botones vestidos	0,50	1134,00
475 docenas	Cierre	4,30	2042,50
2375 docenas	Remaches	0,35	831,25
86	Etiquetas	23,00	1978,00
14 rollos	Elástico	9,50	133,00
TOTAL			\$ 61270,70

TELA				
DETALLE	CENTIMETRO MÁXIMO PARA CADA PRENDA	TOTAL DE METROS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
5532 Camisetas	0,50 cm.	2766	2,50	6915,00
5702 Pantalones	0,80 cm.	4576	7,87	36013,12
3024 Vestidos	0,80 cm.	2419,20	2,20	4322,24
3024 Vestidos	1,00 mtrs.	3024	2,20	6652,80
TOTAL		\$ 12785,20		\$ 53903,16

MATERIALES INDIRECTOS			
CANTIDA	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
638	Fundas plásticas pequeña	0,25	159,50
802	Fundas plásticas mediana	0,50	401,00
40	Cartón	0,25	10,00
1	Paquetes de gujas rectas	3,00	3,00
1	Paquetes de agujas overlock	4,50	4,50
1	Paquetes de agujas botonera	7,00	7,00
1	Paquetes de agujas bordadora	3,00	3,00
1	Paquetes de agujas ojaladora	3,00	3,00
1	Paquetes de agujas bordadoras	3,00	3,00
1	Paquetes de agujas tirilladora	3,00	3,00
2	Cintas métricas (docena)	4,00	4,00
1	Tizas para trazos (docena)	3,00	3,00
2	Aceite para máquinas (galones)	10,00	20,00
TOTAL			\$ 624,00

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

MATERIALES DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Grapadora	3,18	9,54
2	Perforadora	2,14	4,28
2	Caja de grapas	0,63	1,26
2	Caja de clips	0,22	0,44
3	Caja de lapiceros	0,28	0,84
2	Caja de lápices	0,25	0,50
2	Resaltadores	0,42	0,84
2	Sello	2,94	5,88
1	Cartón hojas continuas	26,00	26,00
6	Carpetas manila	0,12	0,72
2	Resmas de hojas	3,50	7,00
3	Facturas	6,00	18,00
3	Proformas	6,00	18,00
3	Notas de venta	6,00	18,00
2	Archivadores	2,23	4,46
TOTAL			\$ 115,76

MATERIALES DE LIMPIEZA			
CANTIDA	DETALLE	COSTO	COSTO TOTAL
3	Escobas	3,00	9,00
2	Trapeadores	3,25	6,50
3	Pala de basuras	2,00	6,00
3	Desinfectante	1,50	4,50
4	Jabón	0,80	3,20
4	Cloro	1,00	4,00
3	Detergente	6,00	18,00
4	Tachos de limpieza	3,25	13,00
5	Toallas	2,50	12,50
4	Rollos de papel higiénico	1,95	7,80
4	Fundas de basuras	2,00	8,00
TOTAL		\$ 27,25	\$ 92,50

ARRIENDO			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
1	Arriendo	300,00	300,00
TOTAL		\$ 300,00	\$ 300,00

SERVICIOS BÁSICOS			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	Luz	45,00	540,00
1	Agua	10,00	120,00
1	Teléfono	30,00	360,00
TOTAL		\$ 85,00	\$ 1020,00

GASTOS DE VENTA

PUBLICIDAD			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
20	Publicidad radial	4,00	80,00
10	Publicidad escrita	10,00	100,00
TOTAL			\$ 180,00

CANTIDAD PROMEDIO EN MATERIA PRIMA SEGÚN TALLA				
DETALLE	TALLA 12	TALLA 24	TALLA 3	TALLA 4
(A) Camiseta polo	0,38 cm.	0,40 cm.	0,45 cm.	0,50 cm.
(B) Camisetas T-shirt	0,35 cm.	0,40 cm.	0,45 cm.	0,50 cm.
(C) Pantalón	0,50 cm.	0,60 cm.	0,75 cm.	0,80 cm.
(D) Vestidos sencillos	0,60 cm.	0,70 cm.	0,80 cm.	0,90 cm.
(E) Vestidos con vuelos	0,75 cm.	0,85 cm.	0,90 cm.	1,00 mtrs.
(F) Vestidos con bordados	0,65 cm.	0,75 cm.	0,85 cm.	0,95 cm.

