



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA FABRICACIÓN
DE PRENDAS DE VESTIR INFANTIL EN LA
CIUDAD DE SANTA ELENA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA,
AÑO 2014”**

Trabajo de Titulación

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: FANNY JANETH ALEJANDRO LINDAO

TUTOR: Econ. WILLIAM CAICHE ROSALES MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA FABRICACIÓN
DE PRENDAS DE VESTIR INFANTIL EN LA
CIUDAD DE SANTA ELENA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA,
AÑO 2014”**

Trabajo de Titulación

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: FANNY JANETH ALEJANDRO LINDAO

TUTOR: Econ. WILLIAM CAICHE ROSALES MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad 16 de Mayo del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de la Tesis de Grado, “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR INFANTIL EN LA CIUDAD DE SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.”, elaborado por Fanny Janeth Alejandro Lindao, egresada de la Escuela de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

.....

Econ. William Caiche Rosales, MS

DEDICATORIA

A Dios, por darme la vida y guiarme en el camino del bien, a mis padres Fanny Lindao y Vicente Alejandro, por ser los pilares de mi crecimiento personal que con amor y dedicación no desmayaron en su apoyo para la consecución de mis metas.

A los docentes que impartieron sus conocimientos en todo mi ciclo académico, en la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Fanny Alejandro Lindao.

AGRADECIMIENTO

A mi padre Dios por darme la fortaleza y el don de sabiduría, a mí querido esposo Tito Pita, por ser una ayuda en los momentos difíciles, a mis amigos que colaboraron con la realización en mi proyecto de tesis.

A mi tutor Econ. William Caiche Rosales MSc, por la guía y orientación para la redacción y exposición del presente trabajo, fundamentado en la confidencialidad.

Fanny Alejandro Lindao.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
**DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
**DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL**

Econ. William Caiche Rosales, MSc.
TUTOR

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.
PROFESOR DEL ÁREA

Abg. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL- PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA FABRICACIÓN
DE PRENDAS DE VESTIR INFANTIL EN LA
CIUDAD DE SANTA ELENA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA,
AÑO 2014”**

Autor: Fanny Janeth Alejandro Lindao

Tutor: Econ. William Caiche Rosales, MSc.

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de investigación tiene como objetivo principal plantear la creación de una empresa para la fabricación de prendas de vestir infantil en la ciudad de Santa Elena, a través de estudios realizados tanto de mercado, técnico y financiero para el sector consumidor de prendas infantiles de la ciudad de Santa Elena, su importancia radica por la necesidad de un lugar idóneo que ofrezca al mercado una alternativa diferente y original, promover la legalización e instituir un precedente de nuevas fuentes de empleo y producción a nivel local ya que los habitantes del sector consumen prendas fabricadas en otras partes y muy poco las hechas dentro de la provincia. Por esto es aplicada la investigación para demostrar que existe la necesidad de instaurar una empresa de fabricación de prendas infantiles en la ciudad de Santa Elena que brinde productos confeccionados, siguiendo las normas de buenas prácticas de manufactura y características estimadas por el cliente, a través de la utilización de la tecnología, mano de obra calificada y materia prima idónea, de calidad para incursionar en el mercado de prendas de vestir de tipo casual para niños. Por ende se realizó una fundamentación teórica, que facilite la obtención de datos bibliográficos sobre conceptos e información referente al trabajo de investigación. El estudio de mercado utilizó métodos y técnicas para el análisis e interpretación del instrumento de investigación cuantitativo que reflejó la encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Santa Elena tomando una muestra representativa que refleje datos confiables que puedan ser medibles, con el fin de detectar la realidad del problema y el desarrollo de la propuesta. A través del estudio técnico, financiero se concluyó que la propuesta es viable y que puede contribuir al desarrollo del sector de manufactura de prendas, así lo demuestran las técnicas de medición de rentabilidad con un TIR de 50% y un VAN de \$607.134,86.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	0
CONTRAPORTADA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN EJECUTIVO	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE CUADROS	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
INTRODUCCIÓN	14
Tema	16
Planteamiento del problema.....	16
Formulación del Problema	20
Sistematización del Problema.....	20
Justificación	21
OBJETIVOS	23
Hipótesis	24
Operacionalización de las Variables	26
CAPÍTULO I	28
MARCO TEÓRICO	28
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.....	28
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	32
1.2.1. Creación de empresa de fabricación de prendas de vestir	32
1.2.2. Demanda.....	39
1.3. ENTORNO POLÍTICO LEGAL.....	44
1.3.1. Estructura legal.....	51
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	54
1.5. ANÁLISIS ECONÓMICO.....	55
1.5.1. PIB del Sector	55
1.5.2. Inflación	57
CAPÍTULO II	58
METODOLOGÍA	58
2.1. Diseño de la Investigación	58
2.2. Modalidad de la Investigación	58
2.3. Tipos de Investigación	59
2.4. Métodos de Investigación	60
2.5. Técnicas de Investigación	60
2.6. Instrumentos de Investigación.....	61
2.7. Población y Muestra.....	62
CAPÍTULO III	66
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	66
3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	67

3.1.1. Datos Informativos de la Encuesta:	71
3.2. CONCLUSIONES	88
3.3. RECOMENDACIONES	89
CAPÍTULO IV.....	90
4.1. PRESENTACIÓN.....	90
4.2. NATURALEZA DEL PROYECTO	91
4.2.1. Descripción de la empresa	91
4.2.2. Determinación del nombre del negocio.....	92
4.2.3. Ubicación de la empresa manufacturera	92
4.2.4. Misión	94
4.2.5. Visión	95
4.2.6. Objetivos	95
4.2.7. Valores Institucionales	96
4.2.8. Filosofía.....	97
4.2.9. Slogan.....	97
4.2.10. Logotipo	98
4.2.11. Matriz F.O.D.A	98
4.2.12. Estrategias competitivas.....	99
4.2.13. Estructura orgánicas administrativas.....	100
4.3. MERCADO	105
4.3.1. Análisis de la Demanda.....	105
4.3.2. Proyección de la demanda.....	106
4.3.3. Segmentación de Mercado	107
4.3.4. Determinación de la población objetivo	107
4.3.5. Identificación de los Clientes Meta.....	109
4.3.6. Frecuencia de compra	110
4.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA	110
4.4.1. Proyección de la oferta.....	111
4.4.2. Identificación de los competidores.....	111
4.4.3. Competidores	111
4.4.4. Identificación de los proveedores.....	113
4.5. DEMANDA INSATISFECHA	113
4.6. MARKETING MIX: PRODUCTO, PRECIO, PROMOCIÓN, PLAZA	114
4.6.1. Productos.....	115
4.6.2. Precio.....	121
4.6.3. Estrategia de Distribución	122
4.6.4. Promoción y Publicidad	123
4.7. ESTUDIO TÉCNICO	125
4.7.1. Infraestructura de la empresa	126
4.7.2. Capacidad Instalada	127
4.7.3. Diagrama de Proceso.....	128
4.7.4. Descripción de los Procesos de Producción.....	130
4.7.5. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas	132
4.7.6. Recursos Tecnológicos.....	134

4.8. ASPECTO LEGAL	139
4.8.1. Corporación Financiera Nacional (CFN)	139
4.8.2. Constitución de la empresa	140
4.8.3. Permisos de Funcionamiento del Proyecto	142
4.8.4. Acta de Constitución	146
4.8.5. Fases o Etapas Para la Creación de la Empresa	147
4.8.6. Actividades de la Empresa	152
4.8.7. Estructura Orgánica Administrativa.....	153
4.8.7.1.Descripción de Organigrama Funcional.....	153
4.9. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	155
4.9.1. Inversión Inicial	155
4.9.2. Activos Fijos	156
4.9.3. Capital de Trabajo	158
4.9.4. Resumen de Inversión Inicial.....	159
4.9.5. Financiamiento.....	159
4.9.6. Amortización de la Deuda.....	160
4.9.7. Proyección de ventas.....	161
4.9.8. Costos Operativos	162
4.9.9. Costos Operativos proyectados.....	163
4.9.10. Depreciación	164
4.9.11. Estado de Resultados proyectado.....	164
4.9.12. Flujo de Caja proyectado	166
4.9.13. Balance General proyectado	167
4.9.15. Periodo de Recuperación de la Inversión del Proyecto	169
4.9.16. Punto de Equilibrio.....	170
4.9.17. Indicadores Financieros.....	172
4.10. ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO	173
4.10.1. Análisis de la Evaluación Ambiental	173
4.10.2. Impacto Ambiental	174
4.10.3. Análisis socio económico del proyecto.....	175
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	177
RECOMENDACIONES.....	178
BIBLIOGRAFÍA	179
ANEXOS	182
Anexo 1	183
Anexo 2.....	184
Anexo 3.....	186
Anexo 4.....	186
Anexo 5.....	187
Anexo 6.....	188
Anexo 7.....	191

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 : Variable Independiente	26
Cuadro 2 : Variable Dependiente	27
Cuadro 3 : Actividades Económicas Manufacturera del Ecuador 2010	54
Cuadro 4 : Inflación del Ecuador 2012-2013	57
Cuadro 5 : Fuente de Recolección de Información	61
Cuadro 6 : Población	63
Cuadro 7 : Muestra	65
Cuadro 8 : Diferenciación del producto	100
Cuadro 9 : Proyección de la Demanda	106
Cuadro 10 : Segmento de Mercado Infantil	107
Cuadro 11 : Proyección de la oferta	111
Cuadro 12 : Competidores Locales	112
Cuadro 13 : Demanda Insatisfecha	114
Cuadro 14 : Precios de insumos	121
Cuadro 15 : Gastos de Promociones y Propaganda	125
Cuadro 16 : Capacidad Instalada de la Planta	128
Cuadro 17 : Maquinaria y Equipos Tecnológicos	135
Cuadro 18 : Inversión Inicial	155
Cuadro 19 : Activos Fijos	156
Cuadro 20 : Maquinarias	156
Cuadro 21 : Equipos de Computación	157
Cuadro 22 : Equipos de Oficina	157
Cuadro 23 : Maquinarias y Herramientas	157
Cuadro 24 : Mueble de Oficina	158
Cuadro 25 : Capital de Trabajo	158
Cuadro 26 : Resumen de inversión	159
Cuadro 27 : Amortización de capital	160
Cuadro 28 : Proyecciones de Ventas	161
Cuadro 29 : Costos Operativos	162
Cuadro 30 : Costo Operativos Proyectados	163
Cuadro 31 : Cuadro de Depreciación	164
Cuadro 32 : Estado de Resultado Proyectado	165
Cuadro 33 : Flujo de Caja Proyectado	166
Cuadro 34 : Balance General Proyectado	167
Cuadro 35 : Evaluación Financiera	168
Cuadro 36 : Tiempo de Recuperación	169
Cuadro 37 : Punto de Equilibrio	170
Cuadro 40 : Razones Financiera Proyectadas	172
Cuadro 41 : Impacto Ambiental	174

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 : Beneficios del País.....	34
Gráfico 2 : Cadena de Textil y Confección.....	40
Gráfico 3 : Exportaciones de Colombia de la Cadena Textil y.....	41
Gráfico 4 : Importaciones de Colombia de la Cadena Textil y.....	42
Gráfico 5 : PIB del Ecuador.....	56
Gráfico 6 : Género de la Muestra.....	67
Gráfico 7 : Edad de la Muestra.....	68
Gráfico 8 : Lugar de Residencia.....	69
Gráfico 9 : Ingreso Mensual.....	70
Gráfico 10 : Población con Hijos.....	71
Gráfico 11 : Cantidad de niños por Encuestado.....	72
Gráfico 12 : Frecuencia de compra en Prenda de vestir infantil.....	73
Gráfico 13 : Lugar / Forma de Compra.....	74
Gráfico 14 : Frecuencia de Compra.....	75
Gráfico 15 : Prioridad en la Selección de Prendas.....	76
Gráfico 16 : Atributos de las Prendas Infantiles.....	77
Gráfico 17 : Gastos Promedio en las Prendas de Vestir.....	78
Gráfico 18 : Conocimiento de Otras Empresas Similares.....	79
Gráfico 19 : Preferencia de Lugar de Compra.....	80
Gráfico 20 : Escala de Interés de Existencia de una Empresa.....	81
Gráfico 21 : Aspectos a Orientarse de la Empresa.....	82
Gráfico 22 : Medio de Comercialización.....	83
Gráfico 23 : Productos Adicionales.....	84
Gráfico 24 : Comodidad de Pago.....	85
Gráfico 25 : Alternativas de Pago en la Adquisición del Producto.....	86
Gráfico 26 : Medio Publicitario.....	87
Gráfico 27 : Mapa de Santa Elena.....	93
Gráfico 28 : Mapa de la Ubicación de la Empresa.....	94
Gráfico 29 : Logotipo Fabricación de Prendas de Vestir Infantil.....	98
Gráfico 30 : Estructura Organizacional.....	101
Gráfico 31 : Marketing Mix.....	115
Gráfico 32 : Línea Recién Nacido.....	117
Gráfico 33 : Línea Niña Casual.....	118
Gráfico 34 : Línea Niño Casual.....	119
Gráfico 35 : Productos Sustitutos.....	120
Gráfico 36 : Diagrama de Distribución.....	122
Gráfico 37 : Infraestructura de la Fábrica.....	126
Gráfico 38 : Plano del Edificio.....	127

Gráfico 39 : Diagrama de Proceso de Producción	129
Gráfico 40 : Área de Diseño.....	132
Gráfico 41 : Área de Corte	133
Gráfico 42 : Área de Confección	133
Gráfico 43 : Área de Acabado.....	134
Gráfico 44 : Máquina Cortadora Vertical	135
Gráfico 45 : Máquina de Costura Recta	136
Gráfico 46 : Máquina Overlock	136
Gráfico 47 : Máquina Recubridora	137
Gráfico 48 : Máquina Botonera.....	137
Gráfico 49 : Máquina Planchadora	138
Gráfico 50 : Punto de Equilibrio	171

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 : Crecimiento de las Empresa en el Ecuador.....	35
Tabla 2 : PIB del Sector	55
Tabla 3 : Género de la Muestra	67
Tabla 4 : Edad de la Muestra.....	68
Tabla 5 : Lugar de Residencia.....	69
Tabla 6 : Ingreso Mensual.....	70
Tabla 7 : Población con Hijos	71
Tabla 8 : Cantidad de niños por Encuestado	72
Tabla 9 : Frecuencia de compra en Prenda de vestir infantil	73
Tabla 10 : Lugar / Forma de Compra.....	74
Tabla 11 : Frecuencia de Compra	75
Tabla 12 : Prioridad en la Selección de Prendas	76
Tabla 13 : Atributos de las Prendas Infantiles	77
Tabla 14 : Gastos Promedio en las Prendas de Vestir.....	78
Tabla 15 : Conocimiento de Otras Empresas Similares.....	79
Tabla 16 : Preferencia de Lugar de Compra	80
Tabla 17 : Escala de Interés de Existencia de una Empresa	81
Tabla 18 : Aspecto a Orientarse de la Empresa	82
Tabla 19 : Medio de Comercialización	83
Tabla 20 : Productos Adicionales	84
Tabla 21 : Comodidad de Pago	85
Tabla 22 : Alternativas de pago en la Adquisición del Producto	86
Tabla 23 : Medio Publicitario	87
Tabla 24 : Población Objetivo.....	108
Tabla 25 : Identificación de Clientes Meta	109
Tabla 26 : Productos.....	116
Tabla 27 : Políticas C.F.N.....	139
Tabla 28 : Acta de Constitución.....	146

Introducción

La utilización de prendas de vestir siempre ha sido una necesidad básica del ser humano, tan primordial desde tiempos inmemoriales donde se utilizaban pieles de animales para la confección de ciertos tipos de prendas y acorde para los tipos de estaciones que se presentaren, ha sido tan importante para las personas, tanto que al pasar del tiempo se han ido modificando y perfeccionando los diseños para llevar al confort y comodidad de cada una, amoldándose para cada actividad de acuerdo a parámetros de edad, profesiones, gustos y preferencias.

Así de acuerdo a la edad, los más pequeños también tienen sus exigencias para el uso de prendas de vestir, siendo sus padres los que escogen por ellos según el trato y uso que sus niños le dan a la ropa o cuando existen ocasiones especiales donde desean que los pequeños se distingan utilizando ropa de marca, de buen vestir y de diseños, acorde a la personalidad.

El presente trabajo de tesis surge de la necesidad de brindarle una solución a la problemática en la que se encuentran muchos padres al no existir un lugar idóneo en la elaboración de ropa infantil, representa incomodidad al momento de adquirirlas en busca de variedades como: calidad de tela, diseños, colores y entre otros factores, por lo cual deben dirigirse a otros lugares fuera de su entorno, para poder satisfacer esta necesidad.

La creación de una empresa, considerando un estudio de mercado para viabilizar la fabricación de prendas de vestir infantil, en la ciudad de Santa Elena con el propósito de incursionar y mantenerse en el mercado, en su proceso de diseño y confección de calidad, acorde al nivel económico existente, está dado en este trabajo en cuatro capítulos que se resumen en marco teórico, metodología, análisis de resultados y propuesta. Dentro de los antecedentes podemos indicar que se muestran los motivos y circunstancias que conllevan al análisis

pormenorizado de la problemática al no justificar la poca producción de prendas de tipo casual dentro de la ciudad de Santa Elena.

La metodología se desarrolló considerando una investigación de tipo cuantitativa, donde la recopilación de información fue primordial por medio del tipo de investigación de Campo, Aplicada y Bibliográfica, por medio de métodos de observación y deductivo, se utilizó como instrumento de investigación la encuesta, para conocer las opiniones de clientes y analizar el sector de la ciudad de Santa Elena.

La evaluación de los resultados obtenidos por medio de la encuesta proporcionó información necesaria para guiarnos para el posterior diseño de las conclusiones y también la aceptación de la población mediante la muestra escogida a quienes se les realizó la encuesta.

La propuesta muestra un diseño orgánico funcional, un tanto reducido pero bien estructurado de la empresa con cada una de sus funciones dentro del proceso de fabricación de prendas de vestir infantil, así como también un análisis económico-financiero del proyecto donde los resultados de evaluación financiera muestran una rentabilidad en su utilidad neta del primer año del 5% en relación a sus ventas y una tasa interna de rendimiento del 50% en la evaluación de aceptación de la creación de la empresa de fabricación.

Tema

“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR INFANTIL EN LA CIUDAD DE SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”

Planteamiento del problema

En la provincia de Santa Elena de acuerdo a la estructura sectorial de la población económicamente activa, esta se concentra en las zonas rurales, siendo sus principales actividades: agricultura, manufactura, comercio, enseñanza, construcción, entre otras, la mayoría de estas desarrolladas empíricamente con sus destrezas y habilidades de sus pobladores.

La principal actividad generadora de ingresos es la pesca artesanal, realizada en los diferentes puertos y enviadas a otras provincias para proveer el sustento de sus habitantes, las ramas del comercio de bienes y servicios también ha crecido sustancialmente en los últimos años y muchos más después de instituirse la creación de la provincia de Santa Elena.

La provincia con su desarrollo industrial ocupa un tercer lugar en manufactura y según reportes del SRI en el 2008, obtuvo en ventas de confección de prendas de vestir \$760 mil dólares considerando esto como un ingreso adicional para la población y así posicionándose en quinto lugar entre las actividades manufactureras. (Cely, 2010-2013).

Las verificaciones en el campo muestran que la mayoría de las marcas de prendas de vestir infantil que los locales expenden son empresas extranjeras, teniendo el

producto nacional poca cabida ya que la mayoría de ropa es importada de Estados Unidos, Panamá, China, Colombia y otros países más tecnificados donde estas ven a Ecuador como un nicho de mercado atractivo para ellas.

Son estas empresas las que se valen de los grandes distribuidores para colocar sus productos en nuestro país a costos menores que la producción nacional, así mismo los pequeños distribuidores comercializan estas prendas infantiles dentro de las distintas ciudades, entre las marcas más reconocidas que se presentan tenemos: Bebe Crece, Carters, Pasa, Children Place, BT Kids, Baby Gap. De esta realidad también forma parte la ciudad de Santa Elena, donde también podemos encontrar estas marcas en los diferentes locales de prendas de vestir.

Tomando referencia de las diferentes marcas extranjeras que se comercializan en la ciudad de Santa Elena, si se consideraría en plasmar nuestra propia marca peninsular a través de la creación de una empresa manufacturera, podría reducir el índice de importación de prendas de vestir infantil, al igual que si se utilizaría los recursos invertidos en traer mercadería de otros países, para incrementarse en la adquisición de producto nacional y así el nivel socioeconómico y productivo tendría un crecimiento considerable.

De acuerdo a observaciones e investigaciones se destacan que en la ciudad de Santa Elena, solo existe una empresa legalmente establecida en los registros de la Superintendencia de Compañías, pero no está ejecutando sus actividades de manufactura de prendas de vestir infantil, porque no poseen una infraestructura física de tipo industrial como: local adecuado, maquinaria tecnificada y mano de obra calificada, por tales razones no se brinda un producto de excelente calidad y variedad que exigen los consumidores.

La estructura de la comercialización de ropa infantil dentro de la ciudad de Santa Elena, actualmente se basa en la importación de prendas de vestir, por la inexistencia de la industria manufacturera local, lo cual se toma como una

oportunidad para el desarrollo del sector manufacturero para la confección de este tipo de productos, de ahí se toma la necesidad de la creación de una empresa tecnificada y calificada para poder competir en el mercado local, dándole un valor agregado al producto nacional y a su vez destacando la excelencia de los factores de producción existentes en el sector.

Ubicación del Problema

En la ciudad de Santa Elena no existe una empresa que confeccione prendas de vestir infantil de buena calidad, con personal capacitado y calificado, considerando la mano de obra artesanos o profesionales en esta rama, en la que ocasiona una problemática para los clientes en general, pues encuentran en el mercado modelos repetidos, e insatisfacción en sus características, no teniendo otra alternativa de comprar las ofertas que le brindan, tal que ellos buscan comodidad al momento de obtenerlas, así como también calidad, diversidad de diseño y bajo costo en la adquisición.

Por tanto las empresas extranjeras que son las que distribuyen las prendas infantiles dentro del territorio de la ciudad, no tienen tales cualidades pues estas fabrican en volúmenes excesivos, donde pierden las características específicas que ellas requieren, perdiendo así el interés por no estar acorde a los gustos y preferencias de los clientes.

En la actualidad la ciudad de Santa Elena es prácticamente consumida y poco productora, razón por la cual se debe desarrollar ahora empresas de fabricación de textiles, que permita el crecimiento de la localidad brindando fuentes de trabajo, así también destacando el sector manufacturero.

En la ciudad de Santa Elena, fuente de esta investigación, se cuenta con un alto potencial de mano de obra artesanal, en la cual se está desaprovechando sus capacidades y cualidades ya que ellos están capacitados y calificados, esto se

convierte en un obstáculo para el desarrollo de la industrial textil así también afectando el crecimiento y desarrollo de la provincia de Santa Elena.

La educación, es la base para el desarrollo artesanal, económico y productivo pues este sector existe tal escasez de conocimientos técnicos especializados en manufactura industrial para la confección de prendas de vestir, ocasionando que las familias se encuentren insatisfechas al no encontrar al momento de adquirirlas.

La falta de apoyo de entidades gubernamentales influye en el agravamiento de los problemas que se le presentan a los microempresarios dedicados a la confección de prendas de vestir infantil en la ciudad de Santa Elena. La falta de capacitación para confección de prendas infantiles no ha permitido que las personas puedan incursionar en este campo del comercio.

La falta de variedad y mejor calidad de prendas de vestir infantil produce el malestar y descontento de las personas al no encontrar lo que buscan. La falta de extensión de líneas de crédito para las actividades de comercio, es una de las más importantes causas que ahonda la situación económica.

La inexistencia de empresas de fabricación que no tengan el mayor apoyo para el emprendimiento al sector de prendas de vestir infantil en la ciudad de Santa Elena. El poco empleo en el sector de confección de ropa infantil desmotiva a muchas personas con talento a incursionar en carreras al diseño y confección de prendas de vestir.

El bajo nivel de ingresos que perciben los habitantes y que no les permite mejorar su nivel de vida. El conformismo en las actividades de comercio. Constante e incluso crecientes niveles de migración. Estas y otras son muchas de las causas y consecuencias que se le atribuyen a este problema.

El incremento de empresas de fabricación, previendo una alta calidad en las prendas confeccionadas localmente, ocasionaría en primera instancia el declive de las actividades de los comerciantes dedicados a la venta de mercaderías importadas. Considerándose la inexperiencia de las novatas empresas que incursionen en el medio de fabricación textil, se puede ocasionar una deficiencia en la oferta de mercaderías, tal que no pueda cubrir la demanda percibida de los habitantes, se diagnostica la escasez de la materia prima y el retraso prolongado en el desarrollo de esta actividad, que afectará al entorno de mercado.

El conformismo de emprendimiento continuará por la insuficiencia de conocimiento en el ámbito innovador. A través del resultado de las deducciones anteriormente mencionadas se ha buscado la necesidad de la creación de una empresa para la fabricación de prendas de vestir infantil, que brinde una óptima calidad en tecnología (máquinas industriales), elaboración (mano de obra calificada) para un acabado profesional de confecciones y potencializar la fabricación de prendas infantiles.

Y también llegando a las expectativas de las consumidoras en la obtención de prendas infantiles sin necesidad de dirigirse a lugares fuera de su entorno y brindando un apoyo al crecimiento del comercio de la ciudad de Santa Elena.

Formulación del Problema

¿Cómo contribuirá el análisis de los resultados económicos para la creación de una empresa de fabricación de prenda de vestir infantil, para cubrir la demanda de ropa casual en la ciudad de Santa Elena, provincia de Santa Elena?

Sistematización del Problema

✓ ¿Cuál será la metodología de investigación a utilizar en el desarrollo del problema?

- ✓ ¿Existirá algún estudio de la propuesta que se ha planteado sobre la cual evaluar el proyecto?
- ✓ ¿Qué técnicas de evaluación financiera se utilizarán en el presupuesto de capital para conocer la rentabilidad de la propuesta de creación de empresa?
- ✓ ¿Qué tipo de prendas infantiles son mayormente ofertadas por los proveedores?
- ✓ ¿De qué manera contribuirán los resultados económicos para la creación de la empresa en la ciudad de Santa Elena?
- ✓ ¿Cuál será su viabilidad para la propuesta en marcha de la creación de la empresa de fabricación de prendas de vestir infantil?

Justificación

La investigación generará diferentes situaciones de discusión sobre las nociones que se tienen en el área geográfica de la Provincia de Santa Elena, tanto en los ámbitos social, sociológico, económico, político, entre otros. En el proceso del proyecto se utilizarán métodos cuantitativos con el fin de alcanzar el objetivo de estudio, en el que se acude al empleo de técnicas e instrumentos para conocer el tamaño de la muestra a través de encuestas sobre la conducta y características de consumo o preferencias de consumidores de prendas de vestir infantil de buena calidad en la ciudad de Santa Elena.

Los resultados económicos se medirán a través del uso de técnicas en las finanzas administrativas tales como los índices de rentabilidad, para conocer cuál será el margen de utilidad y su nivel determinado en ventas, las técnicas de presupuesto de capital ayudarán al desarrollo de la evaluación del proyecto en su nivel de rendimiento y recuperación.

La investigación e información de datos estadísticos, servirán para el fortalecimiento de la idea de plantear la propuesta de crear una empresa de fabricación en prendas de vestir infantil, la cual brindará un aporte para ayudar a disminuir la falta de plazas de trabajo y en lo económico mejorar la situación actual de la colectividad y de la nueva propuesta de proyecto.

Generar fuentes de trabajo en base a la mano de obra calificada que tiene la ciudad de Santa Elena y a su vez beneficiando financieramente a la persona que ejecuta el proyecto. La investigación de mercado podrá servir como texto de consulta para futuros profesionales que estuvieren en situaciones similares y lo que se plantea servirá como marco de referencia para ellos.

La presente investigación se desarrolla mediante la delimitación de la ciudad Santa Elena provincia de Santa Elena, con una población de 10.739 niños comprendidos entre 0 a 8 años de edad, el estudio responde de forma clara a la necesidad de la creación de una empresa, que tiende a satisfacer la necesidad de los consumidores al adquirir prendas de calidad y de accesibles costos para sus infantes, sin tener que recurrir a otros sectores fuera del entorno.

La investigación tiene muchas expectativas para su desarrollo, la cual pretende evidenciar una problemática de esta índole y el cómo resolverla ante la demanda y la oferta de prendas de vestir infantiles, a fin de mejorar el factor económico del entorno y generar fuentes de trabajo.

La investigación realizada buscará cubrir la demanda de clientes insatisfechos. Tal que es importante y relevante para la comunidad, con el estudio de factibilidad de la creación de una empresa para la fabricación de prendas de vestir en la ciudad de Santa Elena Provincia de Santa Elena.

El estudio de investigación ayudará al desarrollo fomentando el comercio y la economía local. Se puede asegurar que el proyecto tiene un plan original ya que

en la ciudad de Santa Elena no existe una empresa que fabrique prendas de vestir infantil con las características mencionadas en el planteamiento del problema.

Específicamente no es contextual, ya que no se enfatiza para un estudio educativo, pero sí para el desarrollo de comercio en el sector poblacional con la propuesta de la creación de una empresa para la fabricación de prendas de vestir infantil en la ciudad de Santa Elena.

La investigación busca formar una propuesta factible que genere recursos económicos, siendo una iniciativa factible para quienes van a desarrollarlo y también brindar ingresos al entorno poblacional. También se ve como una alternativa para los comerciantes, ya que ellos en la actualidad importan las prendas de vestir, estos productos esperados representarían un ahorro en sus costos de adquisición.

El planteamiento de la propuesta se desarrolla a través de las variables tanto independiente (creación de la fábrica de prendas de vestir infantil) y la dependiente (los resultados económicos), con el fin de un desarrollo productivo para el proyecto.

La propuesta del proyecto será desarrollada en la ciudad de Santa Elena, dirigida a los pobladores de edades entre el rango de 15 – 70 años, quienes serán los que adquirirán información sobre las características de la prenda, calidad, diversidad de diseño, de igual manera datos adicionales que nos proporcionen en que será parte fundamental para la investigación.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar los resultados económicos que permitan decidir la creación de una empresa, que viabilice la fabricación de prendas de vestir infantil, como

alternativa para cubrir la demanda de ropa casual de la ciudad de Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2014.

Objetivo Específico

- ✓ Establecer un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda que implica la creación de la empresa.
- ✓ Elaborar el modelo de proceso de producción de la empresa para la fabricación de prendas de vestir infantil.
- ✓ Ejecutar las técnicas de presupuesto de capital para conocer el rendimiento del proyecto.
- ✓ Elaborar los estados financieros proyectados con sus respectivos análisis de rentabilidad para el periodo determinado en 10 años.
- ✓ Realizar la propuesta de la creación de empresa mediante un estudio técnico, social y económico que viabilice la fabricación de prendas de vestir en la ciudad de Santa Elena de la provincia de Santa Elena.
- ✓ Establecer los requerimientos de talento humano necesarios acorde al tamaño del proyecto en las áreas administrativas y productivas.

Hipótesis

¿El análisis de los resultados económicos permitirá la viabilidad de la creación de una empresa de fabricación de prendas de vestir infantil, en la ciudad de Santa Elena, provincia de Santa Elena?

Operacionalización de las Variables

Variable Independiente:

Los resultados económicos

Variable Dependiente:

Creación de una empresa de fabricación de prendas de vestir infantil.

Operacionalización de las Variables

Cuadro 1 Variable Independiente

Hipótesis	Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
¿El análisis de los resultados económicos permitirá la viabilidad de la creación de una empresa de fabricación de prendas de vestir infantil cubrirá la demanda de ropa casual, en la ciudad de Santa Elena, de la Provincia de Santa Elena?	Resultados Económicos	Son los datos obtenidos luego de un proceso de tipo productivo, administrativo que miden el rendimiento de las empresas, evalúan su posición dentro y fuera del entorno del mercado y se proyectan en el futuro, mediante el uso de principios generalmente aceptados y estandarizados.	Proceso productivo de las prendas Entorno del Mercado Principios generalmente aceptados	Frecuencia de adquisición de prendas Clientes Segmentación Preferencia Calidad, variedad, diseño Percepción Ahorro Precio de mercado Ahorro de tiempo local/tienda	¿Cuál es su frecuencia de compra en prendas infantiles? ¿En su familia quienes compran las prendas infantiles? ¿Al momento de adquirir las prendas de vestir infantil a que le da prioridad? ¿Qué aspecto debe orientarse la una empresa de manufactura de prendas de vestir infantil? ¿La comodidad de pago es primordial para usted al momento de comprar? ¿Cuál es su promedio de gasto mensual en la compra de prendas infantil? ¿Le gustaría comprar las prendas infantiles en la ciudad de Santa Elena?	Encuesta

Fuente: Operacionalización de la Variable Independiente

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Cuadro 2 : Variable Dependiente

Hipótesis	Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
¿El análisis de los resultados económicos permitirá la viabilidad de la creación de una empresa de fabricación de prendas de vestir infantil cubrirá la demanda de ropa casual, en la ciudad de Santa Elena, de la Provincia de Santa Elena?	Creación de una empresa de fabricación de prendas de vestir infantil	Es la identificación de una oportunidad empresarial, donde es necesario adquirir, organizar y combinar de manera eficiente y eficazmente los factores de producción para elaborar productos de calidad, objeto de una nueva empresa donde se busca contribuir a la sociedad generando nuevas oportunidades de plazas de trabajo en la ciudad de Santa Elena, provincia de Santa Elena.	Organización Observación del entorno de la empresa Factores de producción Colectividad o Sociedad	Estructura organizacional Funcional Inflación, competidores Canales de distribución de Estrategias de marketing Tecnología Materia prima Mano de obra Producto Fuente de empleo Desarrollo personal	¿Cuáles son las funciones de cada departamento de la empresa? ¿Cuáles son sus características o atributos considera usted al momento de adquirirla las prendas infantiles? ¿Qué tipo de prendas infantil prefiere usted al momento de adquirirlas? ¿Dónde usted observa los modelos de prendas de vestir infantil? ¿En qué lugar compra las prendas infantiles? ¿Le gustaría prendas de calidad y precio módico al momento de adquirir prendas de vestir? ¿Está de acuerdo que aumente el comercio para que la provincia tenga mayor calidad de vida y crecimiento económico? ¿Considera beneficio que se cree una empresa donde brinde fuentes de trabajo?	Encuesta

Fuente: Operacionalización de la Variable Dependiente

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes del tema

El Ecuador ha tenido en los últimos años un gran desarrollo en su industria textil aunque concentra la misma en unas cuantas ciudades principalmente de la sierra, la diversificación del sector ha hecho que se elaboren muchos tipos de productos siendo hilados y tejidos los de mayor volumen de producción y cada vez es mayor la producción de prendas de vestir. De acuerdo a estimaciones realizadas por la asociación de industriales textiles del Ecuador, alrededor de 50.000 personas trabajan directamente en empresas de textil, y con una estimación superior a 200.000 elaboran indirectamente.

