



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “HONORABLE CONSEJO
PROVINCIAL DE PICHINCHA”**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
DISTRIBUIDORA DE ROPA INFANTIL DE 0 A 6 AÑOS MEDIANTE
UNA PLATAFORMA VIRTUAL EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNOLOGÍA EN ASISTENCIA DE GERENCIA
PARALELO 27 “AG2”**

**AUTORA: MILENA ROCÍO YANASCUAL COLIMBA
TUTOR: MSC. MARIO MOSQUERA**

QUITO, JULIO DEL 2019

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del proyecto: Plan de negocio para la creación de una fábrica y distribuidora de ropa infantil de 0 a 6 años en el Distrito Metropolitano de Quito presentado por la Srta. MILENA ROCIO YANASCUAL COLIMBA para obtener el título de tecnóloga en ASISTENTE DE GERENCIA, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los cinco días del mes de junio de 2019

FIRMA TUTOR

MSC. MBA. MARIO MOSQUERA

No. CC

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo Milena Rocío Yanasacual Colimba declaro que la autoría original del proyecto denominado Plan de Negocio para la creación de una Distribuidora de ropa infantil de 0 a 6 años mediante una plataforma virtual en el Distrito Metropolitano de Quito es de mi persona, también declaro que he citado las fuentes investigadas para el complemento teórico del proyecto.

MILENA YANASCUAL

AUTORA

DEDICATORIA

A Dios que siempre guía mis pasos e ilumina mi camino, a mi mamá que con su amor y ejemplo me ha inculcado los valores que me han permitido llegar hasta este momento, a mi papá que siempre con su amor me ha enseñado a luchar por los sueños y a mi hermana que siempre me apoyado incondicionalmente en todas las etapas de mi vida de crecimiento personal y profesional

AGRADECIMIENTO

A Dios que me ha permitido llegar hasta este punto, y quien me fortalece en cada sueño

A mi familia por el apoyo incondicional, y por todo su amor hacia lo que hago.

A mi tutor por compartir sus conocimientos para el éxito y cumplimiento de este proyecto

A mis profesores por formarme día a día en el trayecto de toda la carrera, creándome como profesional.

Al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha por la oportunidad de ser parte de sus aulas de aprendizaje.

RESUMEN

Es evidente que la moda, la exclusividad y la industria textil son muy poco favorable en nuestro país, las ventajas de exportar productos de vestimenta al exterior son muy complejas ya que no hay una fuerte inversión en la moda local que incentive exportar a gran escala estos productos. A nivel local la manufactura cubre innumerables plazas de empleos, sin embargo, sus productos no cubren el estándar de calidad requerido para ser reconocidos exteriormente y hasta localmente. La parroquia de Calderón está en constante crecimiento poblacional y pese a eso el crecimiento comercial aumenta, los más pequeños de la casa en los hogares son parte fundamental del crecimiento consumista del sector, de esto nace la idea de crear, esta clase de moda para los niños de 0 a 6 años de edad, no solo atrayendo a sus padres en el incentivo de compra, sino también a todas las personas ya que somos profesionales, sin embargo tras la faceta profesional se es tío, abuelo, abuela, amigo, amiga, familia que tal vez en una ocasión tenga la necesidad de adquirir uno de los productos a fabricar en este proyecto.

ÍNDICE

| | |
|---|----------|
| CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR..... | ii |
| DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD..... | iii |
| DEDICATORIA..... | iv |
| AGRADECIMIENTO..... | v |
| RESUMEN | vi |
| ÍNDICE | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS | xii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xvi |
| ÍNDICE ANEXOS | xviii |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| TEMA DEL PROYECTO | 1 |
| IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA..... | 1 |
| JUSTIFICACIÓN | 2 |
| OBJETIVO GENERAL..... | 3 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 3 |
| DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA..... | 4 |
| 1. CAPÍTULO I | 5 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 5 |
| 1.1. ANTECEDENTES | 5 |
| 1.2. CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO DE MERCADO | 6 |
| 1.2.1. Producción de la industria manufacturera | 6 |

| | |
|---|----|
| 1.2.2. Evolución y participación del PIB en la industria manufacturera | 7 |
| 1.3. PRODUCTOS | 8 |
| 1.3.1. Telas: | 11 |
| 1.3.2. Línea de productos..... | 11 |
| 1.3.3. Características de los productos..... | 13 |
| 1.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA | 14 |
| 1.4.1. Definición..... | 14 |
| 1.4.2. Población..... | 14 |
| 1.4.3. Demanda actual..... | 18 |
| 1.4.4. Demanda futura..... | 19 |
| 1.4.5. Identificación del mercado | 19 |
| 1.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA | 36 |
| 1.5.1. Número de productores | 36 |
| 1.5.2. Localización | 37 |
| 1.5.3. Capacidad instalada en el mercado..... | 38 |
| 1.5.4. Proyección de la oferta | 38 |
| 1.6. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES INDUSTRIA TEXTIL..... | 38 |
| 1.6.1. Determinación de la demanda insatisfecha | 38 |
| 1.7. ANÁLISIS DE PRECIOS | 38 |
| 1.7.1. Definición..... | 38 |
| 1.7.2. Precio en el mercado | 39 |
| 1.7.3. Índices de inflación..... | 40 |
| 1.7.4. Inflación optimista y pesimista | 41 |
| 1.8. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO..... | 41 |

| | |
|---|-----------|
| 1.8.1. Definición..... | 41 |
| 1.8.2. Segmentación de mercado..... | 42 |
| 1.8.3. Mercado potencial | 42 |
| 1.8.4. Estrategia de mercado..... | 42 |
| 2. CAPÍTULO II | 47 |
| ESTUDIO TÉCNICO | 47 |
| 2.1. GENERALIDADES DE ESTUDIO TÉCNICO | 47 |
| 2.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA..... | 47 |
| 2.2.1. Factores | 47 |
| 2.2.2. Fases para la elaboración del producto..... | 47 |
| 2.2.3. Cantidad de producción..... | 49 |
| 2.2.4. Tiempo de trabajo | 50 |
| 2.2.5. Operaciones de automatización | 50 |
| 2.2.6. Rendimiento de la materia prima..... | 51 |
| 2.2.7. Automatización de la mano de obra | 52 |
| 2.3. FACTORES Y EL TAMAÑO DE UNA PLANTA..... | 54 |
| 2.3.1. Tamaño del proyecto y la demanda potencial insatisfecha | 54 |
| 2.3.2. Capacidad instalada y los suministros e insumos | 55 |
| 2.3.3. Capacidad instalada, la tecnología y los equipos..... | 55 |
| 2.3.4. Capacidad instalada del proyecto y el financiamiento .. | 56 |
| 2.3.5. Tamaño del proyecto y la organización: | 56 |
| 2.4. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO | 56 |
| 2.4.1. Método por puntos ponderados..... | 56 |
| 2.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO..... | 58 |

| | |
|---|-----------|
| 2.5.1. Proceso de producción: | 58 |
| 2.5.2. Diagrama de flujo: | 59 |
| 2.6. ADQUISICIÓN DE EQUIPO Y MAQUINARIA | 60 |
| 2.6.1. Factores | 60 |
| 2.7. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA..... | 60 |
| 2.8. MARCO LEGAL DE LA EMPRESA | 62 |
| 2.8.1. Constitución de la Empresa..... | 62 |
| 2.8.2. Tipo de Sociedad | 62 |
| 2.8.3. Procesos de constitución de la empresa | 62 |
| 2.8.4. visión: | 64 |
| 2.8.5. Misión..... | 64 |
| 2.8.6. Valores corporativos:..... | 65 |
| 2.8.7. Organigrama Estructural | 65 |
| 2.8.8. Descripción de Puestos: | 66 |
| 3. CAPÍTULO III | 70 |
| ESTUDIO ECONÓMICO | 70 |
| 3.1. DEFINICIÓN | 70 |
| 3.2. COSTOS | 70 |
| 3.2.1. Costos de producción | 70 |
| 3.2.2. Presupuesto costo de producción..... | 74 |
| 3.2.3. Costo de venta..... | 74 |
| 3.2.4. Costo de administración | 74 |
| 3.2.5. Presupuestos de Costos totales | 75 |
| 3.3. DEFINICIÓN INVERSIÓN INICIAL | 75 |
| 3.4. INVERSIÓN INICIAL DE ACTIVO FIJO: | 75 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5. INVERSIÓN INICIAL DE ACTIVO DIFERIDO | 76 |
| 3.6. INVERSIÓN INICIAL | 76 |
| 3.7. FINANCIAMIENTO | 77 |
| 3.8. PROYECCIÓN DE VENTAS | 79 |
| 3.9. PROYECCIÓN DE GASTOS | 80 |
| 3.10. ESTADO DE RESULTADOS | 81 |
| 3.11. FLUJO DE CAJA | 82 |
| 3.12. PUNTO DE EQUILIBRIO | 83 |
| 3.13. TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO TMAR | 84 |
| 3.14. VALOR ACTUAL NETO VAN | 85 |
| 3.15. TASA INTERNA DE RETORNO TIR..... | 86 |
| 3.16. PERÍODO DE RECUPERACIÓN | 86 |
| 4. CONCLUSIONES | 88 |
| 5. RECOMENDACIONES | 89 |
| 6. BIBLIOGRAFÍA | 90 |
| 7. ANEXOS..... | 91 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Productos ropa de bebé de 0 a 24 meses | 10 |
| Tabla 2 Productos ropa infantil | 10 |
| Tabla 3 Línea de ropa de bebé | 11 |
| Tabla 4 Población del Distrito Metropolitano de Quito | 15 |
| TABLA 5 Número de respuestas pregunta 1 | 20 |
| TABLA 6 Número de respuestas pregunta 2 | 21 |
| TABLA 7 Número de respuestas pregunta 3 | 22 |
| TABLA 8 Número de respuestas pregunta 4 | 23 |
| TABLA 9 Número de respuestas pregunta 5 | 24 |
| TABLA 10 Número de respuestas pregunta 6 | 25 |
| TABLA 11 Número de respuestas pregunta 7 | 26 |
| TABLA 12 Número de respuestas pregunta 8 | 27 |
| TABLA 13 Número de respuestas pregunta 9 | 28 |
| TABLA 14 Número de respuestas pregunta 10 | 29 |
| TABLA 15 Número de respuestas pregunta 11 | 30 |
| TABLA 16 Número de respuestas pregunta 12 | 32 |
| TABLA 17 Número de respuestas pregunta 13 | 34 |

| | |
|--|----|
| TABLA 18 Número de respuestas pregunta 14..... | 35 |
| Tabla 19 Empresas competentes en Calderón | 37 |
| Tabla 20 Precio en el mercado..... | 40 |
| Tabla 21 Índices de inflación..... | 40 |
| Tabla 22 Proyección de inflación | 41 |
| Tabla 23 Determinación del precio | 44 |
| Tabla 24 Cantidad de producción..... | 49 |
| Tabla 25 Rendimiento de la cantidad de tela..... | 52 |
| Tabla 26 Automatización de la mano de obra | 52 |
| Tabla 27 Tiempo promedio de producción..... | 53 |
| Tabla 28 Eficiencia de las maquinas | 53 |
| Tabla 29 Demanda optimista y pesimista | 54 |
| Tabla 30 De factores y de peso..... | 57 |
| Tabla 31 Calificación, peso y factores | 57 |
| Tabla 32 Proceso de producción..... | 58 |
| Tabla 33 Proceso de transformación | 59 |
| Tabla 34 Adquisición de maquinaria | 60 |
| Tabla 35 Descripción de puesto del gerente | 66 |

| | |
|--|----|
| Tabla 36 Descripción de puesto del diseñador | 67 |
| Tabla 37 Descripción de puesto del personal poli funcional | 68 |
| Tabla 38 Tabla de descripción de puestos | 69 |
| Tabla 39 Cantidad de tela a usar en los productos | 71 |
| Tabla 40 Insumos | 72 |
| Tabla 41 Costo de empaque..... | 72 |
| Tabla 42 Costo mano de obra | 73 |
| Tabla 43 Costo de depreciación..... | 73 |
| Tabla 44 Presupuestos costo de producción | 74 |
| Tabla 45 Presupuesto costo de venta..... | 74 |
| Tabla 46 Presupuesto costo de administración | 75 |
| Tabla 47 Presupuesto de costos | 75 |
| Tabla 48 Activos fijos | 76 |
| Tabla 49 Activos diferidos..... | 76 |
| Tabla 50 Inversión inicial | 76 |
| Tabla 51 Financiamiento..... | 77 |
| Tabla 52 Amortización del crédito | 77 |
| Tabla 53 Proyección de ventas | 79 |

| | |
|--|----|
| Tabla 54 Proyección de gastos | 80 |
| tabla 55 Estado de resultados..... | 81 |
| Tabla 56 Flujo de caja | 82 |
| Tabla 57 Punto de equilibrio..... | 83 |
| Tabla 58 Detalle del punto de equilibrio..... | 83 |
| Tabla 59 Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR | 85 |
| Tabla 60 Valor actual neto VAN..... | 85 |
| Tabla 61 Tasa interna de retorno TIR | 86 |
| Tabla 62 Periodo de recuperación | 87 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Ilustración 1 Producción de la industria manufacturera..... | 7 |
| Ilustración 2 Evolución y participación del PIB en la industria manufacturera | 7 |
| Ilustración 3 Línea de ropa infantil | 12 |
| Ilustración 4 Natalidad en Ecuador | 15 |
| Ilustración 5 Nacidos vivos en la Provincia de Pichincha | 16 |
| Ilustración 6 Población por rango de edad en Calderón | 17 |
| Ilustración 7 Población infantil en Calderón | 18 |
| Ilustración 8 Gráfico de respuestas pregunta 1 | 21 |
| Ilustración 9 Gráfico de respuestas pregunta 2 | 22 |
| Ilustración 10 Gráfico de respuestas pregunta 3 | 23 |
| Ilustración 11 Gráfico de respuestas pregunta 4..... | 24 |
| Ilustración 12 Gráfico de respuestas pregunta 5..... | 25 |
| Ilustración 13 Gráfico de respuestas pregunta 6..... | 26 |
| Ilustración 14 Gráfico de respuestas pregunta 7 | 27 |
| Ilustración 15 Gráfico de respuestas pregunta 8..... | 28 |
| Ilustración 16 Gráfico de respuestas pregunta 9..... | 29 |

| | |
|---|----|
| Ilustración 17 Gráfico de respuestas pregunta 10..... | 30 |
| Ilustración 18 Gráfico de respuestas pregunta 11..... | 31 |
| Ilustración 19 Gráfico de respuestas pregunta 12 satisfecho | 32 |
| Ilustración 20 Gráfico de respuestas pregunta 12 insatisfecho | 33 |
| Ilustración 21 Gráfico de respuestas pregunta 13..... | 34 |
| Ilustración 22 Gráfico de respuestas pregunta 14..... | 35 |
| Ilustración 23 Logotipo de la Empresa | 43 |
| Ilustración 24 Proceso de venta | 45 |
| ilustración 25 Diagrama de flujo | 59 |
| ilustración 26 Distribución de la planta física | 61 |
| Ilustración 27 Organigrama estructural..... | 65 |
| Ilustración 28 Rollo de tela | 70 |
| Ilustración 29 Grafico del punto de equilibrio..... | 84 |

ÍNDICE ANEXOS

| | |
|---------------------------------|----|
| ANEXO A Ficha técnica..... | 91 |
| ANEXO B Ficha textil | 92 |
| ANEXO C Modelo de encuesta..... | 93 |

INTRODUCCIÓN

TEMA DEL PROYECTO

El tema del proyecto es Plan de negocio para la creación de una distribuidora de ropa infantil de 0 a 6 años mediante una plataforma digital en el Distrito Metropolitano de Quito.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La industria textil es competitiva, sin embargo, existen algunos limitantes que impiden alcanzar el crecimiento esperado y las empresas que prevalecen en el mercado tienden a una baja en su productividad ya que carecen de incentivarse a buscar nuevas estrategias de comercialización, inician por abandonar la mejora en sus instalaciones, producción, tecnología, mercado y publicidad, de tan manera que se ven con la obligación de permanecer en una zona de confort.

En la sociedad actual las plataformas virtuales, las redes sociales, las paginas en la red son parte del día a día de las personas, entonces; si se está en constante presencia con este mundo digital, como se puede explicar que las personas compren muy poco por la red, en cuanto a productos nacionales y en relación a ropa infantil, el problema radica en que las personas usan estos medios solo por comunicación, satisfacción, entretenimiento sin tomar en cuenta que están frente a un mundo de oportunidades y nuevas estrategias de cambio. Las empresas más prestigiosas del país usan estos medios digitales en introducción con la red para promocionar sus productos, más sin embargo en su mayoría no la usan como punto de venta puesto que todas o en su gran mayoría tienen sus plantas físicas de venta, de manera que el problema radica en la falta de una empresa que su punto de venta sea exclusivamente la red y llegue en primeras instancias a todos los rincones del Distrito Metropolitano de Quito y de ahí incrementar su estructura de oferta al resto del país y también poder exportar sus productos con un margen de diseño y calidad de primera y únicos.

JUSTIFICACIÓN

El proyecto en mención generará prendas de vestir para bebé y niños de edades entre 4 a 6 años, en calidad de algodón, poliéster y nylon que entrarán en el mercado de manera digital. En el sector norte de la ciudad de Quito existe un sin número de fábricas procesadoras de materia prima como alimentos e industria textil los cuales llegan al mercado ya ganado un espacio y de tal manera se observó que no incrementa el interés por la moda infantil y en querer comercializar sin uso de un punto de venta físico, ya que en todos existe un punto físico donde los clientes visitan sus establecimientos, sin embargo no se cubre a todo el distrito capital y más aun no se cubre la demanda total en el país, y es factible llegar a todos los rincones de la ciudad y del país mediante una plataforma digital, totalmente equipada y con manejo adecuado para atención a los clientes y para generar publicidad virtual y así llegar a los rincones más escondidos y que son parte objetiva del proyecto.