CANTIDAD PROMEDIO EN INSUMOS SEGÚN TALLA								
PRENDAS	TALLA	HILOS DE COSER	HILOS DE BORDAR	BOTÓN	CIERRE	REMACHE	ETIQUETA	ELÁSTICOS
(A)	12	0,10 cm.	-	3 unid.	-	-	1 unid.	-
	24	0,10 cm.	-	3 unid.	-	-	1 unid.	-
	3	0,10 cm.	-	3 unid.	-	-	1 unid.	-
	4	0,10 cm.	-	3 unid.	-	-	1 unid.	-
(B)	12	0,08 cm.	0,15	-	-	-	1 unid.	-
	24	0,08 cm.	0,15	-	-	-	1 unid.	-
	3	0,08 cm.	0,15	-	-	-	1 unid.	-
	4	0,08 cm.	0,15	-	-	-	1 unid.	-
(C)	12	0,15 cm.	-	1 unid.	1 unid.	5 unid.	1 unid.	0,20 cm
	24	0,15 cm.	-	1 unid.	1 unid.	5 unid.	1 unid.	0,22 cm
	3	0,15 cm.	-	1 unid.	1 unid.	5 unid.	1 unid.	0,22 cm
	4	0,15 cm.	-	1 unid.	1 unid.	5 unid.	1 unid.	0,24 cm
(D)	12	0,10 cm.	-	4 unid.	-	-	1 unid.	-
	24	0,10 cm.	-	4 unid.	-	-	1 unid.	-
	3	0,10 cm.	-	4 unid.	-	-	1 unid.	-
	4	0,10 cm.	-	4 unid.	-	-	1 unid.	-
(E)	12	0,13 cm.	-	4 unid.	-	-	1 unid.	-
	24	0,13 cm.	-	4 unid.	-	-	1 unid.	-
	3	0,13 cm.	-	4 unid.	-	-	1 unid.	-
	4	0,13 cm.	-	4 unid.	-	-	1 unid.	-
(F)	12	0,10 cm.	0,60	5 unid.	-	-	1 unid.	-
	24	0,10 cm.	0,60	5 unid.	-	-	1 unid.	-
	3	0,10 cm.	0,60	5 unid.	-	-	1 unid.	-
	4	0,10 cm.	0,60	5 unid.	-	-	1 unid.	-

ANEXOS 4:**SUELDOS Y SALARIOS DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN, ADMINISTRATIVO Y VENTAS**

Nº	CARGO	REMUNERACIÓN	APORTE IESS	13ª SUELDO	14ª SUELDO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
10	Operarias	264	25	22	22,00	3326,84	39922,00
1	Diseñador	400	37	22	33,33	492,73	5913,00
1	Empacador-Bodeguero	264	25	22	22,00	332,68	3992,00
1	Guardia	400	37	22	33,33	492,73	5913,00
1	Gerente general	900	102	22	75,00	1099,15	13190,00
1	Secretaria	264	25	22	22,00	332,68	3992,00
1	Contador	450	42	22	37,50	551,58	6619,00
1	Vendedor	350	33	22	29,17	433,89	5207,00
17	TOTAL	3292	326	176	\$ 274,33	\$ 7.062,29	\$ 84.747,00

ANEXOS 5:**INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Máquina cortadora	480,00	480,00
1	Máquina overlock de 5 hilos	1420,00	1420,00
1	Máquina overlock de 4 hilos	1360,00	1360,00
5	Máquinas de costura recta	520,00	2600,00
1	Máquina recubridora	1560,00	1560,00
1	Máquina trilladora	800,00	800,00
1	Maquina ojaladora	3740,00	3740,00
1	Máquina botonera	300,00	300,00
1	Maquina bordadora	7000,00	7000,00
1	Plancha a vapor	190,00	190,00
1	Soplete para máquinas	30,00	30,00
3	Tijeras grandes	18,00	54,00
3	Tijeras medianas	15,00	45,00
3	Tijeras pequeñas	8,00	24,00
TOTAL		\$ 17.441,00	\$ 19.603,00