Según datos estadísticos del BCE podemos estimar que en el Ecuador las importaciones en el año 2010 es \$2.363,88 en el 2011 no realizó importaciones y en el 2012 continuó realizando su actividad a un costo de \$3.088, en cambio sus exportaciones del año 2010 fueron de \$201.98, el 2011 de \$148.76 y en el año 2012 \$73.09, tales que se visualiza que el país posee más importaciones en la que solo adquiere los productos del exterior en vez de invertir en infraestructura para los productos de la localidad.(Exportaciones, 2012).

En la provincia de Santa Elena sus actividades sectoriales con la que cuentan son: agricultura, silvicultura, caza y pesca capta un 24%, comercio con un 18%, manufactura con 10 %, construcción ocupa un 9%, enseñanza un 4% y otras actividades con el 35%, la cual su principal actividad es la agropecuaria y pesquera, concentrándose en las zonas rurales por su mayor población y seguido el comercio, desarrollándose en la zona urbana. El sector manufacturero cuenta con 59 actividades de las que se desarrollan, empezando desde la fabricación de harina de pescado hasta fabricación de tules, ocupando en quinto lugar la

fabricación de prendas de vestir, todas estas actividades representan un ingreso aproximado de 41'459.225 de dólares a través de sus ventas totales siendo una productividad para la provincia de Santa Elena. (Nathalie, 2010).

“Las actividades van desde la fabricación de harina de pescado hasta la fabricación de de tules y tejidos, de estas actividades industriales, se destacan 10 industrias, que en conjunto significaron el 96 % de las ventas totales de las actividades manufactureras en Santa Elena, y de estas, las 5 primeras aportaron el 90 % de las ventas totales de la provincia”. (Econ. Nathalie Cely, 2010)

La ciudad de Santa Elena es una de las provincias más jóvenes ya que fue creada el 7 de noviembre del 2007, la cual forma parte de unas de las zonas costeras del Ecuador correspondiente a la zona de planificación 5, tiene una extensión de 3.880 Km². Su capital es la ciudad de Santa Elena (Wikipedia, 2010).

Según datos del censo 2010, tiene una población aproximada de 53.174 habitantes, de los cuales pertenecen a la zona urbana 39.681 y zona rural 13.493 respectivamente, del cual se tomará como referencia la zona urbana, por sus costumbres e infraestructura de la ciudad, de tal manera que la nueva empresa se ubicará en la avenida comercio y calle Abdón Calderón por ser zona céntrica, por ser una vía muy transitada, tanto por los moradores de la ciudad como también por sus visitantes o turistas, alrededor de este sector existen tiendas de víveres y restaurantes, destacando así su movimiento comercial.

La ubicación es considerada una ventaja por la dirección ya que es un punto estratégico donde los futuros clientes, transitan normalmente realizando sus compras de víveres, productos, entre otros.

Considerando esta ventaja se estima que los posibles clientes estarían dispuestos a acercarse al nuevo local a adquirir las prendas para sus niños, por lo que sería un complemento ideal para ellos. Otra ventaja que se considera es el ahorro de

tiempo al estar céntrico y costo en la adquisición por parte de los diferentes consumidores.

El sector de textiles genera un gran número de plazas de empleo, tanto directamente con la mano de obra legalmente contratadas; como indirectamente con los trabajos de posicionamiento y distribución en el mercado de prendas de vestir. En Santa Elena existen 2 asociaciones y 9 artesanos dedicadas a la confección de productos textiles, en que demuestra ser los posibles micros competidores directos. (IEPS, 2012).

La producción que realiza la industria textil en su mayoría es para la distribución local, sin embargo en los últimos años hubo una tendencia al crecimiento en las exportaciones de estos tipos de productos en la balanza comercial del Ecuador y se ha mantenido como una tendencia normal, debido a la inversión en maquinaria que han realizado los industriales textiles para competir en esta economía globalizada. No solo se ha invertido en esto, también en capacitación para mejorar el desarrollo y tener una mano de obra eficiente y productiva e innovar en la creación de nuevos productos.

Para ser competitivos también influyen factores externos a nivel de país, y la industria requiere que el costo país disminuya para poder estar acorde con otros países, principalmente en los rubros como costos laborales, costos de los servicios básicos y transportes de carga, que hacen que el producto final encarezca su costo de producción; también las leyes juegan un papel importante, los impuestos y aranceles en materias primas y regímenes laborales más flexibles que ayuden a obtener productos competitivos.

Gracias al apoyo del gobierno, en los últimos años el sector ha avanzado en grandes cambios en negociaciones y acuerdos comerciales llegando así la producción nacional hacia otros países como Estados Unidos, La Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica, procurar estos acuerdos para

garantizar un acceso preferencial a esos mercados a largo plazo y no está demás ampliar las exportaciones hacia más países latinoamericanos y europeos para contribuir con la generación de ingresos al país y más empleo.

Al igual que en otros países, en Ecuador también existe el contrabando o comercio ilegal de mercaderías de estos tipos de productos, muchos comerciantes optan por traer al país prendas por esta vía ilegal y lucrarse de forma inescrupulosa, a pesar del incremento de controles por parte del gobierno nacional aún se dan estas prácticas, sin embargo la erradicación de este mal debe darse con la ayuda de todos los involucrados en bien de un país mejor desarrollado y con una cultura mucho más leal al producto nacional. (AITE Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2013).

“Las empresas de moda, sobre todo de Perú, quieren instalarse con fábricas y tiendas, atraídas por la demanda. La estabilidad de la moneda, el despertar de la industria local y el incremento de consumo de textiles en el mercado ecuatoriano marcan el interés de la oferta textil internacional”. (Telégrafo, 2012).

El presente trabajo de creación de empresa de fábrica de prendas de vestir infantil, en la ciudad de Santa Elena, tiene la finalidad de acaparar esta oportunidad de demanda del sector local, para desarrollar la producción en el sector manufacturero de confección de textil, reflejando la calidad, diversidad, diseños y comodidad para la obtención del producto al cliente en la que se visualice su satisfacción.

1.2. Fundamentación Teórica

1.2.1. Creación de empresa de fabricación de prendas de vestir

Definición de Creación de empresa

La creación de una empresa vista desde un punto académico, es materia de discusión por el estudio de los factores que intervienen para la puesta en marcha de los proyectos, engloba aspectos políticos gubernamentales, donde la búsqueda del desarrollo colectivo hace que se deba generar mayores fuentes de trabajo e innovaciones tecnológicas positivas.

El autor Veciana define los principales componentes de proceso de creación de una empresa:

“Los principales proceso de creación de empresas: el perfil del empresario, la identificación y evaluación de oportunidades empresariales, las etapas a seguir para crear un empresa, el plan de empresa, las vías de financiación, las distintas formas jurídicas que pueden adoptar la empresa y las ayudas disponibles en las distintas administraciones” (Veciana, 2008).

Las nuevas empresas sustituyen a las que ya ha completado su ciclo de vida, recopilando las oportunidades de negocios que los cambios en la tecnología, los mercados, las instituciones y la sociedad proporcionan, tales innovaciones de empresa apoyan así al crecimiento económico, al crecimiento de la tasa de empleo y a la evolución de la economía.

La creación de una empresa demanda obtener un marco teórico administrativo, de la cual se imparte de una idea que se va madurando a través del proceso investigativo y debe de alcanzar hasta vencer la incertidumbre que genera su posible viabilidad.

El éxito o fracaso de una empresa a la cual se le compara con un organismo, involucra un proceso que pueden asimilar al nacimiento, desarrollo, sostenimiento y hasta su posible extinción (Mendoza, 2010).

Desarrollo de la Empresa

La empresa tiende a desarrollarse según el proceso de creación, el cual determina los pasos a seguir y que se consideran a continuación: El perfil del empresario, causas y problemas de la creación, la identificación y evaluación de oportunidades empresariales, el plan de empresa, las vías de financiamiento y las distintas formas jurídicas y legales que pueden adoptarse en una empresa.

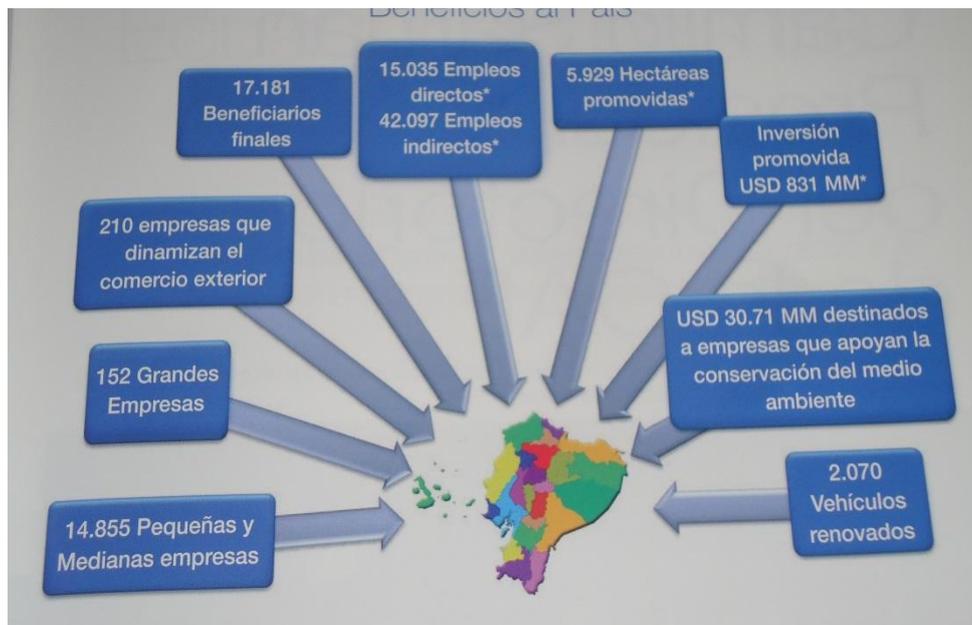
La creación de empresas abarca varios ámbitos, uno de ellos dentro del presente proyecto es el académico, ya que el estudiante se apoya en la investigación científica y presenta nuevos aportes para futuros trabajos y aplica las técnicas y procedimientos que a lo largo de la Carrera de Desarrollo Empresarial le han sido impartidas, pero no solo en este ámbito, también en el socioeconómico ya que con la creación se espera elevar la tasa de crecimiento económico del sector, brindando fuentes de trabajo que contribuyan a resolver el problema de la comunidad.

El presente proyecto tiene el apoyo económico de una entidad financiera como es la Corporación Financiera Nacional (CFN), que diseñó un producto financiero denominado “Programa de Financiamiento para Emprendedores”. Tal entidad apoya con recursos financieros, a través de sus línea de créditos financieros aporta con un 80% del proyecto, los cuales son dirigidos para los activos fijos en (obras civiles, infraestructura, maquinaria, equipos) y para el capital de trabajo (compra de materia prima, pago de mano de obra directa), estos son de acuerdo a los plazos estimados por la Institución. (Nacional, 2011).

En el 2011 uno de los sectores mayormente beneficiados por créditos de la institución fue el manufacturero, que correspondió a un 35%, comercio un 12% del total nacional. Por tal razón aporta con un 70% de financiamiento en proyectos nuevos a personas naturales o jurídicas en el sector de manufactura, también brindan programas de capacitaciones para fomentar el desarrollo de micro, pequeños y medianos empresarios.

La CFN en el 2011, ha puesto en marcha su programa de capacitación a nivel nacional de los cuales ha obtenido resultados favorables tanto como para micro empresas, medianas y grandes, así como se demuestra en el gráfico siguiente:

Gráfico 1 : Beneficios del País



Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Macro Empresas

Tabla 1: Crecimiento de las Empresa en el Ecuador

Actividades	Micro empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grande Empresa
Empresas nacionales por tamaño	95,4%	3,8%	0,6%	0,2%
Aporte a la generación de empleo	44%	17%	14%	25%
Ingresos por Venta	24%	21%	18%	37%

Fuente: Censo Nacional Económico 2010 INEC

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

De acuerdo a los datos estadísticos del último censo del INEC, el 95,4% corresponde a las microempresas del Ecuador, es decir un porcentaje representativo para el sector económico y que en los últimos años ha tomado gran fuerza con el apoyo del gobierno de la revolución ciudadana, con sus programas de financiamientos y leyes de equidad, y con un crecimiento a futuro de creación de nuevas microempresas. El 3,8% de pequeñas empresas ya formadas y también formales pero con un porcentaje menor al de las microempresas; es decir, un sector que crecería si la estructura de las micro se desarrollara tecnológicamente; el 0,6% y el 0,2% corresponde a empresas ya establecidas y reconocidas a nivel nacional y que están en constante innovación tecnológica e industrial.

En consideración a la generación de empleo el 44% corresponden a las microempresas, que son generadoras de fuentes de trabajo y aportan al desarrollo del país, disminuyendo el desempleo y subempleo existente; así mismo el

incremento de ingresos monetarios al presupuesto general del estado, pero es necesario el apoyo de instituciones privadas y públicas que brinden líneas de financiamiento para que estas se desarrollen.

Las grandes empresas son la segunda fuente de empleo con un 25% después de las micro por ser corporaciones nacionales, en las cuales requieren de incremento de trabajadores al momento que estas generan nuevos proyectos.

Los ingresos por venta en el Ecuador luego del petróleo, son generados por las categorizadas grandes empresas, a pesar que en su tamaño no tienen un porcentaje satisfactorio, sin embargo ellas en las ventas representan un 37% del total nacional seguidas por las microempresas en un 24%, es decir producen bienes y servicios en mayor grado.

Observación del entorno de la empresa

La empresa siempre busca la justificación de existencia y su legitimidad como organización social en su posibilidad y capacidad de producir productos o servicios lucrativos para satisfacer necesidades de una población, es decir nace de una idea de negocio basada en la oportunidad empresarial, en las cuales el empresario debe identificar algunos factores del entorno de una empresa que tenga ventajas a competir.

➤ Canales de distribución

Las funciones de la distribución son: transportar, fraccionar, almacenar, surtir, contactar e informar sobre la cadena que toma el producto o vías hasta llegar a un consumidor final, que es quien dará la aceptación del mismo en el mercado o su respectivo rechazo al no cumplir las exigencias y requerimientos de ese mercado objetivo.

Existen muchos factores que inciden en la decisión de ubicar un canal de distribución apropiado para nuestro producto, el estudio del entorno nos dará las pautas para escoger el adecuado, que nos permita llegar hacia el consumidor final o mercado objetivo, dentro de los cuales podemos anotar los siguientes aspectos de importancia: patrones de compra, necesidades del cliente, recursos de la empresa, número de clientes, dispersión geográfica

Un estudio de los patrones de compra y las necesidades de los clientes nos podrá indicar si es factible utilizar la distribución fabricante-consumidor o canal directo, aunque esto podría no ayudar al proyecto en primera instancia o podría reducir sus posibilidades de éxito al querer hacer conocer una marca o tipo de producto. El tipo de producto que el proyecto ambiciona expender como lo son las prendas de vestir, es decir un bien de consumo, se aconseja hacerlo por intermediarios o canales intermedios, lo que se busca es abarcar un gran nicho de mercado y hacer conocer el producto.

“Las estrategia de comercialización es un factor importante en el mundo ya que es la actividad primordial y se reala cotidianamente en el comercio, comercializar es importante ya que los países tienen una forma de elevar su economía y tiene preferencias arancelaria y tratado que puedan tener ventajas competitivas.” (Economía, 2012).

“La comercialización ha surgido desde tiempos antiguos utilizándose el trueque para el intercambio de productos, cuya actividad debe de ser concluida en la necesidad de obtener las mercancías que no tenían al alcance, esto denomina el comercio al tener más efectividad de comercialización el cual se tiene mayor intercambio económico y un interés en la zona de libre comercio en el intercambio de productos”. (Crecimiento del Mercado de Comercio de Servicio, 2011).

Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

Así, comercializar un producto es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

➤ **Segmentación**

Para presentarse en el mercado se debe conocer de antemano la segmentación de mercado, en la que detalla un concepto:

“Consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con características similares. A cada uno de estos grupos se denominan segmento de mercado. La segmentación se puede hacer según diferentes criterios:

Geográficos: barrio, localidad. Provincia, zona cálida o fría.

Demografía: edad, sexo

Personales: estilo de vida, profesión, ingreso, cultura.

Familiar: tamaño y estructura de las familias, situación.

Psicológicos: motivaciones de compra, actitud ante del producto.

Conductuales: fidelidad a un producto o marca, regularidad de compra”. (Marketing, 2012).

➤ **La mezcla de la mercadotecnia (las cuatro p)**

Esta mezcla es conocida como el marketing Mix o herramientas que usan las empresas para implantar las estrategias de mercadeo y alcanzar los objetivos trazados; los elementos que conforman esta mezcla según varios autores son: producto, precio, plaza y promoción, aunque otros han incrementado más factores como procesos y personas siendo estos últimos más integrados al aspecto administrativo pero que igual forman parte en las decisiones mercadológicas tenemos:

Producto.- Es cualquier bien, servicio, idea, personal, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad.

Precio.- Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

Plaza.- Elemento de la mezcla que se utiliza para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente a través de canales de distribución.

Promoción.- La comunicación persigue difundir un mensaje y que este tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado.

1.2.2. Demanda

Contexto Demanda

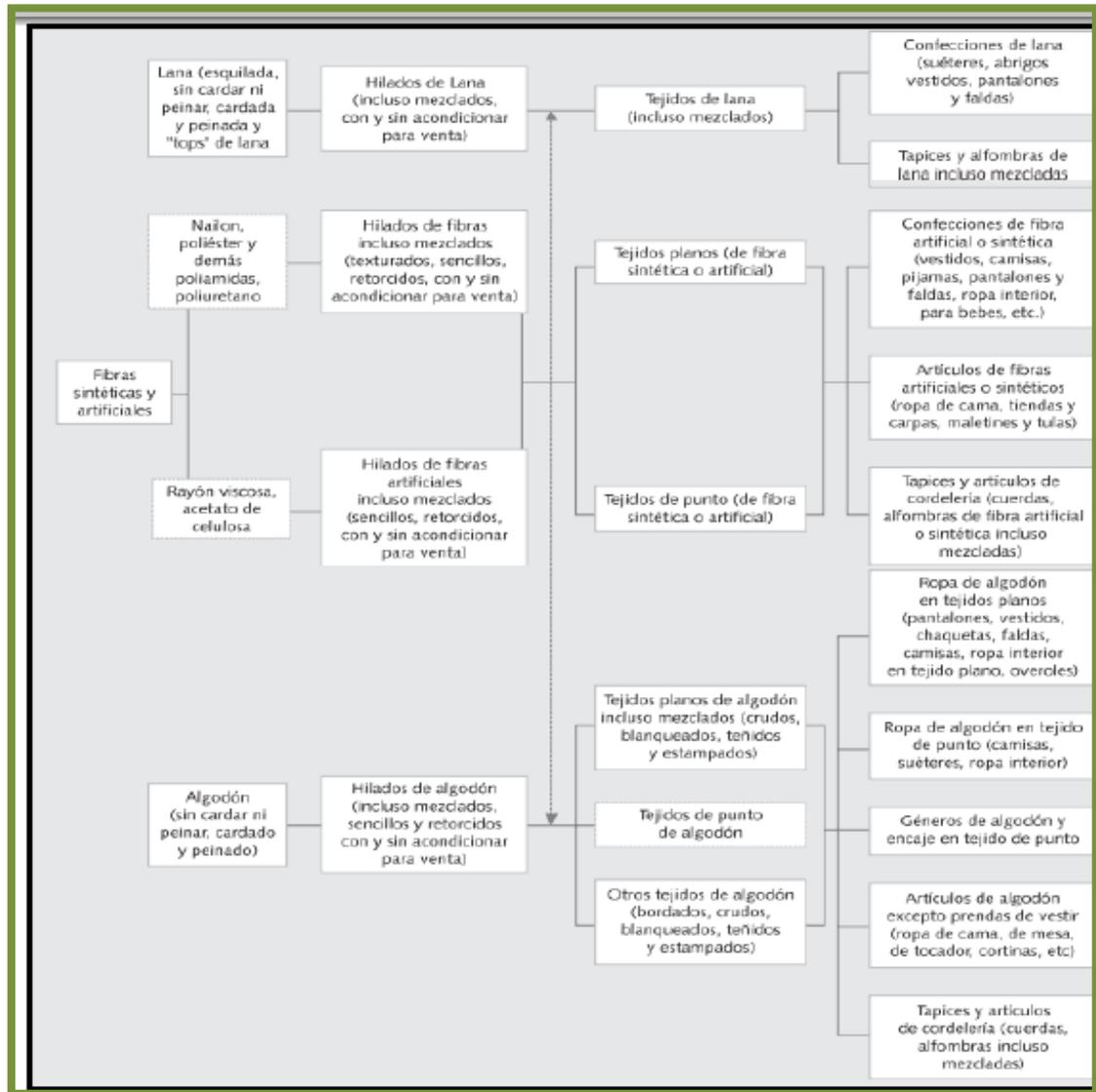
Es la calidad o cantidad de bienes o servicios que el mercado necesita satisfacer a consumidores con precio acordes al nivel económico, en que el investigador debe detallar, estadísticamente con instrumentos, qué necesita.

Demanda se enfatiza, en cubrir las necesidades de varios individuos o colectividad hacia los sectores, que en este caso ofrecen bienes y servicios y que estos sólo pueden ser adquiridos dependiendo de las rentas o capacidad adquisitiva de los mismos individuos.

Busca establecer y evaluar las fortalezas que el mercado posee para retomar un producto o servicio como determinando: precio, nivel de ingresos económicos, precios de productos o servicios sustitutos, también analizando los gustos y preferencias de los consumidores.

De acuerdo a la cadena textil y confecciones, las oportunidades de aumentar la cantidad y el valor agregado en sus aportaciones son en base a las exportaciones que se realizan con Estados Unidos desde el 2011.

Gráfico 2: Cadena de Textil y Confección

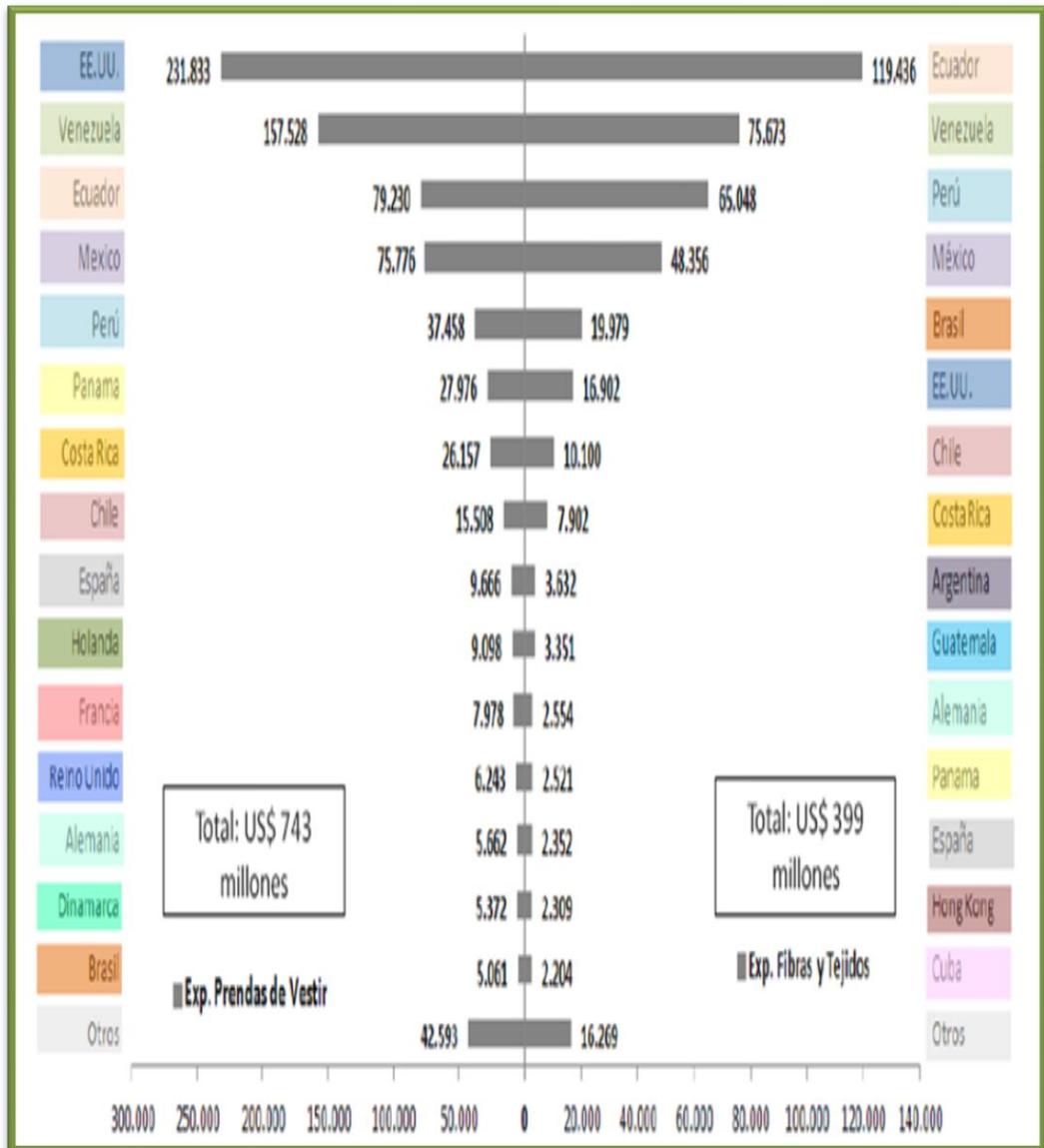


Fuente: Cadena de Textil y Confección del Ecuador

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

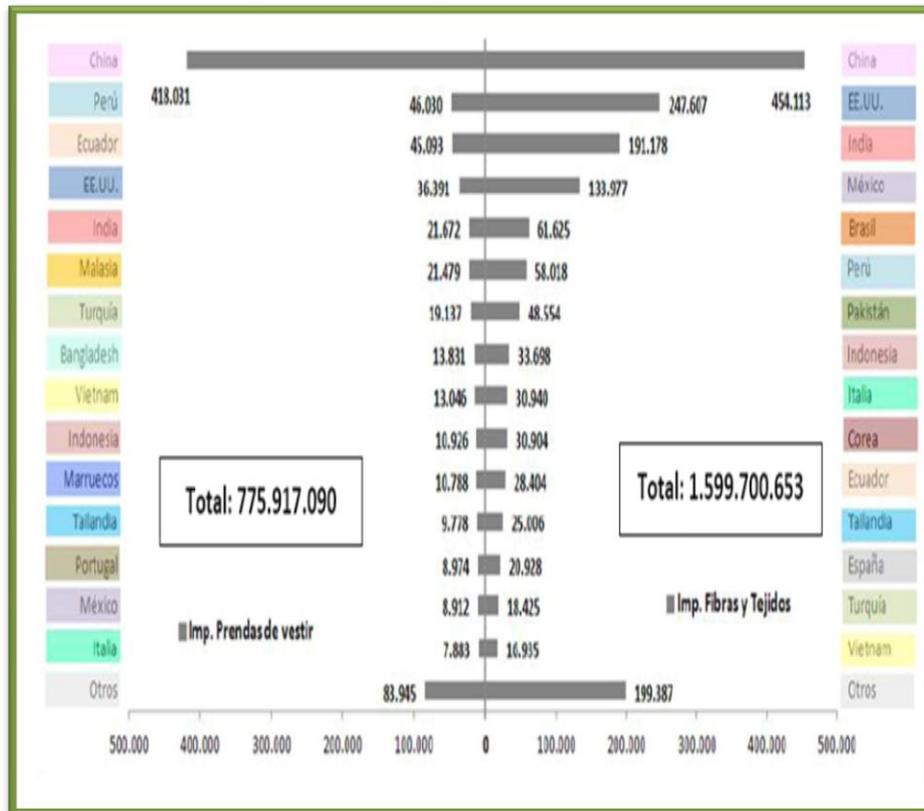
Considerando el análisis del TLC (Tratado de Libre Comercio) las exportaciones han sobresalido en dos principales socios comerciales de acuerdo al tipo de producto: Prendas de vestir, Fibras y Tejidos. Estados Unidos es el cliente clave en la materia de los productos confeccionados como: prendas de vestir y otros artículos textiles. El principal país que importa prendas de algodón es Estados Unidos, con un valor de 147 millones de dólares. (Confecciones, 2012).

Gráfico 3 : Exportaciones de Colombia de la Cadena Textil y Confecciones, por destino 2011



Fuente: Exportaciones de la Cadena Textil del Ecuador
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 4 : Importaciones de Colombia de la Cadena Textil y Confecciones, por destino 2011



Fuente: Importaciones de la Cadena Textil del Ecuador

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

➤ Percepción

“Las percepciones de los clientes sobre el valor de los productos establecen los precios máximos que se pueden cobrar. Si los clientes perciben que el precio es mayor que el valor del producto, no lo comprarán. En el otro extremo, los costos de la compañía y del producto establecen los precios mínimos a cobrar”. (Wal-Mart, 2005).

➤ Valor agregado

El valor agregado o añadido es un concepto de uso en la economía, finanzas, contabilidad con dos sentidos:

Desde el punto de vista contable es la diferencia entre el importe de las ventas y el de las compras, es decir, la diferencia entre precios de mercado y costos de producción.

A nivel empresarial es la diferencia entre el ingreso de una empresa y los costos de materia prima y el capital fijo y variable. En términos económicos, es el valor agregado que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo.

Nuestro país, frente a los más cercanos competidores Colombia y Perú, su valor agregado es muy bajo, en este sentido mejorar su competitividad es el principal desafío de la industria textil ecuatoriana, así podrá posicionarse en mercados extranjeros, mejorará la producción nacional y generará plazas de empleo.

➤ **Competitividad**

El desarrollo o aceptación de la empresa en el mercado se debe indagar las razones o ventajas de la competencia, para ello a continuación definición de competidor:

“Ventaja competitiva puede residir en el precio, la calidad, las ventajas en el producto ampliado (servicio posventa, trato individualizado, servicios financieros, etc.) o en otras características. Después de valorar nuestro producto en relación con los ofrecidos por la competencia nos decidiremos por la estrategia que consideremos más adecuada para introducirlo en el mercado: Ofrecer un producto muy distinto a los de la competencia. Esto será factible si realmente se puede realizar ese producto distinto y nuevo, si se puede ofrecer a un precio razonable y si existen clientes potenciales para dicho producto.

Ofrecer un producto o servicio muy parecido al de la competencia y captar cliente. Esto se conseguirá si logramos un producto superior al de la competencia, si la oferta del producto es menor que la demanda que quiere introducir el nuevo producto tiene más recursos que las competencias. (Marketing, 2008).

➤ **Competidor**

Para tener las posibilidades de estar en el mercado debemos conocer quién es el competidor. El competidor es la persona más cercana al producto o servicio nuevo a brindar, como desarrolla su actividad, de qué manera ofrece sus productos, a qué precio comercializa y la manera que tuvo la aceptación en el mercado. Con los datos que se recopila, facilita la toma de decisiones referente a los resultados de nuestros productos y a la situación en el mercado.

➤ **Periodo de recuperación de la inversión**

Es el tiempo que las empresas requieren para poder recuperar la inversión inicial del proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo, el cual su fórmula es dividiendo la inversión inicial para las entradas de efectivos anuales, así para conocer la aceptación del proyecto, el periodo de recuperación de la inversión deberá ser menor que el período de recuperación máximo aceptable. (GITMAN Lawrence J, Periodo de recuperación de inversión, 2009).

➤ **Tasa interna de retorno (TIR)**

Es la técnica compleja del presupuesto de capital, el cual es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivos esperadas, y en su criterio de decisión la aceptación del proyecto es aceptado cuando, el TIR es mayor que el costo de capital. (GITMAN Lawrence J, Tasa Interno de Retorno, 2009)

1.3. Entorno Político Legal

Dentro del territorio nacional todo negocio o empresa dedicados a cualquier tipo de actividad económica que generé renta está regido por diferentes leyes de acuerdo a la rama de su actividad específica, es así que deben ser considerados

varios puntos importantes como son los aspectos tributarios, legales y administrativos para la puesta en marcha de un proyecto de creación de prendas de vestir infantil en el cantón Santa Elena.