Los puntos de venta serán virtuales, y la entrega en un tiempo prudente con la mejor comodidad en precios, eso es lo que no se mira en nuestros días, y que será el punto clave para la realización y rentabilidad del proyecto mencionado, no se debe dejar cerrada la posibilidad de un punto de venta físico, sin embargo se trabajará por el reconocimiento de la mejor tienda virtual en primera instancia de Quito y seguidamente del país y por qué no, también buscar mercado en el exterior ampliando la oferta de los productos.

Es muy lógico que se necesitará una instalación física para la fabricación de las prendas y también, en este punto se ha estudiado que la mejor opción es el sector norte de la ciudad de Quito, las instalaciones físicas se encontrarán en la parroquia de Calderón ya que es una parroquia que se encuentra en constante crecimiento poblacional y con ello su área comercial, también cuenta con un prestigio de ser la zona con más fabricas procesadoras de materia prima e industrial, y llegando en conclusión una zona adecuada para establecer las instalaciones para la fabricación de las prendas a comercializar.

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un plan de negocio enfocado en la creación de una distribuidora de ropa infantil de 0 a 6 años indagando en fuentes bibliográficas y de campo relacionadas a este proyecto en el Distrito Metropolitano de Quito.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el estudio de mercado y determinar la oferta, la demanda, el precio, la comercialización de ropa infantil de 0 a 6 años en el Distrito metropolitano de Quito.
- Realizar el estudio técnico que determine el tamaño, la localización, la ingeniería de todo el proceso de operatividad, maquinaria, producción y organización.
- Realizar el estudio económico y financiero para la operatividad y funcionamiento del proyecto.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

El proyecto se orienta a la investigación y estudio de todas las factibilidades financieras, legales, de publicidad, que favorezca y brinde oportunidades de crecimiento en un negocio y más aún se ha estudiado, todas las posibilidades de hacer realidad este proyecto y se defendió la idea potencial del mismo; crear una empresa reconocida en la ciudad de Quito por vender virtualmente será el horizonte al cual se enfoque cada actividad y cada producto elaborado y entregado a los clientes.

En el primer capítulo se estudió detenidamente el estudio de mercado que abrió las puertas de comercialización y la profundidad de consumo identificando la demanda potencial a la cual enfocarse, también ha sido de interés analizar dentro de estos grupos, aquellos conformados por padres con hijos de edades comprendidas entre 0 a 6 años de edad y para ello ha sido necesario segmentar la población de la zona en donde se instalará la fábrica, en este caso de la parroquia de Calderón ya que desde aquí saldrán los productos y es necesario empezar desde este lugar que va en aumento poblacional.

En el segundo capítulo se enfocó en el análisis de la localización, del tamaño, el detalle de la fabricación, la optimización de los recursos, la organización y la publicidad necesaria para hacer realidad y rentable la idea principal del proyecto.

En el tercer capítulo, se estudió la estructura financiera comprendida entre gastos, ingresos y rentabilidad del negocio.

Es viable entrar en el mercado de oferta de ropa infantil mediante una plataforma virtual en el Distrito Metropolitano de Quito, puesto que la reunión de todos los análisis lo han demostrado y también es una ventaja localizarse en una de las ciudades más importantes del país, no solo por ser la capital Ecuatoriana, sino también por ser el lugar de mayor concentración de la economía del país.

1. CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

1.1. ANTECEDENTES

HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil Ecuatoriana, fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, lana y seda. A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar. El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador.

El desarrollo textil ha avanzado en los últimos años enfocándose en nichos específicos, entre ellos la moda solo para mujeres, hombres entre ámbitos formales, casuales, deportivos entre otros, el más sobresaliente y diferenciado es la moda exclusiva infantil la cual es muy

demandada en el mercado. Gracias al gran desarrollo se ha logrado alcanzar alianzas y negociaciones de mercado internacional.

1.2. CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

La producción manufacturera en Ecuador es uno de los sectores con mayor valor agregado en el ámbito económico, ya que existe gran ventaja de diferenciación para el consumidor, además el avance de este sector ha generado al país grandes fuentes de empleo, en este escenario, la participación del sector en la economía también se incrementó, según el INEC pasó de 14% en 2009 a 16% en 2016 y para 2018 se estimaba que alcance el 17,3%. Ecuador es famoso por la alta calidad de sus productos textiles de novedosos diseños, los cuales pueden adquirirse por un precio económico. Ecuador produce y exporta hilo, telas, materiales para la producción industrial, así como también prendas terminadas, atavíos y artículos domésticos. Los exporta hacia los Estados Unidos, Colombia, Chile, Brasil, Venezuela y Perú.

La mayor concentración de pequeñas y medianas empresas textiles que actualmente operan en el país se encuentran en Imbabura, Tungurahua, Azuay, Guayas y Pichincha. En el Distrito Metropolitano de Quito se genera la mayor y más importante concentración de la economía del país, la manufactura textil en conjunto con el comercio son parte fundamental de la economía por su gran diferenciación.

1.2.1. Producción de la industria manufacturera

Fundamental mente se mirará como incide la industria manufacturera en nuestro país y que campo ocupa en el entorno económico.

En el siguiente cuadro se indicará los índices de producción manufacturera en Ecuador

ILUSTRACIÓN 1 PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA



Fuente: Sistema de Indicadores de la Producción (SIPRO)

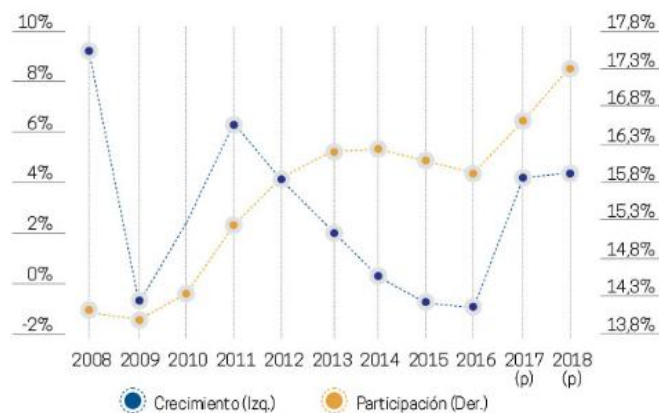
Elaborado por la Autora

Los productos alimenticios, bebidas y tabacos; prendas de vestir y cuero abarcan el 49% de la producción en la industria manufacturera, destacándose en las prendas de vestir en el Distrito Metropolitano de Quito, ya que la producción de ropa es a gran escala porque cuenta con grandes empresas ya existentes en el mercado ofertando estos productos.

1.2.2. Evolución y participación del PIB en la industria manufacturera

En el siguiente cuadro se indicará la evolución del PIB en la industria manufacturera.

ILUSTRACIÓN 2 EVOLUCIÓN Y PARTICIPACIÓN DEL PIB EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: la Autora

En lo que a composición se refiere, en el año 2016 la producción con mayor peso fue la de fabricación de alimentos y bebidas. Esta manufactura representa el 38% de la producción industrial e incluye también la elaboración de bebidas. Le sigue la industria textil, luego se encuentra la refinación de productos de petróleo con 7%. Esta manufactura varía en una participación y crecimiento en función de la producción de la refinería, en la que los mantenimientos han tenido una importante incidencia. En este sector también se generan otras manufacturas como cemento, madera, metálica, maquinaria entre otras.

1.3. PRODUCTOS

La constante cifra de nacimientos, identifica la necesidad de satisfacer la demanda y ofertar ropa infantil única que satisfaga los requerimientos, tanto de salud como los de moda infantil, la existencia de ropa infantil, es requerida en grandes sectores puesto que aparte de ser necesaria trae sentimientos que se pueden palpar mediante una prenda de vestir, los productos están dedicados a los bebés recién nacidos y niños de hasta 6 años de edad, la vestimenta es conocida como productos clasificados por necesidad, y son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento. La vestimenta infantil comprende tanto prendas de vestir como todos los accesorios que por uso personal necesitan los seres humanos desde el momento en el que nacen. Lo primero que hay que observar en el momento de comprar uno de estos productos es que ninguna de sus partes pueda suponer un riesgo para el niño.

La normativa de los productos establece algunos requisitos para la ropa destinada a los más pequeños:

- No debe estar diseñada con cordeles ni cordones funcionales que afecten la seguridad de los niños.

- Si se trata de un pantalón, debe tener asegurados los cordones de forma que el niño no pueda extraerlos y enredarse con ellos. Por el mismo motivo, no deben exceder de una longitud máxima.
- La prenda para un bebé, lleva etiquetas, éstas no deben rozar con el cuello o la barbilla del niño, pues podría lastimarlo y perjudicarlo
- Los diseños a fabricar y parcialmente a distribuir serán vestimentas únicas en sus diseños, calidad, colorido y accesorios.
- Lo que unificará a todas las prendas de vestir será la dedicación en cada prenda, la mejor combinación de calidad y los diseños, puesto que cada modelo trabajado será previamente revisado y acepado para su fabricación.

Los productos de la empresa se fabricarán bajo todos los esquemas requeridos para el bienestar de los bebés y se fabricarán en magníficos terminados, sacando a relucir el diseño, la marca a la cual pertenece la prenda, el molde específico para cada cuerpo y talla, los colores en última tendencia de moda ya que así se garantiza mejor aceptación por parte de los clientes y sobretodo de los más pequeños de la casa.

Los productos y la oferta de la empresa se nombran a continuación y para poder comprenderlos mejor, están divididos por tallas, los cuales van a existir en diferentes colores, y modelos, también cabe destacar que la ropa de bebé se fabricará en más volumen por la cantidad de prendas para ellos; también cabe destacar que la mayoría de las prendas que se fabricarán son de bebé por lo tanto en ellas habrá más variedad.

TABLA 1 PRODUCTOS ROPA DE BEBÉ DE 0 A 24 MESES

| ROPA | TALLA |
|-------------------------|-----------------|
| Monitos | De 0 a 24 meses |
| Pantalones | De 0 a 24 meses |
| Sacos | De 0 a 24 meses |
| Camisetas | De 0 a 24 meses |
| Jardineras | De 0 a 24 meses |
| Bodi / DVD | De 0 a 24 meses |
| Medias/ Baberos/ Gorros | De 0 a 24 meses |
| Portabebés | De 0 a 24 meses |

Elaborado por: La Autora

TABLA 2 PRODUCTOS ROPA INFANTIL

| ROPA | TALLA |
|------------------|-------------------------|
| Pantalón | 2 a 4 años / 4 a 6 años |
| Camiseta | 2 a 4 años / 4 a 6 años |
| Buzos | 2 a 4 años / 4 a 6 años |
| Chompas | 2 a 4 años / 4 a 6 años |
| Vestidos | 2 a 4 años / 4 a 6 años |
| Chompa deportiva | 2 a 4 años / 4 a 6 años |

Elaborado por: La Autora

Nombre de la producción SONIAYC mediante plataforma virtual traerá opciones para la vestimenta de recién nacidos y niños de hasta 6 años con productos confeccionados con terminados de primera, diseños únicos, con calidad según el servicio de acreditación ecuatoriano.

Se elaborará productos para satisfacer las exigencias de los consumidores con calidad, presentación y principalmente los diseños que saldrán solo de la fábrica de la empresa lo que permitirá diferenciarse de la competencia localizada en el sector y posesionarse en el mercado.

1.3.1. Telas:

La composición de la tela es en su mayoría algodón, poliéster y nylon ya que estas telas son recomendadas para la mejor adaptación de la piel de los bebés y de los niños en tallas más grandes se trabajará con telas poliéster, gean, impermeable entre otras.

las principales telas a usarse para la fabricación de ropa de bebé son las que se nombraran a continuación:

Vioto

Licra algodón

Adidas

Organza

Impermeable

Crepe

Pique

Popelina

Jersey

gabardina

Flece o flece licra

1.3.2. Línea de productos

TABLA 3 LÍNEA DE ROPA DE BEBÉ

| VESTIMENTA INFANTIL DE 0 A 24 MESES | | | |
|---|--|---|--|
| Monitos  | Pantalones  | Camiseta  | Jardineras  |

| | | | |
|--|--|--|---|
| <p style="text-align: center;">Bodi /</p>  | <p style="text-align: center;">Medias</p>  | <p style="text-align: center;">Baberos</p>  | <p style="text-align: center;">Gorros</p>  |
| <p style="text-align: center;">DVD</p>  | <p style="text-align: center;">Porta bebé</p>  | <p style="text-align: center;">Sacos</p>  | <p style="text-align: center;">Conjuntos</p>  |

Elaborado por: La Autora

ILUSTRACIÓN 3 LÍNEA DE ROPA INFANTIL

| VESTIMENTA INFANTIL TALLA 2 A 4 AÑOS Y 4 A 6 AÑOS | | |
|--|--|--|
| <p style="text-align: center;">Pantalón</p>  | <p style="text-align: center;">Camiseta</p>  | <p style="text-align: center;">Buzos</p>  |

| | | |
|---|---|---|
| <p style="text-align: center;">Licras</p>  | <p style="text-align: center;">Vestidos</p>  | <p style="text-align: center;">Chompa Deportiva</p>  |
| <p style="text-align: center;">Conjuntos</p>  | <p style="text-align: center;">Conjuntos</p>  | <p style="text-align: center;">Conjuntos</p>  |

Elaborado por: La Autora

1.3.3. Características de los productos

- Monitos: vestimenta fabricada con tela polar y de accesorios tendrá broches y cierres.
- Pantalones: estarán fabricados en tela polar y jersey y como accesorios se usará elástico.
- Sacos: En tela polar y jersey, de accesorios se usará cierre, botones y broches
- Camisetas: En tela jersey y rib y de accesorios se usará botones y broches.
- Jardineras: en tela jean y pana y de accesorios botón y sesgo.
- bodi /DVD: tela jersey y rib, de accesorios se usará broches.
- Medias, Gorros, Baberos: en tela polar, tela toalla, jersey y polar; de accesorios se usará elástico y sesgo.

- porta bebés: en tela polar y cierres.
- Pantalón infantil: en tela jean y gabardina se usará cierre y botón.
- Camiseta infantil: En tela jersey con accesorios reata
- buzo infantil: En tela jersey con accesorios reata
- Chompa infantil: En tela gabardina y accesorios reata y cierre.
- Vestido infantil: en tela popelina y accesorios cierre y botones.
- Chompa deportiva: en tela vioto, tela flece y de accesorios se usará cierres y sin cierres.

1.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1.4.1. Definición

La demanda para el sector textil infantil es definida como la cantidad de personas interesadas en consumir los productos de vestimenta infantil a diferentes precios, es decir que los consumidores están dispuestos a comprar y pagar dependiendo del precio según el tiempo, El dato específico de la demanda dará un parámetro temporal ya que sin éste no es posible decir si una cantidad de demanda crece o decrece.

Cuando una persona elige comprar algún bien, para cumplir sus necesidades, lo hace de manera consiente en base a sus criterios tanto objetivos como subjetivos, estas condiciones se modifican acorde al nivel educativo y socioeconómico, sexo, edad, entre otros factores.

1.4.2. Población

1.4.2.1. Población del Distrito Metropolitano de Quito

Según el INEC el total de la población de la provincia de pichincha es 2'576.287 habitantes, el Distrito Metropolitano de Quito cuenta con 1'619.146 habitantes y se puede notar que aparte

de Quito entre las parroquias más pobladas de la capital es Conocoto con 82.072 habitantes y Calderón con 152.242 habitantes, ésta última siendo una parroquia en constante crecimiento, lugar donde funcionara la fábrica “SONIA YC” única y de donde se distribuirán los productos de vestimenta infantil. A continuación, obsérvese el siguiente cuadro.

TABLA 4 POBLACIÓN DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

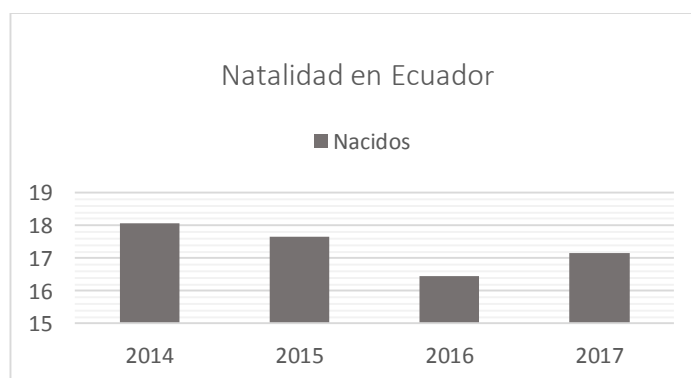
| LUGAR | POBLACIÓN |
|----------|-----------|
| Calderón | 152.242 |
| Conocoto | 82.072 |
| Quito | 1619.146 |
| Tumbaco | 49.944 |
| Amaguaña | 31.106 |
| Cumbayá | 31.463 |
| Otros | 610.314 |
| Total | 2'576.287 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC

1.4.2.2. Natalidad de Ecuador

ILUSTRACIÓN 4 NATALIDAD EN ECUADOR



Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC

La natalidad en Ecuador en el 2014 fue de 18.06 nacidos vivos, en el 2015 bajo a 17.66 nacidos vivos, en el 2016 el declive fue más notorio con 16.46 nacidos vivos y para el 2017 subió 0.71

con 17.17 nacidos vivos a nivel nacional, para el 2018 el promedio bajo, sin embargo, la proyección incrementara en la ciudad de Quito ya que es una de las ciudades en constante crecimiento.