MUEBLES Y ENCERES			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Mesas de diseño y corte	120,00	120,00
1	Mesas de planchado	80,00	80,00
1	Mesas para empaque	120,00	120,00
6	Estantes para el producto	80,00	480,00
10	Sillas	8,00	80,00
TOTAL		\$ 408,00	\$ 880,00

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Computadoras	550,00	1650,00
3	Impresoras	300,00	900,00
1	Teléfonos Inalámbrico	20,00	20,00
1	Fax	150,00	150,00
1	Aire Acondicionado	300,00	300,00
1	Caja registradora	500,00	500,00
1	Sumadora	30,00	30,00
TOTAL		1.850,00	\$ 3.550,00

MUEBLES Y ENCERES DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Sillas ejecutiva	50,00	100,00
1	Silla secretaria	25,00	25,00
1	Silla tipo cajera	50,00	50,00
2	Archivadores	120,00	240,00
2	Maniquí	70,00	140,00
4	Vitrinas	250,00	1000,00
2	Escritorios	110,00	220,00
TOTAL		675,00	\$ 1.775,00

ANEXOS 6:**GASTOS FINANCIEROS****TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL BANCO NACIONAL DE FOMENTO**

PAGO Nº	FECHA DE VENCIMIENTO	SALDO DE INICIO	AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	INTERÉS Y COMISIONES	SALDO
1	26/01/2012	39194,41	653,24	365,81	1019,05
2	25/02/2012	38541,17	653,24	359,72	1012,96
3	26/03/2012	37887,93	653,24	353,62	1006,86
4	25/04/2012	37234,69	653,24	347,52	1000,76
5	25/05/2012	36581,45	653,24	341,43	994,67
6	24/06/2012	35928,21	653,24	335,33	988,57
7	24/07/2012	35274,97	653,24	329,23	982,47
8	23/08/2012	34621,73	653,24	323,14	976,38
9	22/09/2012	33968,49	653,24	317,04	970,28
10	21/10/2012	33315,25	653,24	310,94	964,18
11	21/11/2012	32662,01	653,24	304,85	958,09
12	21/12/2012	32008,77	653,24	298,75	951,99
13	20/01/2013	31355,53	653,24	292,65	945,89
14	19/02/2013	30702,29	653,24	286,55	939,79
15	21/03/2013	30049,05	653,24	280,46	933,70
16	20/04/2013	29395,81	653,24	274,36	927,60
17	20/05/2013	28742,57	653,24	268,26	921,50
18	19/06/2013	28089,33	653,24	262,17	915,41
19	19/07/2013	27436,09	653,24	256,07	909,31
20	18/08/2013	26782,85	653,24	249,97	903,21
21	17/09/2013	26129,61	653,24	243,88	897,12
22	17/10/2013	25476,37	653,24	237,78	891,02
23	16/11/2013	24823,13	653,24	231,68	884,92
24	16/12/2013	24169,89	653,24	225,59	878,83
25	15/01/2014	23516,65	653,24	219,49	872,73
26	14/02/2014	22863,41	653,24	213,39	866,63
27	16/03/2014	22210,17	653,24	207,29	860,53
28	15/04/2014	21556,93	653,24	201,20	854,44
29	15/05/2014	20903,69	653,24	195,10	848,34
30	14/06/2014	20250,45	653,24	189,00	842,24
31	14/07/2014	19597,21	653,24	182,91	836,15
32	13/08/2014	18943,97	653,24	176,81	830,05
33	12/09/2014	18290,73	653,24	170,71	823,95
34	12/10/2014	17637,49	653,24	164,62	817,86
35	11/11/2014	16984,25	653,24	158,52	811,76