Estos aspectos principales son los que van a proteger a la empresa y los que también van a colocar restricciones que guiarán el buen desempeño de la misma.

Administración y Autoridades Tributarias

Las entidades encargadas de la recaudación fiscal dentro del territorio nacional son:

El Servicio de Rentas Internas, por medio de los llamados tributos fiscales, que no son otra cosa que los diferentes impuestos destinados a generar rentas para el Estado y por ende sustentar parte del presupuesto general del Estado, la Dirección Nacional de Avalúos y Catastros y la Corporación Aduanera Ecuatoriana, todas bajo el mando del Ejecutivo.

A nivel provincial y municipal, quienes tienen la potestad de determinar los impuestos son: El Prefecto Provincial, El Alcalde, y los presidentes de los Consejos Municipales y Provinciales, a través de las recaudaciones para el cumplimiento de las obras de regeneración a nivel local. También están los tribunales fiscales, que son los encargados de resolver los aspectos legales sobre reclamos y apelaciones de los contribuyentes cuando existan procesos de fiscalización realizados por auditores gubernamentales.

Principales Impuestos

- ✓ Impuesto a la renta
- ✓ Impuesto sobre activos
- ✓ Contribuciones a agencias regulatorias
- ✓ Impuesto a la propiedad urbana

- ✓ Impuesto Especial al capital neto de sociedades
- ✓ Impuesto al valor agregado
- ✓ Impuesto a los consumos especiales
- ✓ Impuestos aduaneros

Plan Nacional de Desarrollo

Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, 24 de Junio del 2013

El Objetivo 2 que señala Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad se refiere que el estado promueve la igualdad en el buen vivir dentro de la sociedad mediante sus políticas, buscando el hacer cumplir los derechos de todos los ciudadanos y que estos mismos sean partícipes en la convivencia social para lograr una vida digna sin distinción de ningún tipo y poder tener acceso a todas las necesidades básicas como la educación, salud, que brindan el bienestar colectivo.

En este objetivo también entre sus políticas y lineamientos estratégicos se detallan las siguientes iniciativas para creación de empresas:

2.1 Generar condiciones y capacidades para la inclusión económica, la promoción social y la erradicación progresiva de la pobreza en su literal e, hace referencia a que el Estado promoverá las iniciativas para la creación de pequeñas empresas brindando el apoyo técnico y el acceso a poder financiarse promoviendo la producción nacional. En la política 2.10 del mismo objetivo, manifiesta sobre la protección y la seguridad social en la situación laboral de las personas, es decir busca nuevas normativas para hacer cumplir los derechos de muchos afiliados y de aquellos que también gozan de estos privilegios.

El Objetivo 4 refiere Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, analiza y promueve principalmente la educación de las personas como punto fuerte para el desarrollo de la colectividad en todos los campos,

acorde a las nuevas tecnologías y ciencias, ya que esto mueve a la productividad de un país y se erradica la pobreza. En la política 4.6 se refiere a la interacción que debe haber entre la educación, el sector productivo, la investigación científica y la tecnología para buscar el desarrollo y transformación productiva para la satisfacción de las necesidades de la colectividad.

El Objetivo 9 que dice Garantizar el trabajo digno en todas sus formas se refiere a que el trabajo no debe ser considerado como un factor de producción más en relación a las personas que lo ejecutan sino como elementos primordiales en la productividad del país, por ende se busca mejorar los talentos de las personas sin que exista la explotación laboral. En la política 9.1 sobre el impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos; mediante mecanismos que incentiven a las Mi Pymes, el acceso a financiamientos para sus ciclos productivos, el fortalecimiento de los gobiernos locales para potencializar la productividad local y generar oportunidades de empleos dignos.

En la política 9.2 sobre Promover el trabajo juvenil en condiciones dignas y emancipadoras que potencie sus capacidades y conocimientos donde las empresas le brinden el apoyo para su crecimiento profesional y para aquellos que empiezan con sus emprendimientos en proyectos viables en bien de la colectividad.

El fortalecimiento de normativas se indica dentro de la política 9.3 que es profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo, la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales; para garantizar las mejores condiciones de trabajo digno sin explotación de ninguna clase y una remuneración acorde a las necesidades de los individuos y sus núcleos familiares.

En los lineamientos de la política 9.5 se refiere. Fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral; es decir que hoy las exigencias

del trabajo son muchos mayores y los individuos deben estar bien capacitados tanto en los sectores públicos y privados para el mejoramiento de su desempeño y en esto deben involucrarse el Estado, junto con las organizaciones públicas y privadas.

En el objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva, es decir que todo está enfocado y encaminado a conformar las nuevas industrias productivas de forma tal que genere nuevos sectores de producción e impulsando la gestión de los recursos tanto financieros como no financieros y promoviendo la inversión no solo local sino también la extranjera.

Dentro del objetivo 10, los lineamientos de la política 10.1. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional se enfatiza en la búsqueda de nuevos agregados de producción hacia sectores estratégicos que generan mayor volumen de ingresos en la balanza comercial.

En la política 10.2. Promover la intensidad tecnológica en la producción primaria, de bienes intermedios y finales, es decir ir a la vanguardia de otros países que poseen tecnología y son más competitivos, de tal forma que el Estado articulará la investigación tanto científica como tecnológica para la mejora constante de todos los sectores productivos del país.

ISO 9000

Son un conjunto de normas establecidas por la organización internacional de normalización (ISO), que pueden ser utilizadas por cualquier empresa para normar sus actividades pueden ser estas productivas o funcionales, dirigidas a la producción de bienes o servicios. Estas rigen las guías de implantación y procesos de auditoría a través de estándares de calidad y tiempos de entrega.

ISO 9001

Estas normas de calidad son utilizadas en las empresas para sobrellevar todo proceso aplicable con sistemas de gestión de calidad para demostrar las

capacidades en proporcionar productos y servicios que son regidos por las características específicas de los clientes y exigencias reglamentarias operativas de fabricación o prestación de servicios. Tiene varias ventajas la certificación de esta norma como la reducción de costos en procesos, mejora la imagen y ventaja competitiva.

Aspectos ambientales

El presente proyecto debe regirse de acuerdo a las leyes que marcan los aspectos ambientales dentro de la Constitución de la República del Ecuador según los siguientes artículos:

Art. 395.- El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

Art. 396.- El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas. La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas. Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente. Las acciones legales

para perseguir y sancionar por daños ambientales serán imprescriptibles”. (Ecuador, 2010).

Aspectos Organizacionales

Diseños de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Son reconocidas varias formas de organización en la economía tales como: cooperativas, empresas públicas y privadas, familiares, autónomas y mixtas. El Estado alentará aquellas que se den para el buen vivir y desalentará aquellas que vayan en contra de las leyes establecidas.

Art. 320.-En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.”(Ecuador C. p., Trabajo y Producción, 2010).

Cambios económicos y comercio justo

Art.336,- El Estado avalará el comercio equitativo con acceso a bienes y servicios acordes al buen vivir sin desigualdad en condiciones de bienestar definidos por la ley.

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.”(Ecuador C. d., 2010).

Ley de Compañía

“Sección VI

De La Compañía Anónima

Art. 143.-La compañía de anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.-Se administra por los mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de “compañía anónima” o “sociedad anónima”, o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como “comercial”, “industria”, “agrícola”,

“constructora”, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trate de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en Art. 445.

La multa tendrá el destino indicado en el precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente” (Ecuador S. d., 2013).

1.3.1. Estructura legal

Es considerada al proceso de constitución de la empresa, en indicar los permisos que se utiliza para su funcionamiento. La empresa se constituirá como Compañía Anónima, razones por las cuales tiene las siguientes ventajas:

- ✓ La responsabilidad que se adquiere ante las obligaciones civiles de los accionistas.

- ✓ La capacidad en incrementar su capital e invertir sus utilidades en infraestructura y tecnología para la empresa.

- ✓ La motivación que adquiere cada trabajador, brindando su mayor esfuerzo, ya que conoce, que participa en todos los beneficios sociales que ampara la Ley.

Los requisitos que deben contar una empresa para el inicio de sus operaciones son los siguientes:

- ✓ Reservar el nombre de la empresa en la Superintendencia de Compañía.

- ✓ El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital.
- ✓ Copia de certificado de la Escritura de Constitución de la Compañía.
- ✓ Nombramiento del representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil (persona jurídica).
- ✓ Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, certificado por el juzgado de inquilinato.
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- ✓ Copia de papeleta de votación.
- ✓ Copia de planilla de Servicio básico del local para conocer su dirección.
- ✓ Contratos laborales.
- ✓ Autorización Municipal.
- ✓ Copias de los documentos (Superintendencia de Compañías).

Otros Requisitos Adicionales.

➤ **Registro Único de Contribuyentes**

Requisitos:

- ✓ Escritura de la compañía.
- ✓ Cédula del Representante legal.
- ✓ Recibo de agua, luz o teléfono.
- ✓ Llenar formulario.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales o jurídicas, que inicien sus actividades permanentes u ocasional, tendrán un plazo de 30 días contados a partir de la constitución de la empresa.

➤ **Patente Municipal de Santa Elena**

Requisitos:

- ✓ Copia de cédula de ciudadanía.

- ✓ Copia de RUC para persona Jurídica.
- ✓ Copia de cédula del representante Legal de la empresa.
- ✓ Copia de contrato de Arriendo y Predio Urbano (Legalizado en el juzgado civil).
- ✓ Copia de planilla de Servicios Básicos.

➤ **Ministerio de Salud Pública**

Requisito:

- ✓ Solicitud (formulario) de permiso sanitario.
- ✓ Copia de cédula de ciudadanía y de votación del propietario del negocio.
- ✓ Informe de compatibilidad y/o factibilidad de implantación de uso (otorgado por la Administración Zonal para las actividades comerciales que deben obtener el permiso sanitario por delegación del Ministerio de Salud al Municipio).
- ✓ Comprobante de pago de tasa de permiso sanitario del año.
- ✓ Certificado de Salud de todo el personal en función.
- ✓ Copia del RUC vigente.

➤ **Cuerpo de Bomberos**

Es obligatorio obtener el certificado de seguridad, para el cual es necesario poseer un extintor y pagar un valor económico que depende del local comercial.

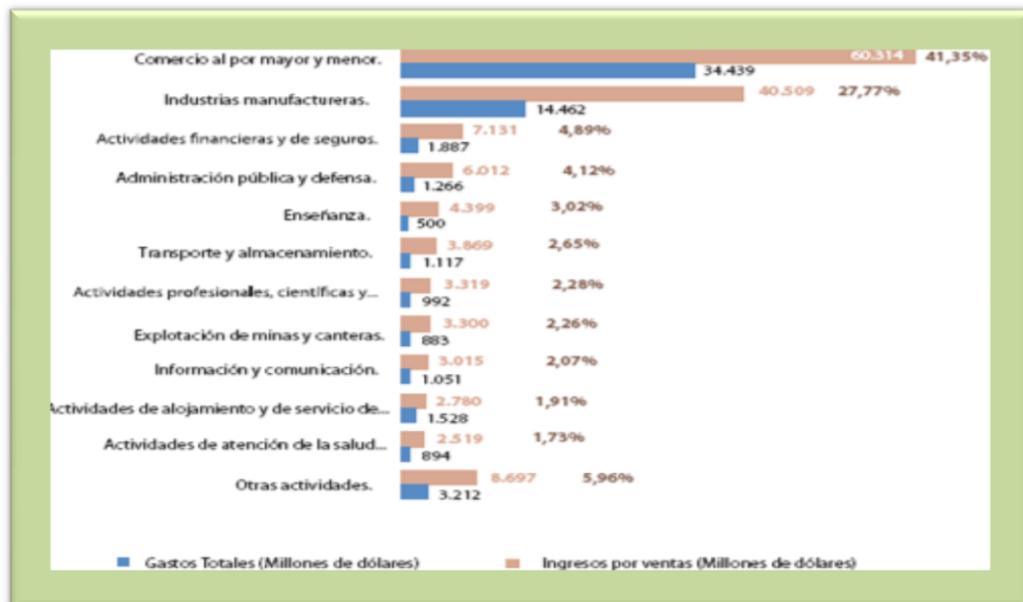
Requisitos

- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de cédula.
- ✓ Copia de la planilla de luz.
- ✓ Factura de compra de extintor 5 litros mínimo.

1.4. Análisis del Macro Entorno

El Ecuador es un país situado en la región noroccidental de América del Sur, limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico tiene una extensión de 283.561 km², su capital es Quito. El territorio ecuatoriano consta de 24 provincias, las cuales se dividen en cantones y parroquias, las mismas en zonas rurales y urbanas, tiene aproximadamente una población de 14'306.846 habitantes. El Ecuador en los últimos años viene realizando importaciones de prendas de vestir de los países: Colombia, Panamá, Perú, China, Estados Unidos siendo el principal Colombia por ser su país vecino. Sus exportaciones son hacia Estados Unidos, Colombia, México, Chile, Alemania los cuales reciben la materia prima para reestructurarla por tener alta tecnología.

Cuadro 3 : Actividades Económicas Manufacturera del Ecuador 2010



Fuente: Censo Nacional Económico 2010

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Según datos estadísticos del Censo de 2010, las actividades económicas que tuvieron mayor ingresos y gastos económicos fueron: comercio al por mayor y menor 41%, el sector de industrias manufactureras 28% y de actividades financieras el 5 %.

1.5. Análisis Económico

1.5.1. PIB del Sector

A nivel nacional desde la etapa de dolarización en el Ecuador, sus cifras estadísticas han tenido un crecimiento estable sostenido en relación a su producción nacional, siendo así, según fuentes del Banco Central, un PIB ponderado del 4,2% en el periodo 2000-2012, con un crecimiento anual del 5.0 % del PIB a finales del 2012. (Ecuador B. C., PIB, 2013).

Tabla 2 PIB del Sector

PIB	Último		Anterior	Mayor	Menor	Pronóstico		Unidad
<u>PIB</u>	84.50	2012-12-31	77.70	84.50	1.00	92.16	2013-12-31	USD millones
<u>PIB TASA DE CRECIMIENTO ANUAL</u>	3.50	2013-03-31	4.80	10.20	-2.30	3.20	2013-06-30	Por ciento
<u>PIB PRECIOS CONSTANTES</u>	16207139.00	2013-02-15	16174528.00	16207139.00	9134587.00	16336205.30	2013-06-30	USD-THO
<u>GDP PER CÁPITA</u>	3546.93	2012-12-31	3432.48	3546.93	1572.43	3689.75	2013-12-31	USD
<u>PIB PER CÁPITA PPP</u>	8392.57	2012-12-31	8121.76	8392.57	6073.43	8721.48	2013-12-31	USD
<u>CRECIMIENTO DEL PIB</u>	0.20	2013-03-31	1.20	3.40	-1.90	0.63	2013-06-30	Por ciento
<u>FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO</u>	4185696.00	2013-02-15	4102337.00	4185696.00	1324528.00	4218135.13	2013-03-31	USD-THO

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

De acuerdo a datos estadísticos del Banco Central del Ecuador en el año 2013 el PIB ponderado es de \$ 84.5 millones, comparado con el año 2012 que fue de \$77.7 millones, en él se refleja un crecimiento, el cual se pronostica para el siguiente periodo 2014 de \$94.16 millones, el cual se detalla en el Gráfico N.º 5

Gráfico 5 : PIB del Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La inversión extranjera neta por ramas de actividad económica IED más enfatiza, es el sector Explotación de Minas y Canteras con \$2.190,60 millones, ocupando en segundo lugar el sector de la Industria Manufacturera por \$1.280,1 millones, el Comercio con \$990.6 millones en el año 2012.(Ecuador B. C., PIB, 2013).

Según estadísticas del INEC en el 2009 el Ecuador representa un 13% en la industria manufacturera y en el 2010 con un aporte al valor agregado de 1.11%, en el sector manufacturero y en la provincia de Santa Elena presentan un porcentaje de 0,25% en la confección de prendas de vestir, brindado fuentes de trabajo en el sector urbano y rural.

1.5.2. Inflación

La inflación urbana promedio dentro del ciclo 1990-2000 en el Ecuador llamada etapa pre-dolarización, tenía unos niveles altos generados principalmente por la devaluación de la moneda nacional y los inestables gobiernos de aquella época, posteriormente a partir de la dolarización se ha mantenido el porcentaje en un dígito teniendo un decrecimiento notable desde el año 2001, con una inflación de 22.4 % hasta el 4.2% a finales del 2012 (Ecuador B. C., Inflación, 2012).

Según datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, la tasa de inflación del año 2013 para el mes de octubre es de 1.71%, que ha tenido un decrecimiento comparado con el mes de septiembre en un porcentaje de 2.27% y se pronostica una tendencia a disminuir llegando a 1.56% para el siguiente periodo:

Cuadro 4: Inflación del Ecuador 2012-2013

Recios	Último		Anterior	Mayor	Menor	Pronóstico		Unidad
<u>TASA DE INFLACIÓN</u>	1.71	2013-09-30	2.27	107.87	-2.67	1.56	2013-10-31	Por ciento

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Diseño de la Investigación

El presente trabajo se desarrolló considerando una investigación cualitativa, en la recopilación de información sobre la problemática de la escasa producción de prendas de vestir infantil, que mediante su aplicación se conocieron estrategias básicas que ayudaron a obtener la cantidad de personas que facilitarían el proceso de investigación, de igual manera tiene el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la sienten las personas, es decir los patrones de su comportamiento, esto se basa en la toma de muestras de grupos de población, reducidos.

En el presente estudio se estableció una investigación descriptiva y documental, en la cual se utilizó el método de la observación y deductivo. En el desarrollo de la investigación se consideró la encuesta como instrumento de investigación, el cual se utilizará la muestra de la población para su elaboración.

2.2. Modalidad de la Investigación

El estudio del trabajo de investigación utilizó como modalidad el de proyecto factible ya que se considera el mayor porcentaje a utilizar, es decir es concreta pues permite la solución de un problema de carácter práctico, que puede conceder beneficios en diferentes áreas o esferas del acontecer diario. En este estudio no sólo se va a investigar, sino también se plantea una propuesta viable que conlleve a la aplicación y realización del proyecto de fabricación en la ciudad de Santa Elena, considerando el apoyo de investigaciones de tipo cualitativa y cuantitativa, que conlleven a establecer las pautas y características fundamentales inherentes a la fundamentación teórica de la propuesta.

Investigación Cuantitativa, se efectuó para conocer el porcentaje de clientes insatisfechos por la falta de producción en prendas de vestir infantil en el sector, a

través de un instrumento de investigación que es la encuesta y conocer también cuál es la demanda en que se enfrenta la empresa.

2.3. Tipos de Investigación

Investigación aplicada: Se utilizó para establecer información acerca del mercado, competidores y clientes, para aplicación en la implantación la empresa manufacturera en el desarrollo productivo de prendas de vestir infantil para el sector.

Investigación de Campo

Se efectuó la investigación de campo para estructurar y comprender el problema, con el propósito de descubrir, explicar las causas y efectos existentes en el entorno. Los tipos de investigación de campo utilizados se especifican en la definición del problema. En la modalidad de investigación de campo, se utilizarán instrumento como: entrevistas, observación, encuestas, entre las más conocidas, que nos permitan afianzar las posibilidades de mejoramiento de la información para la investigación.

Investigación Bibliográfica

Mediante la documentación e información, la investigación permitirá ampliar, profundizar y analizar las fuentes tanto primarias como secundarias como lo son libros, revistas, periódicos entre otros documentos y publicaciones. Este tipo de investigación tiene específicamente enfocar los criterios de varios autores con el propósito de ampliar el conocimiento.

También originar nuevas propuestas para el presente proyecto, concernientes a la investigación en la factibilidad de creación de una empresa que se dedique a la fabricación de prendas de vestir infantil.

2.4. Métodos de Investigación

El proyecto de investigación para crear una empresa de fabricación de prendas de vestir infantil, para la ciudad de Santa Elena amplió los siguientes métodos de investigación:

Método de Observación

Ha permitido observar de manera directa la información de los competidores minoristas y/o artesanos. Este método ayudó a conocer el entorno socioeconómico y las condiciones para establecer la creación una empresa de fabricación de prendas de vestir infantil

Método Deductivo

El presente método se utilizó con el propósito de obtener las particularidades que se investigó sobre el proceso de producción de camisas, pantalones, vestidos, blusas de niñas, analizando las actividades de los artesanos en confección y llegar a conclusiones y evaluaciones para su aplicación en la empresa de fabricación de prendas de vestir infantil.

2.5. Técnicas de Investigación

En ocasiones algunas personas inician sus trabajos sin identificar qué tipo de información se necesita o las fuentes en las cuales pueden obtenerse, por tal razón la investigación se realizó mediante el uso de técnicas e instrumentos, los cuales brindarán la calidad de la información recurrente de fuentes tanto primarias como secundarias que van a emplearse en la recolección de información.

De acuerdo al Cuadro N°5 se demuestra que el presente trabajo utilizó fuentes primarias y secundarias para fortalecer el proceso investigativo las cuales se redactan a continuación:

Cuadro 5 : Fuente de Recolección de Información

FUENTES PRIMARIAS	FUENTES SECUNDARIAS
Encuesta	Libros Revistas Periódicos Documentos escrito

Fuente: Desarrollo del Proceso de Investigación

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Encuesta, como fuente primaria facilitará la recolección de información realizada por medio de formularios de preguntas, que permitirá el conocimiento de: género, edad, capacidad de ingresos económicos, las actitudes y opiniones de los individuos estableciendo así un diagnóstico, que determinará la factibilidad de la investigación para el desarrollo de la propuesta de fabricación de prendas de vestir, que pueda surgir en la ciudad de Santa Elena.

Se consideró para la propuesta de creación de la empresa, fuentes secundarias que fortalecerá a la investigación en su desarrollo las cuales se detallan a continuación:

- Libros, que facilitó la ayuda al concepto de diseño y confección en prendas.
- Revistas de diseños infantil, que permitió la variedad en diseños de moda y un mejor acabado en las prendas.
- Periódicos, permitió conocer el crecimiento de la natalidad y el desarrollo de la manufactura de prendas de vestir.
- Documentos escritos, orientó en el desarrollo de la presente proyecto.

2.6. Instrumentos de Investigación

En la presente investigación se utilizó como instrumento la encuesta con el propósito de recopilar información evidente y eficaz.

Diseño de Encuesta, Se efectuó un solo formato de encuesta la cual se dirigió a la población de hombres y mujeres comprendidas entre el rango de 15 a 70 años de edad, en la ciudad de Santa Elena, se consideró tales habitantes por su grado de responsabilidad y nivel socioeconómico, mediante el cual permitió conocer: gustos, preferencias, actitudes, opiniones respecto al nuevo producto y cuál sería su demanda, esta información será de importancia para fundamentar la propuesta de tesis.

2.7. Población y Muestra

Población

Considerando la teoría del autor (Carlos Méndez, 2008), la población “es el grupo de personas dada sus características que son plenamente identificable que pueden ser de un determinado estrato social, un segmento de mercado o comparten condiciones socioeconómicas y atributos similares como, profesión, edad, género, entre otros de los cuales pueden obtener información mediante la aplicación de técnicas de investigación”.

La población o universo es el conjunto o grupo de personas u objetos que concuerdan con determinadas especificaciones es decir con características similares. Analizando la definición anterior, el estudio de la propuesta del proyecto tomó una población correspondiente a los clientes de la empresa de la ciudad de Santa Elena, provincia de Santa Elena.

La población que se tomó como referencia esta en base a los datos estadísticos del censo de población y vivienda 2010, de la ciudad de Santa Elena los cuales representaron la población investigada, lo que se demuestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 6 : Población

RANGO	HABITANTES
15-70	33.679
TOTAL	33.679

Fuente: Censo población y Vivienda 2010

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Muestra

Según el autor (Méndez, 2008), define el concepto de Muestra como “El estudio de una parte de los elementos de una población, mientras que el censo consiste en estudiar todos los elementos de ésta”

De acuerdo con la definición del autor Méndez, considera que el Muestreo ayuda al investigador a la selección de unidades de la población a las que se les proporcionará información y poder interpretar los resultados de los parámetros de la población y ayude a la muestra a probar su hipótesis.

Existen dos tipos de muestreo: muestreo no probabilístico y el muestreo probabilístico, los cuales se define a continuación de acuerdo a la teoría de autor Méndez.

“**Muestreo no probabilístico**, llamado también muestreo circunstancial. Se caracteriza porque a los elementos de la muestra no se les ha definido la probabilidad de ser incluidos en la misma. Además el error de muestreo no se puede medir. Sus principales tipos de muestreo no probabilístico son: muestreo por conveniencia, muestreo por criterio, muestreo por cuota.

Muestreo probabilístico, en el muestreo probabilístico los elementos se seleccionan mediante la aplicación de procedimientos

de azar. Cada elemento de la población tiene una probabilidad conocida de ser seleccionada.

Es posible de medir el error de muestreo. Los principales de muestreo probabilístico son: muestreo aleatorio simple, muestreo aleatorio estratificado, muestreo sistemático y muestreo por conglomerados” (Méndez, Carlos, 2008).

Para el proyecto de la fabricación de prendas de vestir infantil, consideraremos el muestreo probabilístico por aleatorio simple, este muestreo se utiliza en las poblaciones con características homogéneas, donde los elementos participantes son en mayor proporción, siendo así necesario tomar los datos que hacen mayor referencia de una muestra representativa de la población de hombres y mujeres de edad de 15-70 años y que proporcione la misma información si se hubiera obtenido los resultados del totales de la población investigada.

Este tipo de muestreo se realiza por medio de una fórmula, la cual ayudará a obtener métodos estadísticos que permitan determinar el número de encuestas para poder conocer la viabilidad y la aceptación del proyecto, como es la creación de una empresa para la fabricación de prendas de vestir infantil.

Considerando el número de población se aplicarán los datos en la siguiente fórmula:

Simbología:

n = tamaño de la muestra

m= población

e = margen de error

F=muestra

M= población

Fórmula de la muestra

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

$$n = \frac{33679}{0.05^2(33679 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{33679}{84,195 + 1}$$

$$n = \frac{33679}{85,195} = 395$$

$$n = \frac{33679}{0.0025(33678) + 1}$$

$$\frac{F}{M} = \frac{395}{33679} = 0,012$$

En el estudio de factibilidad para la creación de una empresa en fabricación de prendas de vestir infantiles, según la muestra probabilística, el número de encuestados son de 395, tomando como referencia un 40% de la población, en la cual se demuestra en el cuadro:

CUADRO 7 : Muestra

RANGO	HABITANTES
15-70	395
TOTAL	395

Fuente: Censo Población y Vivienda 2010
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

CAPÍTULO III

Análisis e Interpretación de Resultados

En el presente trabajo, según la metodología utilizada se consideró como instrumento de investigación la encuesta, la misma que en este capítulo se demostró los análisis e interpretaciones de los resultados obtenidos durante el proceso investigativo, con la finalidad de obtener datos veraces y oportunos.

En el estudio realizado mediante la encuesta a los clientes potenciales de la ciudad de Santa Elena, de acuerdo a la población se consideró el rango de 15- 70 años de edad por su poder adquisitivo, tales resultados se detallarán a continuación en las tablas , gráficos e interpretaciones de cada pregunta del instrumento investigativo.

Los datos obtenidos que la información resaltó, sirvió para justificar la hipótesis planteada y la misma se ejecutó para desarrollar la propuesta de la solución al presente trabajo investigativo, con el fin de llegar a una optimación del proyecto.

El instrumento de investigación que se aplicó, consideró un tamaño de muestra de 395 pobladores de la ciudad de Santa Elena, solo a los habitantes que tenían hijos y tales encuestados nos brindaron información que permitió evidenciar las características que el cliente espera obtener hacia el producto del presente trabajo investigativo.

Cada encuestado, aparte de brindarnos las respuestas al cuestionario, opinó y dio su perspectiva sobre el tema de investigación, llegando a tener una idea más clara sobre cómo debe enfocarse el proyecto de acuerdo a gustos y preferencias, tipos de productos, vías y canales de distribución, comercialización y accionar de cómo llegar a los clientes.

3.1. Análisis de resultados de la Encuesta

Datos de Control:

Género

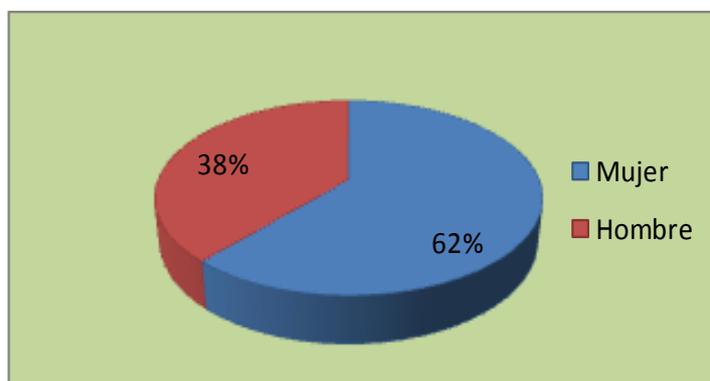
Tabla 3 Género de la Muestra

Datos	Alternativa	Frecuencia	%
Género	Mujer	243	62%
	Hombre	152	38%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 6 : Género de la Muestra



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Como se puede apreciar en el gráfico anterior de acuerdo a la tabla de encuestados, la población de mayor referencia significativa por incidencia a comprar es de género mujeres de la ciudad de Santa Elena con un porcentaje considerable para el proyecto.

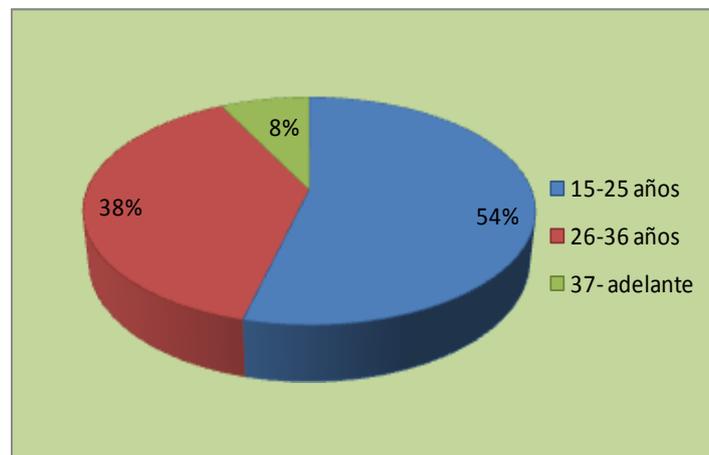
Edad

Tabla 4 Edad de la Muestra

Datos	Alternativa	Frecuencia	%
Edad	15-25 años	213	54%
	26-36 años	152	38%
	37- adelante	30	8%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 7 : Edad de la Muestra



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Según resultados de la encuesta se puede considerar que los futuros clientes se encontrarán entre el rango de 15-25 años de edad, con 213 habitantes el cual nos indica que es la mayor población en la ciudad de Santa Elena y con un pequeño porcentaje en el rango de 37 años en adelante el cual demostró tan solo 30 personas .

Lugar de Residencia:

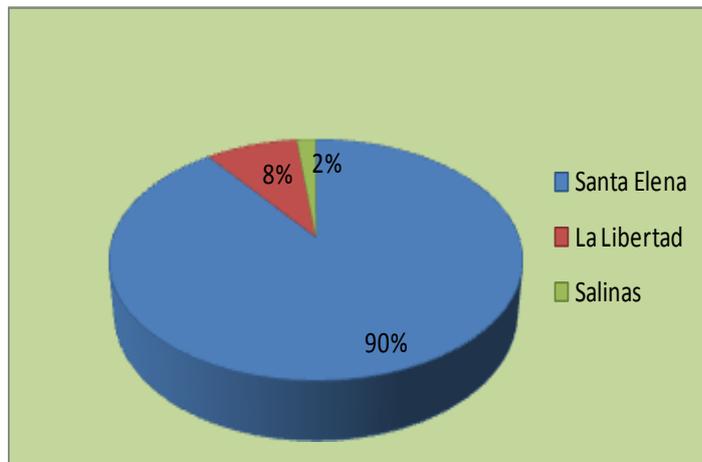
Tabla 5: Lugar de Residencia

Datos	Alternativa	Frecuencia	%
Residencia	Santa Elena	354	90%
	La Libertad	34	9%
	Salinas	7	2%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 8 : Lugar de Residencia



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

El resultado de los encuestados según la residencia, se observa que la mayor parte de ellos se encuentran radicados en la ciudad de Santa Elena, con una frecuencia significativa de 354 habitantes si considerar una mínima frecuencia de 7 personas que viven en Salinas, esto hace favorable a la localización del proyecto que se concentrara en la ciudad de Santa Elena, provincia de Santa Elena.