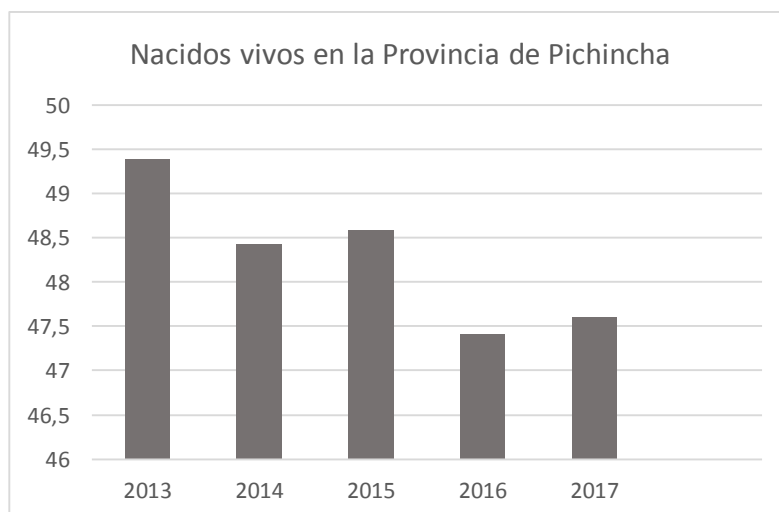
De acuerdo a los datos generados por el INEC, los nacidos en el 2014, 2015, 2016, 2017,2018 tendrían para el 2019; 4, 3, 2, 1 años respectivamente y con esto se demuestra que estos habitantes tendrían acogida perfecta a los productos de vestimenta a fabricarse.

Los infantes de 0 hasta 6 años de edad tienen acogida a nuestros productos, de manera que la natalidad va en crecimiento y eso serán índices satisfactorios para los para la empresa en mención.

Se tiene demanda hasta los 4 años contabilizados, sin embargo, la oferta de productos alcanza hasta los 6 años de edad de manera que existe un grupo de habitantes a los cuales también se puede llegar y que aun pertenecen al nicho escogido para este proyecto.

1.4.2.3. Nacidos vivos en la Provincia de Pichincha

ILUSTRACIÓN 5 NACIDOS VIVOS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA



Elaborado por: La Autora

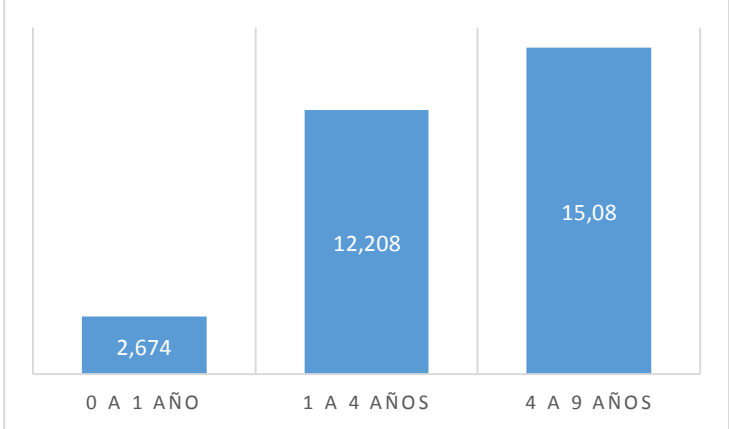
Fuente: INEC

La demanda que genera los nacidos vivos en la provincia de pichincha del año 2013 es 49.389, mismos nacidos que actualmente para el año 2019 tendrían 6 años y que aun alcanzarían entrar al nicho del proyecto; del 2014 son 48.420 niños que tendrían 5 años en la actualidad; del 2015 son 48.591 niños con 4 años de edad al 2019, del 2016 serán 16.46 niños con 3 años de edad; del 2017 serán 17.17 niños que para la fecha tendrán 2 años de edad, del 2018 tendrán 1 año y para la actualidad los nacidos del 2019, también son demanda objetiva del proyecto.

Los nacidos vivos del 2013, 2014, 2015 están prácticamente en etapa final de nuestro nicho, sin embargo, son una cifra fuerte de demanda, puesto que en estos años la cantidad de nacidos es mayor con relación a los siguientes años, y por ende resultan atractivos para incluirnos en un mercado altamente demandado. De Manera decreciente se encuentran los siguientes años, es decir del 2016, 2017, 2018, 2019 ya que sus cifras no son tan altas como los primeros años, sin embargo, se debe analizar que los nacidos en el 2019, serán demanda por 6 años, ya que, desde recién nacidos, hasta cumplir 6 años son parte del nicho objetivo del proyecto.

1.4.2.4. Población por rango de edad en Calderón

ILUSTRACIÓN 6 POBLACIÓN POR RANGO DE EDAD EN CALDERÓN



Elaborado por: La Autora

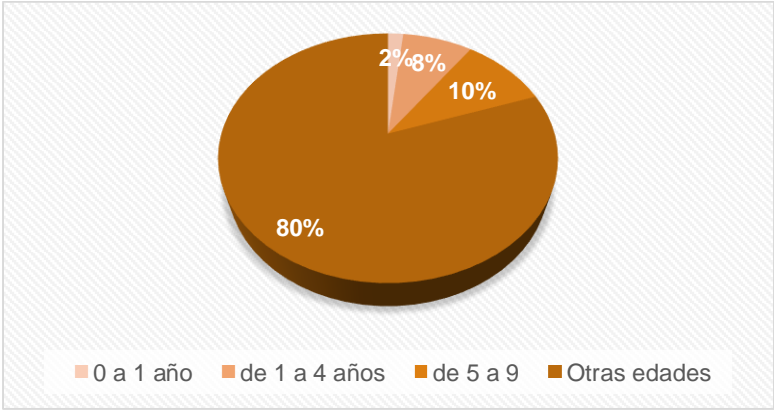
Fuente: INEC

Según el INEC Calderón contó con 2,674 bebés menores de un año para el 2018, objetivos principales de demanda por su corta edad y por qué hasta cumplir 6 años son parte del nicho del proyecto; seguidamente con 12.208 niños de hasta 4 años, también son parte del objetivo del proyecto y un tanto del 15.8 también corresponde a los niños parte del objetivo ya que cuenta con niños de edades de 4 a 6 años de edad. Los datos arrojan que se posee gran número de posibles consumidores entre los cuales existen consumidores satisfechos por satisfacer y nuevos consumidores.

Los nacimientos en la parroquia de calderón están proyectados a un incremento en el número de infantes, puesto que según el INEC Quito se convertiría en la ciudad más poblada de Ecuador y se espera que el incremento también venga acompañado del crecimiento poblacional de la parroquia de Calderón ubicada al norte de la ciudad de Quito.

1.4.3. Demanda actual

ILUSTRACIÓN 7 POBLACIÓN INFANTIL EN CALDERÓN



Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC

La demanda actual corresponde a los infantes, que tienen de 0 a 6 años de edad, según el INEC, la población total en la parroquia de Calderón es de 152.242 habitantes y la cantidad de población infantil representa el 20% de la población, el 10% de la población actual representa

niños de 0 a 4 años que son demanda constante, puesto que ellos son objetivo principal de los productos de vestimenta a producir.

1.4.4. Demanda futura

Respectivamente la población futura está dada de manera que los niños cumplen años hasta cumplir los 6 años de edad y los índices de nacimientos que se generen cada año a futuro, se estima según el INEC que para el 2020 la población infantil en el rango de 0 a 4 años en la Provincia de Pichincha sea de 283.419 niños, éste dato servirá para proyectar las estrategias de ventas a futuro.

1.4.5. Identificación del mercado

Las redes sociales de la empresa entrarán en fusión de la oferta y la demanda para la producción de los productos; Calderón centro será el lugar donde se elaborará la vestimenta de los clientes externos.

1.4.5.1. Determinación del universo de estudio

El universo de estudio serán las mujeres fértiles de 15 a 45 años de edad de la parroquia de Calderón. Se ha tomado en cuenta este rango de edad ya que desde esa edad en muchos casos se inicia el ciclo de la maternidad y desde entonces en especial las mujeres toman la iniciativa y la autoridad para comprar vestimenta para sus hijos.

1.4.5.2. Cálculo de la muestra

$N = \text{Universo} = 77,560$

$n = ?$

$K = 2$

$e = 9\%$

$PQ = 0.25$

$$n = \frac{N * PQ}{\left[(N - 1) \left\{ \frac{E^2}{K^2} \right\} \right] + PQ}$$

$$n = \frac{77,560 * 0.25}{\left[(77,560 - 1) \left\{ \frac{0.0081}{2^2} \right\} \right] + 0.25}$$

$$n = \frac{19,390}{157,306}$$

$$n = 123$$

El número de personas encuestadas serán 123, la encuesta se realizará en la parroquia de Calderón, se ha tomado este lugar ya que aquí funcionarán Las instalaciones de fabricación, y desde este lugar se distribuirá los productos a los consumidores. Se va a encuestar a personas de 15 a 45 años de edad, que radiquen en alguna zona cercana de la parroquia de Calderón.

Las preguntas de la encuesta son claras, y ayudaran a cuantificar la información recopilada y dar paso al proceso de análisis y determinar la viabilidad del proyecto.

Resultados y comentarios de las encuestas a clientes externos

1.4.5.3. Resultados y comentarios de las encuestas a clientes externos

Pregunta 1 ¿Tiene niños en su casa?

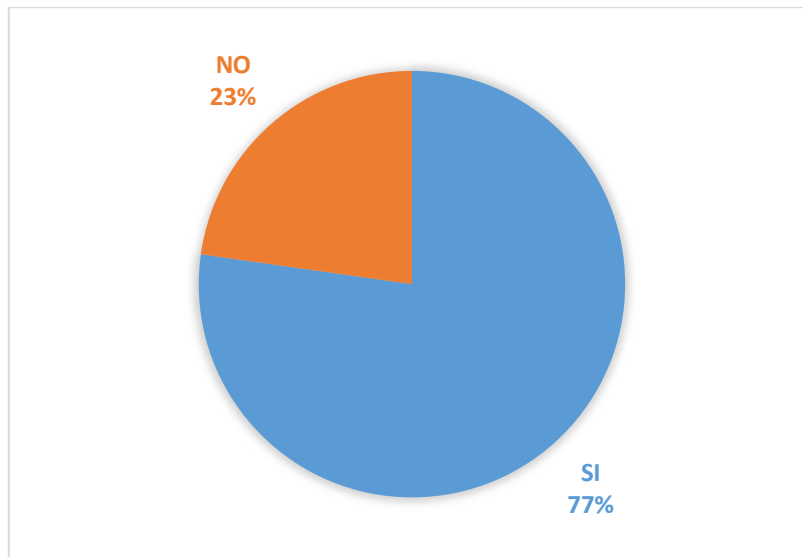
TABLA 5 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 1

| RESPUESTAS | | |
|------------|----|-----|
| SI | 95 | 77% |
| NO | 28 | 23% |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 8 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 1



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta responde a un 77% que, si tienen niños en su casa y a un 23% que no tienen niños en la casa, por lo tanto, la mayoría de las personas encuestadas si tienen niños en su casa.

Pregunta 2 ¿Qué parentesco tiene usted con el bebé y o niños?

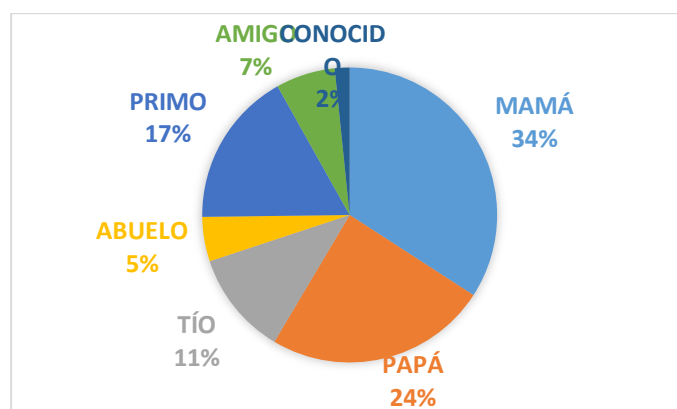
TABLA 6 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 2

| RESPUESTAS | | |
|------------|----|-----|
| Mamá | 42 | 34% |
| Papá | 30 | 24% |
| Tío | 14 | 11% |
| Abuelo | 6 | 5% |
| Primo | 21 | 17% |
| Amigo | 8 | 7% |
| Conocido | 2 | 2% |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 9 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 2



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta responde a un 34% a que el parentesco con el niño es su mamá, el 24% es su papá, el 11% es tío o tía, el 5% son sus abuelos, el 17% son sus primos, el 7% son sus amigos y el 2% responde a que solo son conocidos de los niños. Por lo tanto, la mayoría de parentesco en relación a los niños es su madre.

Pregunta 3 ¿De qué edad? ¿Cuántos? Marque con una X

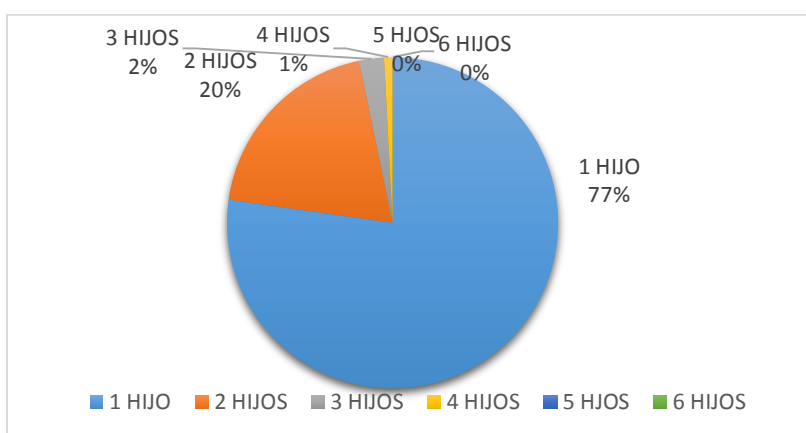
TABLA 7 Número de respuestas pregunta 3

| EDAD | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--------------|-----|-----|----|----|----|----|
| 0 A 12 MESES | 20 | 3 | 1 | | | |
| 2 AÑOS | 9 | 12 | 1 | | | |
| 3 AÑOS | 16 | 2 | | 1 | | |
| 4 AÑOS | 14 | 3 | 1 | | | |
| 5 AÑOS | 12 | 2 | | | | |
| 6 AÑOS | 24 | 2 | 1 | | | |
| TOTALES | 95 | 23 | 4 | 1 | | |
| % | 77% | 20% | 2% | 1% | 0% | 0% |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 10 GRAFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 3



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta responde a un 77% que en su casa tienen un solo hijo, el 20% tienen dos hijos, el 2% tienen tres hijos, el 1% tienen cuatro hijos, el 0% tienen 5 hijos y el 0% tienen 6 hijos, por lo tanto, la mayoría de los encuestados tienen un solo hijo

Pregunta 4 ¿le gustaría que existiera una empresa virtual exclusiva de ropa bebé?

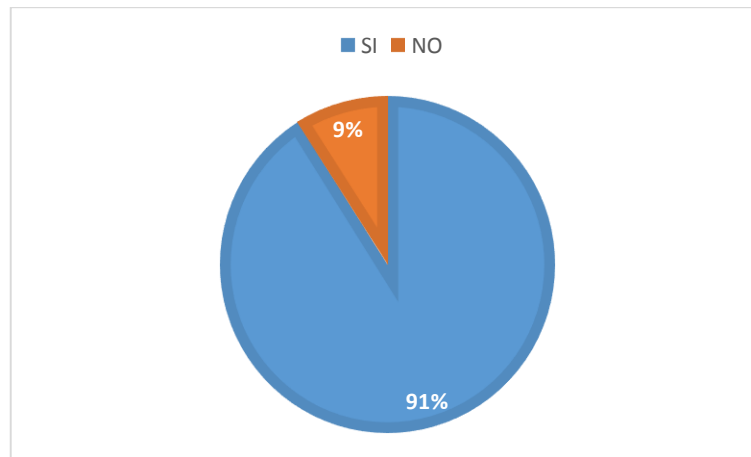
TABLA 8 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 4

| RESPUESTA | | |
|-----------|-----|-----|
| SI | 112 | 91% |
| NO | 11 | 9% |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 11 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 4



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta responde a un 91% que si le gustaría que existiera una empresa exclusiva de ropa de bebé y tan solo el 9% declaró que no le interesa, de manera que la mayoría de encuestados sostiene que si le gustaría que existiera un lugar exclusivo de ropa de bebé.

Pregunta 5 ¿Cuántas empresas de ropa de bebé conoce en el sector donde usted vive?

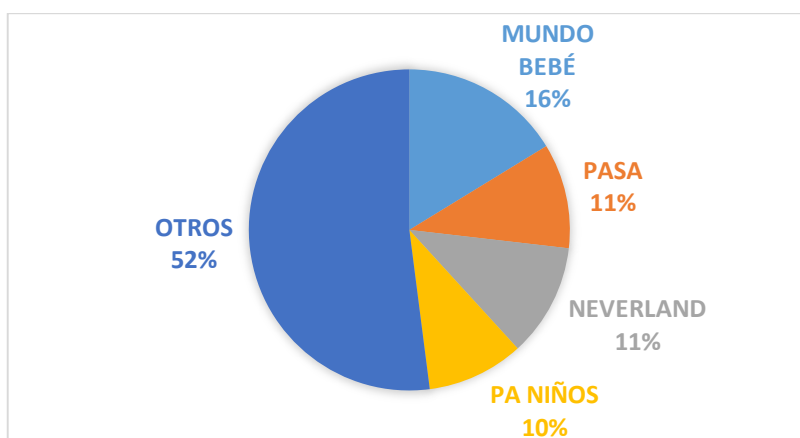
TABLA 9 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 5

| RESPUESTAS | | |
|------------|----|-----|
| MUNDO BEBÉ | 20 | 16% |
| PASA | 13 | 11% |
| NEVERLAND | 14 | 11% |
| PA NIÑOS | 12 | 10% |
| OTROS | 64 | 52% |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 12 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 5



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta responde a un 52% % a que conoce otra empresa de ropa de bebe y o niños, el 16% conoce a Mundo Bebé, el 11% conoce a PASA, el 11% conoce a Neverland y el 10% conoce a Pa Niños. De tal manera que la mayoría responde a otros como lugares que conoce como empresas de ropa de bebé y ropa infantil.