36	11/12/2014	16331,01	653,24	152,42	805,66
37	10/01/2015	15677,77	653,24	146,33	799,57
38	09/02/2015	15024,53	653,24	140,23	793,47
39	11/03/2015	14371,29	653,24	134,13	787,37
40	10/04/2015	13718,05	653,24	128,04	781,28
41	10/05/2015	13064,81	653,24	121,94	775,18
42	09/06/2015	12411,57	653,24	115,84	769,08
43	09/07/2015	11758,33	653,24	109,74	762,98
44	08/08/2015	11105,09	653,24	103,65	756,89
45	07/09/2015	10451,85	653,24	97,55	750,79
46	07/10/2015	9798,61	653,24	91,45	744,69
47	06/11/2015	9145,37	653,24	85,36	738,60
48	06/12/2015	8492,13	653,24	79,26	732,50
49	05/01/2016	7838,89	653,24	73,16	726,40
50	04/02/2016	7185,65	653,24	67,07	720,31
51	05/03/2016	6532,41	653,24	60,97	714,21
52	04/04/2016	5879,17	653,24	54,87	708,11
53	04/05/2016	5225,93	653,24	48,78	702,02
54	03/06/2016	4572,69	653,24	42,68	695,92
55	03/07/2016	3919,45	653,24	36,58	689,82
56	02/08/2016	3266,21	653,24	30,48	683,72
57	01/09/2016	2612,97	653,24	24,39	677,63
58	01/10/2016	1959,73	653,24	18,29	671,53
59	31/10/2016	1306,49	653,24	12,19	665,43
60	30/11/2016	653,25	653,24	6,10	659,34
SUMAN TOTALES			\$ 39.194,41	\$ 11.157,34	\$50.351,74

ANEXOS 7:

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS A 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO.

Nº	DESCRIPCIÓN	C.U	V. T	% Dep.	VALOR DE SALV.	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Máquinas y equipos de producción							\$ 3687,00
1	Máquina cortadora	480,00	480,00	10%	48,00	5	86,40
1	Máquina overlock de 5 hilos	1.420,00	1.420,00	10%	142,00	5	255,60
1	Máquina overlock de 4 hilos	1.360,00	1.360,00	10%	136,00	5	244,80
5	Máquinas de costura recta	520,00	2.600,00	10%	260,00	5	468,00
1	Máquina recubridora	1560,00	1560,00	10%	156,00	5	280,80
1	Máquina trilladora	800,00	800,00	10%	80,00	5	144,00
1	Máquina ojaladora	3740,00	3740,00	10%	374,00	5	673,20
1	Máquina botonera	300,00	300,00	10%	30,00	5	54,00
1	Maquina bordadora	7000,00	7000,00	10%	700,00	5	1260,00
1	Plancha a Vapor	190,00	190,00	10%	19,00	5	34,20
1	Soplete para máquinas	30,00	30,00	10%	3,00	5	5,40
3	Tijeras grandes	18,00	54,00	10%	5,40	5	9,72
3	Tijeras medianas	15,00	45,00	10%	4,50	5	8,10
3	Tijeras pequeñas	8,00	24,00	10%	2,40	5	4,32
1	Mesas de diseño y corte	120,00	120,00	10%	12,00	5	21,60
1	Mesas de planchado	80,00	80,00	10%	8,00	5	14,40
1	Mesas para empaque	120,00	120,00	10%	12,00	5	21,60
6	Estantes para el producto	80,00	480,00	10%	48,00	5	86,40
10	Sillas	8,00	80,00	10%	8,00	5	14,40

Equipos de oficina							\$ 521,70
3	Computadoras	550,00	1.650,00	33%	544,50	5	221,10
3	Impresoras	300,00	900,00	33%	297,00	5	120,60
1	Teléfonos	20,00	20,00	10%	2,00	5	3,60
1	Fax	150,00	150,00	10%	15,00	5	27,00
1	Aire acondicionado	300,00	300,00	10%	30,00	5	54,00
1	Caja registradora	500,00	500,00	10%	50,00	5	90,00
1	Sumadora	30,00	30,00	10%	3,00	5	54,00
Muebles y enceres de oficina							\$ 319,50
2	Escritorios	110,00	220,00	10%	22,00	5	39,60
2	Sillas ejecutiva	50,00	100,00	10%	10,00	5	18,00
1	Silla secretaria	25,00	25,00	10%	2,50	5	4,50
1	Silla tipo cajera	50,00	50,00	10%	5,00	5	9,00
2	Archivadores	120,00	240,00	10%	24,00	5	43,20
2	Maniquí	70,00	140,00	10%	14,00	5	25,20
4	Vitrinas	250,00	1.000,00	10%	100,00	5	180,00
64	TOTAL	\$ 20374,00	\$ 25808,00		\$ 3167,30	5	\$ 4528,20

ANEXOS 8:

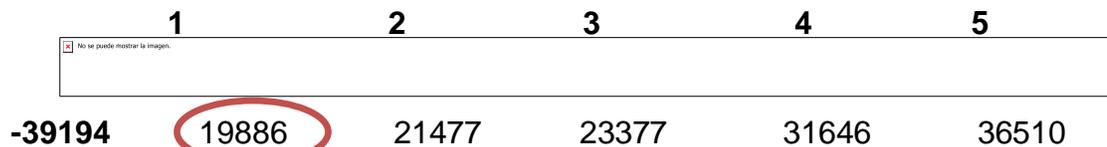
EVALUACIÓN DEL PROYECTO

• **INDICADORES DE RENTABILIDAD**

AÑOS	INVERSION - FLUJOS DE FONDOS
0	-39194
1	19886
2	21477
3	23377
4	31646
5	36510

DETALLE	TOTAL
VAN	53584,58
TIR	52 %
B/C	1,58

• **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**



Cálculo
$39194 - 19886 = 19308$
$19308 / 21477 = 0,89$
$12 \times 0,88 = 10,68$
$30 \times 0,68 = 16$

AÑOS	MESES	DIAS
1	10	16

ANEXOS 9:

“FACTIBILIDAD EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FACTORÍA DE CONFECCIONES DE ROPA DE NIÑOS EN LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2011”.

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE QUEVEDO.

OBJETIVO: Determinar la posible demanda de ropa de niños en la ciudad de Quevedo.

1. ¿Su hogar está conformado de niño o niñas?

Niños	<input type="checkbox"/>
Niñas	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué edad tienen los niños que conforman su familia?

1 año	<input type="checkbox"/>
2 años	<input type="checkbox"/>
3 años	<input type="checkbox"/>
4 años	<input type="checkbox"/>
5 años	<input type="checkbox"/>
Más de 6	<input type="checkbox"/>

3. ¿Dónde adquieren la ropa de niños?

Centros comerciales	<input type="checkbox"/>
Ventas informales	<input type="checkbox"/>
Catálogos	<input type="checkbox"/>
Almacenes locales	<input type="checkbox"/>
Fuera de la ciudad	<input type="checkbox"/>

4. ¿Qué características prefieren al adquirir la ropa de niños?

Colores	<input type="checkbox"/>
Durabilidad	<input type="checkbox"/>
Marca	<input type="checkbox"/>
Diseño	<input type="checkbox"/>
Variedad	<input type="checkbox"/>
Precios	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>
Innovación	<input type="checkbox"/>
Comodidad	<input type="checkbox"/>

5. ¿Con que frecuencia adquieren la ropa de niños?

Semanal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Trimestral	<input type="checkbox"/>
Semestral	<input type="checkbox"/>
Anual	<input type="checkbox"/>

6. ¿De qué procedencia en marca de ropa prefiere?

Importada	<input type="checkbox"/>
Nacional	<input type="checkbox"/>

7. ¿Qué Marca de Ropa prefiere comprar?

Bebe crece	<input type="checkbox"/>
Pinto kids	<input type="checkbox"/>
Mi chupito	<input type="checkbox"/>
Bungy girl	<input type="checkbox"/>
Ángel baby	<input type="checkbox"/>
Pasa	<input type="checkbox"/>
Apple	<input type="checkbox"/>
Moon look	<input type="checkbox"/>
Bambi	<input type="checkbox"/>
Kinder gut	<input type="checkbox"/>
Pat primo	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

8. ¿Qué colores de ropa usted prefiere?

Claros	<input type="checkbox"/>
Obscuros	<input type="checkbox"/>
Cálidos	<input type="checkbox"/>
De temporada	<input type="checkbox"/>

9. ¿Qué tipo de tela prefieren que sea confeccionada la ropa De niños?

Algodón	<input type="checkbox"/>
Jeans	<input type="checkbox"/>
Popelín stress	<input type="checkbox"/>
Hilo	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

10. ¿Qué tipo de ropa prefiere comprar para sus hijos?

Vestidos	<input type="checkbox"/>
Blusas	<input type="checkbox"/>
Faldas	<input type="checkbox"/>
Conjuntos	<input type="checkbox"/>
Shorts	<input type="checkbox"/>
Camisetas	<input type="checkbox"/>
Camisas	<input type="checkbox"/>
Pantalones cortos	<input type="checkbox"/>
Pantalones largos	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

11. ¿Qué cantidad de ropa adquieren al año?