Ingreso Mensual

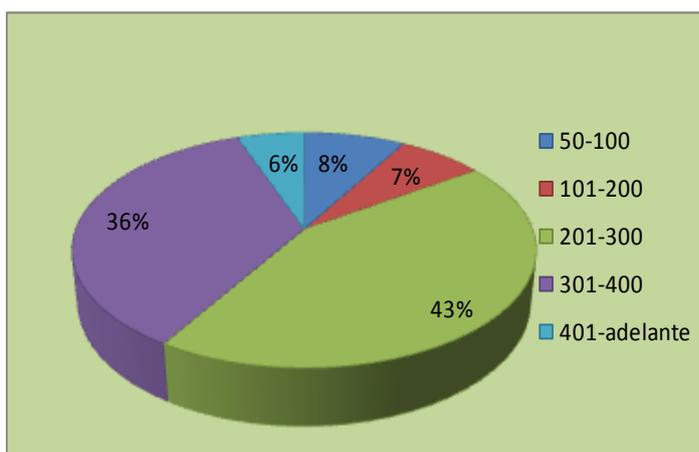
Tabla 6: Ingreso Mensual

Datos	Alternativa	Frecuencia	%
Ingreso Mensual	50-100	33	8%
	101-200	28	7%
	201-300	171	43%
	301-400	141	36%
	401-adelante	22	6%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 9 : Ingreso Mensual



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

De acuerdo al resultado, el mayor porcentaje de los encuestados perciben ingresos mensuales en el rango de \$201-\$300 lo cual indica que los padres de familia si perciben desde un salario mínimo vital o están en capacidad de adquirir las prendas infantiles y en el rango de \$401-en adelante, es mínimo quien percibe este salario vital con una frecuencia de 22 personas, las cuales destacan que el nivel socioeconómico de la población es medio alto con posibilidades económicas.

3.1.1. Datos Informativos de la Encuesta:

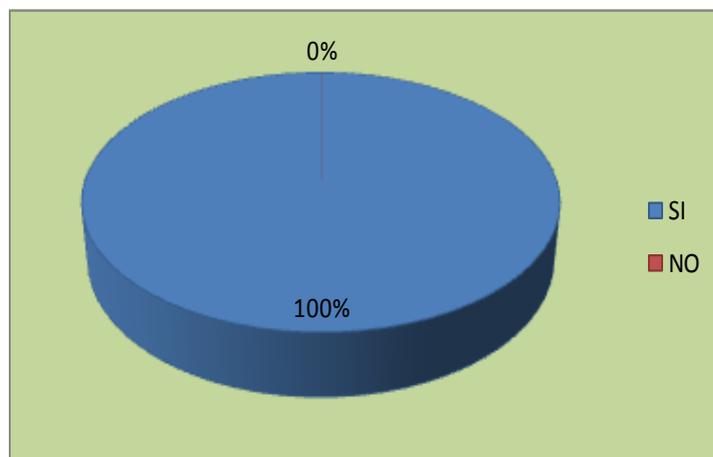
1. ¿Tiene usted hijos?

Tabla 7: Población con Hijos

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
1	SI	395	100%
	NO	0	0%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 10 : Población con Hijos



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La encuesta se direccionó a una muestra de población con hijos para poder recabar información necesaria de características, gustos o preferencias en adquisición de prendas infantiles, las cuales permitan al trabajo de investigación concebir datos reales para el proyecto de creación.

2. ¿Cuántos niños habitan en su hogar entre recién nacidos y ocho años de edad?

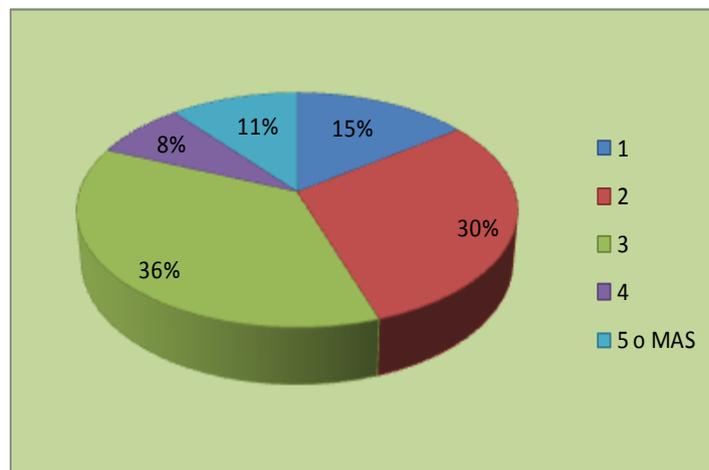
Tabla 8 Cantidad de niños por Encuestado

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
2	1	59	15%
	2	118	30%
	3	144	36%
	4	31	8%
	5 o MAS	43	11%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 11 : Cantidad de niños por Encuestado



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La encuesta muestra una mayor frecuencia en la alternativa de 2 y 3 niños por familia, lo cual indica que en cada familia o grupo de familia de la ciudad de Santa Elena la población es bastante alta y por ende la demanda de productos de vestir infantil también lo es, lo que haría que el proyecto tenga buena acogida.

3. ¿Qué tipo de prenda infantil compra con más frecuencia para sus hijos?

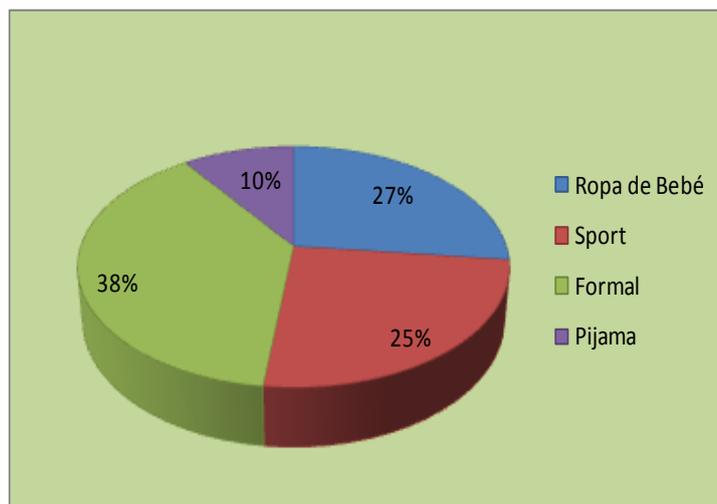
Tabla 9 Frecuencia de compra en Prenda de vestir infantil

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
3	Ropa de Bebé	106	27%
	Sport	99	25%
	Formal	151	38%
	Pijama	39	10%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 12 : Frecuencia de compra en Prenda de vestir infantil



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

De acuerdo al resultado de los encuestados muestran que en su mayoría prefiere comprar prendas formales para sus hijos por su calidad en presentación así como en ocasiones de eventos especiales, posterior la ropa de bebé con una frecuencia casi significativa por los gustos que poseen para su recién nacido y pocas son las familias que compran prendas de pijama, lo que indican que existirá clientes para el mercado de prendas formales y ropa de bebé por sus gustos o preferencias de la población.

4. ¿En cuál de estos lugares/forma de compra adquiere usted sus prendas de vestir infantil?

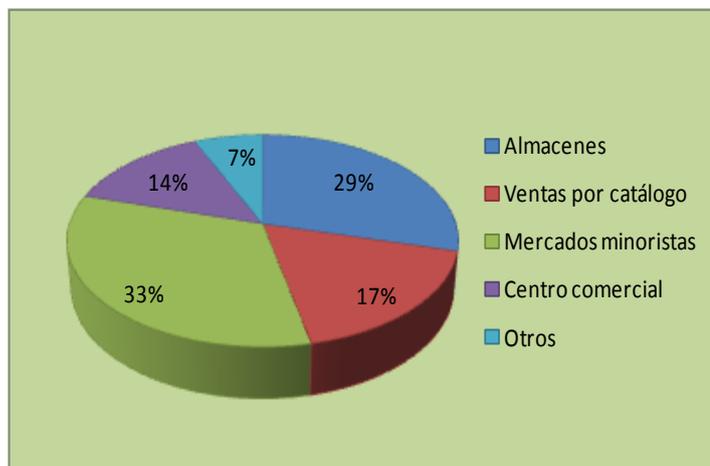
Tabla 10 Lugar / Forma de Compra

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
4	Almacenes	115	29%
	Ventas por catálogo	69	17%
	Mercados minoristas	130	33%
	Centro comercial	55	14%
	Otros	26	7%
	Total		395

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 13 : Lugar / Forma de Compra



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La frecuencia de compra en la adquisición de prendas está en su mayoría en la alternativa de mercados minoristas, que es donde se encuentra la mayor aceptación al momento de elegir el lugar donde comprar. La alternativa de almacenes la sigue con una frecuencia casi similar a la anterior como la segunda elección de mayor peso, mientras los centros comerciales, compras por catálogo y otros son mínimos.

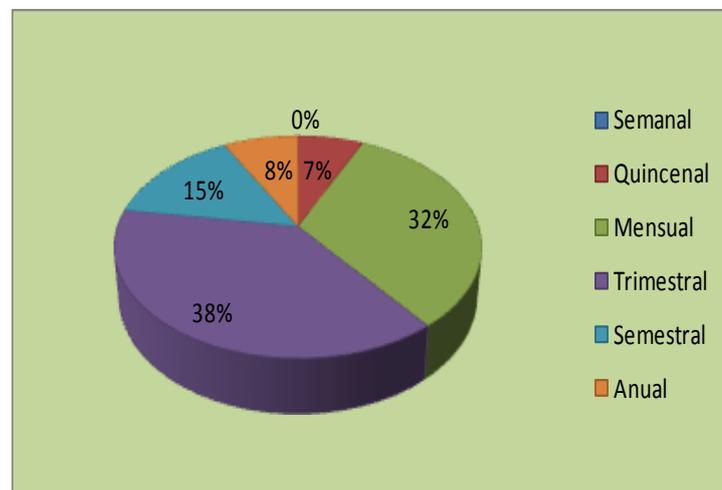
5. ¿Con qué frecuencia compra ropa infantil?

Tabla 11 Frecuencia de Compra

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
5	Semanal	0	0%
	Quincenal	27	7%
	Mensual	129	33%
	Trimestral	150	38%
	Semestral	58	15%
	Anual	31	8%
	Total		395

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 14 : Frecuencia de Compra



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La frecuencia de compra según la encuesta muestra a la actividad trimestral como la de mayor movimiento, es decir las familias adquieren prendas para niños unas 3 veces al año, la segunda alternativa mensual con una frecuencia más baja que la primera, el resto de alternativas son de poco movimiento por el nivel adquisitivo.

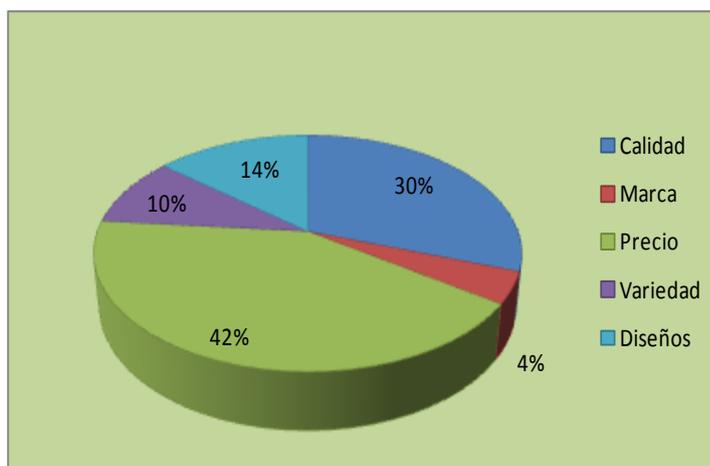
6. ¿Al momento de adquirir sus prendas de vestir infantil a qué le da prioridad?

Tabla 12 Prioridad en la Selección de Prendas

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
6	Calidad	120	30%
	Marca	17	4%
	Precio	165	42%
	Variedad	38	10%
	Diseños	55	14%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
 Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 15 : Prioridad en la Selección de Prendas



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
 Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La alternativa de prioridad de selección marca una tendencia por el precio de la prenda antes que el resto de alternativas, es decir los encuestados miden primero su capacidad de adquisición antes que calidad, marca y variedad de las prendas al momento de elegir las. La tendencia por calidad es la segunda en prioridad más alta antes de seleccionar la prenda de los niños, es decir cuánto puede perdurar el bien.

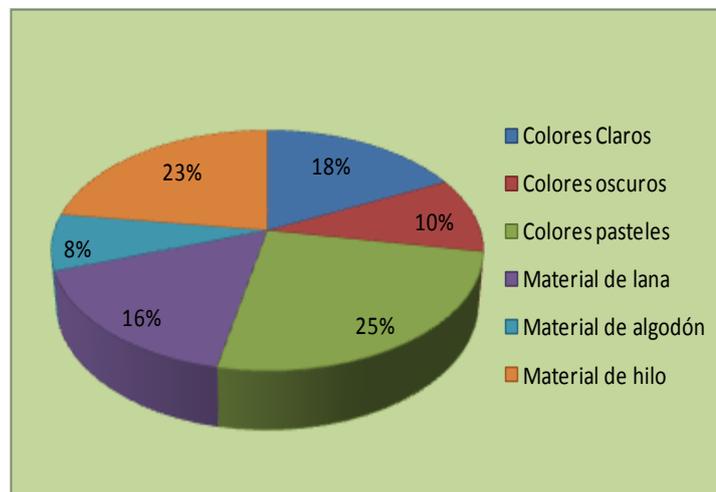
7. ¿De los siguientes atributos cuáles toma en consideración usted al momento de adquirir las prendas infantiles?

Tabla 13 Atributos de las Prendas Infantiles

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
7	Colores Claros	70	18%
	Colores oscuros	40	10%
	Colores pasteles	100	25%
	Material de lana	65	16%
	Material de algodón	30	8%
	Material de hilo	90	23%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 16 : Atributos de las Prendas Infantiles



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

De acuerdo al resultado lo que llama la atención de los encuestados son los colores pasteles así también el material de hilo como presentación en ropa formal, mientras que los colores claros también tienen mayor aceptación como el material de lana, un nivel más bajo de aceptación para los colores oscuros y el material de algodón.

8. ¿Cuál es el promedio de gasto al realizar sus compras de prendas de vestir para sus hijos?

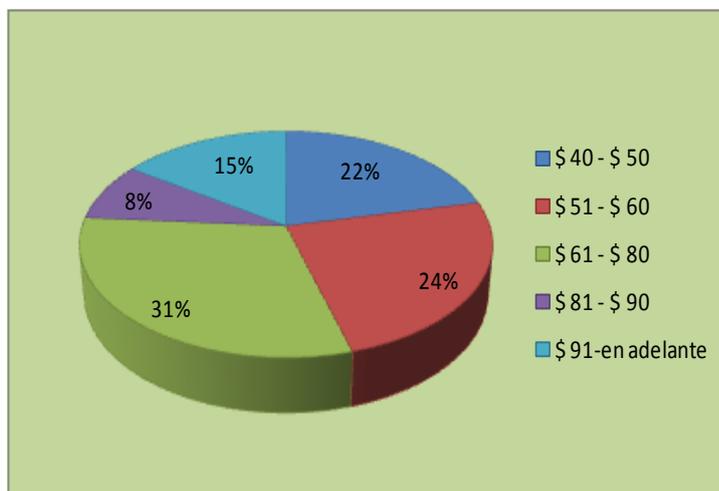
Tabla 14 Gastos Promedio en las Prendas de Vestir

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
8	\$ 40 - \$ 50	85	22%
	\$ 51 - \$ 60	95	24%
	\$ 61 - \$ 80	121	31%
	\$ 81 - \$ 90	33	8%
	\$ 91-en adelante	61	15%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 17 : Gastos Promedio en las Prendas de Vestir



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La frecuencia notoria de gasto en las familias según datos de la encuesta mostró que en su mayoría promedian entre \$51-\$60 al momento de comprar, una frecuencia más baja para los de \$51-\$60, el rango de gasto \$40-\$50 se asemeja al anterior, de \$91 en adelante y el rango del \$81-\$90 son los niveles más bajos de compra.

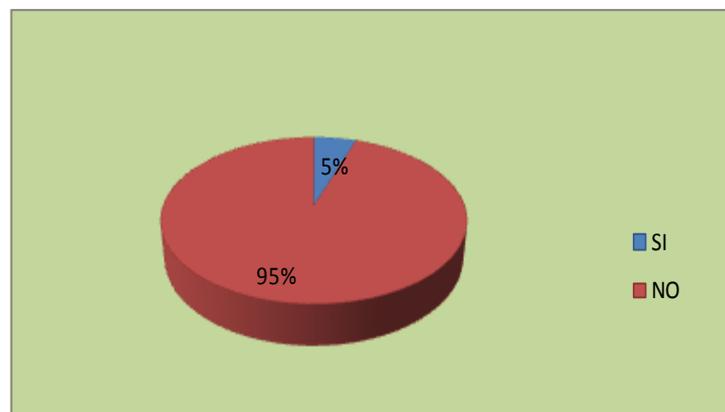
9. ¿Conoce usted de alguna empresa que fabrique prendas de vestir en la ciudad de Santa Elena?

Tabla 15 Conocimiento de Otras Empresas Similares

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
9	SI	21	5%
	NO	374	95%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 18 : Conocimiento de Otras Empresas Similares



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Los encuestados consideraron que no conocen en la ciudad de Santa Elena una empresa que se dedique a la fabricación de prendas infantiles, un pequeño porcentaje contestó que conocen solo las Asociaciones que confeccionan en pequeñas cantidades o bajo pedido.

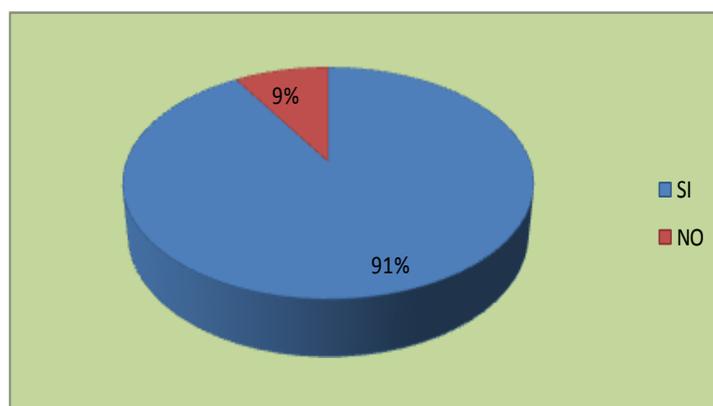
10. ¿Le gustaría comprar las prendas de sus niños en la ciudad de Santa Elena sin salir del sector?

Tabla 16 Preferencia de Lugar de Compra

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
10	SI	360	91%
	NO	35	9%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 19 : Preferencia de Lugar de Compra



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La preferencia de salir o no del lugar de residencia para adquirir las prendas de vestir según la encuesta indicaron como respuesta que prefieren comprar las prendas de sus niños en la ciudad de Santa Elena, mientras que otro grupo reducido optan por no hacerlo, lo que indica que hay una gran demanda satisfecha por el lugar.

11. En una escala de 1 al 6, donde 6 es “muy interesante y 1 es nada “interesante”. ¿Qué tan interesante es para usted que en la ciudad de Santa Elena exista un lugar donde se fabrique prendas de vestir infantil?

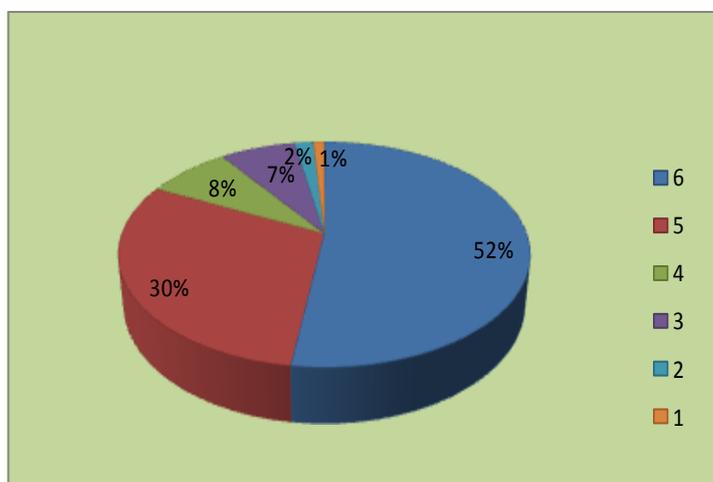
Tabla 17 Escala de Interés de Existencia de una Empresa

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
11	6	206	52%
	5	119	30%
	4	31	8%
	3	28	7%
	2	7	2%
	1	4	1%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 20 : Escala de Interés de Existencia de una Empresa



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La escala de interesante y no interesante reveló que la aceptación de más de la mitad de las familias se interesa por el proyecto, a muchos les parece atractivo, y en un reducido número le es de poco interés, aunque también existe quienes no estuvieron de acuerdo o no les pareció relevante la creación de la empresa.

12. ¿Cuáles de los siguientes aspectos cree usted importantes que deba orientarse la nueva empresa de manufactura de prendas de vestir infantil?

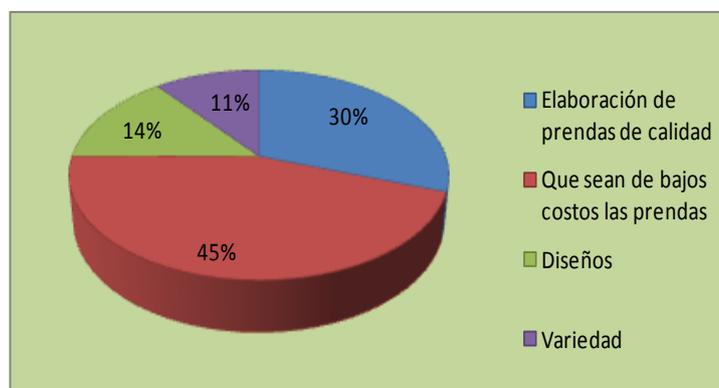
Tabla 18 Aspecto a Orientarse de la Empresa

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
12	Elaboración de prendas de calidad	120	30%
	Que sean de bajos costos las prendas	176	45%
	Diseños	57	14%
	Variedad	42	11%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 21 : Aspectos a Orientarse de la Empresa



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Los aspectos de relevancia a los que hicieron énfasis los encuestados se orientaron al costo de las prendas como factor importante al momento de adquirirlas, así también estimaron la calidad en la elaboración del producto, otros consideraron los diseños y la variedad de prendas de sus niños, se indica que deberá orientarse el proyecto en el precio y calidad por las preferencia de los clientes.

13. ¿Para su comodidad usted dónde compraría los productos de la nueva empresa?

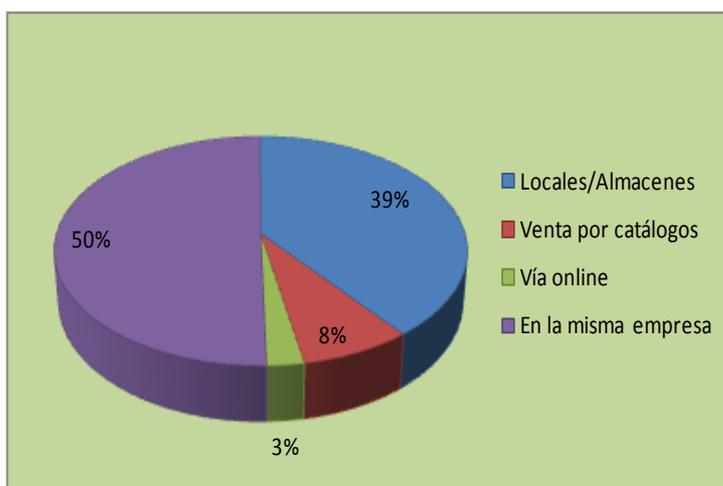
Tabla 19 : Medio de Comercialización

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
13	Locales/Almacenes	156	39%
	Venta por catálogos	30	8%
	Vía online	10	3%
	En la misma empresa	199	50%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 22 : Medio de Comercialización



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

El resultado de los encuestados en relación a la comodidad de compra prefieren realizarlas en la misma empresa por sus precios sin recargos, otros adquieren en locales/almacenes por su selección en gustos, los de menos aceptación se considera a las compras por catálogo y un reducido número para las compras vía online.

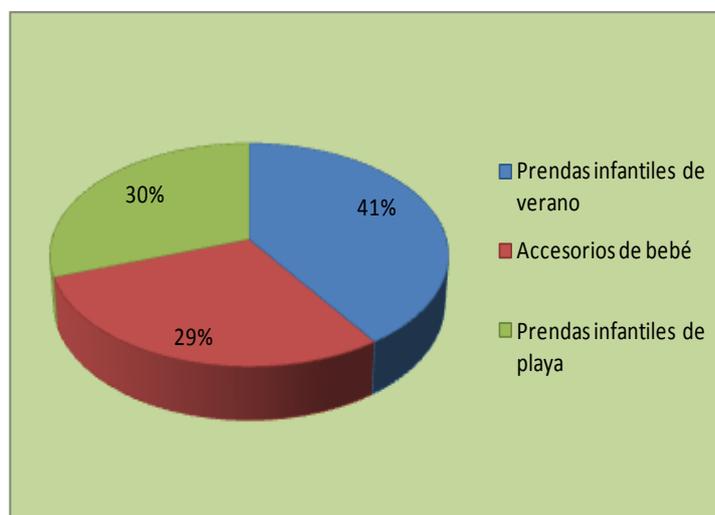
14. ¿Qué tipo de productos adicionales le gustaría que le brinde esta empresa?

Tabla 20 : Productos Adicionales

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
14	Prendas infantiles de verano	160	41%
	Accesorios de bebé	115	29%
	Prendas infantiles de playa	120	30%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 23 : Productos Adicionales



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Según el resultado de los encuestados para productos adicionales se optó por prendas infantiles de verano, el siguiente en escala fue prendas playeras, otros incluyeron accesorios de bebé, esto indica que se podrían realizar de acuerdo a los periodos estacionales y tendencia de moda.

15. ¿La comodidad de pago es primordial para usted al momento de comprar?

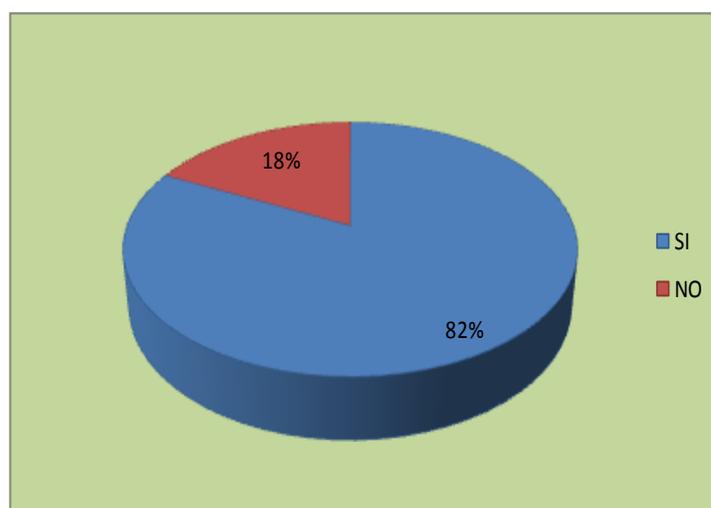
Tabla 21 : Comodidad de Pago

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
15	SI	325	82%
	NO	70	18%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 24 : Comodidad de Pago



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Un aspecto importante para los encuestados es su capacidad de pago o comodidades para hacerlo, es así que los resultados consideran su comodidad de pago como factor primordial al momento de adquirir las prendas de sus niños, un pequeño grupo le es indiferente la forma de pago, según lo indica la encuesta.

16. ¿Cómo le gustaría realizar su forma de pago al momento de adquirir sus prendas?

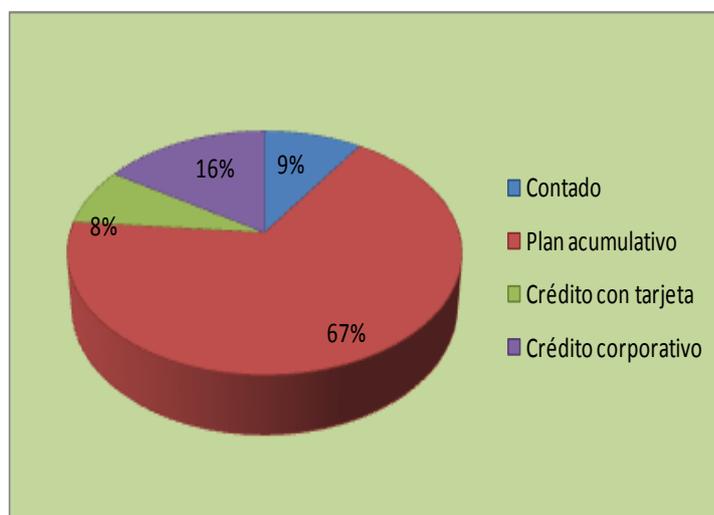
Tabla 22: Alternativas de pago en la Adquisición del Producto

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
16	Contado	37	9%
	Plan acumulativo	265	67%
	Crédito con tarjeta	30	8%
	Crédito corporativo	63	16%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 25 : Alternativas de Pago en la Adquisición del Producto



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La mayoría de encuestados respondieron que les gustaría realizar su forma de pago a plan acumulativo, a través de crédito corporativo otro grupo, un reducido caso para las adquisiciones al contado y un nivel bajo para las adquisiciones a crédito con tarjeta.

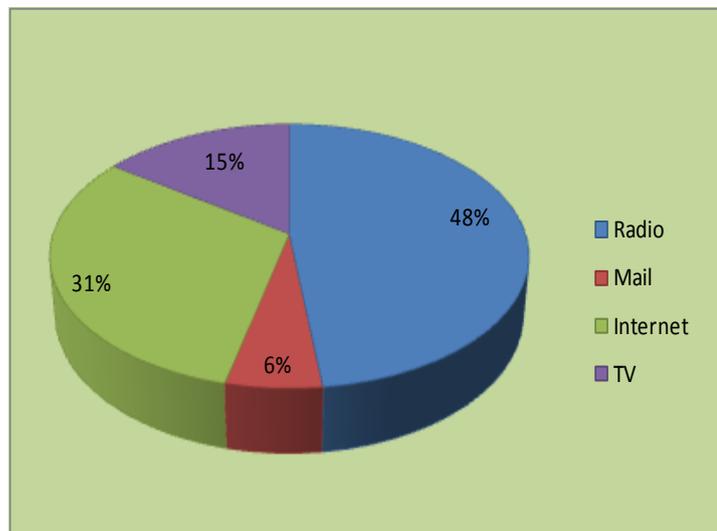
17. ¿Dónde le gustaría observar u obtener conocimiento de los nuevos modelos de prendas de vestir infantil que la empresa distribuirá?

Tabla 23: Medio Publicitario

Pregunta	Alternativa	Frecuencia	%
17	Radio	190	48%
	Mail	22	6%
	Internet	123	31%
	TV	60	15%
	Total	395	100%

Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 26: Medio Publicitario



Fuente: Datos estadísticos de la encuesta por clientes
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

La información que se obtuvo en frecuencia de los medios publicitarios fue que los encuestados optan por recibir información por medio de la radio, seguidos por un pequeño porcentaje que prefiere observar los productos por internet, unos lo visualizan en TV y unos cuantos por medio de e-mail.

3.2. Conclusiones

De acuerdo al análisis e interpretación de los datos obtenidos por medio del instrumento de investigación se destacan las siguientes conclusiones:

1. Se pudo recabar la información sobre los gustos y preferencias de prendas infantiles de los habitantes con hijos de la ciudad de Santa Elena, facilitando obtener ideas innovadoras que ayuden al fortalecimiento de la creación de la empresa de fabricación.
2. La población no conoce de empresas que fabriquen prendas de vestir infantil con los atributos que compete al cliente, pero un mínimo porcentaje asume que sí, que solo se tratan de artesanos independientes y asociaciones que confeccionan prendas de adultos en pequeñas cantidades y que algunas no se encuentran legalmente constituidas.
3. Existe un nivel de aceptación de parte de los habitantes, lo que indica que les sería beneficioso comprar las prendas de sus niños en la ciudad de Santa Elena, además reducirá el tiempo ocasionado al salir de la localidad, los costos recargados que adquieren los productos en los centros comerciales y grandes almacenes de otra localidad.
4. Los clientes potenciales reflejan que sus ingresos mensuales superan el salario básico establecido en la ley, demostrando un nivel socioeconómico medio alto, con una capacidad adquisitiva que les permite adquirir sus prendas infantiles en un promedio de tres veces al año.
5. Los habitantes de la ciudad de Santa Elena en su mayoría poseen una tendencia de crédito alta, las cuales en ciertos centros comerciales les brindan, haciendo esto para ellos un factor primordial y se debe tomar en consideración, a su vez ayudar al desarrollo económico de la ciudad de Santa Elena.

3.3. Recomendaciones

1. Estar en contacto con los clientes para conocer sus opiniones acerca de las prendas infantiles, e ir acaparando así detalles e ideas innovadoras para estar a la vanguardia de la moda infantil y así seguir incursionando en el mercado.
2. Conocer los requisitos de funcionamiento y procesos de calidad inmersos en la confección de prendas infantiles para obtener un producto terminado apto para los infantes y así satisfacer la alta demanda.
3. Tener en consideración el espacio físico y capacidad instalada que se debe implementar en la empresa para cubrir la demanda, también los costos por materias primas para no ser recargados en el valor agregado y no afectar al consumidor final.
4. Realizar inventarios que permitan conocer qué tipo de prendas tienen mayor movimiento de salida, para no desabastecer el almacén de productos terminados, en épocas de cambio de clima se tendrá en consideración productos sustitutos que fortalezca las ventas y así continuar con las proyecciones establecidas por la empresa.
5. Incorporar nuevas formas y sistemas donde los consumidores opten por una facilidad de pago en sus adquisiciones y formular estrategias para la distribución de los productos tanto a nivel local y en el futuro acaparar un nicho de mercado fuera de la localidad, para el crecimiento de la empresa y aportar con el desarrollo económico de la provincia.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR INFANTIL EN LA CIUDAD DE SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014

4.1. Presentación

La creación de una empresa para la fabricación de prendas de vestir infantil, surgió de la necesidad de los padres de familia, la cual se puede evidenciar que hoy en día el cuidado de sus hijos es un rol natural y obligatorio tanto en la vestimenta como también en la alimentación, pues ciertos centros comerciales y almacenes que comercializan sus prendas son importadas y de baja calidad, es por tal razón que la creación de la empresa se vuelve imprescindible con mejoras a ofrecer: calidad, bienestar al momento de adquirir sus compras ya que no requerirá salir de la ciudad y precios módicos, acorde al nivel adquisitivo de los habitantes y visitantes.