Pregunta 6 ¿En que basa su decisión de compra de ropa para su bebé y o niños? Seleccione una sola opción.

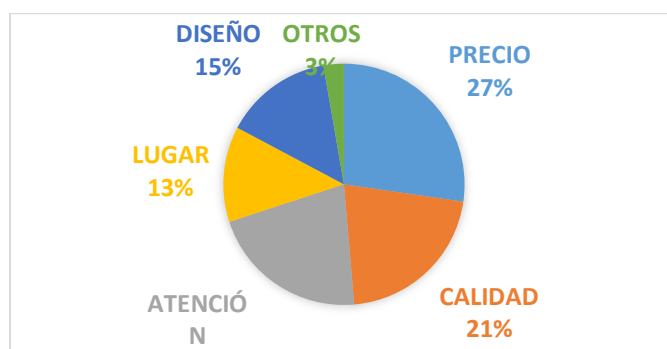
TABLA 10 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 6

| RESPUESTA | | |
|-----------|----|-----|
| PRECIO | 32 | 27% |
| CALIDAD | 25 | 21% |
| ATENCIÓN | 25 | 21% |
| LUGAR | 15 | 13% |
| DISEÑO | 17 | 15% |
| OTROS | 9 | 3% |

Fuente Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 13 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 6



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 27% respondió que le atrae en su decisión de compra el precio, el 21% de los encuestados respondieron a que le atrae la calidad y la atención, el 15% el diseño de las prendas, el 12% le atrae el lugar y el 3% le atrae otros factores. De tal manera que el precio es la mayor decisión de compra.

Pregunta 7 ¿Dónde compra la ropa de su bebé y o niños?

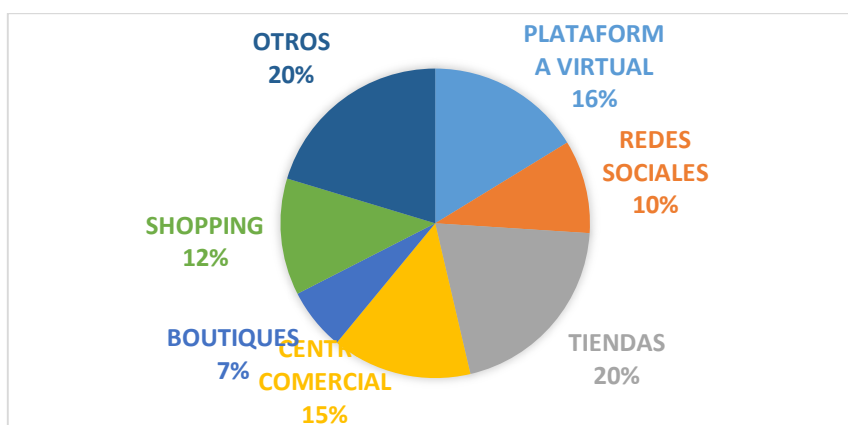
TABLA 11 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 7

| RESPUESTA | | |
|--------------------|----|-----|
| PLATAFORMA VIRTUAL | 20 | 16% |
| REDES SOCIALES | 12 | 10% |
| TIENDAS | 25 | 20% |
| CENTRO COMERCIAL | 18 | 15% |
| BOUTIQUES | 8 | 7% |
| SHOPPING | 15 | 12% |
| OTROS | 25 | 20% |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 14 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 7



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta responde a un 20% a que compra ropa de bebé e infantil en tiendas de ropa infantil, el 16% mediante una plataforma infantil, el 15% en centros comerciales, el 12% en shopping, el 10% en redes sociales y el 7% en boutiques. De tal manera que la mayoría de encuestados compra ropa de sus hijos en tiendas informales de ropa infantil.

Pregunta 8 ¿Qué marca elige al comprar ropa de bebé y o niños?

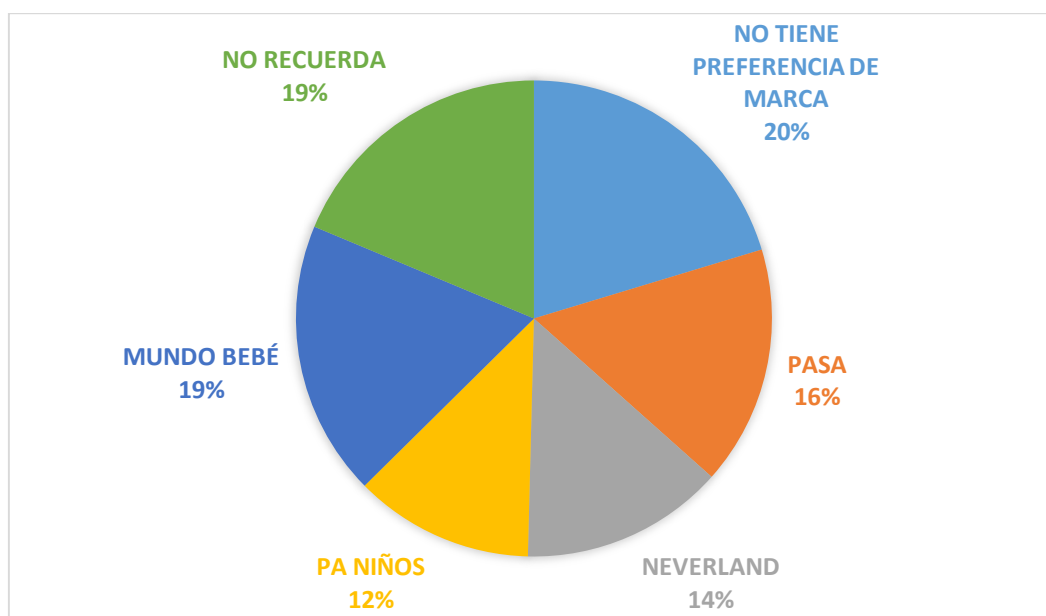
TABLA 12 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 8

| RESPUESTA | Número de respuestas | Porcentaje |
|-------------------------------|----------------------|------------|
| MUNDO BEBÉ | 25 | 20% |
| PASA | 20 | 16% |
| NEVERLAND | 17 | 14% |
| PA NIÑOS | 15 | 12% |
| NO TIENE PREFERENCIA DE MARCA | 23 | 19% |
| NO RECUERDA | 23 | 19% |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 15 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 8



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta responde a un 20% que no tiene preferencia de marca de ropa, el 19% no recuerda la marca, el 19% prefiere la marca de Mundo bebé, el 16% prefiere como marca a PASA, el 14% prefiere a Neverland, y el 12% elige como marca a Pa Niños. De tal manera que la mayoría de personas no tiene preferencia de marca de ropa.

Pregunta 9 ¿ha usado la red para investigar modelos de ropa de bebé y o niños?

TABLA 13 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 9

| | RESPUESTA | |
|----|-----------|-----|
| SI | 105 | 97% |
| NO | 18 | 3% |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 16 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 9



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 97% de los encuestados ha usado la red como medio para investigar modelos de ropa de bebé y el 3% respondió que no usa la red para investigar. De tal manera que la mayoría de los encuestados usa la red para investigación de diseños de ropa infantil.

Pregunta 10 ¿ha usado una plataforma digital para comprar ropa de su bebé y o niños?

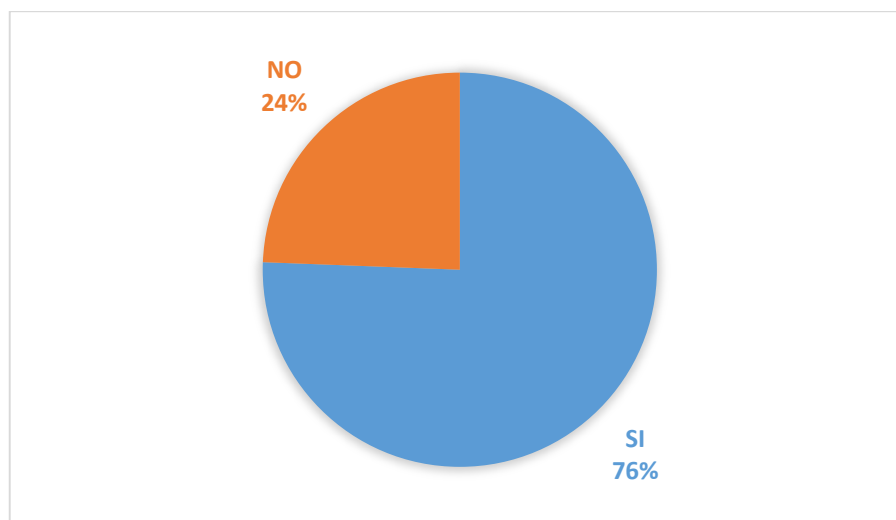
TABLA 14 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 10

| RESPUESTA | | |
|-----------|----|-----|
| SI | 93 | 76% |
| NO | 30 | 24% |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 17 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 10



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 76% de los encuestados respondieron a que ha usado plataformas digitales para comprar ropa infantil y el 24% a que no ha usado este medio como compra de ropa infantil. De tal manera que en su mayoría han comprado por medio de las plataformas digitales.

Pregunta 11 ¿Cuánto dinero destina mensualmente para la compra de ropa de su bebé y o niños?

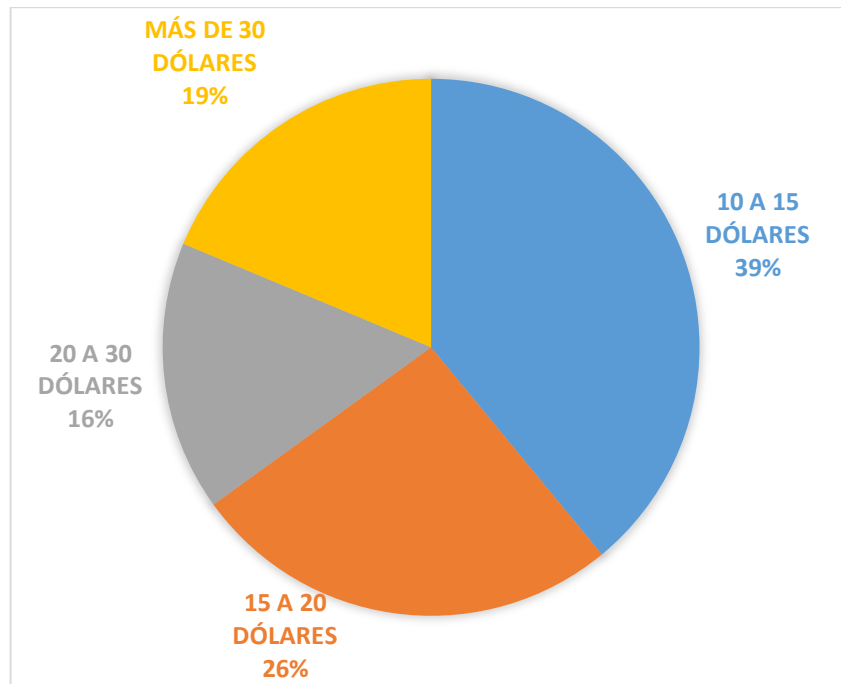
TABLA 15 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 11

| RESPUESTA | | |
|-------------------|----|-----|
| 10 A 15 DÓLARES | 48 | 39% |
| 15 A 20 DÓLARES | 32 | 26% |
| 20 A 30 DÓLARES | 20 | 16% |
| MÁS DE 30 DÓLARES | 23 | 19% |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 18 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 11



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta responde a un 39% que gasta entre 10 a 15 dólares mensuales para adquirir vestimenta de sus hijos, el 26% destina 15 a 20 dólares mensuales, el 16% destina entre 20 a 30 dólares, y el 19% destina más de 30 dólares mensuales para adquirir ropa de sus hijos. De tal manera que la mayoría de encuestados destina entre 10 A 15 dólares mensuales para comprar ropa infantil.

Pregunta 12 ¿Cómo se siente con las prendas que adquiere? Marque con una X

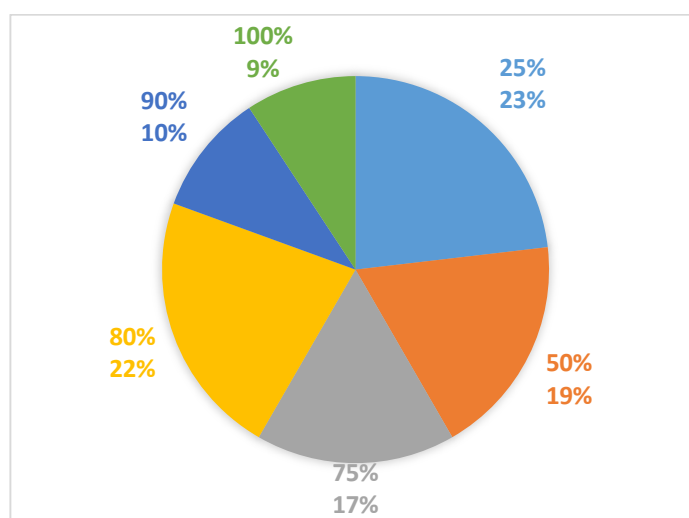
TABLA 16 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 12

| SATISFECHO | | |
|-----------------|----|------|
| 25% | 25 | 23 % |
| 50% | 20 | 19 % |
| 75% | 18 | 17% |
| 80% | 24 | 22 % |
| 90% | 11 | 10 % |
| 100% | 10 | 9 % |
| INSATISFECHO | | |
| LO CAMBIARIA SI | 9 | 60% |
| LO CAMBIARIA NO | 6 | 40 % |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 19 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 12 SATISFECHO



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

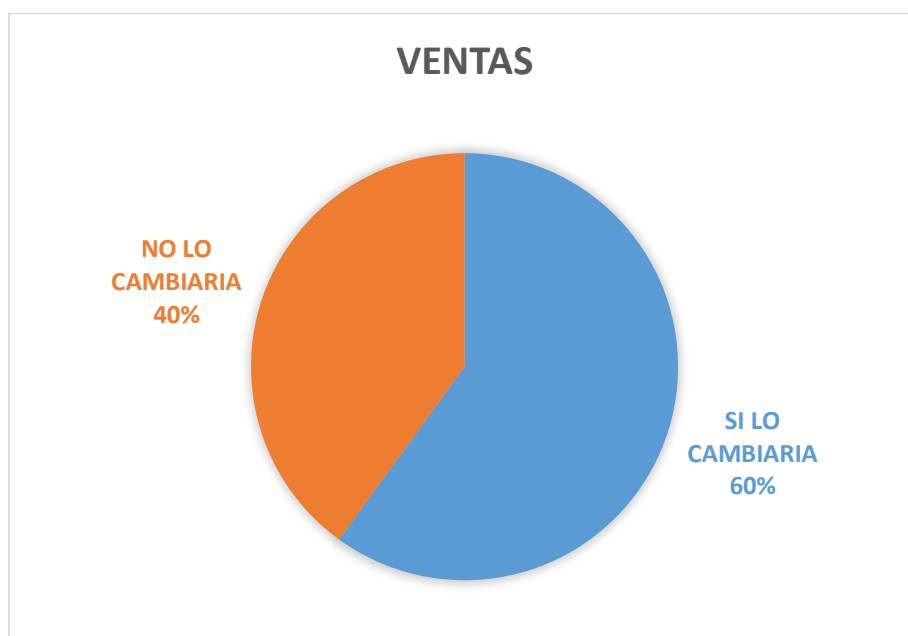
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta el 23% se encuentra satisfecho con sus prendas un 25%, el 22% de personas con el 80% de satisfacción, con el 19% de personas con el 50% de satisfacción, con el 17% de

personas con el 75% de satisfacción, el 10% de personas con el 90% de satisfacción y el 9% de personas con el 100% de satisfacción con las prendas que adquiere.

Por lo tanto, la mayoría de las personas encuestadas se encuentran satisfechas con las prendas que compran en un 25%.

ILUSTRACIÓN 20 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 12 INSATISFECHO



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta responde a que el 60% de los clientes insatisfechos si cambiaría sus productos, y el 40% no los cambiaría. De tal manera que la mayoría de los encuestados insatisfechos con sus productos si cambiarían los productos.

Pregunta 13 ¿Cuál es la frecuencia de compra de ropa de su bebé y o niños?