5-8 prendas	<input type="checkbox"/>
9-11 prendas	<input type="checkbox"/>
12- 14 prendas	<input type="checkbox"/>
15- o mas	<input type="checkbox"/>

12. ¿Cuánto dinero destina para la compra de ropa de niños?

\$ 100	<input type="checkbox"/>
\$ 200	<input type="checkbox"/>
\$ 300	<input type="checkbox"/>
\$ 400	<input type="checkbox"/>
\$ 500	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

13. Está de acuerdo que la ciudad de Quevedo exista una empresa de confección de ropa de niños en la Ciudad de Quevedo?

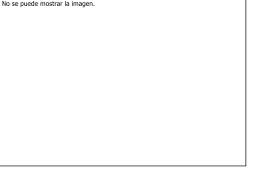
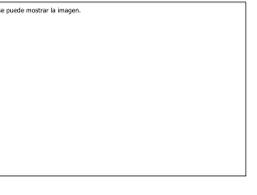
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

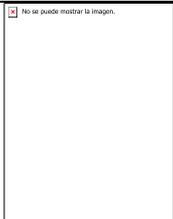
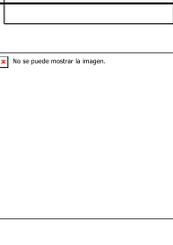
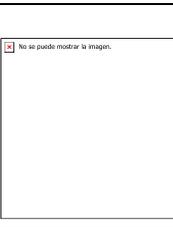
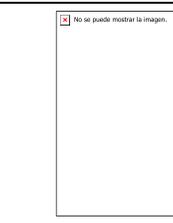
ANEXOS 10:

MÀQUINAS Y EQUIPOS PARA PRODUCCIÓN

MARCAS: Gemsy- Siruba

PROVEEDOR: DISMATEX- Distribuidora de Máquinas Textiles

DESCRIPCION	MÁQUINAS	Función
Máquinas Recubridora		<p><i>Producen una costura de recubrimiento parecida a la overlock, no necesariamente en los bordes de las telas, se utiliza para realizar ilbanes a las prendas como las camisetas y vestidos. Se caracteriza por tener velocidades de 4000 puntadas por minutos, con sistema enhebrado automático del hilo.</i></p>
Máquinas de Costura Recta		<p><i>Son utilizadas en la confección de tejidos planos, sirven para unir las piezas de las prendas a confeccionar, además es esencial para dar los últimos acabados a la prenda, pues realiza costuras rectas y perfectas. Se caracteriza por tener velocidades de 2000 puntadas por minutos, con sistema enhebrado automático del hilo.</i></p>
Máquinas Cortadora		<p><i>Son adecuadas para realizar cortes rectos o curvos graduales, esta máquina corta piezas de las prendas en gran cantidad, su labor es decisiva, una vez realizada la operación es imposible corregir errores graves.</i></p>
Máquinas Overlock		<p><i>Se utiliza para trabajos de cosido que requieren puntadas de seguridad en bordes de las telas para evitar el deshilado. La puntada es de tipo cadeneta y pueden ser de 4 y de 5 hilos, posee una cuchilla que va cortando las 2 capas de tela a medida que se cose. Es caracterizada por tener velocidades superiores a las 8500 puntadas por minutos, enhebrado automático del hilo.</i></p>

<p>Máquinas Bordadora</p>		<p><i>Borda independientemente, diseños, nombres, gorras, camisetas y muestras, borda todo al mismo tiempo es de diseño modular con velocidad real de hasta 1500 puntadas por minutos, dieciséis colores de respaldo.</i></p>
<p>Máquina Planchadora</p>		<p><i>Contiene un motor de 2 HP, utilizada para dar acabado final a la prenda, además cuenta con una mesa de trabajo exclusiva para esta labor.</i></p>
<p>Máquina Ojaladora y Botonera</p>		<p><i>Utilizadas para pegar botones y hacer ojales, realizan distintos ojales abierto, con remate, extra largos, redondos, rectos. Consta con cuchilla que hace a través de la tela y remata este orificio con costuras.</i></p>
<p>Máquina Botonera para jeans</p>		<p><i>Máquina para coser botones, es de gran utilidad para la producción de Jeans. Máxima Velocidad del eje principal 300r.</i></p>