Está direccionado a padres de familia con niños de 0-8 años de edad del sector socioeconómico medio alto en la ciudad de Santa Elena, con preferencias de consumo y elección con este tipo de características, así permitirá desarrollar el sector textil y por ende contribuirá al desarrollo de la matriz productiva de la provincia.

Acaparando la mayor demanda de insatisfacción de compra se busca enfatizar estrategias de valor agregado, que permitan brindarle una nueva imagen a las prendas infantiles, que permitirá una comunicación directa de cliente a cliente, un concepto de estilo de vida cómodo, sociable, ante la competencia que solo ofrece producto de exportación de bajas características.

En la propuesta se desarrolla un análisis F.O.D.A, estrategias competitivas para garantizar el producto, un organigrama para contar con un personal capacitado y sus funciones a ejecutar. Además se describen estudio de mercadeo para un análisis de la demanda y la oferta, a su vez realizar comparaciones con la competencia, haciendo en los aspectos tecnológicos del proyecto.

A su vez se efectúa un análisis financiero al cual se desarrollará mediante un flujo de efectivo proyectado a 10 años, estimando una inversión inicial en la que se determina sus activos, pasivos, capital de trabajo con el propósito de conocer la evaluación y la rentabilidad o viabilidad del proyecto. Así también un análisis de impacto ambiental para conocer el porcentaje afectación al sector. Estos indicadores se aprovecharán para la toma de decisiones de la ejecución de proyecto.

4.2. Naturaleza del proyecto

4.2.1. Descripción de la empresa

La empresa manufacturera se dedicará a la producción y comercialización de prendas de vestir infantil que brinde una óptima calidad en confecciones (máquinas industriales), elaboración (mano de obra calificada) para un acabado profesional y diseño innovador, dirigidos a los pequeños consumidores de 0 a 8 años de edad de la ciudad de Santa Elena.

La confección de prendas de vestir ofrecerá ropa casual para niños y niñas, agradables a la vista y confort, brindando toda la comodidad del caso a los usuarios y consumidores en la localidad. La materia prima a utilizar serán telas suaves y delicadas con el objeto de darle al consumidor final un producto que llegue a satisfacer las expectativas del cliente al momento de la obtención de dichas prendas sin necesidad de dirigirse a lugares fuera de su entorno y brindando un apoyo al crecimiento del comercio en la ciudad de Santa Elena.

La creación de la empresa manufacturera de prendas contribuirá a cubrir la demanda de los infantes así como también brindará plazas de trabajo a personas de la localidad principalmente mujeres que son las más idóneas para el manejo de las máquinas industriales. Así también se beneficiarán pequeños distribuidores del sector a los cuales se les brindará el apoyo para adquirir las prendas de vestir a costos accesibles.

4.2.2. Determinación del nombre del negocio

La empresa se denominará CPN JAYLI S.A., las tres primeras letras hacen referencia a la actividad de confecciones, dirigidas a los consumidores peninsulares y al consumidor principal que son los niños; la denominación JAYLI es la unión de la primera sílaba de los nombres de los dos accionistas y fundadores de la empresa Janeth y Livingston y S.A. correspondiente a la denominación de sociedad anónima.

4.2.3. Ubicación de la empresa manufacturera

Macro localización

El proyecto fabricación de prendas de vestir estará localizado en la ciudad de Santa Elena perteneciente a la provincia de Santa Elena. La empresa tendrá como propósito mejorar el factor económico del entorno y generar fuentes de trabajo; para su producción dispondrá de un personal capacitado en las áreas administrativas y operativas.

La ciudad de Santa Elena es una parroquia urbana, se resalta por su zona comercial y turística ya que está en la ruta del Spondylus o ruta del sol, su principal balneario es Ballenita ubicado a 5 km de la Catedral de Santa Elena, es atraída por muchos habitantes de diferentes localidades del sector e inclusive del exterior.

Gráfico 27: Mapa de Santa Elena



Fuente: www.wikipedia.com
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Micro localización

La empresa CPN-JAYLI S.A se encontrará ubicada en una zona céntrica de la ciudad de Santa Elena en la avenida Comercio y calle Abdón Calderón, por ser un sector comercial, turístico, transitado y de gran afluencia, en su alrededor se encuentra ubicado almacenes TIA S.A, el gobierno municipal de Santa Elena y considerando que a dos cuadras transitan los medios de transporte para dirigirse a diferentes localidades.

Gráfico 28 : Mapa de la Ubicación de la Empresa



Fuente: www.googlemaps.com

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.2.4. Misión

“CPN-JAYLI S.A tiene la misión de ofrecer al mercado, una variedad de prendas de vestir infantil con diseños exclusivos acordes a la tendencia de la moda, brindando tranquilidad, comodidad y confort a los pequeños peninsulares, mediante la confección con recursos tecnológicos, mano de obra calificada y materia prima de calidad, ayudando al progreso y desarrollo de la provincia de Santa Elena, siendo pioneros en el sector manufacturero de trajes para niños”.

4.2.5. Visión

“CPN-JAYLI S.A será una empresa líder y reconocida en la fabricación de prendas de vestir infantil, comprometida a brindar a los pequeños peninsulares productos con variedad y calidad, con personal motivado y dispuesto a satisfacer las expectativas de los clientes mediante una constante actualización en el talento humano y tecnológico de la organización, en busca siempre de un mayor posicionamiento en el mercado, rentabilidad financiera y el desarrollo productivo de la provincia de Santa Elena”.

4.2.6. Objetivos

Objetivo General

Estar posicionados en la mente de la población como líder en la fabricación de prendas de vestir, a través de una marca reconocida disponiendo de tecnología, materia prima de calidad y personal capacitado, contribuyendo en la generación de fuentes de trabajo en el sector superando las expectativas de los clientes, en la ciudad de Santa Elena en el periodo de 10 años.

Objetivos Específicos

- Efectuar procesos de producción de prendas de vestir de calidad con diseños innovadores que proporcionen un valor agregado a los productos, acorde a la tendencia de la moda, ante las expectativas del cliente.
- Disponer de equipos tecnológicos priorizando la variedad de productos sustitutos para satisfacer la demanda que permitan el fortalecimiento de las ventas.
- Diseñar estrategias de mercadeo, a través de un marketing Mix, determinando la captación de la demanda.

- Establecer una estructura organizacional que fortalezca el desarrollo de los procesos internos hacia una mejora en eficiencia y eficacia en base a técnica de calidad, incentivando a los empleados en sus valores de liderazgo y auto superación, para el desarrollo de la productividad.
- Elaborar un estudio financiero que permita optimizar recursos y la viabilidad del proyecto.

4.2.7. Valores Institucionales

CPN-JAYLI S.A hará hincapié en fomentar valores éticos y morales, con el afán de comprometer a todos los miembros de la organización, sobre todo en el sector administrativo, desarrollando buenas relaciones interpersonales, trabajando en equipo, para brindar a nuestros clientes, instituciones y la sociedad en general, una imagen sólida, productos de calidad y un excelente servicio y de esta manera alcanzar el éxito de la empresa. Por tanto fundamentará sus acciones en los siguientes principios o valores:

- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Compromiso.
- ✓ Espíritu Empresarial.
- ✓ Comunicación.
- ✓ Competitividad
- ✓ Flexibilidad.
- ✓ Trabajo en Equipo.
- ✓ Honestidad.

Responsabilidad: La empresa será responsable de todos sus actos jurídicos y administrativos, acorde a la ley y la ética profesional.

Compromiso: CPN-JAYLI, tiene compromisos internos y externos con sus colaboradores y la sociedad en general, cumpliendo las normas y leyes del buen vivir y con la autoridades competentes.

Competitividad

La organización competirá de forma leal ante sus similares sin perjudicar económica y socialmente, acatando las normas del comercio y desarrollo sustentable del país.

Espíritu Empresarial

CPN-JAYLI, se ha definido como una empresa que asume riesgos calculados al momento de generar sus actividades de nivel productivo, que generan una visión más objetiva de alcanzar sus metas y objetivos.

4.2.8. Filosofía

La filosofía que busca implementar CPN-JAYLI S.A., es la de la excelencia en todo y cada uno de sus procesos, desde la alta dirección hasta el último eslabón de la cadena productiva, firmes en la conservación de los valores éticos que permitan ser una empresa de calidad en función de satisfacer a los actores internos y externos de la sociedad.

4.2.9. Slogan

"La ropa casual de pequeños bien grandes"

4.2.10. Logotipo

Gráfico 29 Logotipo Fabricación de Prendas de Vestir Infantil



Fuente: Logotipo de las prendas infantiles
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.2.11. Matriz F.O.D.A

Fortalezas

- ✓ Pocos competidores directos.
- ✓ Productos de calidad.
- ✓ Variedad en diseños.
- ✓ Personal capacitado y con experiencia en la elaboración de prendas de vestir infantil.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Costos a nivel del poder adquisitivo de los consumidores.

Oportunidades

- ✓ Segmento de mercado disponible.
- ✓ Demanda insatisfecha.
- ✓ Ubicación del local estratégico.
- ✓ Canales de distribución del producto.
- ✓ Crecimiento de la población infantil.
- ✓ Apoyo financiero por la C.F.N.

Debilidades

- ✓ Ser nuevos en el mercado.
- ✓ Proveedores limitados de materia prima.
- ✓ Infraestructura Inicial.

Amenazas

- ✓ Tendencias del mercado.
- ✓ Fluctuaciones de costos de materias primas por impuestos arancelarios.
- ✓ Existencia de competidores externos productores de esta línea de ropa.

4.2.12. Estrategias competitivas

La principal estrategia competitiva de CPN JAYLI, el producto que será prendas de calidad, a través de programas de marketing sobre los diferentes atributos y características de las prendas de vestir infantil enfocados a distribuidores y consumidores, considerando el crecimiento de natalidad de la ciudad de Santa Elena.

En el siguiente cuadro se detallan la diferenciación de la competencia.

Cuadro 8 : Diferenciación del producto

Características del producto	
Calidad	Alta
Presentación	Alta
Precio	Módicos
Innovación	Moderno
Servicio del producto	
Personal Capacitado	Eficiente
Mejor calidad	Importante
Atención al cliente	Eficaz
Compromiso	Primordial

Fuente: Diferenciación del producto

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

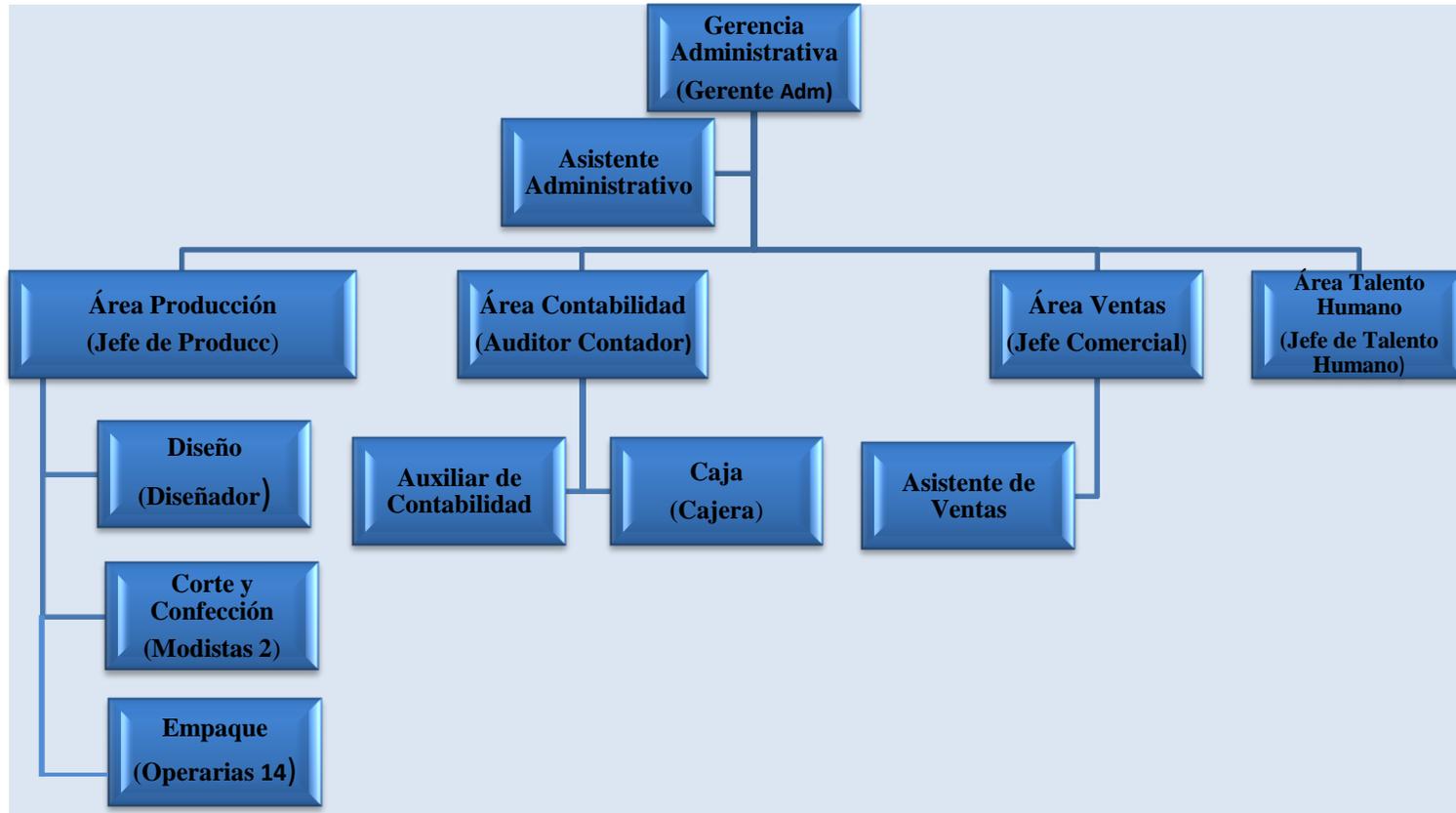
Ventajas competitivas.

- ✓ Exclusividad.
- ✓ Amplia variedad de producto para ropa infantil dirigida a niños y niñas.
- ✓ Asesoría y servicio para los clientes los cuales serán guiados por un asesor con experiencia en diseño.
- ✓ Buscando la mejor calidad en la confección se manejarán precios competitivos los cuales serán accesibles para el cliente.
- ✓ Sus ventajas de producción será un apoyo para el nivel de desempleo de la ciudad.

4.2.13. Estructura Orgánicas Administrativas

Este diagrama muestra la jerarquía dentro de la empresa puede presentarse de forma vertical u horizontal, y muestra los mandos desde los puestos altos, mandos medios y subordinados dependiendo de su nivel de decisión. El organigrama de CPN-JAILY SA. Muestra las siguientes áreas: gerencia administrativa, asistente de gerencia, producción, contabilidad, ventas, talento humano.

Gráfico 30: Estructura Organizacional



Fuente: Estructura organizacional

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Competencias y responsabilidades de las áreas

La estructura funcional indica precisamente el desarrollo de cada una de las secciones o departamentos en los cuales se halla dividido el proceso de toda la empresa, desde la alta dirección hasta los subordinados. La estructura funcional de CPN-JAYLI S.A. contempla las siguientes funciones en sus departamentos:

Gerencia Administrativa

Esta gerencia gestiona los recursos necesarios para el proceso productivo y prepara la información sobre la situación financiera de la empresa, realiza informes sobre los estados financieros y de los respectivos balances en donde enfoca todos los movimientos que la empresa ha realizado durante un período determinado para la presentación ante los accionistas.

Funciones:

- ✓ Gestionar los recursos para los procesos productivos.
- ✓ Controlar los ingresos y egresos de efectivo de la empresa.
- ✓ Asegurar la liquidación y cancelación oportuna de toda obligación de la empresa.
- ✓ Elaborar informes económicos de la situación de la empresa.
- ✓ Preparar los estados financieros para los accionistas.

Área de Producción

Constituye uno de los departamentos de gran importancia, pues aquí se concentra la actividad principal de la empresa y todos los esfuerzos se focalizan a obtener un producto de calidad, capaz de satisfacer las necesidades de los clientes.

Aquí está el proceso de transformación de materias primas (telas) en productos terminados (prendas de vestir).

Funciones:

- ✓ Planificar la producción.
- ✓ Recibir la materia prima.
- ✓ Verificar que los materiales cumplan con las especificaciones de calidad y cantidad.
- ✓ Recibir las órdenes de producción de pedidos.
- ✓ Mejorar constantemente el producto para satisfacer al cliente.
- ✓ Esmerarse por la búsqueda constante de nuevos modelos a fin de ganar clientes satisfechos.

Área de Contabilidad

Departamento encargado de llevar la contabilidad fiscal y tributaria de la empresa y donde reposan la mayoría de documentos de ingresos y egresos correspondientes al proceso de producción.

Funciones:

- ✓ Elaborar facturas de ventas.
- ✓ Contabilizar adquisiciones por compras y gastos.
- ✓ Realizar depósitos bancarios.
- ✓ Llevar la Contabilidad de la empresa.
- ✓ Elaborar balances y estados financieros mensuales.

Área de Venta

Este departamento es fundamental en la empresa, pues se encarga de encontrar el mercado meta, mediante la búsqueda de nuevas necesidades que irán orientadas a la satisfacción del cliente y al desarrollo y productividad de la empresa. También

se encarga de la distribución de los productos (prendas de vestir) para cada uno de los distribuidores.

Funciones:

- ✓ Verificar el stock de los productos.
- ✓ Vender los productos fabricados por la empresa mediante un plan de ventas.
- ✓ Elaborar una base de datos de todos los clientes de la empresa.
- ✓ Elaborar planes de comercialización y ventas.
- ✓ Planificar estrategias para ganar posicionamiento en el mercado.
- ✓ Manejar políticas de ventas.
- ✓ Elaborar políticas de cobranza.
- ✓ Mantener una adecuada información de clientes.
- ✓ Coordinar los ingresos de efectivo con el contador.
- ✓ Contactar nuevos clientes.

Área de Talento Humano

En este departamento reposa toda la información relacionada con el personal de la empresa, su principal objetivo radica en estudiar el comportamiento de los individuos a fin de crear un buen ambiente de trabajo para lograr la productividad de la organización, constituye también un centro de apoyo para los trabajadores y empleados.

También se realizan los diferentes procesos de selección, reclutamiento, capacitación de personal para la empresa, así como los controles de asistencia y elaboración de contratos, afiliación al seguro social y de promover la mejor comunicación con los empleados y trabajadores.

Funciones:

- ✓ Reclutar, seleccionar y contratar el personal idóneo requerido en la Empresa.
- ✓ Afiliar a los trabajadores al seguro social.
- ✓ Elaborar los respectivos contratos del personal de la empresa.
- ✓ Legalizar contratos en el ministerio de relaciones laborales.
- ✓ Estar al día con los certificados de salud de los trabajadores.
- ✓ Elaborar roles de pago de los trabajadores.
- ✓ Calificar y evaluar el desempeño del personal.
- ✓ Elaborar planes de capacitación.
- ✓ Mantener informado al personal sobre las actividades de la Empresa.
- ✓ Mejorar la comunicación de trabajo en equipo y la integración eficaz de funciones, procedimientos y procesos entre las diferentes áreas de la empresa para cumplir con los objetivos propuestos.

4.3. Mercado

4.3.1. Análisis de la Demanda

El proyecto CPN-JAYLI, busca establecer y evaluar las fortalezas hacia el mercado para retomar un producto o servicio determinando: precio, nivel de ingresos económicos, precios de productos o servicios sustitutos y analizando los gustos y preferencias, por tal razón se estima una población de 33.679 habitantes entre hombres y mujeres en el rango de 15 a 70 años de edad, por su nivel socioeconómico, ya que ellos serán la población objetivo por estar en la capacidad de hacerlo para sus niños.

4.3.2. Proyección de la demanda

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta de la población de la ciudad de Santa Elena, se estima un 91% de población 33.679 están de acuerdo a adquirir las prendas de vestir infantil, con una tasa de crecimiento anual de la demanda de un 5%.

Datos:

- ✚ **Población** : 33.679 clientes meta
- ✚ **Aceptación de la empresa** : 91% nivel de aceptación del producto
- ✚ **Tasa de crecimiento** : 5% estimación de la demanda
- ✚ **Periodo** : 10 años periodo de años proyectados
- ✚ **Frecuencia de compra**: trimestral

Cuadro 9 : Proyección de la Demanda

Incremento anual:		5%	
Población:		33.679	
Años	Frecuencia de compra	Población de Santa Elena	Proyección de venta
2014	3	33.679	101.037
2015	3	35.363	106.089
2016	3	37.131	111.393
2017	3	38.988	116.963
2018	3	40.937	122.811
2019	3	42.984	128.952
2020	3	45.133	135.399
2021	3	47.390	142.169
2022	3	49.759	149.278
2023	3	52.247	156.742

Fuente: Proyección de la demanda
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.3.3. Segmentación de Mercado

El proyecto de fabricación de prendas de vestir infantil considera una segmentación de niños y niñas comprendidos entre edades de 0 – 8 años, que según datos estadísticos del último (Censo, 2010) en la ciudad de Santa Elena en las zonas urbana y rural, con una tasa de crecimiento de población infantil la cual se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 10 : Segmento de Mercado Infantil

EDAD	GÉNERO	
	NIÑAS	NIÑOS
0	571	578
1	678	662
2	592	657
3	657	649
4	604	623
5	481	535
6	538	561
7	562	554
8	564	673
TOTAL	5247	5492

Fuente: Censo 2010 Población y Vivienda
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

De acuerdo con los datos anteriores tenemos aproximadamente 5.247 niñas y 5.492 niños del total de 10.739 en infantes, en la ciudad de Santa Elena de los cuales se considera que ellos serán los posibles consumidores finales para la fabricación de prendas de vestir infantil.

4.3.4. Determinación de la población objetivo

Esta población es considerada hábil para poder adquirir las prendas confeccionadas y son ellos quienes tienen el poder adquisitivo y a su vez detectar

las características al momento de realizar las compras de los productos para sus hijos o en caso obsequio de gratitud hacia un infante, la misma que se demuestra en la siguiente tabla.

Tabla 24: Población Objetivo

Población de la Parroquia Santa Elena - Santa Elena de: Edad años:	Hombre	Mujer	Edad	Hombre	Mujer
15 años	496	478	43 años	298	340
16 años	563	480	44 años	281	313
17 años	532	472	45 años	327	321
18 años	502	512	46 años	254	279
19 años	512	473	47 años	283	270
20 años	485	457	48 años	285	265
21 años	461	475	49 años	233	258
22 años	453	439	50 años	239	238
23 años	482	469	51 años	191	223
24 años	449	435	52 años	226	168
25 años	424	459	53 años	208	182
26 años	445	482	54 años	176	183
27 años	445	416	55 años	191	210
28 años	448	419	56 años	211	196
29 años	449	436	57 años	176	158
30 años	485	398	58 años	175	197
31 años	397	430	59 años	160	143
32 años	426	404	60 años	157	162
33 años	343	389	61 años	106	104
34 años	364	367	62 años	134	120
35 años	362	317	63 años	123	108
36 años	346	381	64 años	99	119
37 años	354	356	65 años	100	116
38 años	333	353	66 años	103	102
39 años	346	329	67 años	106	76
40 años	378	338	68 años	80	108
41 años	297	299	69 años	79	76
42 años	315	291	70 años	95	102
Total	11892	11554		5096	5137
Población de la Parroquia Santa Elena - Santa Elena de: Total años:				33679	

Fuente: Censo Población 2010
 Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.3.5. Identificación de los Clientes Meta

El presente proyecto de investigación se basa según resultados de la encuesta el cual ayudará a identificar cuáles serán los clientes potenciales para la adquisición de prendas infantiles se demuestra en el tabla.

Tabla 25: Identificación de Clientes Meta

FRECUENCIA DE IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES META							
GÉNERO		EDAD		INGRESO MENSUAL		LUGAR DE RESIDENCIA	
Mujer	62%	15-25 años	54%	\$50-100	8%	Santa Elena	90%
Hombre	38%	26-36 años	38%	101-200	7%	La Libertad	9%
		37- adelante	8%	201-300	43%	Salinas	2%
				301-400	36%		
				401- adelante	6%		
Mujer	62%	15-25 años	54%	201-300	43%	Santa Elena	90%

Fuente: Identificación de cliente meta

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

De acuerdo al cuadro anterior el proyecto se direccionará hacia los clientes potenciales que se considera a las mujeres en un 62% en las edades de 15-25 años con un ingreso económico de \$201-\$300 con el 54% en el lugar de Santa Elena con un 90%, con un nivel socioeconómico medio alto.

Los grupos de identificación:

- ✓ **Género /edad.-** Ayudará al proyecto a dirigirse a un grupo de edades con una prioridad en el género a través de esta segmentación se determinará los medios de comunicación para captarlos.
- ✓ **Ingresos.-** Permitir conocer la rentabilidad de los clientes para determinar la calidad y el nivel de confección en las prendas.
- ✓ **Nacionalidad.-** El lugar donde vive los clientes es importante para conocer si la empresa tendrá una acogida en el mercado a posesionarse.

4.3.6.Frecuencia de compra

De acuerdo a los datos reflejados en el instrumento de investigación, la encuesta demuestra que la frecuencia de las compras de prendas infantil que realiza la población meta la efectúan trimestralmente con 38%.

4.4. Análisis de la Oferta

La oferta corresponde a la cantidad de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a fabricar y vender, en un determinado momento y pretenden satisfacer a un mercado objetivo.

La empresa de fabricación de prendas de vestir estará representada por ropa de calidad infantil en edad de 0- 8 años, elaboradas con telas como (acetato, algodón, crepé, gabardina, nylon, franela, poliéster y entre otros), de acuerdo a los productos que son: ajuar de bebé, ropa casual (camiseta, pantalones, faldas, vestidos), diseñados con mano de obra calificada y modelos exclusivos.

4.4.1. Proyección de la oferta

Para analizar la oferta se tomarán los resultados obtenidos de la encuesta, el cual será el porcentaje de 38% de frecuencia de compra del total de los encuestados y considerará el mismo 5% de crecimiento anual de la demanda.

Cuadro 11 : Proyección de la oferta

Incremento anual:		5%	
Población:		38%	
		33679	
Años	Frecuencia de compra	Población de Santa	Proyección de venta
2014	3	12.798	38.394
2015	3	13.438	40.314
2016	3	14.110	42.329
2017	3	14.815	44.446
2018	3	15.556	46.668
2019	3	16.334	49.002
2020	3	17.151	51.452
2021	3	18.008	54.024
2022	3	18.909	56.726
2023	3	19.854	59.562

Fuente: Proyección de la oferta

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.4.2. Identificación de los competidores

Estas son asociaciones y empresas que ya están formadas, que elaboran y distribuyen sus productos, teniendo ya un mercado. El cual es necesario conocer cuáles son sus estrategias para tener la oportunidad de aprovechar sus ventajas competitivas al posible proyecto que se ejecutará e igual evitando las debilidades de la competencia.

4.4.3. Competidores

Según actores del IEPS del cantón Santa Elena indican que existen dos asociaciones de confección de productos textil: Asoc. Unido Con Fe Hacia Nuevo Horizonte y la Agrupación Artesanal las cuales están ubicadas en la Comuna Rio

Verde, con su labor en confección de prendas de vestir para varias edades, desde el año 1980 han desarrollado esto como una actividad económica para el sector y sus habitantes. Independientes son 9 artesanas peninsulares formalmente legalizadas, que se dedican a la elaboración en pequeños pedidos de prendas de vestir en general, con apoyo del gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Elena.

Cuadro 12 : Competidores Locales

<p>CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES Comuna Rio Verde SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA (593)(04)3040992 Celular 0980573736 leonardo_orralla@hotmail.es</p>	<p>CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES Entrada al Colegio Santa Rosa 5 cuadra SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA Celular 0982950067 0990172779 cesar_frans@hotmail.com</p>
<p>CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES Calle Guayaquil y Angel Sim SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA (593)(04)2942175 Celular 0992335021 0979297212 jogravape@gmail.com</p>	<p>ASOC. UNIDO CON FE HACIA NUEVO HORIZONTE CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES Rio verde calle principal B. Santa Catalina A Lado De La Casa Comunal SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA Celular 0993701465 asociacio-unidosconfe@hotmail.com</p>
<p>Agrupacion Artesanal CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES Rio Verde B. 6 de Enero Calle Cuarta SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA (593)(04)2535183 Celular 0986617662 confeccionessamarilis@gmail.com</p>	<p>Confecciones Isaías CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES calle 15 y 16 SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA (593)(04)2783826 Celular 0999931929 0969511419 [Redacted]</p>
<p>Confecciones Joyce CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES Calle Chimborazo y Simon Bolivar Pichincha SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA (593)(04)2940576 Celular 0994615965 0989900714 anitabernabe@yahoo.es</p>	<p>Confecciones Maria José CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES libertad Bolivar Manglarato SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA Celular 0992173547 [Redacted]</p>
<p>Confecciones Silvia CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES V SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA (593)(04)2783594 Celular 0981464450 silvia9842011@hotmail.com</p>	<p>Diseños DBLI CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES Ballenita av. 3 Entre 1 y 2 Esq. A Orilla De La Playa SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA (593)(04)2953145 (593)(04)2953552 Celular 0992901276 dise-dbli@hotmail.com</p>
<p>Kevin Sport CONFECCIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES Tras el comisiariato de santa elena SANTA ELENA - SANTA ELENA - SANTA ELENA (593)(04)2942201 Celular 0993263126 0985405592 kevin_tigrero@hotmail.com</p>	

Fuente: Actores del IEPS

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Hay que distinguir tres tipos principales de competidores en la provincia de Santa Elena:

Asociaciones o confecciones artesanales de prendas de vestir, ubicadas en la zona norte de la provincia o ruta del Spondylus como en las comunas de Palmar, San Vicente, San Pedro y Valdivia, en la zona sur en las comunas de Rio Verde y Chanduy y en la ciudad de Santa Elena.

Tiendas de ropa infantil, ubicadas en la zona de influencia del establecimiento; estos comercios van a ser la competencia directa de negocio, por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación, en este caso se escogió el cantón Santa Elena ya que la mayoría de comerciantes se encuentran localizados en el cantón La Libertad.

Otros establecimientos, que incorporan este tipo de artículos a su oferta comercial: fundamentalmente hipermercados y grandes almacenes: entre ellos el Hipermarket de Corporación el Rosado, Centro Comercial Buenaventura Moreno y TIA.

4.4.4. Identificación de los proveedores

La materia prima que son las telas se las traerá desde la ciudad de Quito, ya que la investigación indica que es allí donde se encuentran las de mejor calidad, diseños y mejores precios, además las empresas ofrecen créditos de 30 a 45 días y con descuentos de hasta el 20% dependiendo de la cantidad de pedidos en metros; para esto se ha contactado con la empresa POLITEX – SHINATEX ubicada en la ciudad de Quito, como principal proveedor de materia prima para la confección.

4.5. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se tomará de la diferencia entre la demanda y la oferta proyectada, la misma que proporcionará resultados positivos por valores representativos, tales ayudarán acceder al ingreso del mercado, de la misma

manera será un factor importante al fortalecer el nuestro crecimiento y el incremento de producción.

Cuadro 13 : Demanda Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2014	101.037	38.394	62.643
2015	106.089	40.314	65.775
2016	111.393	42.329	69.064
2017	116.963	44.446	72.517
2018	122.811	46.668	76.143
2019	128.952	49.002	79.950
2020	135.399	51.452	83.948
2021	142.169	54.024	88.145
2022	149.278	56.726	92.552
2023	156.742	59.562	97.180

Fuente: Demanda Insatisfecha

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.6. Marketing Mix: Producto, precio, promoción, plaza

La empresa CPN- JAYLI S.A, tiene como objetivo posicionarse en el mercado con productos innovadores, características óptimas a satisfacer a los clientes en la provincia de Santa Elena y en futuro captar clientes a nivel nacional, tales que ha tomado como estrategia de marketing Mix las P; producto, precio, plaza, promoción y publicidad.

En la siguiente figura se demuestra cómo se direccionarán las estrategias de marketing.

Gráfico 31 : Marketing Mix



Fuente: Marketing Mix
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.6.1. Productos

Descripción del Producto

La empresa de fabricación de prendas de vestir estará representada por ropa de calidad infantil en edad de 0- 8 años elaboradas con telas como (acetato, algodón, crepé, gabardina, nylon, franela, poliéster y entre otros). Los artículos que se comercializarán para este proyecto se agrupan en las siguientes líneas:

- Línea para recién nacido (de 0 a 3 meses): ajuar para bebé.

- Línea niña casual (de 3 meses a 8 años): blusas, vestidos para fiesta con accesorios.
- Línea niño casual (de 3 a 8 años): camisas formales y pantalones.

Diseños de Prendas

CPN-JAYLI S.A realizará adquisiciones de materia prima debidamente planificadas, con el fin de garantizar un buen surtido de artículos pero evitando almacenamientos innecesarios, sobre todo en artículos de moda pasajera. Para la adquisición de materia prima sería conveniente acudir a mayoristas especializados en el sector.