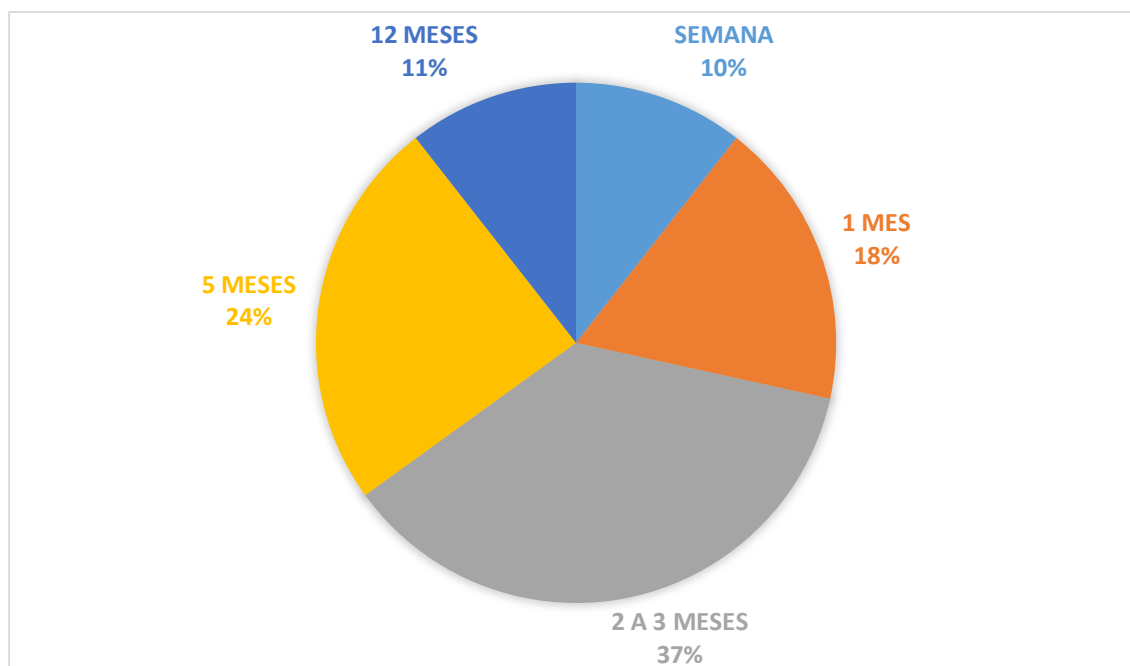
TABLA 17 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 13

| RESPUESTAS | | |
|-------------|----|------|
| SEMANA | 13 | 10 % |
| 1 MES | 22 | 18 % |
| 2 A 3 MESES | 45 | 37 % |
| 5 MESES | 30 | 24% |
| 12 MESES | 13 | 11 % |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 21 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 13



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La encuesta responde a un 37% que su frecuencia de compra es de 2 a 3 meses, el 24% cada 5 meses, el 18% cada mes y el 10% cada semana. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados compra ropa infantil entre 2 a 3 meses.

Pregunta 14 ¿Ha que distancia ha comprado ropa de su bebé y o niños?

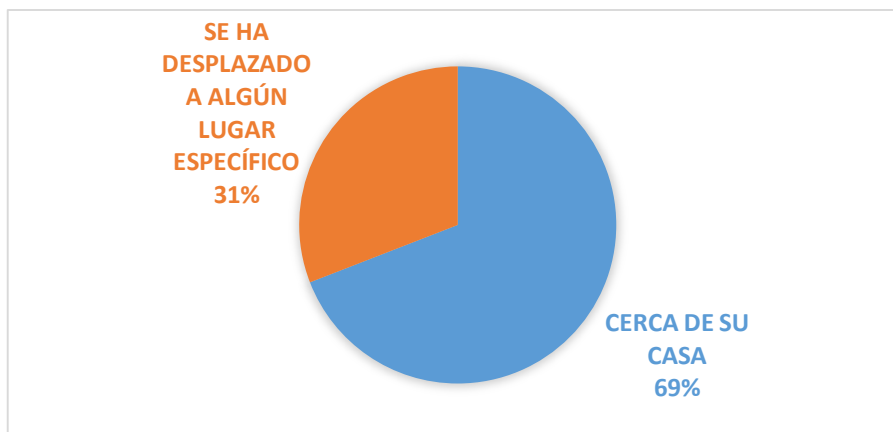
TABLA 18 NÚMERO DE RESPUESTAS PREGUNTA 14

| RESPUESTAS | | |
|---|----|------|
| CERCA DE SU CASA | 85 | 69 % |
| SE HA DESPLAZADO A ALGÚN LUGAR ESPECÍFICO | 38 | 31 % |

Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ILUSTRACIÓN 22 GRÁFICO DE RESPUESTAS PREGUNTA 14



Fuente: Recopilación de datos encuesta

Elaborado por la Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 69% de los encuestados ha comprado ropa infantil cerca de su casa, y el 31% se ha desplazado a algún lugar específico. De tal manera que la mayoría de las personas encuestadas prefiere comprar ropa infantil cerca de su casa.

1.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de productos existentes en el mercado y que son vendidos a un determinado precio.

La industria local no ha incrementado un medio digital para llegar a los consumidores padres de familia y ofrecerlos por este medio, y será esta oferta la que le apueste al futuro consumidor.

La publicidad para vestir a los más pequeños tampoco se ha establecido en el entorno, en el campo donde se va actuar; la diferenciación de los productos se basará en, calidad, diseños únicos, modelos exclusivos, y su comodidad en precios, estas características son decisivas para los clientes quienes optan por comprar vestimenta para los más pequeños de la casa e igualmente se trabajará por una atención única, reconocible e incomparable para ganar clientela y ser reconocidos por la manera de llegar al cliente y poder ayudarlo a conseguir los que ha estado buscando y que se vaya satisfecho.

1.5.1. Número de productores

En el mercado podemos encontrar las siguientes empresas productoras de ropa en todas las facetas.

- FRANCELANA S.A.

- TEXTIL SAN PEDRO S.A.

- ENKADOR S.A.

- TEXTILES TEXSA S.A.

- VICUNHA ECUADOR S.A.

- CONFECCIONES RECREATIVAS FIBRAN Cía. Ltda.

1.5.2. Localización

las empresas distribuidoras y en donde se tiene acceso al consumidor final quedan en los siguientes lugares de la parroquia de calderón.

TABLA 19 EMPRESAS COMPETENTES EN CALDERÓN

| COMPETENCIA EN ELSECTOR DE CALDERON | |
|-------------------------------------|--|
| LUGAR | DIRECCIÓN |
| PARA PEKES | Avenida Padre Luis Vaccari, Carapungo N 15-328, 170204 |
| A & M Grace's | Av. Padre Luis Vaccari N10-33, Quito 170204 |
| Almacen Cristian | Dervi N, 0e4-294, san jose de moran, Quito 170204 |
| Ropa de fábrica Wilmas Fashion | Av 9 de agosto y punin, centro comercial plaza real Calderón local #146, calderón quito 170203 |
| Moda Bebé | 170528, Quito 170138 |
| Emilysbaby | En Av Carapungo y Lizardo Beserra, Quito |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Observación directa

1.5.3. Capacidad instalada en el mercado

Planes de expansión

El crecimiento de la industria manufacturera en el ámbito textil para el año 2012 a Estados Unidos ha sido el valor de 95.834,00, también son factibilidad países como Perú y Alemania, para exportar prendas de vestir en calidad de algodón.

1.5.4. Proyección de la oferta

La parroquia de Calderón, una de las parroquias más pobladas del Distrito Metropolitano de Quito; a los últimos años se ha incrementado la población notoriamente y con ello también ha crecido el mercado comercial en las zonas céntricas y más pobladas de la parroquia. Es en esta parroquia donde se ofertará los productos de vestimenta a fabricar y distribuir mencionados en este proyecto.

1.6. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES INDUSTRIA TEXTIL

1.6.1. Determinación de la demanda insatisfecha

Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Urbina, 2001)

1.7. ANÁLISIS DE PRECIOS

1.7.1. Definición

Es la cantidad monetaria a la que los productos están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio (Urbina, 2001)

Para Lamb, Hair y McDaniel, el precio es aquello que es entregado a cambio para adquirir un bien o servicio. También puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos. (Lamb Charles, 2006, pág. 586)

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de bienes o servicios o, más en general, una mercancía cualquiera.

A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercancía, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del dinero. (Wikipedia, 2016)

1.7.2. Precio en el mercado

Los precios en el mercado tienden a ser regateados, es decir ajustado de acuerdo, a la capacidad de pagar del cliente y los vendedores entran en negociación bajando el precio hasta llegar a un precio final. Es así y por tal razón que los precios son más altos y muy pocas veces llegan al precio mínimo para vender.

Los precios establecidos en el mercado son aquellos que se encuentran en las tiendas más reconocidas por su economía, es decir como en el centro de la ciudad de Quito, o el sur de Quito que son zonas muy reconocidas por su economía en precios.

Los precios que se encuentran en el mercado se observan en el siguiente cuadro

TABLA 20 PRECIO EN EL MERCADO

| ROPA DE BEBÉ | PRECIO | ROPA INFANTIL | PRECIO |
|--------------|--------|-------------------------------------|--------|
| Monitos | 10.00 | Pantalón / talla 2 a 4 años | 8.00 |
| Pantalones | 5.00 | Camisetas / talla 2 a 4 años | 6.00 |
| Sacos | 5.50 | buzos/ talla 2 a 4 años | 8.00 |
| Camisetas | 4.00 | chompas / talla 2 a 4 años | 10.00 |
| Jardineras | 8.00 | Vestidos / talla 2 a 4 años | 7.50 |
| Bodi / DVD | 6.00 | Chompa deportiva / talla 2 a 4 años | 10.00 |
| Medias | 1.50 | Pantalón / talla 4 a 6 años | 10.00 |
| Baberos | 1.50 | Camisetas / talla 4 a 6 años | 8.00 |
| Gorros | 1.50 | buzos/ talla 4 a 6 años | 9.00 |
| Portabebés | 12.00 | chompas / talla 4 a 6 años | 10.00 |
| | | Vestidos / talla 4 a 6 años | 9.00 |
| | | Chompa deportiva / talla 4 a 6 años | 10.00 |

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La Autora

1.7.3. Índices de inflación

A continuación, se indica los índices de inflación en Ecuador.

TABLA 21 ÍNDICES DE INFLACIÓN

| Mes | Índice | Inflación Mensual | Inflación Anual | Inflación Acumulada |
|---------------|---------------|-------------------|-----------------|---------------------|
| mar-18 | 105,43 | 0,06% | -0,21% | 0,41% |
| abr-18 | 105,29 | -0,14% | -0,78% | 0,27% |
| may-18 | 105,09 | -0,18% | -1,01% | 0,09% |
| jun-18 | 104,81 | -0,27% | -0,71% | -0,19% |
| jul-18 | 104,80 | -0,004% | -0,57% | -0,19% |
| ago-18 | 105,08 | 0,27% | -0,32% | 0,08% |
| sep-18 | 105,50 | 0,39% | 0,23% | 0,47% |
| oct-18 | 105,45 | -0,05% | 0,33% | 0,42% |
| nov-18 | 105,18 | -0,25% | 0,35% | 0,17% |
| dic-18 | 105,28 | 0,10% | 0,27% | 0,27% |
| ene-19 | 105,77 | 0,47% | 0,54% | 0,47% |
| feb-19 | 105,53 | -0,23% | 0,16% | 0,24% |
| mar-19 | 105,31 | -0,21% | -0,12% | 0,02% |

Fuente Índice de precios al consumidor (IPC)

Elaborado por: Boletín técnico 03 IPC

La inflación mensual en marzo 2019, respecto a febrero 2019, fue de -0,21%. La inflación anual de precios de marzo de 2019, respecto a marzo de 2018, alcanzó -0,12%; como referencia, en marzo de 2018 fue del -0,21%.

1.7.4. Inflación optimista y pesimista

TABLA 22 PROYECCIÓN DE INFLACIÓN

| Enero de cada | Inflación | Inflación | Precio con | Precio con |
|---------------|-----------|-----------|------------|------------|
| Año | optimista | pesimista | inflación | inflación |
| | | | optimista | pesimista |
| 2019 | 0.54% | 0.54% | 8.00 | 8.00 |
| 2020 | +1% | -1% | 8.08 | 7.92 |
| 2020 | +13% | -13% | 9.04 | 6.96 |

Elaborado por: La Autora

La línea de la inflación que se tomó en cuenta es la de enero de cada año y debe mantenerse en curso para que la estabilidad del precio se mantenga, el escenario de un precio más elevado, es cuando el índice de inflación crece, si esto ocurre los insumos que se requieren incrementarían sus valores y se tendría que reajustar el precio, el escenario pesimista sería una baja en el índice de la inflación trayendo también una baja en los precios ya establecidos.

1.8. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

1.8.1. Definición

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. (Urbina, 2001)

1.8.2. Segmentación de mercado

En la segmentación de mercado, se dividirá al público objetivo, para adaptar mejor las campañas de venta y las estrategias de marketing, Se identificará al grupo al cual se llegará con las siguientes características.

Edad 15 a 45 años

Sexo femenino

Nivel de ingreso bajo y medio

Área geográfica calderón

1.8.3. Mercado potencial

El mercado potencial de la microempresa será para todas las mujeres madres, padres, abuelos, tíos, de niños de edades entre 0 a 6 años, puesto que su necesidad de vestimenta llegara a tomar como opción la obtención de las prendas de vestir ofertadas por la microempresa y si su opción es vestimenta para bebés el objetivo es satisfacer al cliente para que su frecuencia de compra sea seguidamente en la tienda virtual.

1.8.4. Estrategia de mercado

1.8.4.1. Producto

los productos a ofertarse serán los siguientes

ROPA DE BEBÉ: monitos, pantalones, sacos, camisetas, jardineras, bodi /DVD, medias, gorros y portabebés.

ROPA DE NIÑOS: pantalón, camiseta, buzos, chompas, vestidos y chompa deportiva.

La diferenciación en calidad, diseños únicos y precios son los que colaborarán para sobresalir y resaltar frente a la competencia; también la estrategia de publicidad e incentivos a los

clientes serán el impulso para hacer llegar a los clientes potenciales a ser parte de este gran proyecto.

1.8.4.2. Logotipo

ILUSTRACIÓN 23 LOGOTIPO DE LA EMPRESA



1.8.4.3. Slogan

“MEJOR ESTILO PEQUE”

1.8.4.4. Precio

El precio está establecido de manera que pueda introducirse en el mercado, sin exagerar y sin minimizar el riesgo de pérdida. El precio ha sido establecido mediante el gasto en mano de obra, el gasto de materia prima, insumos y el estado financiero del país.

El cliente debe sentir que el pago, fue justo por el servicio recibido de acuerdo a sus expectativas.

1.8.4.5. Determinación de precio

El precio que manejará la empresa será visible en la siguiente tabla, se estableció un precio muy cómodo y accesible, es bajo sin afectar la estabilidad financiera del proyecto.

TABLA 23 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

| ROPA DE BEBÉ | PRECIO | ROPA INFANTIL | PRECIO |
|--------------|--------|-------------------------------------|--------|
| Monitos | 9.00 | Pantalón / talla 2 a 4 años | 8.00 |
| Pantalones | 4.50 | Camisetas / talla 2 a 4 años | 5.00 |
| Sacos | 5.00 | buzos/ talla 2 a 4 años | 7.00 |
| Camisetas | 3.50 | chompas / talla 2 a 4 años | 9.00 |
| Jardineras | 7.00 | Vestidos / talla 2 a 4 años | 7.00 |
| Bodi / DVD | 5.00 | Chompa deportiva / talla 2 a 4 años | 8.00 |
| Medias | 1.50 | Pantalón / talla 4 a 6 años | 10.00 |
| Baberos | 1.00 | Camisetas / talla 4 a 6 años | 6.00 |
| Gorros | 1.50 | buzos/ talla 4 a 6 años | 8.00 |
| Portabebés | 10.00 | chompas / talla 4 a 6 años | 10.00 |
| | | Vestidos / talla 4 a 6 años | 8.00 |
| | | Chompa deportiva / talla 4 a 6 años | 9.00 |

Elaborado por: La Autora

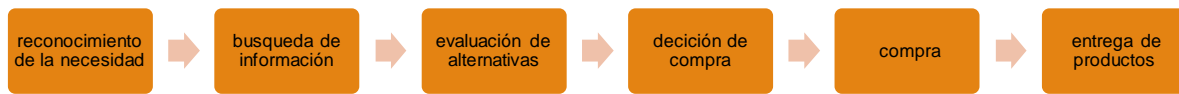
1.8.4.6. Plaza

Los productos ofertados serán distribuidos desde la parroquia de calderón mediante un establecimiento virtual.

1.8.4.7. Canal

Se colocará el producto en manos del cliente directamente, se exhibirá los modelos mediante la plataforma virtual, de manera que el cliente tome la opción de comprar el producto siendo intermediario la atención y la ayuda por parte del asesor de ventas virtualmente, para que el producto llegue a manos del consumidor se pasara por el proceso que se nombra a continuación y que también ayudara como estrategia para reconocer la conducta del cliente que está siendo atendido en el establecimiento virtual.

ILUSTRACIÓN 24 PROCESO DE VENTA



FUENTE: kother & Armstrong, 2007, pág. 127

Elaborado por: La Autora

Reconocimiento de la necesidad: el cliente identifica cual es la necesidad que lo lleva a buscar información de manera virtual.

Búsqueda de la información: una vez identificada la necesidad busca información que será satisfecha por el asesor de ventas o por la información que se encontrará en las plataformas virtuales de la microempresa.

Evaluación de alternativas: las opciones para satisfacer las necesidades de los clientes, estarán dadas por el asesor de ventas, las prendas deben existir en varios colores y en la cantidad necesaria.

Decisión de compra: está dada por el cliente en seleccionar la prenda de vestir que mejor le convenga en estilo, calidad y precio.

Compra: es la satisfacción del cliente ya que ha sido complacido en relación a su necesidad.

Entrega de productos: se realizará las entregas en la ciudad mediante servicio de entrega directa por parte de la empresa.

Canal Digital: la plataforma digital y las redes sociales serán el medio principal de llegar al consumidor, las compras podrán ser realizadas mediante este medio con las siguientes especificaciones.

Encontrar un producto que se adapte a su necesidad

El contacto con la microempresa y por medio del asesor de venta establecer el medio de pago

El producto será entregado puerta a puerta por parte de la empresa.

1.8.4.8. Publicidad y promoción

TRIPTICOS: Se llegará al cliente de manera visual, con una pequeña referencia de la microempresa con productos totalmente diferenciados y las últimas ofertas en vestimenta infantil.

PUBLICIDAD MAILING Y REDES SOCIALES: la publicidad mediante correo electrónico estará contabilizada en 300 mails mensualmente con el fin de incrementar clientes por este medio.

Las publicaciones en redes sociales estarán frecuente mente 4 veces por día ofertando los productos y sus promociones.

HOJAS VOLANTES: Las hojas volantes serán repartidas mensualmente en todo el sector y en las estaciones de transporte con el detalle de la microempresa y las ofertas en última hora, también serán visibles temas de interés infantil que podrán ser detallados vía plataforma virtual de la empresa.

FERIAS DE NAVIDAD Y ESTABLECIMIENTOS TEXTILES: en navidad las plazas céntricas de Calderón, se visten de varias ferias de industria textil y será un punto clave para dar a conocer la oferta de vestimenta infantil de la empresa, se entregará volantes con información de los productos y las promociones.

CUPONES ENTREGADOS EN FERIAS: a los clientes reconocidos en una feria recibirán cupones los cuales los lleven a visitar las instalaciones virtuales y reconocer todos los productos que la tienda le ofrece.

INSENTIVO: A los clientes se les dará una inscripción para el premio de fin de mes que constará de una prenda de vestir ya establecida.

2. CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO

2.1. GENERALIDADES DE ESTUDIO TÉCNICO

Los objetivos del análisis técnico-operativo de un proyecto son los siguientes:

Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.

Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos las instalaciones y la organización requeridas para realizar la producción. (Urbina, 2001)

2.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.

Se debe iniciar por el resultado, en este proyecto se obtendrá prendas de vestir para bebé y para niños de 2 a 6 años de edad, entonces se analizara el proceso detallado sin dejar pasar el más mínimo paso, describirlo ayudara a formular estrategias de optimización de tiempos, aprovechamiento al máximo de la materia prima, posición de instrumentos, facilidad para la mano de obra, de manera que sin modificar la calidad del producto se pueda fabricarlo con el menor tiempo posible y abaratando los costos.

2.2.1. Factores

Se analizará la cantidad a producir, la intensidad de mano de obra a adoptar.

Se analizará la optimización física de la distribución de la máquina.

2.2.2. Fases para la elaboración del producto.

- Diseño

Inspiración de tendencia (investigar la moda actual)

Moodboard (Temas de inspiración)

Colección de bocetos

- Moldería: hacer el molde de la prenda que se encuentra en la colección de bocetos.
- Patronar los diseños o moldería : trazar las tallas del boceto en papel crack

Codificar los moldes: especificar los detalles de costura y corte en el papel donde esta traza do el diseño a fabricar

Cortar el diseño en el papel.

- Ficha técnica: en este espacio se dará a conocer la especificación del producto, la imagen de la prenda, la talla, los colores, la tela a usarse con su físico, las características de la tela, los accesorios a utilizar y la imagen plana de la prenda.

También en este espacio se unen todas las partes para verificar como va a fabricarse el diseño.

Ver anexo A y B

- Construcción de las prendas

Cortar tela de acuerdo a los moldes

Unir partes (unir las piezas con la maquina)

Costuras (usar la maquinaria necesaria)

Etiquetado (poner etiquetas y tallas según corresponda)

Terminados (hacer filos, puños, decoraciones, colocar botones)

Planchado (proceso de planchado)

Pulido (cortar hilos, hacer retoques)

Empaque (proceso de empaque)

Distribución (hacer llegar el producto con el consumidor final)

Las construcciones de las prendas cuentan con una serie de pasos, que no en todas las prendas tienen en mismo proceso.

2.2.3. Cantidad de producción

La producción que se espera fabricar semanalmente será en las cantidades siguientes.

TABLA 24 CANTIDAD DE PRODUCCIÓN

| ROPA DE BEBÉ | CANTIDAD | ROPA INFANTIL | CANTIDAD |
|--------------|----------|-------------------------------------|----------|
| Monitos | 30 | Pantalón / talla 2 a 4 años | 20 |
| Pantalones | 30 | Camisetas / talla 2 a 4 años | 20 |
| Sacos | 30 | buzos/ talla 2 a 4 años | 20 |
| Camisetas | 25 | chompas / talla 2 a 4 años | 20 |
| Jardineras | 30 | Vestidos / talla 2 a 4 años | 20 |
| Bodi / DVD | 30 | Chompa deportiva / talla 2 a 4 años | 20 |
| Medias | 20 | Pantalón / talla 4 a 6 años | 20 |
| Baberos | 30 | Camisetas / talla 4 a 6 años | 20 |
| Gorros | 20 | buzos/ talla 4 a 6 años | 20 |
| Portabebés | 30 | chompas / talla 4 a 6 años | 20 |
| | | Vestidos / talla 4 a 6 años | 20 |
| | | Chompa deportiva / talla 4 a 6 años | 20 |

Elaborado por: La Autora

2.2.4. Tiempo de trabajo

El cumplimiento del horario de los trabajadores siempre será monitoreado y se exigirá calidad en su desempeño, el horario de trabajo será desde las 9 de la mañana a las 18 horas con una hora de almuerzo de lunes a viernes, los horarios para iniciar con la microempresa serán los que ya hemos mencionado sin embargo se espera ampliar el horario para trabajar todos los días y en 2 turnos que cubran las 10 horas de trabajo.

2.2.5. Operaciones de automatización

La única máquina factible para evitar medios manuales es la máquina bordadora, ya que su programación garantiza la calidad de los bordados y en la cantidad que se requiera, son utilizadas para hacer diferentes tipos de acabados en gorras, bolsas, ropa, entre otros. Las bordadoras son utilizadas para realizar tres tipos de puntadas: pespunte o cordón, festón, campo, relleno o tatami.

Una máquina de bordado es un conjunto de elementos móviles y fijos cuyo propósito es transformar energía para realizar el bordado en diferentes materiales. El bordado consiste en la ornamentación con hilo, regularmente en superficies flexibles como tela

Descripción

- La máquina de bordado tiene diferentes componentes que permiten su funcionamiento.
- El pantógrafo: se desplaza siguiendo una rutina que permite la construcción del diseño.
- El cabezal: contiene desde una 1 hasta 15 agujas y de una a 30 cabezales, donde cada cabeza realiza un determinado trabajo a la vez.
- Los bastidores: sujetan la tela mientras se está llevando a cabo el proceso de bordado para evitar que se arrugue y la imagen quede deformada.

- Programa de computación: guarda y transforma la información para que la máquina realice el trabajo. (Armstrong, 2007)

2.2.6. Rendimiento de la materia prima

El rendimiento de la materia prima es diferente en cada prenda sin importar la calidad, en cuestión de cortar la tela en cada una de las piezas se busca dejar en menor cantidad desperdicios que puedan alterar el rendimiento eficaz de la tela. Para ello se ha realizado la medida más rendidora de acuerdo a la cantidad estándar de tela que se ocupa en cada una de las prendas que se producirán en la microempresa.

Para adquirir materia prima de tela debe tomar en cuenta que la mayoría vienen en medida estándar, es decir los metros que se vaya adquirir (los que se miden para comprar) por el ancho de 1.50 o 1.60, la mayoría de las telas para confeccionar vienen en estas medidas, de tal manera que si compra un metro de tela se obtendría un pedazo de tela de 1m por 1.60m y de acuerdo a este detalle a continuación se nombra la cantidad de tela a usarse en cada prenda.

En la tabla número 25 se podrá observar la cantidad de tela que se usa para hacer cada prenda ya incluido su parte de retazo ya que, en cuestión de tela, siempre existirá sobrantes que ya no se usan para nada puesto que su cantidad no alcanzan para formar una nueva parte de diseño o parte de alguna prenda.

TABLA 25 RENDIMIENTO DE LA CANTIDAD DE TELA

| ROPA DE BEBÉ | CANTIDAD DE TELA | ROPA INFANTIL | CANTIDAD DE TELA |
|--------------|------------------|-------------------------------------|------------------|
| Monitos | 0.75 cm | Pantalón / talla 2 a 4 años | 0.75cm |
| Pantalones | 0.50 cm | Camisetas / talla 2 a 4 años | 0.50cm |
| Sacos | 0.50 cm | buzos/ talla 2 a 4 años | 0.60 cm |
| Camisetas | 0.45 cm | chompas / talla 2 a 4 años | 1 m |
| Jardineras | 0.45 cm | Vestidos / talla 2 a 4 años | 1 m |
| Bodi / DVD | 0.45 cm | Chompa deportiva / talla 2 a 4 años | 0.75 cm |
| Medias | 0.15 cm | Pantalón / talla 4 a 6 años | 0.90 cm |
| Baberos | 0.15 cm | Camisetas / talla 4 a 6 años | 0.65 cm |
| Gorros | 0.20 cm | buzos/ talla 4 a 6 años | 0.75 cm |
| Portabebés | 1 m | chompas / talla 4 a 6 años | 1.20 cm |
| | | Vestidos / talla 4 a 6 años | 1 m |
| | | Chompa deportiva / talla 4 a 6 años | 1 m |

Elaborado por: La Autora

2.2.7. Automatización de la mano de obra

Para comprender esta parte se analizará las actividades encomendadas a los obreros y el tiempo que se tomará en realizarlas.

TABLA 26 AUTOMATIZACIÓN DE LA MANO DE OBRA

| Cantidad | Obrero | Actividades | Tiempo |
|----------|-----------------------|---|---------|
| 1 | Diseñador y costurera | Diseñar, patronar, ficha técnica Construcción de prendas, pulido | 8 horas |
| 1 | Administrador | Área virtual (venta), publicidad y administración | 8 horas |
| 1 | Operario | Aseo del establecimiento, área de planchado, empaque, distribución | 8 horas |

Elaborado por: La Autora

Se puede observar que para el buen funcionamiento de la microempresa se requieren 5 personas laborando en el establecimiento, cada uno cuenta con actividades específicas y con lapsos de

tiempo en un 90% de eficiencia, en el caso de las operarias costureras el tema cambia ya que su eficiencia se mide en la cantidad de tiempo que toma hacer una prenda, se ha sacado la cantidad estándar de tiempo que tomaría hacer una prenda y los datos se muestra en el siguiente cuadro.

TABLA 27 TIEMPO PROMEDIO DE PRODUCCIÓN

| ROPA DE BEBÉ | TIEMPO | ROPA INFANTIL | TIEMPO |
|--------------|--------|------------------|--------|
| Monitos | 35 min | Pantalón | 35 min |
| Pantalones | 20 min | Camiseta | 25 min |
| Sacos | 25 min | | |
| Camisetas | 20 min | Buzos | 30 min |
| Jardineras | 20 min | | |
| Bodi / DVD | 25 min | Chompas | 35 min |
| Medias | 10 min | | |
| Baberos | 10 min | Vestidos | 40 min |
| Gorros | 15 min | | |
| Portabebés | 35 min | Chompa deportiva | 35 min |

Elaborado por: La Autora

El tiempo puede variar, de acuerdo a la dificultad de algunos diseños sin embargo su diferenciación sería de +- 10 minutos.

La eficiencia de las maquinas se indican en la siguiente tabla iniciando en 1 la máquina que más estaría en funcionamiento y terminando en 6 la que menos estaría en funcionamiento durante el día.

TABLA 28 EFICIENCIA DE LAS MAQUINAS

| Cantidad | Máquina | Eficiencia |
|----------|-----------------|------------|
| 1 | Recta | 3 |
| 1 | Overlock | 1 |
| 1 | Recubridora | 2 |
| 1 | Estampadora | 4 |
| 1 | Bordadora | 5 |
| 1 | Recta domestica | 6 |

Elaborado por: La Autora

La máquina reta domestica para hacer ojales, cierre y broches es la que menos tiempo de funcionamiento posee, puesto que su eficiencia está en el casillero número 6, se debe especificar que para hacer ojales existe una maquina especifica llamada ojaladora, sin embargo porque es una máquina que menos eficiencia tendría, se ha optado por obtener una maquina doméstica que es mucho más económica y trae varias funciones. De manera contradictoria en el casillero 1,2 y 3 están las maquinas ovelock, recubridora y recta respectivamente, puesto que son las que más tiempo tendrán de funcionamiento durante el día.

2.3. FACTORES Y EL TAMAÑO DE UNA PLANTA

2.3.1. Tamaño del proyecto y la demanda potencial insatisfecha

A continuación, se obtendrá datos de la proyección de la demanda potencial insatisfecha que no es más que la demanda optimista y la demanda pesimista.

TABLA 29 DEMANDA OPTIMISTA Y PESIMISTA

| año | Demanda potencial optimista | Demanda pesimista |
|------|-----------------------------|-------------------|
| 2019 | 20 | 15 |
| 2020 | 30 | 16 |
| 2021 | 35. | 17 |

Elaborado por: La Autora

El crecimiento de la demanda insatisfecha u optimista y pesimista se basó en la pregunta número 7 de la encuesta donde de 122 personas encuestadas 15 personas estaban insatisfechas por su compra, y 22 personas de estaban satisfechas en un 80% con sus prendas. Se concluye que la satisfacción y la insatisfacción de las prendas en los clientes es un campo de libre oferta para nuevos consumidores.

Los datos pueden obtener un porcentaje erróneo de tal manera que no se puede guiar a base de estos datos.

Para cubrir el incremento de la demanda insatisfecha se auspiciará grandes ventajas en los productos y evitar la entrada de nuevos productores, se detectará la debilidad de los productores actuales y tener bases para cubrir esas expectativas

Se entrará a cubrir la demanda insatisfecha y la potencial con una fuerte campaña publicitaria.

La demanda insatisfecha, aunque no sea en mayor número, siempre será susceptible y entrar en ella es una tarea que se lograra mediante la relación del precio, la publicidad y la calidad del producto.

2.3.2. Capacidad instalada y los suministros e insumos

Por estar ubicados en la cercanía de una de las ciudades más productivas económicamente y donde el comercio en cualquier ámbito es evidente, no será acooplejo obtener los insumos necesarios para la elaboración de los productos a precios accesibles y con la ventaja de rebuscar el precio sin modificar la calidad de las telas e insumos necesarios, de tal manera la disponibilidad de los insumos no dificulta la capacidad instalada.

2.3.3. Capacidad instalada, la tecnología y los equipos

La tecnología es la base principal del proyecto ya que mediante esta se encontrará a los clientes de los productos, mediante esta herramienta será la entrada en el mercado, la oferta y la venta directa.

La comercialización que se ara por la plataforma virtual será en gran medida y tamaño ya que espera que los clientes invadan este espacio, escojan su producto y este mismo sea llegado a sus manos en un tiempo de 15 horas laborables.

La parte tecnológica en la microempresa es la base fundamental desde donde se corroborará la utilidad de la misma.

2.3.4. Capacidad instalada del proyecto y el financiamiento

Los recursos financieros son mayores a las necesidades de inversión de la planta, de tal manera es factible iniciar con el proceso de ejecución.

2.3.5. Tamaño del proyecto y la organización:

El tamaño del lugar estará establecido por 80m² con 3 personas poli funcionales, dos de ellas profesionales de acuerdo a las exigencias para llevar a cabo el buen funcionamiento del proyecto. La organización del lugar contara con 4 espacios que cubrirán el área de diseño, costura, planchado y empaque y administración.

2.4. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.

(Gabriel, 2001)

2.4.1. Método por puntos ponderados

Este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que sean de relevancia para la localización. Para encontrar los factores se debe tomar en cuenta los factores geográficos, las estrategias de desarrollo, los factores sociales, los factores económicos y los factores institucionales. Para obtener la mejor puntuación se debe seguir los siguientes pasos

- Desarrollar una lista de factores relevantes
- Asignar un peso de importancia que no debe pasar de 1
- Asignar una calificación de satisfacción a cada factor en la escala de 1 a 10, siendo 10 la satisfacción total.
- para obtener la calificación ponderada se multiplica el peso por la calificación asignada

Sumar la puntuación de cada lugar y elegir el que tenga máxima puntuación. (Urbina, 2001)

Se mencionará mediante una tabla dos factores benéficos y dos que perjudican la ubicación de la planta y se le asignará un peso, tomando en cuenta que su suma tendrá que ser de 1.

TABLA 30 DE FACTORES Y DE PESO

| factores | Peso |
|--------------------------------------|------|
| 1 cercanía de los consumidores | 0.25 |
| 2 disponibilidad de la materia prima | 0.05 |
| 3 Nivel escolar de la mano de obra | 0.15 |
| 4 Infraestructura | 0.15 |
| 5 Estímulo fiscal | 0.2 |
| 6 tendencia en moda | 0.2 |

Elaborado por: La Autora

La obtención de materia prima tiene la menor calificación, puesto que en los tres lugares que hemos mencionado se encuentra muy fácil, la tendencia en moda es tan complejo observar en algunos lugares de la parroquia de calderón.

A continuación, la comparación de la calificación y la calificación ponderada según los factores anteriores en cada uno de los lugares ya mencionados y factibles para la localización de la planta.