Tabla 26: Productos

PRODUCTOS
AJUAR PARA BEBÉ
BLUSAS
VESTIDO PARA FIESTA CON ACCESORIOS
CAMISAS FORMAL
PANTALONES

Fuente: Productos de la empresa

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

En los siguientes gráficos se presentan las características de los diferentes productos que elaborará CPN-JAYLI S.A. colocará en el mercado de la ciudad de Santa Elena:

Línea para Recién Nacido (0-3 MESES)

Ajuar set de 3 a 6 piezas

Características

- Confeccionado con tela 100% algodón para prendas suaves y delicadas para el cuidado de la piel de los bebés.
- Colores: Rosado, blanco, amarillo, colores combinados.
- Diseñados en varias tallas desde 0 a 1 años.

Gráfico 32 : Línea Recién Nacido



Fuente: Línea recién nacido
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Línea Niña Casual (3 MESES- 8 AÑOS)

Gráfico 33 : Línea Niña Casual



Fuente: Línea niña casual

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Blusas

Características

- Confeccionado con tela 75% algodón y 25% poliéster tela liviana y resistente.
- Colores llanos: Rosado, blanco. Diseños estampados y bordados en colores combinados.
- Accesorios acordes al modelo. Diseñados en tallas de 3 meses a 8 años.

Vestidos

Características

- Confeccionado con tela 75% algodón y 25% poliéster tela liviana y resistente.
- Colores llanos para ocasiones especiales: Rosado, blanco, celeste.
- Colores combinados casuales.
- Accesorios acordes al modelo.
- Diseñados en tallas de 3 meses a 8 años.

Línea Niño Casual (3 MESES- 8 AÑOS)

Camisas

Características

- Confeccionado con tela 100% hilo.
- Colores: blanco, azul, café, verde claro.
- Modelos: manga corta, a rayas y llanas.
- Estampados acordes al modelo.
- Diseñados en tallas de 1 a 8 años.

Pantalones

Características

- Confeccionado con tela gabardina tela de tejido denso, durable, resistente al desgaste.
- Colores llanos: Negro, café, verde oscuro, azul, azul marino.
- Diseñados en tallas de 1 a 8 años.

Gráfico 34 : Línea Niño Casual



Fuente: Línea niño casual

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Productos sustitutos

Existirán productos sustitutos por el cambio de temporada tales como en verano: abrigos, bufandas, pantalones utilizando otros tipos de telas (tejidas o prendas elaboradas a base de lana). En invierno son los trajes de baños, shorts (con telas licra, pongee) para mantener un equilibrio en ventas. También es indispensable conocer y analizar las empresas competidoras que podrían afectar al crecimiento y fortalecimiento del proyecto hacia un futuro.

Gráfico 35 Productos Sustitutos



Fuente: Productos sustitutos

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Atributos del Producto

La mayoría de los compradores generalmente buscan ciertas características al momento de elegir sus prendas de vestir, entre las principales anotamos las siguientes a cumplir:

- ✓ Durabilidad gracias a la calidad de las materias primas utilizadas en la confección de las prendas.
- ✓ Diseños innovadores siempre buscando la aceptación de los consumidores más exigentes.
- ✓ Funcionalidad en todos sus modelos buscando la comodidad de los más pequeños.

4.6.2. Precio

Los elementos básicos a tomar en cuenta son los materiales e insumos de producción, la maquinaria básica para la fabricación de las prendas, los recursos humanos y financieros disponibles, los gastos indirectos en los que se incurren para generar los ingresos, la buena administración que cumpla sus metas y objetivos en relación a una oferta y demanda del mercado de prendas de vestir infantil.

CPN-JAYLI ofrecerá 5 productos, los cuales se detalla con sus respectivos precios de insumos en el siguiente cuadro, pronosticando que en el año 2014 en la proyección se incluirá la tasa de inflación que es el 5 %

Cuadro 14 : Precios de insumos

PRODUCTO	PRECIOS
Ajuar	\$ 14,86
Blusas	\$ 18,13
Vestidos	\$ 26,69
Camisas	\$ 26,73
Pantalones	\$ 27,84

Fuente: Precios de insumos

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Estrategia de Precios

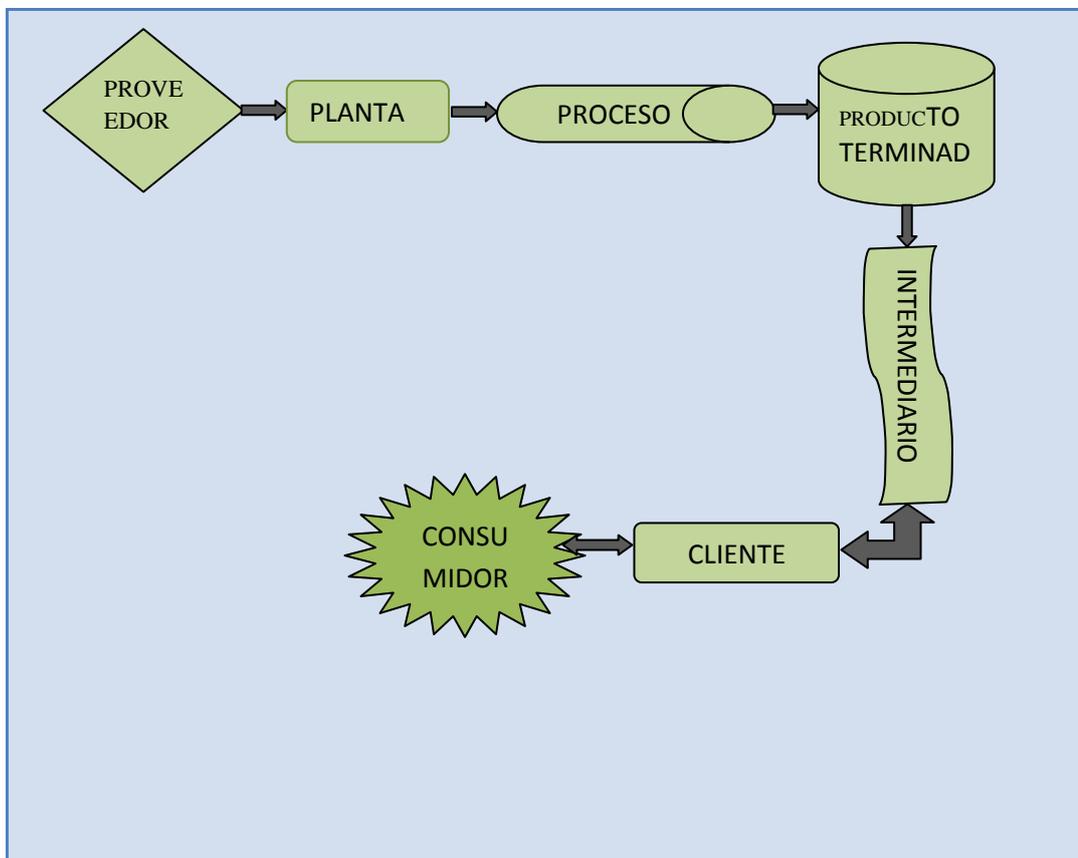
La empresa CPN- JAYLI S.A utilizará estrategias de precio adecuadas que no afecten a la rentabilidad de la empresa, confianza del consumidor y a la organización:

- ✓ El precio está dado por el costo de producción el cual debe ser rentable para competir, y luego incrementar mayor producción con la misma fuerza de trabajo para disminuir este costo.
- ✓ Descuento de insumos para ofrecer precio cómodos al público.
- ✓ Precios de acuerdo al comportamiento de la oferta y la demanda.

4.6.3. Estrategia de Distribución

La empresa establecerá un diagrama de distribución para conocer cuál será su secuencia que imparte desde la adquisición de la materia prima hasta llegar al consumidor final, el cual se detalla en la Gráfico 35.

Gráfico 36 : Diagrama de Distribución



Fuente: Diagrama de distribución

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Las estrategias de distribución para la línea de ropa infantil se basa en: distribución directa e intermediaria, ya que la demanda es alta y es más fácil llegar al mercado consumidor. La estrategia directa conservará el precio de venta de la estrategia por intermediarios, se obtendrá descuentos.

4.6.4. Promoción y Publicidad

Promoción: Comunicación con el cliente

Se buscará persuadir a los clientes potenciales en la adquisición de la línea de prendas infantil a través de medios de comunicación masiva tales como anuncios locales y prensa, así como también redes sociales, que es la nueva tecnología actual. El objetivo es darle a conocer a los clientes cuales son las ventajas o el interés que obtendrían los clientes con la adquisición de los productos.

Publicidad

CPN-JAYLI, presentará los nuevos productos a través de siguientes medios de información: volantes, clasificados, cuñas radiales y catálogos, que muestren toda la línea de producción de ropa infantil. Los volantes pueden ser distribuidos donde exista mayor afluencia de personas como lo son los centros comerciales donde no haya ningún inconveniente para hacerlos. También la utilización del internet como medio de comercialización y difusión.

Volantes, se distribuirán volantes que contengan información de las promociones que por lanzamiento al mercado de las líneas de ropa, se incorporarán en ellas imágenes de cada unas de las prendas diseñadas por la empresa.

Clasificados, entre los principales clasificados que la empresa utilizará los medios impresos locales como: Súper, Semanario, Pepe. Este medio lector se publicará cada semana con dos anuncios incluidos.

Cuñas radiales, se considerará como medio emisor la radio “Amor” por ser la más receptada por la población, se anunciarán los días hábiles de trabajo en horas de mayor audiencia.

Catálogos, se utilizarán medio visuales para conocer directamente el producto por medio de catálogos que la empresa emita, dirigido al cliente potencial.

Promoción de Ventas

La empresa dará a conocer el producto a través de una técnica de promociones a mediano y largo plazo enfocados a los intermediarios, que son aquellos que permitirán fortalecer el nivel de ventas así como también darán a conocer la imagen de la empresa a través de los productos.

Lanzamiento del producto

El lanzamiento se realizará a través de un evento social organizado o auspiciado por el G.A.D de la ciudad de Santa Elena, mediante un desfile de pasarelas de niños vistiendo cada uno de los trajes confeccionados por la empresa.

Se promocionará el lanzamiento incluyendo fotografías y afiches de niños con las prendas de la línea de ropa casual indicando los beneficios y la calidad de materia prima con las cuales fueron elaboradas, se brindarán las siguientes promociones:

- Se ofrecerá un sorteo de 5 prendas para niños asistentes.
- Los intermediarios tendrán un 10% de descuentos en compras al por mayor.

Presupuesto de Promoción Propaganda

CPN- JAYLI S.A, en el transcurso de su período proyectado 2014-2015 tomará como referencia para el segundo año el 5 % de incremento de la inflación, considerando que fue por un estudio de la situación política el cual hubo un aumento de incertidumbre de riesgo, se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro 15 : Gastos de Promociones y Propaganda

Detalle de Gastos	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Radial	10	\$ 11,00	\$ 110,00	\$ 1.320,00
Clasificados en periódicos	2	\$ 20,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Promociones y Publicidad	2	\$ 30,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Total			\$ 210,00	\$ 2.520,00

Fuente: Gastos de promoción y propaganda

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.7. Estudio Técnico

El Estudio Técnico se concentra en el empleo de unidades físicas de insumos, productos, maquinaria y equipo, procesos de producción, entre otros; que necesariamente tienen que ser transformados en unidades monetarias para alcanzar los fines productivos, de acuerdo a las inversiones que se analizarán más adelante.

En principio cada proceso indicará los requerimientos básicos de producción para la fabricación de las prendas de vestir infantil. Los pedidos a proveedores para el abastecimiento del almacén, corresponden a las materias primas iniciales para empezar la fabricación basadas en un programa de inventarios cíclicos para no tener stock de materias primas no utilizadas y evitar altas mermas o desperdicios, y por supuesto un manipuleo adecuado para evitar altos costos de traslados y abastecimientos.

La capacidad productiva de prendas estará dada principalmente por lo que rindan la maquinaria y mano de obra directa utilizada, así mismo sin generar costos por re-procesos u otros inconvenientes que se deberán evitar mediante la buena utilización de órdenes de producción y organización dadas por la dirección de ejecutivos a cargo.

Parte fundamental de la producción de las prendas de vestir infantil, es la administración, encargada de facilitar los parámetros a seguir de acuerdo a la demanda del mercado y poder formalizar planes de marketing y ventas, para la distribución de los productos a grandes y pequeños distribuidores para alcanzar las metas y proyecciones estimadas.

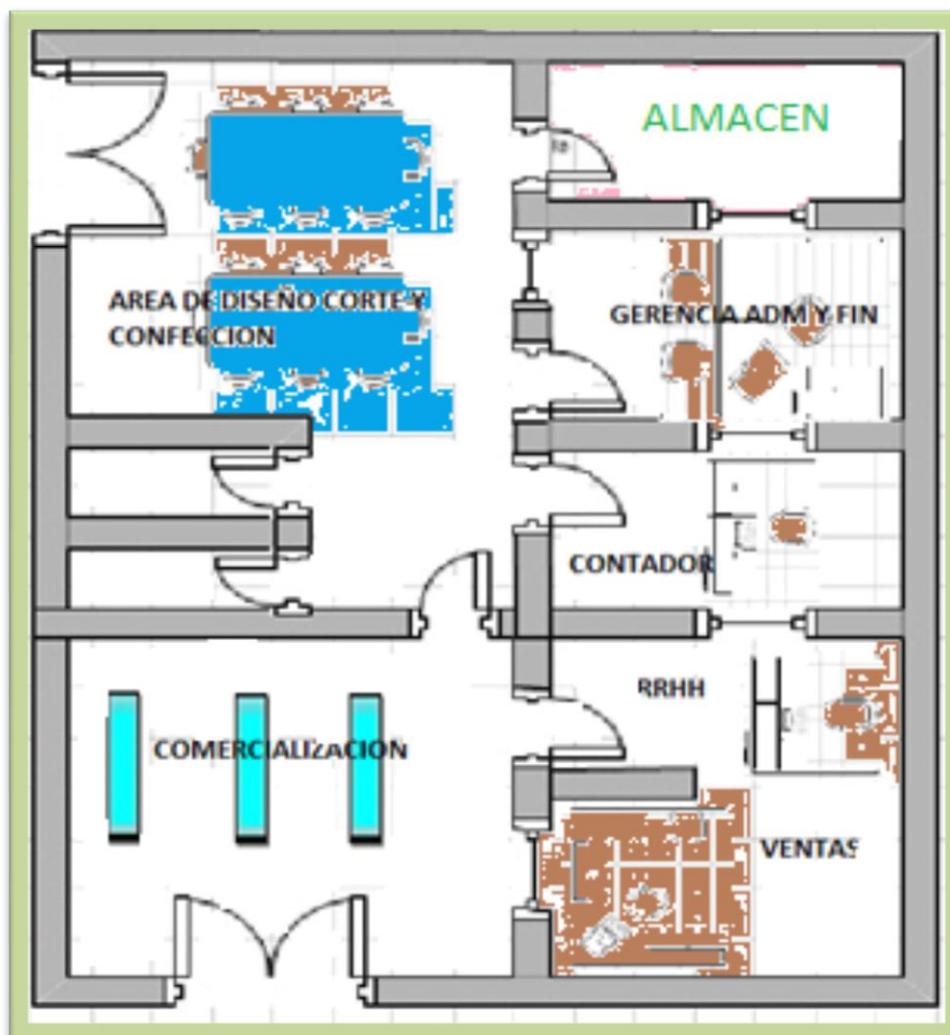
4.7.1. Infraestructura de la empresa

Gráfico 37 : Infraestructura de la Fábrica



Fuente: Infraestructura de la Fábrica
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 38 : Plano del Edificio



Fuente: Plano del Edificio
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.7.2. Capacidad Instalada

Se tiene la posibilidad de que el proyecto alcance un porcentaje de participación del 15 % con relación a la demanda analizada anteriormente, es decir que para el primer año de operación se espera una producción de 42.000 unidades entre ajuares para bebés, blusas, faldas, vestidos, camisas y pantalones; esta producción equivale a 8 horas de trabajo diario de lunes a viernes que laborará la empresa,

durante 260 días al año además se espera un incremento del 5% en las ventas para los próximos 10 años.

Para el funcionamiento y operación permanente del proyecto, se debe considerar la disponibilidad de recursos financieros, con la finalidad de responder oportunamente ante las diferentes necesidades que la empresa realice a fin de obtener un producto de calidad que garantice la satisfacción del cliente.

El financiamiento que requiere el proyecto está formado por el 25% que corresponde a recursos propios de los dos accionistas y el 75 % a préstamo que será otorgado por la Corporación Financiera Nacional.

La capacidad instalada total de las máquinas industriales en su proceso de producción normal desempeña de acuerdo a las características de cada una de las maquinarias el cual se detallan en los gráficos (44,45,46,47,48,49), que se encuentran en descripción de equipos y maquinarias.

Cuadro 16 : Capacidad Instalada de la Planta

PRODUCTO	CAPACIDAD INSTALADA EN UNIDADES DE PRODUCCIÓN									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
AJUAR	8.280	8.694	9.129	9.585	10.064	10.568	11.096	11.651	12.233	12.845
BLUSAS	6.900	7.245	7.607	7.988	8.387	8.806	9.247	9.709	10.194	10.704
VESTIDOS	11.040	11.592	12.172	12.780	13.419	14.090	14.795	15.534	16.311	17.127
CAMISAS	11.040	11.592	12.172	12.780	13.419	14.090	14.795	15.534	16.311	17.127
PANTALONES	11.040	11.592	12.172	12.780	13.419	14.090	14.795	15.534	16.311	17.127
TOTAL	48.300	50.715	53.251	55.913	58.709	61.644	64.727	67.963	71.361	74.929

Fuente: Capacidad Instalada de la Planta

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.7.3. Diagrama de Proceso

La empresa contará con 4 áreas para poder realizar sus procesos de operación, enmarcados en una sola jefatura de Administración:

Gráfico 39 : Diagrama de Proceso de Producción



Fuente: Diagrama de Proceso de Producción
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.7.4. Descripción de los Procesos de Producción

El proceso de producción de los productos: ajuares, blusas, vestidos, camisas y pantalones, abarca los siguientes pasos antes de ser ofertados al mercado:

- ✓ Una vez que se ha realizado la orden de compra, el jefe de producción recibe del almacén la materia prima e insumos respectivos para ser trasladados al área de diseño.
- ✓ Llegado al área de diseño se procede a revisar y a preparar la materia prima.
- ✓ Se procede a la aplicación de patrones según la prenda a fabricarse para luego proceder a enviar a la sección de corte.
- ✓ Una vez cortada la tela en piezas se realiza una verificación para asegurarse que tengan las medidas correspondientes.
- ✓ Terminada ésta actividad se obtiene el producto terminado listo para ser pasar por la revisión.
- ✓ Realizada la verificación de las piezas se traslada al área de confección y con la ayuda de una máquina overlock se procede a encandilar el contorno de las piezas para luego ser unidas cada una de ellas mediante una máquina de costura recta.
- ✓ Una vez que se ha dado forma al producto se traslada al área de terminados o empaque para la realización de ojal (es) y colocación de botón (es) con la ayuda de las máquinas ojaladora y botonera.
- ✓ Puesta la etiqueta en el producto, se traslada a la mesa de planchado.
- ✓ Aquí se procede a planchado.

- ✓ Se realiza el etiquetado y empaque de los productos para ser puestos a la venta.

Proceso de compra de materia prima e insumos

- ✓ Tomando en cuenta las necesidades y exigencias de los clientes, el jefe de producción en concordancia con el área de diseño corte y confección, planifican los productos a ser elaborados y determinan los requerimientos de compra de acuerdo al stock de materia prima e insumos, sin olvidar que para la compra de materiales se deberá cumplir con requisitos muy importantes en cuanto a calidad y cantidad.
- ✓ El jefe de producción evalúa a los proveedores para determinar su capacidad en cuanto a calidad y cantidad dando cumplimiento a un requisito importante por la empresa.
- ✓ Una vez obtenidos los resultados de la evaluación el jefe de producción selecciona los proveedores aptos para cumplir con los requerimientos de compra.
- ✓ El jefe de producción realiza la orden de compra en un original y 3 copias, el original al proveedor, la copia 1 a contabilidad, la copia 2 a almacén y la copia 3 archiva.
- ✓ El proveedor despacha la materia prima e insumos de acuerdo a la orden de compra.
- ✓ El almacén con esta orden recibe la materia prima e insumos verificando que todos los requisitos en cuanto a calidad y cantidad estipulados, sean iguales a la orden de compra. Se elaboran la recepción de bodegaje en un original y 1

copia, el original a contabilidad para que sea adjuntada a la factura que enviará el proveedor.

- ✓ Contabilidad recibe la recepción de bodega, orden de compra, factura y solicitud de giro de cheque y verifica cada uno de ellos y envía al jefe financiero para que se realice el pago. El jefe financiero revisa e indica a la secretaria que realice el respectivo cheque.

4.7.5. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas

Existen diferentes tipos de implementos y máquinas modernas que se utilizan para la confección de prendas de vestir en general, las clasifican entre industriales estas diseñadas para la alta costura y para telas pesadas o duras, semi-industriales que son las que utilizará el proyecto, estas cumplen dos funciones, pueden bordar y también coser, y domésticas mayormente utilizadas por las amas de casa por su fácil manejo; según las áreas específicas de cómo vamos a dividir el proyecto anotamos las siguientes:

Área De Diseño

Diseño. El diseño recibe toda la información del cliente, la cual es plasmada en un prototipo, el cual servirá para determinar los insumos necesarios y así poder determinar los costos de la mano de obra.

Gráfico 40: Área de Diseño



Fuente: Área de Diseño
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Área De Confección y Costura

Corte y Confección.

El corte es el paso donde se sacarán las piezas con la geometría deseada para pasarlas al proceso de confección; esta última sección se encarga de la costura de todas las piezas.

Gráfico 41: Área de Corte



Fuente: Área de Corte
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Gráfico 42: Área de Confección



Fuente: Área de Confección
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Área de acabado y planchado

Empaque y embalaje

Las prendas ingresarán a sus respectivas vitrinas una vez empaquetadas con el material especificado para cada una de ellas como son: accesorios, cajas, adornos entre otros.

Gráfico 43: Área de Acabado



Fuente: Área de Acabado

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.7.6. Recursos Tecnológicos

Para el desarrollo de las actividades productivas, se ha elegido maquinaria de óptima calidad con tecnología que garantiza la obtención de un producto con acabados de primera, además se cuenta con variedad de repuestos para el mantenimiento de la maquinaria.

A continuación la maquinaria y equipo a ser solicitada:

Cuadro 17 : Maquinaria y Equipos Tecnológicos

CANTIDAD	MAQUINARIA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Máquina botonera motor de ½ HP	1350	1.350
2	Máquina cortadora vertical motor de ½ HP	300	600
2	Máquina costura recta motor de ½ HP	800	1.600
5	Máquina Overlok motor de ½ HP	1200	6.000
2	Máquina Recubridora motor de ½ HP	1100	2.200
2	Plancha Silver Star	250	500
TOTAL MAQUINARIAS			12.250

Fuente: Maquinaria y Equipos Tecnológicos
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Descripción de Equipos y Maquinarias

Las actividades que cumplen cada una de estas máquinas lo detallamos a continuación:

Máquina Cortadora Vertical para Tela

Esta máquina realiza la operación de corte de la tela, esta operación es decisiva, una vez realizada es prácticamente imposible corregir errores graves. La máquina consta de cuchillas rotatorias, las cuales son adecuadas para cortes rectos o con curvas graduales además posee un disco de 4 a 20cm de diámetro, que al girar realiza el corte, con esta máquina se pueden cortar pliegos de tela con amplitud de hasta el 40% del diámetro del disco, en 3 horas permite realizar su función de cortar hasta 6 docenas de costuras diarias.

Gráfico 44: Máquina Cortadora Vertical



Fuente: Equipo y Maquinara
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Máquina de Costura Recta

Las máquinas de costura recta se utilizan prácticamente para unir las piezas de la prenda a ser confeccionada, a demás sirve para dar los últimos acabados a la prenda como: pegado de cierres, hombreras, trabajan a velocidades de 2.000 puntadas por minuto, con sistema de enhebrado automático del hilo, posicionamiento automático de aguja y con motor de ½ HP, tiene la capacidad en realizar en 2 horas una docena de costuras.

Gráfico 45: Máquina de Costura Recta

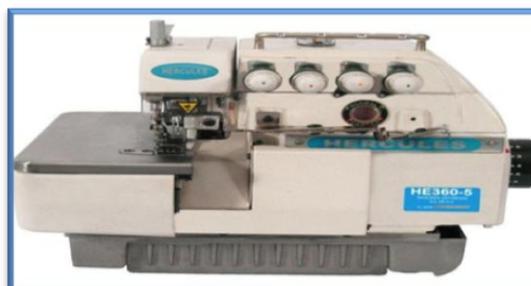


Fuente: Equipo y Maquinaria
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Máquina Overlock

Las máquinas overlock son utilizadas para trabajos de cosido que requieren puntadas de seguridad en los bordes de las telas para evitar el deshilado. Se caracterizan por tener velocidades superiores a las 8.500 puntadas por minuto, enhebrado automático del hilo, sistemas de limpieza de polvo de las telas, velocidades de cosido variables y con motor de ½ HP, tiene la capacidad de realizar en 1 hora cortes como mínimo una docena.

Gráfico 46 Máquina Overlock



Fuente: Equipo y Maquinaria
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Máquina Recubridora

La máquina Recubridora se encarga de realizar el doblado de la costuras para una mejor conservación de la prenda, su función la elaboración en ½ hora una docena de costuras.

Gráfico 47: Máquina Recubridora



Fuente: Equipo y Maquinaria

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Máquina Botonera

La máquina botonera es utilizada para pegar botones. Los botones se cosen usualmente entre 8 y 32 puntadas, contiene un motor de ½ HP, su función la realiza en ½ hora puede ejecutar un docena de costuras.

Gráfico 48: Máquina Botonera



Fuente: Equipo y Maquinaria

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Máquina Planchadora

Esta máquina es indispensable para dar el acabado final a la prenda, contiene un motor de 2 HP, permite realizar su función en ¼ de hora, una docena de costuras.

Gráfico 49 Máquina Planchadora



Fuente: Equipo y Maquinaria

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Para el manejo de la maquinaria se cuenta con catorce operarias, en un turno de 8 horas, 20 días al mes durante 252 días al año, estos equipos están diseñados para un trabajo continuo de 24 horas al día, además se cuenta con un diseñador / cortador el mismo que estará en la capacidad de diseñar y cortar la tela.

Se considera que fue necesario realizar el estudio de tiempos y movimientos para cada una de las actividades del proceso de elaboración de los ajueres, pantalones, faldas y blusas, con la finalidad de conocer cuánto se demora en fabricar dichas prendas. Ésta información se obtuvo gracias a la ayuda de tres profesionales que han adquirido gran experiencia en empresas similares a la que se pretende crear, además se tomó como referencia una máquina cortadora, una máquina de costura recta, una máquina overlock, una máquina ojaladora y una máquina botonera.

4.8. Aspecto Legal

Para que la empresa CPN-JAYLI S.A. funcione a la perfección en todos sus aspectos técnicos, es vital que cuente con una misión donde se estipule la razón de ser de la empresa, una visión que manifieste lo que la empresa desea ser en el futuro, los valores corporativos que son los pilares fundamentales que permitirán trabajar con responsabilidad, honestidad, ofreciendo siempre calidad y economía, además de una estructura organizacional sólida, con funciones definidas para cada uno de los puestos de trabajo haciendo de esta manera un equipo de trabajo encaminado a la eficiencia y eficacia de la organización.

4.8.1. Corporación Financiera Nacional (CFN)

El presente proyecto tiene el apoyo económico de una entidad financiera que es la “Corporación Financiera Nacional” (CFN), su misión es que “A través de la provisión de productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional del Buen Vivir, servir a los sectores productivos del País” y su visión “Ser la banca múltiple de desarrollo, moderna y eficiente, con énfasis en aquellos sectores desatendidos, apoyando así al desarrollo económico y social del Ecuador”.

Tabla 27: Políticas C.F.N

POLÍTICAS DE FINANCIAMIENTO	
DESTINO	Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente. Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc. Asistencia técnica.
BENEFICIARIO	Personas naturales. Personas jurídicas sin importar la composición de su capital social (privada, mixta o pública); bajo el control de la Superintendencia de Compañías. Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con personería jurídica.
MONTO	Hasta el 70%; para proyectos nuevos. Hasta el 100% para proyectos de ampliación. Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta. Desde US\$ 100,000* Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total):

	El monto máximo será definido de acuerdo a la metodología de riesgos de la CFN.
POLÍTICAS DE FINANCIAMIENTO	
PLAZO	Activo Fijo: hasta 10 años. Capital de Trabajo: hasta; 3 años. Asistencia Técnica: hasta; 3 años.
PERÍODO DE GRACIA	Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.
TASAS DE INTERÉS	Capital de trabajo: 10.5%; Activos Fijos: 10.5% hasta 5 años. 11% hasta 10 años.
GARANTÍA	Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada. La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.
DESEMBOLSOS	De acuerdo al cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.
REQUISITOS	Para créditos de hasta US\$ 300,000 no se requiere proyecto de evaluación. Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético. Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal. Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen. Carta de pago de los impuestos. Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda. Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles. Proformas de la maquinaria a adquirir. Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.8.2. Constitución de la empresa

Para determinar el marco legal, es necesario indicar que este proyecto funcionará como sociedad mercantil bajo la siguiente denominación: “CPN-JAYLI” a cuyo nombre o razón social se le añadirá las siglas S. A. o sociedad anónima y a partir de la fecha de su constitución e inscripción en el registro mercantil la empresa adquiere personería jurídica y tendrá que responder por la ejecución, manejo y control de cada una de sus actividades así como también a cumplir con obligaciones, deberes y derechos en la sociedad.

Requisitos para la Constitución

Para la conformación legal de la empresa que en este caso se trata de una sociedad anónima, se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- ❖ “La compañía deberá constituirse con un mínimo de dos accionistas, a no ser que intervenga una institución de derecho público o privado con finalidad social o pública podrán constituirse con uno o más accionistas.
- ❖ “El capital mínimo de la empresa deberá ser de (30.741,57) treinta mil setecientos cuarenta y un dólar con cincuenta y siete ctvs. de los Estados Unidos de Norteamérica y deberá suscribirse íntegramente en al menos un 25% del valor nominal de cada acción, puede ser en dinero o en especies (bienes muebles e inmuebles) siempre y cuando corresponda al género de comercio de la empresa. Esta empresa es una sociedad cuyo capital, se ha dividido en acciones negociables está conformado por la aportación de los accionistas y un préstamo bancario.”
- ❖ “Debe definirse el nombre de la empresa y solicitar su aprobación a la secretaría general de la superintendencia de compañías.
- ❖ Elaboración de la minuta la misma que contiene la voluntad expresa de los accionistas de fundar la compañía y las normas por las que ésta se registrará durante su vida jurídica.

La empresa se constituirá mediante escritura pública que contendrá:

- ❖ Lugar y fecha de celebración.
- ❖ Nombre, nacionalidad y domicilio de quienes intervienen.
- ❖ Objeto social de la compañía.
- ❖ Denominación y duración de la compañía.

- ❖ Importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que está dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital.
- ❖ La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a estos y la parte de capital no pagado.
- ❖ El domicilio de la compañía.
- ❖ La forma de administración y las facultades de los administradores.
- ❖ La forma y la época de convocar a las juntas generales.
- ❖ La forma de designación de los administradores e indicación de los funcionarios que tengan la representación legal de la empresa.
- ❖ Las normas de reparto de utilidades.
- ❖ La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y
- ❖ La forma de proceder a la designación de liquidadores.

4.8.3. Permisos de Funcionamiento del Proyecto

a) Obtención del RUC

La ley de registro único de contribuyentes (RUC) establece que todas las personas naturales o jurídicas, entes sin personería jurídica, nacionales o extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el servicio de rentas internas (SRI). El registro único de contribuyentes (RUC), se lo obtiene en las oficinas del SRI del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, con los siguientes documentos:

- ❖ Formulario RUC - 01- A y RUC - 01 - B, suscritos por el representante legal.

- ❖ Original o copia certificada de la escritura de constitución inscrita en el registro mercantil.
- ❖ Original o copia certificada del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- ❖ Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del último proceso electoral del gerente de la empresa.
- ❖ Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento en donde se desarrollará la actividad económica (recibo de agua, luz, teléfono).

El número de inscripción en el RUC, deberá constar obligatoriamente en declaraciones y comprobantes de pago de toda clase de tributos, cuya recaudación se realiza a través de instituciones financieras, en facturas, en notas de venta, recibos y más documentos contables que otorguen los contribuyentes por actos de comercio.

b) Obtención de la patente municipal

La patente es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual (comercial o industrial). Para obtener la patente municipal se requiere de:

- ❖ Formulario de la declaración de inicio de la actividad.
- ❖ Copia del RUC.
- ❖ Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.
- ❖ Copia de la resolución de la superintendencia de compañías de aprobación de constitución de la empresa.
- ❖ Copia de la cédula de identidad y de votación del último proceso electoral del gerente general de la empresa.

c) Afiliación de los Trabajadores al IESS

De acuerdo con el estatuto y reglamentos del IESS, los patronos están obligados a inscribir a sus trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS,

desde el primer día de labor y dar aviso de las salidas, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo, de las enfermedades profesionales y de las demás condiciones de trabajo de los asegurados. En nuestro país el trabajador está obligado a aportar al IESS el 9.45% de su sueldo nominal mensual, para el año 2014.

Para la obtención del Número Patronal en el IESS se necesita de los siguientes documentos:

- ❖ Llenar un formulario denominado “Cédula de Inscripción Patronal”.
- ❖ Copia de la escritura de constitución de la empresa y de la resolución de la superintendencia de compañías.
- ❖ Copia del RUC.
- ❖ Copia de cédula de identidad de los trabajadores y del representante legal.
- ❖ Copia de los contratos de trabajo legalizados en la inspectoría de trabajo.
- ❖ Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos (planilla de servicio eléctrico, telefónico o de agua) en donde se desarrolla la actividad económica.
- ❖ Solicitud de clave patronal (en la oficina de internet del IESS).