TABLA 31 CALIFICACIÓN, PESO Y FACTORES

| Factor | Peso | Calificación de 1 mínima a 10 máxima | | | Calificación ponderada | | |
|---------|------|---|----------|--------|------------------------|----------|--------|
| | | Carapungo | Calderón | Zabala | Carapungo | Calderón | Zabala |
| 1 | 0.25 | 9 | 10 | 7 | 2.25 | 2.5 | 1.75 |
| 2 | 0.05 | 10 | 10 | 9 | 0.5 | 0.5 | 0.45 |
| 3 | 0.15 | 10 | 10 | 9 | 1.5 | 1.5 | 1.35 |
| 4 | 0.15 | 10 | 10 | 10 | 1.5 | 1.5 | 1.5 |
| 5 | 0.2 | 7 | 7 | 7 | 1.4 | 1.4 | 1.4 |
| 6 | 0.2 | 8 | 8 | 8 | 1.6 | 1.6 | 1.6 |
| Totales | | | | | 8.75 | 9 | 8.05 |

Elaborado por: La Autora

El mejor lugar de infraestructura según el estudio de puntos ponderados es Calderón, su población se encuentra en constante crecimiento y es uno de los lugares más reconocidos del

Distrito Metropolitano de Quito, además el lugar es muy reconocido ya que en esta zona se encuentran las fábricas en relación a todo producto y será más fácil entrar en el mercado desde un lugar cercano a la competencia.

2.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipos y maquinaria, determinar la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Urbina, 2001)

2.5.1. Proceso de producción:

El proceso de producción se indica en la siguiente tabla.

TABLA 32 PROCESO DE PRODUCCIÓN

| 1 Proceso inicial | | |
|-------------------|-----------------|-------------------|
| 1.1 Insumos | 1.2 Suministros | |
| Tela | Tijeras | Mesas de trabajo |
| Accesorios | Reglas | Servicios básicos |
| Cierres | Papel | |
| Botones elástico | Estanterías | |
| | Plancha | |

Elaborado por: La Autora

En el proceso inicial se toma en cuenta los elementos con los cuales se llevará a cabo la transformación llamados insumos y también los suministros que son los recursos necesarios para realizar el proceso que se nombra a continuación.

TABLA 33 PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

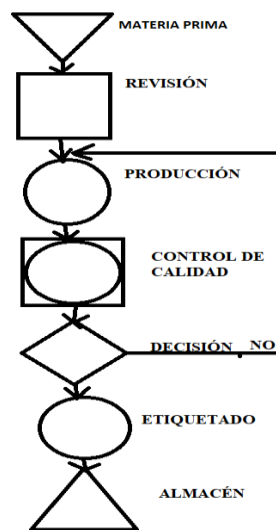
| 2 Proceso de transformación | | |
|---|---|--|
| 2.1 Organización | 2.2 Equipo productivo | Proceso |
| -Se necesitan de tres personas laborando en 8 horas diarias en 5 días a la semana | - 18m ² dividido en 4 áreas - Maquinas industriales (recta, Overlock, Recubridora, bordadora y recta domestica) - 1 computadora de alta resolución de imagen | -diseñar el modelo en la computadora - Hacer las fichas técnicas de cada modelo - cortar la tela de acuerdo al patrón - unir mediante costura las piezas con la maquinaria necesaria - colocar accesorios según corresponda, cierres, botones, ojales etc. - pulir la prenda, planchar, proceso de empaque. |

Elaborado por: La Autora

2.5.2. Diagrama de flujo:

Este análisis ayudara a facilitar la distribución de la planta aprovechando el espacio disponible y optimizar la operación de la planta mejorando los tiempos y movimientos de la mano de obra y las maquinas.

ILUSTRACIÓN 25 DIAGRAMA DE FLUJO



Elaborado por La Autora

2.6. ADQUISICIÓN DE EQUIPO Y MAQUINARIA

2.6.1. Factores

La empresa ya cuenta con tres máquinas que se mencionan al inicio de la tabla para la fabricación de los productos, sin embargo, aún hace falta las maquinas que se mencionan a continuación.

TABLA 34 ADQUISICIÓN DE MAQUINARIA

| Equipo y Maquinaria | Cantidad | Marca | Función | Capacidad | Transporte |
|---------------------|----------|----------------|--|------------|------------|
| Recta | 1 | JUKI | Cocer | Industrial | - |
| Overlock | 1 | SINGER | Cocer | Industrial | - |
| Recubridora | 1 | SAGAL | filos | Industrial | - |
| Estampadora | 1 | JONTEX | Estampar | Industrial | Incluido |
| Bordadora | 1 | BROTHER | Bordar | Industrial | Incluido |
| Recta | 1 | BROTHER | Ojales, botonera | domestica | Incluido |
| Mesas | 3 | - | Planchado Cortado Área de diseño | De trabajo | Incluido |
| Plancha | 1 | SILVERS TAR | Planchar | Industrial | Incluido |
| Cortador | 1 | KANSAI | Cortar tela | Industrial | incluido |

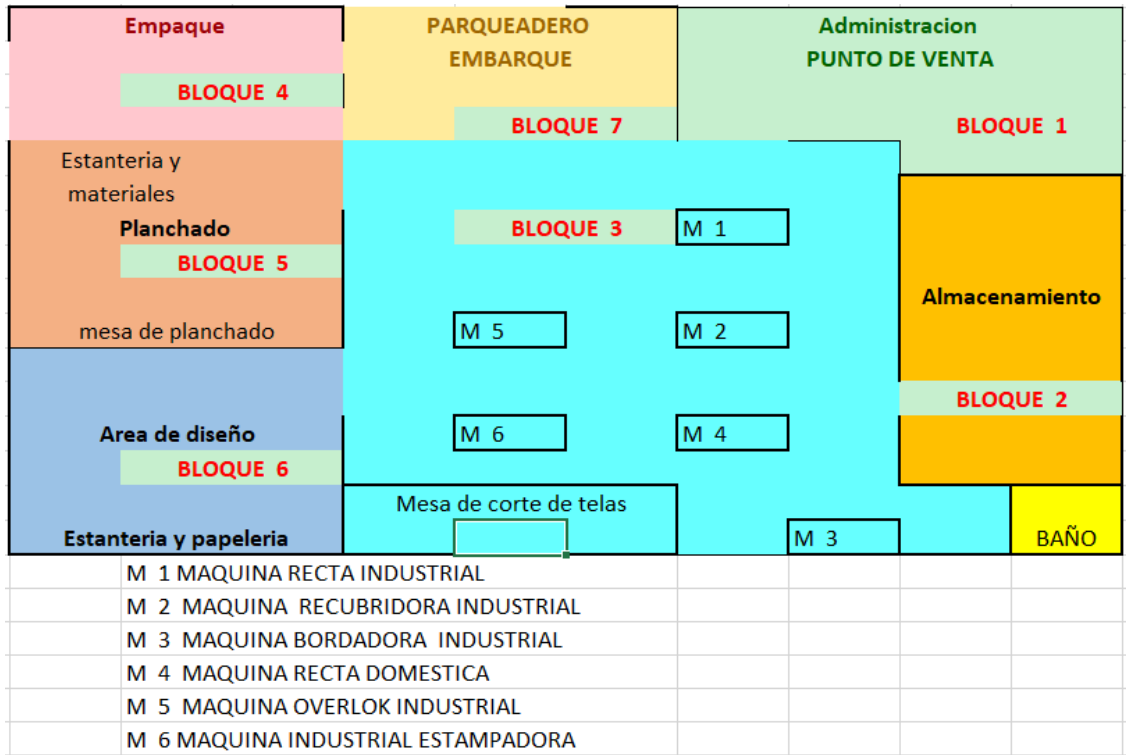
FUENTE: Salida de campo

Elaborado por: La Autora

Se ha tomado como referencia a MAQUINAS INDUSTRIALES S.A. ya que ofrece transporte incluido, dos años de garantía, mantenimiento y un gran descuento. Además, el lugar queda muy cerca de donde funcionara la fábrica.

2.7. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

ILUSTRACIÓN 26 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA FÍSICA



Elaborado por: La Autora

El tipo de producto que se fabricará está en el ámbito textil de tal manera que se organizará en ambiente según la secuencia del proceso.

Bloque 1: El área de administración y venta

Bloque 2: En esta instancia está la bodega almacenadora de telas que se procesaran.

Bloque 3: Se encuentra el área de confección

Bloque 4: Se encuentra el área de empaque, almacenamiento y salida de los productos.

Bloque 5: en este espacio se encuentra el área de planchado

Bloque 6: se encuentra el área de diseño.

Bloque 7: se encuentra el área parqueo del vehículo de la empresa

2.8. MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

2.8.1. Constitución de la Empresa

Para el presente proyecto se ha establecido que la mejor figura de constitución es, bajo la clasificación de “Personas naturales no obligados a llevar contabilidad”, así como se pasará a formar parte del segmento de Microempresa ya que el nivel de ventas no sobrepasará los \$100.000 dólares durante el primer año de operación.

2.8.2. Tipo de Sociedad

El domicilio fiscal de la microempresa será en la parroquia de Calderón que se encuentra ubicada al norte del Distrito Metropolitano de Quito. Donde se encontrará el punto de venta, fabricación y distribución de los productos.

La microempresa se constituirá dentro del Servicio de Rentas Internas (S.R.I) bajo la clasificación de “Personas naturales no obligados a llevar contabilidad” y se aperturará el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a nombre de Milena Rocío Yanascual Colimba, bajo el nombre comercial de “SONIA YC”.

La constitución de la empresa estará dada por la definición de parámetros legales con los que deberá contar para su funcionamiento, por esta razón se deben seguir los siguientes pasos para llevar a cabo la constitución.

2.8.3. Procesos de constitución de la empresa

Para la constitución de la microempresa es necesario cumplir con algunos parámetros legales con los que se deberá cumplir y se nombran a continuación.

2.8.3.1. Ruc:

Este trámite se realiza en el Servicio de Rentas Internas (SRI) de la ciudad y no tiene ningún costo y la entrega se realiza en 20 minutos por ventanilla.

Requisitos:

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

2.8.3.2. Razón social:

El nombre de la microempresa es “SONIA YC”

LOGO:



Slogan: “MEJOR ESTILO PEQUE”

2.8.3.3. Patente Municipal: la patente municipal

- Llenar el formulario de solicitud de patente o se puede descargar a través de la página web: <http://www.quito.gob.ec/>
- Copia a color de la cédula de identidad.
- Copia a color de la papeleta de votación.

- Planillas de servicios de luz, agua, o teléfono del local propio o en arrendamiento.
- Copia del RUC.
- Este trámite se realizará en las oficinas de la Administración Municipal de la Zona Norte en Quito.

2.8.3.4. Permiso de funcionamiento

Requisitos:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad, del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y, Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

2.8.4. Visión:

Para el 2022 incrementar la oferta de los productos a nivel nacional e incrementar el establecimiento físico de las instalaciones.

2.8.5. Misión

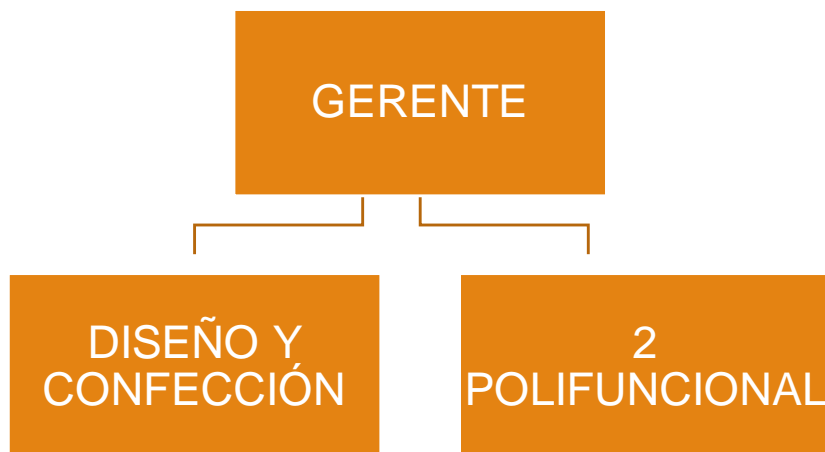
Satisfacer a los clientes con nuestros productos de calidad y con modelos únicos enfocándonos en la moda actual y para los niños.

2.8.6. Valores corporativos:

- Respeto: valorizar el trabajo de cada integrante de la empresa e identificar la importancia de cada uno en el progreso de la misma y mantener la armonía en el lugar de trabajo.
- Responsabilidad: asumir la consecuencia de las acciones emitidas en la empresa y corresponder positivamente a los reglamentos internos.
- Trabajo en equipo: trabajar en conjunto para que el producto llegue a su destino es un trabajo en común y facilita el avance productivo de la empresa.
- Lealtad: se refiere a concientizar a los trabajadores de que la empresa es parte fundamental de la vida de cada uno.
- organización: este valor será fundamental en todas las personas que laborarán en la empresa, y estará fundamentada en la organización de los implementos, las actividades, la materia prima, y los productos.

2.8.7. Organigrama Estructural

ILUSTRACIÓN 27 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: La Autora

2.8.8. Descripción de Puestos:

TABLA 35 DESCRIPCIÓN DE PUESTO DEL GERENTE

| | |
|---|----------------|
| EMPRESA SONIA YC | |
| NOMBRE DEL PUESTO | Gerente |
| ÁREA | Administrativa |
| RESPONSABILIDADES: Representante legal de la empresa Planear, dirigir y controlar las actividades de la empresa Verificar el desempeño de los trabajadores Manejo de las plataformas virtuales (punto de venta) llevar los reportes de ventas | |
| HABILIDADES Capacidad de resolver conflictos Tomar decisiones oportunamente Capacidad de liderazgo Capacidad de delegar Compromiso total | |

Elaborado por: La Autora

TABLA 36 DESCRIPCIÓN DE PUESTO DEL DISEÑADOR

| EMPRESA SONIA YC | |
|---|---------------------------------|
| NOMBRE DEL PUESTO | Diseñador |
| ESTUDIOS | Tercer nivel en Diseño de Modas |
| ÁREA | Creativa |
| RESPONSABILIDADES: Investigar temas actualizados de inspiración Crear diseños Realizar fichas técnicas Confección de prendas | |
| HABILIDADES Concentración eficiente Organización de tiempos | |

Elaborado por: La Autora

TABLA 37 DESCRIPCIÓN DE PUESTO DEL PERSONAL POLI FUNCIONAL

| EMPRESA SONIA YC | |
|--|-------------------------|
| NOMBRE DEL PUESTO | Personal Poli funcional |
| ESTUDIOS | Estudios secundarios |
| ÁREA | Área de confección |
| RESPONSABILIDADES: Realizar pulidos en las prendas Planchado de las prendas Organizar el establecimiento Empaque de los productos Entrega de los productos | |
| HABILIDADES Organización de tiempos Organización de espacios Eficiencia | |

Elaborado por: La Autora

TABLA 38 TABLA DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

| EMPRESA SONIA YC | |
|---|---|
| NOMBRE DEL PUESTO | Chofer |
| ESTUDIOS | Estudios secundarios Licencia tipo B |
| ÁREA | Área de entrega |
| RESPONSABILIDADES: Entregar los productos a los clientes Organización de bodega | |
| HABILIDADES Organización de tiempos Organización de espacios Eficiencia | |

Elaborado por: La Autora

3. CAPÍTULO III

ESTUDIO ECONÓMICO

3.1. DEFINICIÓN

En el estudio económico financiero se analizará la manera sistemática y el orden de la información monetaria.

3.2. COSTOS

3.2.1. Costos de producción

Son los costos que se generan a la hora de fabricar los productos y que además son necesarios para el terminado satisfactorio de las prendas, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.

Costo de materia prima.

Para el cálculo de la materia prima, se debe tomar en cuenta el total de la tela a usarse y a comprar; es claro que en el proceso de corte siempre hay retazos, los cuales ya no son parte del producto y se consideran desperdicios sin embargo se debe hacer el cálculo de precio con el total de la tela comprada, ya que siempre se compra por metros completos. Un rollo de tela viene de los metros que se van a usar por el doble ancho que en su mayoría son 1.60, entonces basándose en ese dato se debe aprovechar la tela al máximo, para identificar un rollo de tela y sus dimensiones hemos tomado el siguiente gráfico.



Elaborado por: la Autora

TABLA 39 CANTIDAD DE TELA A USAR EN LOS PRODUCTOS

| Descripción | CANT TELA | CANT PRODU | TOTAL M | PRECIO POR METROS | TOTAL Inversión 1ER MES |
|-------------------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------|-------------------------|
| Monitos/ Bebé | 0,75 | 40 | 30 | 3,00 | 90,00 |
| Pantalones / Bebé | 0,5 | 40 | 20 | 1,80 | 36,00 |
| Sacos / Bebé | 0,5 | 38 | 19 | 1,80 | 34,20 |
| Camisetas / Bebé | 0,45 | 35 | 15,75 | 1,30 | 20,48 |
| Jardineras / Bebé | 0,45 | 42 | 18,9 | 3,00 | 56,70 |
| Bodi / Bebé | 0,45 | 36 | 16,2 | 1,80 | 29,16 |
| Medias / Bebé | 0,15 | 35 | 5,25 | 0,75 | 3,94 |
| Baberos / Bebé | 0,15 | 32 | 4,8 | 0,75 | 3,60 |
| Gorros / Bebé | 0,2 | 43 | 8,6 | 0,75 | 6,45 |
| Portabebés / Bebé | 1 | 43 | 43 | 1,00 | 43,00 |
| Pantalón / talla 2 a 4 años | 0,75 | 41 | 30,75 | 2,50 | 76,88 |
| Camiseta / talla 2 a 4 años | 0,5 | 38 | 19 | 1,80 | 34,20 |
| Buzos / talla 2 a 4 años | 0,6 | 36 | 21,6 | 2,00 | 43,20 |
| Chompas / talla 2 a 4 años | 1 | 39 | 39 | 3,00 | 117,00 |
| Vestidos / talla 2 a 4 años | 1 | 37 | 37 | 2,50 | 92,50 |
| Chompa deportiva talla 2 a 4 años | 0,75 | 37 | 27,75 | 2,50 | 69,38 |
| Pantalón / talla 4 a 6 años | 0,9 | 40 | 36 | 2,50 | 90,00 |
| Camiseta / talla 4 a 6 años | 0,65 | 36 | 23,4 | 1,80 | 42,12 |
| Buzos / talla 4 a 6 años | 0,75 | 38 | 28,5 | 2,00 | 57,00 |
| Chompas / talla 4 a 6 años | 1,2 | 43 | 51,6 | 3,00 | 154,80 |
| Vestidos / talla 4 a 6 años | 1 | 40 | 40 | 2,50 | 100,00 |
| Chompa deportiva / talla 4 a 6 años | 1 | 43 | 43 | 2,50 | 107,50 |
| TOTALES | 14,7 | 852 | 579,1 | 44,55 | 1.308,09 |

Elaborado por: la Autora

A continuación, Como insumos se necesita la siguiente lista que no son desperdiciales como sucede con la tela y que vienen en diferentes colores para la mejor utilización en las prendas, en este caso no detallamos el precio ya que los insumos vienen por fundas de mil de tal manera que al comprar una funda se tendrá para más producciones.