Una vez que se ha presentado estos documentos el IESS entrega el carnet de afiliación con su respectivo número de afiliación a los empleados y trabajadores de la empresa siendo único requisito para gozar de los siguientes beneficios que otorga el IESS:

1. Servicios médicos.

2. Subsidio (maternidad, enfermedad, riesgos del trabajo).
3. Seguro de cesantía.
4. Jubilación (invalidez, vejez, especial reducida).
5. Seguro de muerte (gastos para funerales, mortuoria, montepío).
6. Préstamos quirografarios (ordinarios, especiales, automáticos).

d) Matrícula de Comercio

Los requisitos para obtener la matrícula de comercio son los siguientes:

- ❖ Solicitud al presidente de la cámara de comercio.
- ❖ Copia certificada de la escritura de constitución.
- ❖ Nombramiento del representante legal.
- ❖ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del gerente general de la empresa.
- ❖ Certificado del capital en giro.

4.8.4. Acta de Constitución

Tabla 28 Acta de Constitución

<p style="text-align: center;">MINUTA DE CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE COMPAÑÍA ANÓNIMA</p> <p>SEÑOR NOTARIO:</p> <p>En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución simultánea de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas:</p> <p>PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura el señor PITA VERA TITO LIVINGTON, con C.I. #0917403230 de nacionalidad ecuatoriano domiciliado en la ciudad de Santa Elena de estado civil casado y la Señora ALEJANDRO LINDAO FANNY JANETH, con C.I. #0922585328 de nacionalidad ecuatoriana domiciliada en la ciudad de Santa Elena de estado civil casada.</p> <p>SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, por la vía simultánea, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Comercio, a los convenios de las parte y a las normas del Código Civil.</p> <p>TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.</p> <p style="text-align: center;">TÍTULO 1</p> <p>Del nombre, domicilio, objeto y plazo</p> <p>Artículo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es Confecciones Peninsulares para Niños CPN-JAYLI S.A.</p> <p>Artículo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es el Cantón Santa Elena. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.</p> <p>Artículo 3º.- Objeto.- el objeto de la compañía consiste en Fabricación de Prendas de Vestir Infantil</p> <p>En el cumplimiento de su objetivo, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.</p> <p>Artículo 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de DIEZ AÑOS, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.</p> <p style="text-align: center;">TÍTULO II</p> <p>Del capital</p> <p>Artículo 5º.- Capital y de las acciones.- El capital social es de USD \$ 800.00 DÓLARES americanos, dividido en ochocientas acciones ordinarias y nominativas, de USD \$ 1.00 de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del 001 al 800</p> <p style="text-align: center;">TÍTULO III</p> <p>Del gobierno y de la administración</p> <p>Artículo 6º.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al gerente y al presidente.</p> <p>Artículo 7º.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.</p>
--

Fuente: Ley de Compañía

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.8.5. Fases o Etapas Para la Creación de la Empresa

La empresa tiende a desarrollarse según el proceso de creación, el cual determina los pasos a seguir y que se consideran a continuación: el perfil del empresario, causas y problemas de la creación, la identificación y evaluación de oportunidades empresariales, el plan de empresa, las vías de financiamiento y las distintas formas jurídicas y legales que pueden adoptarse en una empresa.

La creación de empresas abarca varios ámbitos, uno de ellos dentro del presente proyecto es el académico ya que el estudiante se apoya en la investigación científica y presenta nuevos aportes para futuros trabajos y aplica las técnicas y procedimientos que a lo largo de la carrera de desarrollo empresarial le han sido impartidas, pero no solo en este ámbito también en el socioeconómico ya que con la creación se espera elevar la tasa de crecimiento económico del sector brindando fuentes de trabajo que contribuyan a resolver el problema de la comunidad.

En el 2011 uno de los sectores mayormente beneficiados por créditos de la institución fue el manufacturero que correspondió a un 35% del total nacional. Por tal razón aporta con un 70% de financiamiento en proyectos nuevos a personas naturales o jurídicas en el sector de manufactura, también brindan programas de capacitaciones para fomentar el desarrollo de micro, pequeños y medianos empresarios.

Funciones Administrativas

La administración, cuando se desarrolla dentro o fuera de una empresa exige variedad de actividades a desempeñar, como la planeación, toma de decisiones, comunicar, motivar, evaluar, organizar, pues considerando que los administradores deben tener una mentalidad emprendedora, visionaria, capaz de detectar oportunidades y aprovecharlas al máximo para lograr una ventaja

competitiva hacia otras organizaciones sea emprendiendo un negocio nuevo o mejorando el que está estructurado. Para lo cual el proyecto siendo una propuesta de creación de empresa para la fabricación de prendas de vestir infantil, se desarrollará a través de funciones administrativas indispensables para la organización como son planeación, organización, dirección y control.

Planificación

La planificación es valorar todas las condiciones y situaciones futuras en que el administrador debe tomar decisiones sobre su trabajo a desempeñar como lo que estarán bajo su responsabilidad.

La planificación es una etapa que conlleva a plasmar los caminos que deben seguirse guiados por estrategias y objetivos en corto y largo plazo, todos direccionados al cumplimiento de un fin o fines tanto específicos como generales que una vez desarrollados cumplen ciertas cualidades como responsabilidad social, innovación, pensamiento estratégico, participativo, las cuales le dan los cimientos para la puesta en marcha y toma de decisiones en los diferentes procesos de la organización.

En la planificación se estima que se disponen de tres niveles diferentes como son: planeación estratégica, planeación táctica y planeación operativa, que a continuación se detallará:

Planeación Estratégica, son acciones estratégicas que generalmente se ejecutan a largo plazo que son planteadas para lograr las metas esperadas por las empresas ante un entorno competitivo, y así mantenerlas en el tiempo e igual globalizando todos los temas y aspectos internos y externos referentes a la administración de las organizaciones.

Planeación Táctica, relaciona la planeación estratégica y la planeación operativa, es decir sirve de enlace entre estas dos, pues es de llevar de planes

estratégicos a posibles acciones concretas, enfocadas hacia el cumplimiento de objetivos de ciertas áreas específicas cuando las organizaciones son grandes y de mayor complejidad y son los mandos medios los encargados de realizar su ejecución con el fin de alcanzar las metas propuestas.

Planeación Operativa, examina las acciones necesarias que la organización estima conveniente estas se realizan a corto plazo generalmente su ejecución no es mayor a un año y son específicamente realizados para un determinado sector interno con el ánimo de lograr las metas.

Todos estos diferentes planes sirven para la elaboración de un plan de organización a corto, mediano y largo plazo, ya que cada uno contribuye a la realización y cumplimiento de la misión y visión empresarial en la cual se enfoca el presente proyecto, encaminado hacia el desarrollo y crecimiento del sector productivo en la manufactura de prendas de vestir infantil.

Organización

Es prestar la debida atención al personal como a sus labores que desempeñan ellos, es decir el conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos, con el propósito de tener firme a la organización.

En la actualidad, las empresas se han reorganizado en torno a los principios de calidad integral que se exigen en el mundo moderno, que son aplicados a todos los procesos que intervienen en la producción, que ayudan directamente a la organización a cumplir con sus responsabilidades tanto interno como externamente con sus integrantes y con la sociedad en sí.

Estos criterios se asocian a la “gestión de la calidad”; es decir, la calidad no se controla, si no que se gestiona en cada una de las fases y elementos que

intervienen en la cadena productiva. La organización puede tener varias formas de presentarse las cuales se detalla a continuación:

a) Funcional, este diseño se basa en la creación de departamentos o puestos en la organización dependiendo del tipo de actividades que esta vaya a realizar, así agrupa a cada uno de los responsables de cada área en relación a sus funciones haciéndola más efectiva y eficiente.

Este tipo de diseño también tiene sus ventajas y desventajas, ventaja tales como: darle a cada actor encargado de un área la responsabilidad de administrarla, y las personas que hacen actividades similares pueden respaldarse entre ellas en la solución de problemas. Una desventaja puede radicarse en que a medida que la organización pueda crecer aumentará el número de áreas perdiendo control sobre las actividades o servicios que se desarrollan dentro de la organización.

b) Organizacional, es un proceso donde se determina una estructura tanto de relaciones como de autoridades dentro de las organizaciones

Fuerzas en el ambiente de una organización

Proveedores, son los capacitados para entregar las materias primas necesarias para la elaboración de las prendas, así también los que de una manera u otra manejan la calidad, precios, variedad y diseños.

Los clientes se sienten atraídos por la confiabilidad de entrega y con costos adecuados a la situación económica que se vive en la provincia.

Distribuidores, son los diferentes canales de distribución que sirven para llegar a los consumidores finales, estos canales son las empresas especializadas, las cuales tienen un acercamiento directo que les permite conocer y hablar con las personas que reciben los productos como vestimentas y prendas.

Competidores, son las empresas u organizaciones que ofrecen productos o servicios similares a los que uno vende o distribuye. Dentro de la competencia también pueden encontrarse proveedores y distribuidores, a los primeros se los considera competidores directos y a los segundos competidores indirectos.

Consumidores, son los que hacen uso de los diferentes productos, compran o demandan un servicio, tienen componentes tanto racionales como emocionales basados en experiencias anteriores de compra por lo que la predicción del comportamiento es compleja.

Dirección

Es la actividad de dirigir o liderar influyendo en un determinado grupo de personas, como motivando e interactuando en los escenarios de sus colaboradores brindándoles comunicaciones alentadoras sobre los objetivos y metas que la organización debe alcanzar.

Son las actividades de los responsables de los trabajadores en cualquier organización, entre las que se encuentran supervisar la selección, gestión, formación y valoración de los empleados. El empresario direcciona a su organización tanto en sus actividades laborales así como también sus principios y valores éticos dentro de la empresa, forma una estructura consistente en todos los niveles jerárquicos formando los equipos de trabajo que aunarán esfuerzos a la consecución de los objetivos.

Control y Evaluación

Control es la acción de comprobación, inspección fiscalización e intervención de un proceso durante su ejecución, basado en rangos o parámetros establecidos anteriormente en hechos o escritos como por ejemplo el tiempo de ejecución de actividades.

La evaluación se puede indicar como un proceso de estimación del valor de algo que está realizándose o se ha realizado en un periodo de tiempo estimado o

establecido para el hecho como por ejemplo el ensamble de piezas de una camisa o el desempeño de actividades de una persona.

Así podemos indicar que el control es un factor importante porque empieza desde el mismo diseño de la ropa hasta pasar por el proceso de fabricación del producto terminado, e inclusive este mismo producto terminado es revisado para alcanzar la mayor calidad del producto a lanzar a la venta.

La evaluación no se aleja del control ya que van de la mano en todos los procesos, se evalúa el paso a paso inclusive el desempeño de las personas en sus funciones cotidianas de trabajo para medir sus rendimientos y ejecutar nuevos lineamientos de corrección para alcanzar eficacia y eficiencia que es lo que en la mayoría de empresa se busca.

4.8.6. Actividades de la Empresa

Actividad Primaria

La fábrica de prendas de vestir tiene como actividad principal de confeccionar una línea de ropa infantil de 0-8 años de edad, en la provincia de Santa Elena con mano de obra calificada y tecnología en maquinaria.

Actividad Secundaria

CPN-JAYLI S.A, tendrá como actividades secundarias la venta, distribución y promoción de productos como: ropa de bebé, línea casual niño, línea casual niña, confeccionada con materia prima de calidad, con las características que el cliente espera obtener para satisfacer sus necesidades en la adquisición de prendas infantiles.

4.8.7. Estructura Orgánica Administrativa

La estructura orgánica de una empresa, se representa gráficamente en un organigrama, es aquí donde se observa la fluidez de la comunicación (autoridad y responsabilidad), los niveles jerárquicos, el tipo de organización, los departamentos que tiene una empresa y que posición tiene cada individuo dentro de ella, etc.

El organigrama es el punto de partida para informarse de cómo se encuentra estructurada una empresa, cuáles son sus funciones a seguir para el cumplimiento de sus objetivos.

Capacidad de Diseño y Máxima

La capacidad de diseño depende en gran medida de la capacidad de instalación y el funcionamiento de la planta, y abarca desde la descripción del proceso de compra de materias primas e insumos, proceso de producción, determinación de maquinaria y equipo a ser utilizada y estructura física de la planta.

4.8.7.1. Descripción de Organigrama Funcional

Personal y Capacitación

Para el desarrollo de este proyecto se contará con la participación de 27 personas divididas de la siguiente manera:

- ✓ Dos Accionistas.
- ✓ Un Gerente Administrativo.
- ✓ Un Jefe de Producción.
- ✓ Diseñador.
- ✓ Dos Modistas.
- ✓ Catorce Operarias.

- ✓ Un Jefe de Talento Humano.
- ✓ Un Asistente de Talento Humano.
- ✓ Contador.
- ✓ Asistente Contable.
- ✓ Un Jefe de Comercialización.
- ✓ Un asistente de ventas.

Para asegurarnos que estas personas cumplirán con sus funciones de manera correcta se impartirá capacitaciones tanto a la parte administrativa de la empresa como a las operarias, para estar a la par en el conocimiento y tecnología y de esta manera ofrecer productos de calidad e innovadores, buscando siempre satisfacer al cliente.

Entre los temas a capacitaciones podemos mencionar:

- ✓ Administración de pequeñas y medianas empresas.
- ✓ Nuevas técnicas de gerenciamiento
- ✓ Diseño de estrategias administrativas y comerciales
- ✓ Métodos de confección
- ✓ Cómo funcionan las maquinarias
- ✓ Normas de seguridad dentro de las instalaciones de corte y confección. Entre otros.

Junta General de Accionistas

Es el órgano supremo de la compañía y está integrada por todas aquellas personas que tienen un determinado número de acciones denominado por esto socios. Tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios de la empresa de acuerdo a juntas periódicas que por ley se realizan.

Funciones:

- ✓ Determinar los estatutos y políticas de la Empresa.
- ✓ Aprobar el presupuesto anual.
- ✓ Dictar reglamentos, ordenanzas y resoluciones.
- ✓ Resolver sobre el destino de las utilidades y beneficios sociales.
- ✓ Nombrar y remover al gerente.

4.9. Estudio Económico Financiero

4.9.1. Inversión Inicial

La propuesta de creación para el proyecto empleará una inversión inicial de USD\$ 178.093(ciento setenta y ocho mil noventa y tres dólares americanos) dividida entre activos fijos USD\$ 133.569,75 que corresponde a la infraestructura, maquinaria, equipos y muebles; la otra parte dada en capital de trabajo USD\$ 44.523,25 para el proceso de producción.

Cuadro 18: Inversión Inicial

EMPRESA CPN JAYLI S.A		
INVERSIÓN INICIAL		
Expresados en Dólares		
Aporte Socios	Financiamiento CFN	Inversión Total
44.523,25	133.569,75	178.093,00
25%	75%	100%

Fuente: Inversión Inicial

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.2. Activos Fijos

Son todos los activos permanentes utilizados en la operación exclusiva de fabricación de prendas de vestir en diferentes productos que van a comercializarse en el proyecto, entre ellos tenemos: la infraestructura o edificio, maquinarias, equipos, muebles, los mismos que se detallan a continuación:

CUADRO 19 : Activos Fijos

INFRAESTRUCTURA (EDIFICIO)

Expresado en dólares

Concepto	Costo Total
Área de Producción	\$ 42.000,00
Área Administrativa	\$ 32.000,00
Área de Talento Humano	\$ 12.000,00
Área de Ventas	\$ 6.000,00
Área de bodega	\$ 6.000,00
Área de bodega	\$ 12.000,00
Total	\$ 110.000,00

Fuente: Infraestructura (Edificio)

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

CUADRO 20 : Maquinarias

Expresado en dólares

CANTIDAD	MAQUINARIA	COSTO TOTAL
1	Máquina botonera motor de ½ HP	1.350
2	Máquina cortadora vertical motor de ½ HP	600
2	Máquina costura recta motor de ½ HP	1.600
5	Máquina Overlok motor de ½ HP	6.000
2	Máquina Recubridora motor de ½ HP	2.200
2	Plancha Silver Star	500

TOTAL MAQUINARIAS

12.250

Fuente: Maquinarias

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

CUADRO 21: Equipos de Computación

Expresado en dólares

CANTIDAD	MAQUINARIA	COSTO TOTAL
5	Computadoras	2.950
5	Impresoras	1.750
TOTAL MAQUINARIAS		4.700

Fuente: Equipos de Computación

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

CUADRO 22 : Equipos de Oficina

Expresado en dólares

CANTIDAD	EQUIPO	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
3	Archivador	570,00	1.710,00
1	Extintor	105,00	105,00
1	Dispensador de agua	75,00	75,00
3	Aire acondicionado	650,00	1.950,00
1	Caja registradora	359,00	359,00
3	Teléfono	80,00	240,00
Total de Equipo de Oficina			4.439,00

Fuente: Equipos de Oficina

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

CUADRO 23 : Maquinarias y Herramientas

Maquinarias y Herramientas

Expresado en dólares

CANTIDAD	MAQUINARIA		COSTO TOTAL
5	Máquina Overlok	1.200	6.000
2	Máquina costura recta	800	1.600
2	Máquina Recubridora	1.100	2.200
2	Plancha Silver	350	700
4	Tijeras grande	15	60
4	Tijeras mediana	10	40
4	Tijeras pequeñas	6	24
Total de Maquinaria y Herramienta			10.624

Fuente: Maquinarias y Herramientas

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

CUADRO 24 : Mueble de Oficina

Mueble de Oficina			
Expresado en dólares			
CANTIDAD	MAQUINARIA	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
6	Escritorio	150,00	900,00
1	Juego de Sillas x 6	120,00	120,00
5	Sillas ejecutiva	120,00	600,00
	Total de Mueble de Oficina		1.620,00

Fuente: Muebles de Oficina

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es aquel que se necesita cubrir para el primer año de funcionamiento del presente proyecto.

CUADRO 25: Capital de Trabajo

Expresado en Dólares			
CAPITAL DE TRABAJO			
ELEMENTO	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES	PMM	VALOR MEDIO MASA PATRIMONIAL
Proveedores (p)	597.543	1	1.659,84
Pasivo circulante (Pc)			1.659,84
Materiales (m)	597.543	1	1.659,84
Productos en fabricación (f)	0	2	0,00
Productos terminados (v)	0	4	0,00
Clientes (c)	995.905	1	2.766,40
Activo circulante (Ac)			4.426,24
AC	4.426,24		
GARANTIA	165,98		
PC	1.659,84		
FM CTPREVISTO	2.932,39	35.188,64	35.200,00

Fuente: Capital de Trabajo

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.4. Resumen de Inversión Inicial

Para mantener el proyecto en el primer mes de funcionamiento se necesitarán los siguientes recursos en su proceso de fabricación de prendas de vestir \$ 178.093,00 valor que se detalla a continuación.

CUADRO 26 : Resumen de inversión

Resumen de Inversión Inicial	
Expresado en dólares	
Activos Fijos	Costo Total
Inversión Equipos de computación	\$ 4.700,00
Inversión Muebles de Oficina	\$ 1.320,00
Inversión Equipos de oficina	\$ 4.439,00
Inversión Maquinarias y Herramientas	\$ 12.434,00
Inversión Infraestructura	\$ 110.000,00
INVERSIÓN TERRENO	\$ 10.000,00
Inversión Capital de Trabajo	\$ 35.200,00
Total Inversión	\$ 178.093,00

Fuente: Resumen de Inversión

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.5. Financiamiento

El presente proyecto demanda una inversión, por lo cual se precisan las fuentes de financiamiento necesarias para la operación en el primer mes de funcionamiento. Los recursos se obtendrán por el aporte de 2 socios y a través de un préstamo que lo otorgará la corporación financiera nacional, los datos son los siguientes distribuidos de forma porcentual.

4.9.6. Amortización de la Deuda

La deuda con la corporación financiera nacional ascenderá a \$ 133.570,00 incluido intereses amortizada a 10 años y a una tasa de interés del 11%. El cual se muestra a continuación.

CUADRO 27 : Amortización de capital

EMPRESA CPN JAYLI S.A				
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL				
Expresados en Dólares				
PERIODO	DIVIDENDOS	INTERES	AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	SALDO FINAL
				133.570
2014	28.050	14.693	13.357	120.213
2015	26.580	13.223	13.357	106.856
2016	25.111	11.754	13.357	93.499
2017	23.642	10.285	13.357	80.142
2018	22.173	8.816	13.357	66.785
2019	20.703	7.346	13.357	53.428
2020	19.234	5.877	13.357	40.071
2021	17.765	4.408	13.357	26.714
2022	16.296	2.939	13.357	13.357
2023	14.826	1.469	13.357	0

Fuente: Amortización de Capital

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Los aportes de los socios esta dado por el 25% que da el total de \$44.523 considerado esto como capital propio de la empresa, mientras que la deuda con la corporación financiera nacional que corresponde a \$133.570 se considera un pasivo a largo plazo lo cual será cancelado de acuerdo a la tabla de amortización correspondiente para el cumplimiento de esa obligación.

4.9.7. Proyección de ventas

La proyección de ventas la conforman 5 productos y está para 10 años del proyecto, se aspira obtener \$ 889.201 en el primer año y con un crecimiento del 5% a partir del 2do año. Se considera una tasa de inflación del 5 % anual del periodo 2013.

CUADRO 28: Proyecciones de Ventas

EMPRESA CPN JAYLI S.A										
PROYECCIÓN DE VENTAS										
DEL 1 DE ENERO DEL 2014 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023.										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS POR VENTAS AJUAR	107.024	117.994	130.089	143.423	158.124	174.331	192.200	211.901	233.621	257.567
INGRESOS POR VENTAS BLUSAS	108.750	119.897	132.187	145.736	160.674	177.143	195.300	215.318	237.388	261.721
INGRESOS POR VENTAS VESTIDOS	256.257	282.523	311.482	343.409	378.608	417.415	460.200	507.371	559.376	616.712
INGRESOS POR VENTAS CAMISAS	256.577	282.876	311.871	343.837	379.081	417.936	460.775	508.004	560.075	617.482
INGRESOS POR VENTAS PANTALONES	267.297	294.695	324.901	358.203	394.919	435.398	480.026	529.229	583.475	643.281
TOTAL INGRESOS BRUTOS	995.905	1.097.985	1.210.529	1.334.608	1.471.405	1.622.224	1.788.502	1.971.823	2.173.985	2.396.764
IVA	106.704	117.641	129.699	142.994	157.651	173.810	191.625	211.267	232.922	256.796
TOTAL INGRESOS NETOS	889.201	980.344	1.080.829	1.191.614	1.313.754	1.448.414	1.596.877	1.760.557	1.941.014	2.139.968

Fuente: Proyecciones de Ventas

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.8. Costos Operativos

Se muestra el cuadro de los costos operativos para 10 años de funcionamiento, el cual tiene un crecimiento gradual por el incremento de todos los rubros de compra de materia prima y gastos de operación.

CUADRO 29 : Costos Operativos

Costo de Producción		
Expresado en dólares		
Detalle de Costo	Costo Unitar	Costo Total
Materia Prima		
TELA	35,00	46,50
BOTONES	0,36	1,52
HILO	5,00	0,61
BORDADO ESTAMPADO	3,55	9,92
ACCESORIO	0,91	11,38
CIERRES	0,50	1,25
Total Materia Prima	45,32	71,17
Mano de obra Directa		
Operarias	2,70	113.198,18
Total Mano de Obra	2,70	113.198,18
Etiquetas	0,14	0,70
Marcas	0,15	0,75
Cajas	1,15	5,75
Bolsas	0,65	3,25
Total CIF	2,09	10,45
Total de Costo	50,11	113.279,80

Fuente: Costos Operativos

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.9. Costos Operativos Proyectados

Se muestra el cuadro de los costos operativos para 10 años de funcionamiento, el cual tiene un crecimiento gradual por el incremento de todos los rubros de compra de materia prima y gastos de operación.

CUADRO 30 : Costo Operativos Proyectados

PROYECCIÓN DE COSTO DE PRODUCCIÓN										
Expresado en dólares										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
COSTO DE PRODUCCIÓN										
MATERIA_PRIMA_AJUAR	45.840	50.539	55.719	61.430	67.727	74.669	82.322	90.760	100.063	110.319
MATERIA_PRIMA_BLUSAS	50.400	55.566	61.262	67.541	74.464	82.096	90.511	99.789	110.017	121.294
MATERIA_PRIMA_VESTIDOS	127.776	140.873	155.313	171.232	188.783	208.134	229.467	252.988	278.919	307.508
MATERIA_PRIMA_CAMISAS	127.968	141.085	155.546	171.489	189.067	208.446	229.812	253.368	279.338	307.970
MATERIA_PRIMA_PANTALONES	134.400	148.176	163.364	180.109	198.570	218.923	241.363	266.103	293.378	323.450
MANO DE OBRA	113.198	118.858	124.801	131.041	137.593	144.473	151.696	159.281	167.245	175.608
CIF	87.780	96.777	106.697	117.634	129.691	142.984	157.640	173.798	191.613	211.253
Depreciación Equipos de computación	187	187	187	374	374	374	561	561	561	747
Depreciación Equipos de oficina	228	228	228	228	228	456	456	456	456	456
Depreciación Infraestructura	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950
Depreciación Maquinarias y Herramientas	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181
Depreciación Muebles de Oficina	45,6	45,6	45,6	45,6	45,6	91,2	91,2	91,2	91,2	91,2
MANTENIMIENTO MAQUINARIAS Y HERRAM	3.000	3.300	3.630	3.993	4.392	4.832	5.315	5.846	6.431	7.074
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	696.954	761.766	832.923	911.247	997.066	1.091.609	1.195.366	1.309.172	1.434.243	1.571.901

Fuente: Costos Operativos Proyectados
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.10. Depreciación

El método de depreciación utilizado es en línea recta por ser el mayormente utilizado por la implementación sencilla, consiste en una rebaja de un valor constante mensual representado por el desgaste que sufre por el uso y el paso del tiempo dependiendo del tipo de activo depreciable. Aquí se muestra el valor en libros proyectados a 10 años y con las tasas de depreciación correspondientes para cada rubro de activos.

CUADRO 31 : Cuadro de Depreciación

Depreciación					
Expresado en dólares					
RESUMEN				%	
GRUPOS	PRODUCCIÓN	OPERATIVOS	TOTAL	PRODUCCIÓN	% OPERATIVOS
Equipos de computación	590	4.110	4.700	13%	87%
Maquinarias y Herramientas	12.434	0	12.434	100%	0%
Muebles de Oficina	240	1.080	1.320	18%	82%
Equipos de oficina	1.200	3.239	4.439	27%	73%
Total de Depreciación	14.464	8.429	22.893		

Fuente: Cuadro de Depreciación

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.11. Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados proyectado nos muestra una utilidad neta de \$ 60.347,00 en el primer año de operación la rentabilidad que tendrá la empresa con un crecimiento bastante significativo, además se aprecia cada uno de los rubros de gastos operacionales.

CUADRO 32 : Estado de Resultado Proyectado

EMPRESA CPN JAYLI S.A										
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO										
DEL 1 DE ENERO DEL 2014 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023.										
ESTADO DE RESULTADOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOTAL INGRESOS NETOS	889.201	980.344	1.080.829	1.191.614	1.313.754	1.448.414	1.596.877	1.760.557	1.941.014	2.139.968
COSTO DE PRODUCCIÓN										
MATERIA_PRIMA_AJUAR	45.840	50.539	55.719	61.430	67.727	74.669	82.322	90.760	100.063	110.319
MATERIA_PRIMA_BLUSAS	50.400	55.566	61.262	67.541	74.464	82.096	90.511	99.789	110.017	121.294
MATERIA_PRIMA_VESTIDOS	127.776	140.873	155.313	171.232	188.783	208.134	229.467	252.988	278.919	307.508
MATERIA_PRIMA_CAMISAS	127.968	141.085	155.546	171.489	189.067	208.446	229.812	253.368	279.338	307.970
MATERIA_PRIMA_PANTALONES	134.400	148.176	163.364	180.109	198.570	218.923	241.363	266.103	293.378	323.450
MANO DE OBRA	113.198	118.858	124.801	131.041	137.593	144.473	151.696	159.281	167.245	175.608
CIF	87.780	96.777	106.697	117.634	129.691	142.984	157.640	173.798	191.613	211.253
Depreciación Equipos de computación	187	187	187	374	374	374	561	561	561	747
Depreciación Equipos de oficina	228	228	228	228	228	456	456	456	456	456
Depreciación Infraestructura	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950	4.950
Depreciación Maquinarias y Herramientas	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181	1.181
Depreciación Muebles de Oficina	45,6	45,6	45,6	45,6	45,6	91,2	91,2	91,2	91,2	91,2
MANTENIMIENTO MAQUINARIAS Y HERRAM	3.000	3.300	3.630	3.993	4.392	4.832	5.315	5.846	6.431	7.074
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	696.954	761.766	832.923	911.247	997.066	1.091.609	1.195.366	1.309.172	1.434.243	1.571.901
UTILIDAD BRUTA	192.247	218.578	247.906	280.367	316.689	356.805	401.511	451.385	506.771	568.066
COSTOS OPERATIVO										
Gastos Administrativos	66.368	69.686	73.170	76.829	80.670	84.704	88.939	93.386	98.055	102.958
Gastos de Ventas	18.043	18.945	19.892	20.887	21.931	23.028	24.179	25.388	26.657	27.990
Gastos de Intereses	14.693	13.223	11.754	10.285	8.816	7.346	5.877	4.408	2.939	1.469
Depreciación Equipos de computación	1.302	1.302	1.302	2.603	2.603	2.603	3.905	3.905	3.905	5.206
Depreciación Equipos de oficina	615	615	615	615	615	1.231	1.231	1.231	1.231	1.231
Depreciación Muebles de Oficina	205	205	205	205	205	410	410	410	410	410
TOTAL COSTO OPERATIVOS	101.225	103.976	106.939	111.424	114.840	119.322	124.541	128.727	133.197	139.265
UTILIDAD OPERATIVA	91.022	114.602	140.968	168.943	201.848	237.483	276.970	322.658	373.574	428.802
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	13.653	17.190	21.145	25.341	30.277	35.623	41.546	48.399	56.036	64.320
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA	77.369	97.412	119.823	143.601	171.571	201.861	235.425	274.259	317.538	364.482
22% IMPUESTO RENTA	17.021	21.431	26.361	31.592	37.746	44.409	51.793	60.337	69.858	80.186
UTILIDAD NETA	60.347	75.981	93.462	112.009	133.826	157.452	183.631	213.922	247.680	284.296

Fuente: Estado de Resultado Proyectado
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.12. Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja proyectado nos permite ver cada uno de los desembolsos de efectivo a lo largo del periodo de cinco años que se ha establecido en las operaciones de la empresa y con un movimiento bastante aceptable.

CUADRO 33 : Flujo de Caja Proyectado

EMPRESA CPN JAYLI S.A										
FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO.										
DEL 1 DE ENERO DEL 2014 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023.										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS BRUTOS	995.905	1.097.985	1.210.529	1.334.608	1.471.405	1.622.224	1.788.502	1.971.823	2.173.935	2.396.764
COSTOS DE PRODUCCIÓN	690.362	755.174	826.331	904.469	990.287	1.084.557	1.188.127	1.301.933	1.427.004	1.564.475
COSTOS OPERATIVOS	99.103	101.854	104.816	108.000	111.417	115.078	118.995	123.182	127.651	132.417
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	13.653	17.190	21.145	25.341	30.277	35.623	41.546	48.399	56.036	64.320
PAGO DE PRESTAMO	13.357	13.357	13.357	13.357	13.357	13.357	13.357	13.357	13.357	13.357
PAGO DE IMPUESTO	123.725	139.072	156.060	174.586	195.396	218.219	243.419	271.604	302.780	336.982
CASH FLOW	55.704	71.338	88.819	108.854	130.671	155.391	183.059	213.350	247.107	285.212
CASH FREE										
Inversión Equipos de computación	-4700	0	-4700	0	0	-4700	0	0	-4700	0
Inversión Equipos de oficina	-4439	0	0	0	-4439	0	0	0	0	0
Inversión Maquinarias y Heramientas	-12434	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Infraestructura	-110000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Terreno	-10000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Muebles de Oficina	-1320	0	0	0	-1320	0	0	0	0	0
Inversión Capital de Trabajo	-35200	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VALOR RESCATE										
Recuperación Equipos de computación	0	0	235	0	0	235	0	0	235	0
Recuperación Equipos de oficina	0	0	0	0	222	0	0	0	0	222
Rcuperación Maquinarias y herramientas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	622
Recuperación Infraestructura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperación Muebles de Oficina	0	0	0	0	66	0	0	0	0	66
Recuperación Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35.200
FLUJO DE INVERSIÓN	-178.093	55.704	71.338	84.354	108.854	125.200	150.926	183.059	213.350	242.642
FLUJO DE INVERSIÓN PROYECTADO	55.704	127.042	211.396	320.250	445.450	596.375	779.434			

Fuente: Flujo de Caja Proyectado

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.13. Balance General Proyectado

En el balance general proyectado se registran los activos, pasivos, las cuentas deudoras, los préstamos bancarios que se necesitarán para el proyecto de 10 años, también el capital que se proyecta en el futuro, así se demuestra en el siguiente cuadro.

CUADRO 34 : Balance General Proyectado

EMPRESA CPN JAYLI S.A											
BALANCE GENERAL PROYECTADO.											
DEL 1 DE ENERO DEL 2014 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023.											
FLUJO DE EFECTIVO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
EFFECTIVO	35.200	90.904	162.242	251.061	359.915	490.586	645.976	829.035	1.042.385	1.289.492	1.574.704
ACTIVOS FIJOS											
Equipos de computación	4.700	4.700	4.700	4.700	4.700	4.700	4.700	4.700	4.700	4.700	4.700
DEP.EQUIPO COMPUTO		1.488	2.977	4.465	7.442	10.418	13.395	17.860	22.325	26.790	32.743
Equipos de oficina	4.439	4.439	4.439	4.439	4.439	4.439	4.439	4.439	4.439	4.439	4.439
DEP.EQUIPO OFICINA		843	1.687	2.530	3.374	4.217	5.904	7.591	9.278	10.964	12.651
Maquinarias y Herramientas	12.434	12.434	12.434	12.434	12.434	12.434	12.434	12.434	12.434	12.434	12.434
DEP.MAQUINARIAS Y HERRAMIENTAS		1.181	2.362	3.544	4.725	5.906	7.087	8.269	9.450	10.631	11.812
Muebles de Oficina	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320
DEP.MUEBLES DE OFICINA		251	502	752	1.003	1.254	1.756	2.257	2.759	3.260	3.762
Infraestructura	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000
DEP. INFRAESTRUCTURA		4.950	9.900	14.850	19.800	24.750	29.700	34.650	39.600	44.550	49.500
TERRENO	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	142.893	134.179	125.465	116.752	106.550	96.347	85.051	72.267	59.482	46.697	32.424
TOTAL DE ACTIVOS	178.093	225.084	287.708	367.812	466.465	586.933	731.028	901.302	1.101.867	1.336.189	1.607.128
PASIVOS											
PRESTAMO BANCARIO	133.570	120.213	106.856	93.499	80.142	66.785	53.428	40.071	26.714	13.357	0
PATRIMONIO											
CAPITAL	44.523	44.523	44.523	44.523	44.523	44.523	44.523	44.523	44.523	44.523	44.523
UTILIDAD DEL EJERCICIO		60.347	136.329	229.790	341.799	475.625	633.076	816.708	1.030.630	1.278.309	1.562.605
TOTAL PASIVOS	178.093	225.084	287.708	367.812	466.465	586.933	731.028	901.302	1.101.867	1.336.189	1.607.128

Fuente: Balance General Proyectado

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.14. Evaluación Financiera Económica

A continuación se muestra el flujo para la evaluación financiera del proyecto, se lo realiza para conocer la viabilidad del mismo y luego el aceptar o rechazar la propuesta de creación de la empresa.

VAN

El criterio del valor actual neto es trasladar el valor de los flujos proyectados al valor presente mediante fórmulas financieras y conocer si se obtendrá una rentabilidad con el proyecto al final de estos cinco años. El valor presente neto resultante es de \$607.134,86, lo que podemos indicar que el proyecto es rentable.

TIR

La tasa interna de retorno TIR se basa en determinar la tasa más alta en la cual se recupera la inversión del proyecto la cual nos da como resultado una tasa de 50%, es decir muy superior a la tasa de costo de capital del 12%, lo que indica por este método que el proyecto también es aceptado.

CUADRO 35 : Evaluación Financiera

EMPRESA CPN JAYLI S.A EVALUACIÓN FINANCIERA	
VAN	\$ 607.134,86
TIR	50%
DECISIÓN DE INVERSIÓN	aceptar proyecto

Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.15. Periodo de Recuperación de la Inversión del Proyecto

El periodo de recuperación define cual es el tiempo en el cual se recuperará la inversión del proyecto, en este caso podemos indicar que el tiempo necesario para dicha recuperación es en cinco años aproximadamente. Luego de esto se evidencia un saldo positivo en el cuadro siguiente:

CUADRO 36 : Tiempo de Recuperación

EMPRESA CPN JAYLI S.A			
TIEMPO DE RECUPERACIÓN			
PERÍODO	SALDO DE LA INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA	RECUPERACION INVERSIÓN
1	-178.093	55.704	127.042
2	-122.389	71.338	155.691
3	-51.051	84.354	193.208
4	33.303	108.854	234.054
5	142.157	125.200	276.125
6	267.357	150.926	333.985
7	418.282	183.059	396.409
8	601.341	213.350	455.992
9	814.691	242.642	563.964
10	1.057.333	321.321	321.321

Fuente: Tiempo de Recuperación
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.16. Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se han considerado las ventas mensuales de un periodo de un año así como los costos fijos y variables, lo que se desea encontrar es la cantidad en unidades traducidas a dólares donde el proyecto empieza a tener rentabilidad en unidades vendidas.

CUADRO 37 : Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO						
Expresado en Dólares						
	<u>AJUAR</u>	<u>BLUSAS</u>	<u>VESTIDOS</u>	<u>CAMISAS</u>	<u>PANTALONES</u>	%
PRECIO DE VENTA	15	18	27	27	28	100%
COSTO DE PRODUCCIÓN	8,92	10,88	16,02	16,04	16,71	60%
MATERIA PRIMA	6,37	8,40	13,31	13,33	14,00	40%
MANO DE OBRA	0,46	0,39	0,62	0,62	0,62	2,695
CIF	2,09	2,09	2,09	2,09	2,09	10,45
CONTRIBUCIÓN MARGINAL	5,95	7,25	10,68	10,69	11,14	
DEMANDA	7.200	6.000	9.600	9.600	9.600	42.000
MEZCLA DE VENTAS	17%	14%	23%	23%	23%	
CONTRIBUCIÓN PONDERADA	1,02	1,04	2,44	2,44	2,55	
CONT. POND. TOTAL	9,48					

Fuente: Punto de Equilibrio

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

CUADRO 38: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO							
Expresado en Dólares							
			<u>AJUAR</u>	<u>BLUSAS</u>	<u>VESTIDOS</u>	<u>CAMISAS</u>	<u>PANTALONES</u>
COSTOS FIJOS	99.103						
PUNTO DE EQUILIBRIO	10.449	PRENDAS	1.791	1.493	2.388	2.388	2.388
VENTAS \$	247.757,33		26.625,11	27.054,47	63.750,55	63.830,16	66.497,04

Fuente: Punto de Equilibrio

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

CUADRO 39 : Punto de Equilibrio

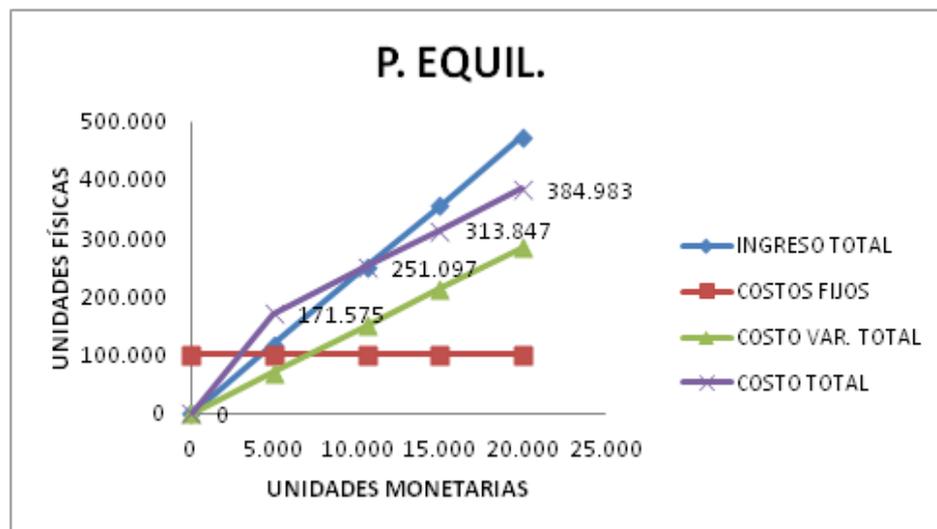
A	B	C (AXB)	D	E	F (Bx E)	G (D/F)
PRECIO VTA. UNIT.	CANTIDAD	INGRESO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR. UNIT.	COSTO VAR. TOTAL	COSTO TOTAL
24	0	0	100.439	14	0	0
24	5.000	118.560	100.439	14	71.136	171.575
24	10.589	251.097	100.439	14	150.658	251.097
24	15.000	355.680	100.439	14	213.408	313.847
24	20.000	474.240	100.439	14	284.544	384.983

Fuente: Punto de Equilibrio

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

En el cuadro demostrativo del punto de equilibrio indica para llegar a igualar los ingresos y egresos deben producir 10.589 unidades en prendas, donde se estima los niveles de operación que se requieren para cubrir todos los costos operativos y no obtener una pérdida en un nivel de producción normal, es decir en \$251.097, se ha cubierto todo el nivel operativo y nuestros ingresos del primer año se ubican en \$889.201, superando este rango de punto de equilibrio.

Gráfico 50: Punto de Equilibrio



Fuente: Punto de Equilibrio

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.9.17. Indicadores Financieros

Las razones financieras se utilizan para medir la efectividad de la administración en relación de la utilización de recursos financieros en buscar la rentabilidad de la empresa.

Liquidez

Estas razones muestran el grado de efectivo, dinero circulante o también llamado activo corriente que la empresa posee para cancelar sus obligaciones, es decir mantiene una liquidez razonable. La empresa en el primer año tiene un capital de trabajo suficiente para manejar la operación de producción.

Endeudamiento

La deuda a capital nos indica que el 115% es producto de la deuda a acreedores. El índice de endeudamiento nos indica que por cada dólar invertido en activo el 0.53 se está financiando por acreedores.

Rentabilidad

El margen de utilidad para el primer año nos indica un 18% sobre las ventas totales de la empresa, mientras que el rendimiento de las utilidades sobre los activos nos indica que la empresa tiene 27% de inversión en activos.

CUADRO 40: Razones Financiera Proyectadas

RAZONES FINANCIERAS PROYECTADO.											
DEL 1 DE ENERO DEL 2014 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023.											
ANALISIS RAZONES FINANCIERAS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
LLIQUIDEZ		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
APALANCAMIENTO											
Deuda a capital	PASIVO TOTAL / CAPITAL	1,15	0,59	0,34	0,21	0,13	0,08	0,05	0,02	0,01	0
Índice de endeudamiento	PASIVO TOTAL / ACTIVO TOTAL	0,53	0,37	0,25	0,17	0,11	0,07	0,04	0,02	0,01	0
ACTIVIDAD											
Rotación de Activos Totales	VN / Act Total	3,95	3,41	2,94	2,55	2,24	1,98	1,77	1,60	1,45	1,33
RENTABILIDAD											
Margen de utilidad bruta	UB / Vtas	22%	22%	23%	24%	24%	25%	25%	26%	26%	27%
Margen de utilidad operativa	UO / Vtas	10%	12%	13%	14%	15%	16%	17%	18%	19%	20%
Margen de utilidad neta	UN / Vtas	7%	8%	9%	9%	10%	11%	11%	12%	13%	13%
Rendimiento de activos	UN / AT	27%	26%	25%	24%	23%	22%	20%	19%	19%	18%

Fuente: Razones Financieras Proyectadas

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

4.10. Análisis de Impacto del Proyecto

Hoy en día todos hablan del impacto ambiental como consecuencia del crecimiento industrial de los países más desarrollados y son estos los que dan alerta a las situaciones que degeneran el entorno ambiental, por esto se han instaurado leyes ambientales, para disminuir o aplacar el daño que causan las empresas en sus diferentes procesos de producción y cómo estos afectan a la sociedad.

En nuestro país también existen leyes dictadas por el ministerio del ambiente que rigen el buen funcionamiento de las empresas y sus procesos productivos, es así que estas deben regirse a ciertos parámetros de acción con el efecto de medir las posibles perturbaciones causadas por la puesta en marcha de las actividades de las empresas.

4.10.1. Análisis de la Evaluación Ambiental

Muchos creen que las pequeñas empresas no crean impacto ambiental porque no llegan a tener una capacidad productiva elevada, sin embargo las decisiones que ellos tomen pueden causar impactos adversos muchas de las veces por el desconocimiento de las normas y técnicas adecuadas que brinden la información para el tratamiento de materiales que puedan causar daño como químicos, desechos líquidos, emisiones de gases no controladas o el uso indiscriminado de recursos no renovables como el agua.

Todos estos problemas pueden tener soluciones viables si se conocieran los parámetros o dispositivos de seguridad industrial y de las normas ambientales existentes que en la mayoría de las veces se hacen caso omiso su utilización en las empresas. El impacto que puede causar la fabricación de prendas de vestir se da en muchos de los casos por dar el acabado a las prendas cuando estas son teñidas, blanqueadas o estampadas, también en la utilización indiscriminada de energía en las máquinas que no se utilizan todo el día.

4.10.2. Impacto Ambiental

Identificación de acciones que puedan causar impacto

Entre las principales acciones que se han considerado en la actividad del proyecto que pueden generar un impacto negativo en la sociedad tenemos:

- ✓ Ruido excesivo por el funcionamiento de las máquinas en altos decibeles causando molestias a las personas que habitan cerca del local y a los mismos trabajadores.
- ✓ Utilización inadecuada del recurso energético para el funcionamiento de equipos y accesorios de oficina.
- ✓ Desechos excesivos en el corte y confección de las telas e insumos para elaborar las prendas de vestir.
- ✓ Mala práctica de limpieza en los lugares de trabajo.

CUADRO 41 : Impacto Ambiental

IMPACTO AMBIENTAL NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
Ruido						X		
Utilización recurso energético							X	
Desechos						X		
Nivel de limpieza							X	
TOTAL						4	6	10

Fuente: Impacto ambiental

Elaborado por: Fanny Alejandro Lindao

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}} \Rightarrow \frac{10}{4} \Rightarrow 2.5$$

El impacto es medio positivo

Medidas a tomar para disminuir impacto ambiental

Las medidas a tomar para reducir el nivel de impacto ambiental son de tipo de seguridad y correctivas, entre las cuales tenemos:

- ✓ Encender las máquinas que generen ruido solo lo necesario en funciones normales de las actividades productivas.
- ✓ Adecuar el local para que el ruido no sea expuesto en las afueras del local.
- ✓ Medidas de seguridad industrial brindando de tapones para el ruido para la utilización de los trabajadores de la empresa.
- ✓ Controlar el uso excesivo de equipos que consuman energía eléctrica.
- ✓ Examinar los procesos de desechos aplicando buenas técnicas para el ahorro de insumos.
- ✓ Ofrecer seguridad dotando de mascarillas a los trabajadores para que las pelusas de las telas no les causen alergias precautelando su salud.
- ✓ Aplicar normas de higiene personal e industrial.

4.10.3. Análisis socio económico del proyecto

Dentro del marco social está todo lo concerniente a la interrelación dentro de la empresa a nivel de trabajadores, así como también las comunicaciones con todos los que integran el ciclo productivo como clientes, proveedores, sociedad.

Clientes

Por quienes la empresa se debe esforzar por dar productos de calidad garantizando que las prendas cumplen con todas las exigencias de fabricación, comodidad e higiene que no implican riesgos para su salud.

Proveedores

La empresa debe asegurarse de tener los mejores proveedores en telas e insumos necesarios para la fabricación y que estos cumplan también con las responsabilidades de los contratos y ser fieles a los clientes.

Sociedad

La empresa se concientiza en brindar a la sociedad principalmente a las comunidades más cercanas empleo digno, producto nacional elaborado con calidad y eficiencia y sobre todo ayudar al desarrollo de la ciudad de Santa Elena.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

La propuesta de creación de la empresa CPN-JAYLI S.A. no solo busca aportar con el desarrollo empresarial de la ciudad de Santa Elena, sino también incursionar en el sector textil colocando una nueva perspectiva de ingreso a empleados y como una nueva alternativa para los consumidores en elegir prendas más vistosas y de calidad tanto el mercado interno como fuera del entorno.

- La actividad manufacturera de prendas de vestir para niños en la ciudad de Santa Elena dejaría de ser de tipo artesanal para ubicarse en el sector industrial y generar rentas para la ciudad.
- El 80% de las personas que viven en la ciudad de Santa Elena obtienen sus prendas infantiles en La Libertad, por no contar con mayores alternativas dentro de su sector y optan por conseguirlas fuera de su entorno, con altos costos de adquisición.
- El nivel de aceptación del proyecto es alto para que este se ubique dentro de la ciudad de Santa Elena como una nueva alternativa de desarrollo, generando plazas de empleos y siendo un aporte a distribuidores y consumidores.
- Para empezar la propuesta de creación de la empresa CPN-JAYLI S.A. se requiere de una inversión de \$ 178.093,25, financiada por el 25% con las aportaciones de los socios y el 75% con financiamiento de la Corporación Financiera Nacional proyecto a 10 años.
- El estudio financiero del proyecto obtiene un valor actual neto de \$607.134,86, con una tasa interna de retorno de 50% ya que es mayor al costo de capital de 12%, teniendo un tiempo de recuperación de su inversión inicial en el cuarto año de actividad económica.

Recomendaciones

Todo proyecto nuevo genera expectativas no solo de parte de quienes pretenden ponerlo en marcha, también a quienes incorporará en su proceso y a quienes beneficiará o cubrirá con la demanda esperada de los consumidores finales del producto; CPN-JAYLI S.A. se presenta como una alternativa de inversión y como oportunidad de desarrollo empresarial a mediano y largo plazo para los que integrarán el desafío de llevarlo a su ejecución.

- Generar nuevas líneas de productos dentro del sector de prendas para niños con la implementación de nuevas tecnologías para darle valor agregado a las prendas sin descuidar al consumidor final y así competir como gran alternativa de crecimiento a nivel local e inclusive fuera del entorno de la ciudad de Santa Elena, y a la vez se debe contar con un total compromiso con la colectividad.
- Crear estrategias de marketing que permitan disminuir debilidades internas para generar un incremento de la demanda de los productos y convertirse en líder en el mercado de las prendas de vestir para niños.
- Realizar alianzas que permitan aunar esfuerzos para generar el desarrollo productivo de la ciudad de Santa Elena comprometidos en el respeto de las normas éticas y ambientales.
- Capitalizar la inversión establecida para el proyecto en los costos y gastos de la empresa y distribuirlos de acuerdo al plan establecido para cada una de las áreas de fabricación y administración.
- Implementar la ejecución de la propuesta ya que se demuestra en el estudio técnico y financiero que es una propuesta interesante, y que puede llegar a generar plazas de empleo y mejorar el desarrollo productivo industrial que necesita la ciudad de Santa Elena.

BIBLIOGRAFÍA

- CASTILLO Gallo Carlos. (2008). Planeación Estratégica. Santa Elena: Seminario de Graduación.
- CELY Nathalie. (2010). Actividades Productivas en el Sector Manufacturero. Agenda para la Transformación Productiva Territorial , 25.
- CELY Nathalie. (2010). agenda para la transformación productiva territorial. editorial , 18,26.
- CELY Nathalie. (2010-2013). Agenda para la Transformacion Productiva Territorial. Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad , 26.
- GITMAN Lawrence J. (2009). Periodo de recuperación de inversión. En Principios de la Administración Financiera (pág. 354). México: Mexicana.
- GITMAN Lawrence J. (2009). Tasa Interno de Retorno. En Principios de Administración Financiera (pág. 360). México: Mexicana.
- HAUSMANN Et. Al. (Octubre de 2012). Atlas Of Economic Complexity. Aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio . Estados Unidos: Oficina.
- KLOTTER Philip. (2005). En P. Hall, Fundamentos de Mercadotecnia (pág. 742). México: edición 8.

- MENDEZ Álvarez Carlos Eduardo. (2008). Metodología. En C. E. Álvarez, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación (págs. 285-286). Bogotá: Limusa S.A.
- MENDEZ Álvarez Carlos Eduardo. (2008). Metodología. In C. E. Álvarez, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación (p. 281). Bogotá: Limusa S.A 2008.
- MENDEZ Álvarez Carlos Eduardo. (2008). Metodología. En C. E. Álvarez, Diseño y desarrollo del Proceso de Investigación (pág. 281). Bogotá: Limusa S.A,2008.
- MENDOZA Lilian Maryory Castillo. (1 de 10 de 2010). Evaluación de un proyecto de inversión. Creación de una empresa . Cundinamarca, Bogotá, Colombia: Universidad San Buenaventura.
- RODRIGUEZ Santoyo Adolfo Rafael. (2012). Marketing. En Estudio de Mercado (pág. 52). folleto.
- RUBIO Dominguez Pedro. (2008). Marketing. En estudio de mercado (pág. 55). capítulo 2.
- VECIANA José María. (2008). Creación de empresa. En C. d. Barcelona. Barcelona: Colecciones Estudios Económicos.
- WAL Mart. (2005). Toys"R". En Fijacion de precios :comprender y captar el valor del cliente (pág. 232). capítulo 7.

PAGINAS DE INTERNET

- www.aite.ec Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2013). Industria Textil Historia y Actualidad.
- www.bce.gob.ec Banco Central del Ecuador. (2012). Inflación. Quito: Gobierno Nacional de La República del Ecuador.
- www.bce.gob.ec Banco Central del Ecuador. (2013). PIB. Quito: Gobierno Nacional de La República del Ecuador.
- www.constituciondeecuador (2010). Constitución del Ecuador Aspectos ambientales. Quito: Registros Oficiales.
- www.constituciondeecuador (2010). Constitución del Ecuador Intercambios económicos y comercio justo. Quito: Registro Oficiales.
- www.constituciondeecuador (2010). Constitución Política del Ecuador Trabajo y Producción. Quito: Registro Oficiales.
- www.supercia.gob.ec (2013). Ley de Compañías. En L. C. Codificación, Codificación de la Ley de Compañías (pág. 27). Quito
- www.comercioexteriorecuador Exportaciones (2012). Comercio Exterior de Ecuador de NCE Prendas y complementos(accesorios) de vestir.
- www.municipiosantaelena.gob.ec (2010) Cantón Santa Elena.
- [www.google](http://www.google.com). <http://logicaserver.com/ieps/actores>. Recuperado el 7 de Septiembre de 2013, IEPS, A. d. (2012).
- www.eltelgrafo.ec (21 de Septiembre de 2012). Feria Ecuador moda en Guayaquil. El mercado ecuatoriano atrae a textiles extranjeras .
- Nacional, C. F. (2011). Apoyo al desarrollo productivo del País. CFN , 18.
- www.eruditos.net/parroquiasurbanasyrurales. censo población y vivienda 2010.
- www.inec.gob.ec censo población y vivienda. 2010.
- www.eumed.net/ce Leon Velasquez José Arturo. (06 de 2012). Tamaño y Pautas del Crecimiento De La Demanda.
- www.promexico.gob.mx/comercio. (11 de 8 de 2011). Crecimiento del Mercado de Comercio de Servicio.

ANEXOS

Anexo 1



Fuente: Logotipo de la empresa de Fabricación

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Anexo 2

PLAN DE ACCIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR INFANTIL EN LA CIUDAD DE SANTA ELENA				
PROBLEMA PRINCIPAL: Insuficiencia de empresas manufactureras de prendas vestir infantil en la ciudad de Santa Elena				
Fin de la proyecto: Creación de una empresa de fabricación de prendas de vestir infantil en la ciudad de Santa Elena, provincia de Santa Elena.		Indicadores: ➤ Encuestas a clientes. ➤ Reconocimiento de la marca ➤ Financiamiento de activos tecnológicos.		
Propósito de la proyecto: Ejecución de una fabricación de prendas de vestir infantil, para cubrir la demanda de ropa casual en la ciudad de Santa Elena, provincia de Santa Elena.		➤ Demanda preferente a la adquisición prendas infantiles. ➤ Proyección de ventas.		
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del Objetivo	Actividades
Producir prendas de vestir de calidad a través de diseños innovadores que proporcionen un valor agregado a los productos acordes a la tendencia de la moda, ante las expectativas del cliente.	Calidad y diversidad de prendas Preferencias de moda	Programa de retroalimentación de proceso de fabricación Utilización de tecnología de diseños	Jefe de producción	1.- Inspeccionar los procesos de producción en base a las características que exige el cliente. 2.- Lanzamientos de producto infantiles.

PLAN DE ACCIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR INFANTIL EN LA CIUDAD DE SANTA ELENA DE SANTA ELENA				
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del Objetivo	Actividades
Disponer de equipos tecnológicos priorizando la variedad de productos sustitutos para satisfacer la demanda que permitan el fortalecimiento de las ventas.	Capacidad instalada al 100%	Elaborar plan de mantenimiento de equipos	Jefe de producción	Control de mantenimiento de activos
	Incremento del promedio de ventas	Fortalecer imagen de productos Promoción y publicidad		*Aumentar el 5% anual de las ventas
Distribuir prendas de vestir infantil ingresando al sector manufacturero como nueva empresa captando un 15% de la participación del mercado	Cliente edad 15 a 70 años	Políticas de ventas	Jefe de comercialización	*Canales de distribución directo e intermediario
	Demanda del mercado	Segmentación de nichos de mercado		*Incremento del 2% anual
Establecer un clima organizacional competitivo que fortalezca el desarrollo de los procesos internos hacia una mejora en eficiencia y eficacia en base a técnica de calidad, incentivando a los empleados en sus valores de liderazgo y auto superación, para el desarrollo de la productividad.	Personal motivado y comprometido	Capacitación en áreas claves	Jefe de Talento Humano	*Capacitación constante al personal
	Organización eficiente y competitiva	Incentivos premios		* Manual de procedimiento
		Trabajo en equipo grupos focales Seguir Planes		*Ejecutar planes

Fuente: Plan de Acción

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Anexo 3

Ponderación del Precio

PONDERACIÓN DEL PRECIO				
Fuentes	Monto	%	PRECIO	Ponderado
AJUAR	7.200	0,17142857	15	2,548200016
BLUSAS	6.000	0,14285714	18	2,589292339
VESTIDOS	9.600	0,22857143	27	6,101350292
CAMISAS	9.600	0,22857143	27	6,10896934
PANTALONES	9.600	0,22857143	28	6,364207435
Total	42.000	1		23,71201942

Fuente: Ponderación del Precio

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Anexo 4

Ponderación del Costo

PONDERACIÓN DEL COSTO				
Fuentes	Monto	%	COSTO	Ponderado
AJUAR	7.200	0,17142857	9	1,528920009
BLUSAS	6.000	0,14285714	11	1,553575403
VESTIDOS	9.600	0,22857143	16	3,660810175
CAMISAS	9.600	0,22857143	16	3,665381604
PANTALONES	9.600	0,22857143	17	3,818524461
Total	42.000	1		14,22721165

Fuente: Ponderación del Costo

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Anexo 5
Costo Operativo

EMPRESA CPN JAYLI S.A										
COSTOS OPERATIVO										
DEL 1 DE ENERO DEL 2014 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023.										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<u>COSTOS OPERATIVO</u>										
Gastos Administrativos	66.367,54	69.685,92	73.170,21	76.828,72	80.670,16	84.703,67	88.938,85	93.385,79	98.055,08	102.957,84
Gastos de Ventas	18.042,72	18.944,86	19.892,10	20.886,70	21.931,04	23.027,59	24.178,97	25.387,92	26.657,31	27.990,18
Gastos de Intereses	14.692,67	13.223,41	11.754,14	10.284,87	8.815,60	7.346,34	5.877,07	4.407,80	2.938,53	1.469,27
Depreciación Equipos de computación	1.301,50	1.301,50	1.301,50	2.603,00	2.603,00	2.603,00	3.904,50	3.904,50	3.904,50	5.206,00
Depreciación Equipos de oficina	615,41	615,41	615,41	615,41	615,41	1.230,82	1.230,82	1.230,82	1.230,82	1.230,82
Depreciación Muebles de Oficina	205,20	205,20	205,20	205,20	205,20	410,40	410,40	410,40	410,40	410,40
TOTAL COSTO OPERATIVOS	101.225,04	103.976,29	106.938,56	111.423,91	114.840,41	119.321,81	124.540,61	128.727,23	133.196,65	139.264,51
UTILIDAD OPERATIVA	66.050,17	86.566,61	109.529,38	133.725,62	162.436,97	193.418,37	227.743,38	267.707,66	312.279,91	360.477,27
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	9.907,53	12.984,99	16.429,41	20.058,84	24.365,55	29.012,76	34.161,51	40.156,15	46.841,99	54.071,59
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA	56.142,65	73.581,61	93.099,97	113.666,78	138.071,42	164.405,61	193.581,88	227.551,51	265.437,92	306.405,68
22% IMPUESTO RENTA	12.351,38	16.187,96	20.481,99	25.006,69	30.375,71	36.169,23	42.588,01	50.061,33	58.396,34	67.409,25
UTILIDAD NETA	43.791,26	57.393,66	72.617,98	88.660,09	107.695,71	128.236,38	150.993,86	177.490,18	207.041,58	238.996,43

Fuente: Costo Operativo
Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Anexo 6

FORMATO DE ENCUESTA PARA CLIENTES DE LA CIUDAD DE SANTA ELENA



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL
 CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL



Instrumento dirigido a clientes de la ciudad de Santa Elena.

Objetivo: Determinar el número de clientes potenciales que estarían dispuestos a adquirirlas prendas de vestir infantil en la ciudad de Santa Elena.

Datos de control

Marque con una X la respuesta de acuerdo a su elección o preferencia

Género:

Mujer Hombre

Edad:

15-25 años 26-36 años 37- adelante

Lugar de reside:

Santa Elena La libertad Salinas

Ingresos Mensual:

\$50-100 \$101-200 \$ 201-300 \$301-400 \$401- adelante

Datos informativos

- ¿Tiene usted hijos? Si No (fin de la encuesta)
- ¿Cuántos niños habitan en su hogar entre recién nacido y ocho años de edad?

1 2
 3 4
 5 o más

- ¿Qué tipo de prenda infantil compra con más frecuencia para sus hijos?

Ropa de Bebé Sport Formal Pijama

- ¿En cuál de estos lugares/formas de compra adquiere usted sus prendas de vestir infantil?

Almacenes. Centro comercial
 Ventas por catálogo Otros
 Mercados minoristas

5. **¿Con qué frecuencia compra ropa infantil?**
 Semanal Trimestral
 Quincenal Semestral
 Mensual Anual
6. **¿Al momento de adquirir sus prendas de vestir infantil a que le da prioridad?**
 Calidad Marca Precio Variedad Diseños
7. **¿Qué tipo de prendas infantil prefiere usted al momento de adquirirlas?**
 Colores claros Colores oscuros Colores pasteles
 Material de lana Material de algodón Material hilo
8. **¿Cuánto es el promedio de gasto mensual en la compra de prendas para sus hijos?**
 \$40-50 \$51-60 \$61-80 \$81-90 \$91-en adelante
9. **¿Conoce usted de alguna empresa que fabrique prendas de vestir infantil en la ciudad de Santa Elena?**
 NO SI
10. **¿Le gustaría comprar las prendas de sus niños en la ciudad de Santa Elena sin salir del sector?**
 SI NO
11. **En una escala de 1 al 6, donde 6 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante”.**
¿Qué tan interesante es para usted que en la Provincia de Santa Elena exista un lugar donde se fabrique prendas infantiles?
 6 5 4 3 2 1
12. **¿Cuáles de los siguientes aspectos cree usted importantes que deba orientarse la nueva empresa de manufactura de prendas de vestir infantil?**
 Elaboración de prendas de calidad Que sean de bajos costos las prendas
 Diseños Variedad
13. **¿Para su comodidad usted en donde compraría los productos de la nueva empresa?**
 Locales/Tiendas Venta por catálogos Vía online En la misma empresa
14. **¿Qué tipo de productos adicionales le gustaría que le brinde esta empresa?**
 Prendas infantiles de verano Prendas infantiles de playa
 Accesorios de bebé
15. **¿La comodidad de pago es primordial para usted al momento de comprar?**
 SI NO

16. ¿Cómo le gustaría realizar su forma de pago al momento de adquirir sus prendas?

Contado Plan acumulativo Crédito con tarjeta Crédito Corporativo

17. ¿Donde le gustaría observar u obtener conocimiento de los nuevos modelos de prendas de vestir infantil que la empresa distribuiría?

Radio Mail Internet TV

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Fuente: Diseño de la Encuesta

Elaborado Por: Fanny Alejandro Lindao

Anexo 7



CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

La Libertad, 20 de Septiembre del 2012

Señora Ingeniera.
MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE
En su despacho.-

Por medio de la presente, comunico a usted:

CARTA AVAL

Yo, Ee. Jimmy Quispe Gonzabay, Jefe de Oficina de la Corporación Financiera Nacional de Santa Elena, me permito emitir la presente carta de compromiso, para que la Señorita Alejandro Lindao Fanny Janeth, levante información técnica en nuestra institución con fines académicos, al respecto con su tema denominado **PROPUESTA DE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR INFANTILES EN LA CIUDAD DE SANTA ELENA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

Cabe destacar que actualmente contamos con líneas de crédito de financiamiento estratégico y de emprendimiento, dentro de las cuales el proyecto si es actividad financiable para nuestra Institución, debido a que pertenece a la *categoria D, numeración 1.8.1.0: Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.*

Es importante indicar que para la aprobación del financiamiento, el sujeto de crédito debe cumplir requisitos que en esta carta aval no se especifican.

Atentamente,

Ee. Jimmy Quispe Gonzabay
Corporación Financiera Nacional
Jefe de Oficina



Suc. Mayor Guayaquil: Av. Carlos Julio Arosemena Km. 1 1/2 • Tel.: (593-4) 2204 060 / 2204 030 • Fax: (593-4) 2203 635
Cuenca - Manta - Esmeraldas - Machala - Ibarra - Ambato - Riobamba - Loja

Línea gratuita: 1600-898989

www.cfn.fin.ec