TABLA 40 INSUMOS

| INSUMOS |
|--|
| Botones, elásticos Botones, Elásticos, Cierres Broches, Appliques, Papel crack, Tijeras ,Hilo, Hilo poliéster |
| total 200.00 |

Elaborado por: la Autora

3.2.1.1. Costo de empaque

El empaque serán bolsas plásticas cubiertas de plástico de burbuja de embalaje para no deteriorar la presentación de las prendas cuando lleguen a su destino final. Se debe tomar en cuenta que se ara el cálculo de acuerdo a la cantidad de productos a fabricar para surtir las vitrinas de la plataforma virtual. Observe la siguiente tabla.

TABLA 41 COSTO DE EMPAQUE

| DETALLE | CANTIDAD | PRECIO POR UNIDAD | COSTO EMPAQUE |
|---------------|----------|-------------------|---------------|
| Funda interna | 852 | 0,1 | 85.20 |
| Funda burbuja | 852 | 0,2 | 170.40 |
| TOTAL | | | 255.80 |

Elaborado por: la Autora

3.2.1.2. costos mano de obra

para el cálculo del gasto de la mano de obra se tomará en cuenta los costos directos e indirectos, y las prestaciones sociales que son parte del gasto mano de obra. Observe la siguiente tabla.

TABLA 42 COSTO MANO DE OBRA

| DETALLE | SUELDO | APORTACIÓN PATRONAL | TOTAL SUELDO |
|------------------------------|--------|---------------------|--------------|
| Costo mano de obra directa | | | |
| Costurera | 400 | 44,6 | 444,6 |
| Operario | 400 | 44,6 | 444,6 |
| Costo mano de obra indirecto | | | |
| Administrador | 450 | 50,18 | 500,18 |
| Chofer | 400 | 44,6 | 444,6 |
| | | total | 1.833,98 |

Elaborado por: la Autora

3.2.1.3. costos de depreciación.

Los costos de depreciación se tomarán de las maquinas industriales y de los equipos usados en la empresa.

TABLA 43 COSTO DE DEPRECIACIÓN

| CONCEPTO | COSTO | VIDA ÚTIL | | | | | |
|----------------------------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | |
| Suministros | 500,00 | 10 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 |
| Recta industrial | 400,00 | 10 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| Overlok industrial | 500,00 | 10 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 |
| Recubridora | 600,00 | 10 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 |
| Estampadora Industrial | 640,00 | 10 | 64,00 | 64,00 | 64,00 | 64,00 | 64,00 |
| Bordadora Industrial | 672,00 | 10 | 67,20 | 67,20 | 67,20 | 67,20 | 67,20 |
| Recta doméstica | 350,00 | 10 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 |
| Computador | 400,00 | 4 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | - |
| Vehículo | 12.000,00 | 10 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 |
| Total depreciación anual | | | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 |
| Total depreciación mensual | | | 138,85 | 138,85 | 138,85 | 138,85 | 138,85 |

Elaborado por: la Autora

3.2.2. Presupuesto costo de producción

TABLA 44 PRESUPUESTOS COSTO DE PRODUCCIÓN

| DETALLE | COSTOS |
|---------------------|-----------------|
| Costo materia prima | 1308.09 |
| Costo insumos | 200.00 |
| Costo empaque | 255.80 |
| Costo mano de obra | 1833.98 |
| Costo depreciación | 138.85 |
| TOTAL | 3.736.72 |

Elaborado por: la Autora

3.2.3. Costo de venta

Los gastos de venta están sujetos al costo de publicidad, obsérvese el siguiente cuadro.

TABLA 45 PRESUPUESTO COSTO DE VENTA

| CONCEPTO | COSTO |
|--------------|---------------|
| Publicidad | 200.00 |
| TOTAL | 200.00 |

Elaborado por: la Autora

3.2.4. Costo de administración

los costos de administración los nombramos a continuación.

TABLA 46 PRESUPUESTO COSTO DE ADMINISTRACIÓN

| DETALLE | COSTOS |
|--------------------------|---------------|
| Insumo papelería | 80.00 |
| Gasto servicio agua, luz | |
| teléfono, Internet | 100.00 |
| Arriendo | 230.00 |
| Combustible | 151.70 |
| TOTAL | 561.70 |

Elaborado por: la Autora

3.2.5. Presupuestos de Costos totales

TABLA 47 PRESUPUESTO DE COSTOS

| DETALLE | COSTOS |
|-----------------------|-----------------|
| Costo producción | 3.736.72 |
| Costo venta | 200.00 |
| Costo administrativos | 561.70 |
| TOTAL | 4.498.42 |

Elaborado por: la Autora

3.3. DEFINICIÓN INVERSIÓN INICIAL.

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital del trabajo. (Urbina, 2001)

3.4. INVERSIÓN INICIAL DE ACTIVO FIJO:

Como ya se lo había mencionado son activos tangibles, que se pueden visualizar y palpar fácilmente, y que tienen vida útil mayor a un año y están expuestos a depreciación. Obsérvese la siguiente tabla de los activos fijos de la empresa.

TABLA 48 ACTIVOS FIJOS

| DETALLE | INVERSIÓN |
|--------------------------|------------------|
| Suministro | 500,00 |
| Estampadora industrial | 640,00 |
| Bordadora industrial | 672,00 |
| Recta domestica | 350,00 |
| Computador | 400,00 |
| Vehículo | 12.000,00 |
| Cortador | 100,00 |
| Plancha de calor | 50,00 |
| TOTAL ACTIVO FIJO | 14.712,00 |

Elaborado por: la Autora

3.5. INVERSIÓN INICIAL DE ACTIVO DIFERIDO.**TABLA 49 ACTIVOS DIFERIDOS**

| DETALLE | INVERSIÓN |
|------------------------------|-----------------|
| Constitución de empresa | 1.200,00 |
| Patentes | 150,00 |
| Registro de marcas | 98,00 |
| Permisos | 60,00 |
| TOTAL activo diferido | 1.508,00 |

Elaborado por: la Autora

3.6. INVERSIÓN INICIAL**TABLA 50 INVERSIÓN INICIAL**

| DETALLE | INVERSIÓN |
|--------------------|------------------|
| Activos fijos | 14.712,00 |
| activo diferido | 1.508,00 |
| Capital de trabajo | 4.498,42 |
| TOTAL | 20.718,42 |

Elaborado por: la Autora

la inversión inicial que se necesita es de 20.718.42 que será financiado por los socios de la empresa y por financiamiento de un crédito bancario.

3.7. FINANCIAMIENTO

Se obtendrá un crédito financiero a una entidad bancaria por el 30% de la inversión inicial, el crédito estará sujeto al 12% de interés anual financiado a un periodo de tres años y el 70% restante será aportado por los socios para el inicio de las operaciones.

TABLA 51 FINANCIAMIENTO

| CAPITAL | PORCENTAJE | FINANCIAMIENTO |
|----------------|-------------|------------------|
| Capital propio | 74% | 15.000,00 |
| Crédito | 26% | 5.718,42 |
| TOTAL | 100% | 20.718.42 |

Elaborado por: la Autora

El crédito será pagado en su totalidad en 36 meses con cuotas fijas de 162.39 con un interés del 12%. Obsérvese a continuación la tabla de amortización del crédito

TABLA 52 AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

| AÑO | INTERÉS | CUOTA | AMORTIZACIÓN | CAP PEND |
|-----|---------|--------|--------------|----------|
| 0 | 0,12 | | | 5.718,42 |
| 1 | 6,86 | 162,39 | 155,53 | 5.562,89 |
| 2 | 6,68 | 162,39 | 155,71 | 5.407,18 |
| 3 | 6,49 | 162,39 | 155,90 | 5.251,28 |
| 4 | 6,30 | 162,39 | 156,09 | 5.095,19 |
| 5 | 6,11 | 162,39 | 156,28 | 4.938,91 |
| 6 | 5,93 | 162,39 | 156,46 | 4.782,45 |
| 7 | 5,74 | 162,39 | 156,65 | 4.625,80 |
| 8 | 5,55 | 162,39 | 156,84 | 4.468,96 |
| 9 | 5,36 | 162,39 | 157,03 | 4.311,93 |
| 10 | 5,17 | 162,39 | 157,22 | 4.154,72 |
| 11 | 4,99 | 162,39 | 157,40 | 3.997,31 |
| 12 | 4,80 | 162,39 | 157,59 | 3.839,72 |
| 13 | 4,61 | 162,39 | 157,78 | 3.681,94 |
| 14 | 4,42 | 162,39 | 157,97 | 3.523,96 |

| | | | | |
|----|------|--------|--------|----------|
| 15 | 4,23 | 162,39 | 158,16 | 3.365,80 |
| 16 | 4,04 | 162,39 | 158,35 | 3.207,45 |
| 17 | 3,85 | 162,39 | 158,54 | 3.048,91 |
| 18 | 3,66 | 162,39 | 158,73 | 2.890,18 |
| 19 | 3,47 | 162,39 | 158,92 | 2.731,26 |
| 20 | 3,28 | 162,39 | 159,11 | 2.572,15 |
| 21 | 3,09 | 162,39 | 159,30 | 2.412,84 |
| 22 | 2,90 | 162,39 | 159,49 | 2.253,35 |
| 23 | 2,70 | 162,39 | 159,69 | 2.093,66 |
| 24 | 2,51 | 162,39 | 159,88 | 1.933,78 |
| 25 | 2,32 | 162,39 | 160,07 | 1.773,71 |
| 26 | 2,13 | 162,39 | 160,26 | 1.613,45 |
| 27 | 1,94 | 162,39 | 160,45 | 1.453,00 |
| 28 | 1,74 | 162,39 | 160,65 | 1.292,35 |
| 29 | 1,55 | 162,39 | 160,84 | 1.131,51 |
| 30 | 1,36 | 162,39 | 161,03 | 970,48 |
| 31 | 1,16 | 162,39 | 161,23 | 809,26 |
| 32 | 0,97 | 162,39 | 161,42 | 647,84 |
| 33 | 0,78 | 162,39 | 161,61 | 486,22 |
| 34 | 0,58 | 162,39 | 161,81 | 324,42 |
| 35 | 0,39 | 162,39 | 162,00 | 162,42 |
| 36 | 0,19 | 162,39 | 162,20 | 0,22 |

Elaborado por: la Autor

3.8. PROYECCIÓN DE VENTAS

TABLA 53 PROYECCIÓN DE VENTAS

| AÑOS | AÑO 1 | | | AÑO 2 | | | AÑO 3 | | | AÑO 4 | | | AÑO 5 | | |
|-------------------------------------|--------------|----------------------------|------------------|-------------------|--------------------|------------------|---------------|--------------------|------------------|---------------|--------------------|------------------|---------------|--------------------|-------------------|
| | DETALLE | CANTIDAD PRODUCTOS POR AÑO | PRECIO UNIDAD | INGRESO ANUAL AÑO | CANTIDAD PRODUCTOS | PRECIO UNIDAD | INGRESO ANUAL | CANTIDAD PRODUCTOS | PRECIO UNIDAD | INGRESO ANUAL | CANTIDAD PRODUCTOS | PRECIO UNIDAD | INGRESO ANUAL | CANTIDAD PRODUCTOS | PRECIO UNIDAD |
| Monitos/ Bebé | 480 | 9,00 | 4.320,00 | 540 | 9,05 | 4.887,00 | 600 | 9,15 | 5.490,00 | 660 | 9,20 | 6.072,00 | 660 | 9,50 | 6.270,00 |
| Pantalones / Bebé | 480 | 4,50 | 2.160,00 | 528 | 4,65 | 2.455,20 | 576 | 4,80 | 2.764,80 | 624 | 4,90 | 3.057,60 | 660 | 4,90 | 3.234,00 |
| Sacos / Bebé | 456 | 5,00 | 2.280,00 | 516 | 5,30 | 2.734,80 | 528 | 5,60 | 2.956,80 | 600 | 5,80 | 3.480,00 | 636 | 5,80 | 3.688,80 |
| Camisetas / Bebé | 420 | 3,50 | 1.470,00 | 492 | 3,60 | 1.771,20 | 504 | 3,90 | 1.965,60 | 636 | 4,00 | 2.544,00 | 648 | 4,00 | 2.592,00 |
| Jardineras / Bebé | 504 | 7,00 | 3.528,00 | 540 | 7,32 | 3.952,80 | 600 | 7,40 | 4.440,00 | 624 | 7,45 | 4.648,80 | 648 | 7,50 | 4.860,00 |
| Bodi / Bebé | 432 | 5,00 | 2.160,00 | 468 | 5,20 | 2.433,60 | 504 | 5,50 | 2.772,00 | 576 | 5,60 | 3.225,60 | 624 | 5,80 | 3.619,20 |
| Medias / Bebé | 420 | 1,50 | 630,00 | 504 | 1,50 | 756,00 | 576 | 1,50 | 864,00 | 636 | 1,60 | 1.017,60 | 660 | 1,50 | 990,00 |
| Baberos / Bebé | 384 | 1,00 | 384,00 | 456 | 1,00 | 456,00 | 504 | 1,00 | 504,00 | 600 | 1,00 | 600,00 | 636 | 1,00 | 636,00 |
| Gorros / Bebé | 516 | 1,50 | 774,00 | 576 | 1,53 | 881,28 | 612 | 1,55 | 948,60 | 660 | 1,75 | 1.155,00 | 684 | 1,80 | 1.231,20 |
| Portabebés / Bebé | 516 | 10,00 | 5.160,00 | 540 | 10,50 | 5.670,00 | 588 | 10,80 | 6.350,40 | 624 | 10,90 | 6.801,60 | 660 | 11,00 | 7.260,00 |
| Pantalón / talla 2 a 4 años | 492 | 8,00 | 3.936,00 | 504 | 8,50 | 4.284,00 | 576 | 8,80 | 5.068,80 | 636 | 9,00 | 5.724,00 | 660 | 9,00 | 5.940,00 |
| Camiseta / talla 2 a 4 años | 456 | 5,00 | 2.280,00 | 540 | 5,20 | 2.808,00 | 600 | 5,50 | 3.300,00 | 648 | 5,60 | 3.628,80 | 684 | 5,80 | 3.967,20 |
| Buzos / talla 2 a 4 años | 432 | 7,00 | 3.024,00 | 480 | 7,15 | 3.432,00 | 540 | 7,40 | 3.996,00 | 612 | 7,50 | 4.590,00 | 660 | 7,60 | 5.016,00 |
| Chompas / talla 2 a 4 años | 468 | 9,00 | 4.212,00 | 516 | 9,30 | 4.798,80 | 588 | 9,50 | 5.586,00 | 636 | 9,75 | 6.201,00 | 672 | 9,80 | 6.585,60 |
| Vestidos / talla 2 a 4 años | 444 | 7,00 | 3.108,00 | 492 | 7,50 | 3.690,00 | 564 | 7,80 | 4.399,20 | 636 | 7,90 | 5.024,40 | 684 | 8,00 | 5.472,00 |
| Chompa deportiva talla 2 a 4 años | 444 | 8,00 | 3.552,00 | 528 | 8,30 | 4.382,40 | 600 | 8,50 | 5.100,00 | 648 | 8,75 | 5.670,00 | 660 | 8,80 | 5.808,00 |
| Pantalón / talla 4 a 6 años | 480 | 10,00 | 4.800,00 | 540 | 10,30 | 5.562,00 | 600 | 10,50 | 6.300,00 | 660 | 10,75 | 7.095,00 | 684 | 10,80 | 7.387,20 |
| Camiseta / talla 4 a 6 años | 432 | 6,00 | 2.592,00 | 504 | 6,50 | 3.276,00 | 588 | 6,70 | 3.939,60 | 636 | 6,90 | 4.388,40 | 660 | 7,00 | 4.620,00 |
| Buzos / talla 4 a 6 años | 456 | 8,00 | 3.648,00 | 516 | 8,20 | 4.231,20 | 576 | 8,50 | 4.896,00 | 636 | 8,80 | 5.596,80 | 672 | 9,00 | 6.048,00 |
| Chompas / talla 4 a 6 años | 516 | 10,00 | 5.160,00 | 540 | 10,20 | 5.508,00 | 576 | 10,50 | 6.048,00 | 600 | 10,75 | 6.450,00 | 660 | 10,80 | 7.128,00 |
| Vestidos / talla 4 a 6 años | 480 | 8,00 | 3.840,00 | 540 | 8,30 | 4.482,00 | 600 | 8,50 | 5.100,00 | 636 | 8,75 | 5.565,00 | 660 | 8,80 | 5.808,00 |
| Chompa deportiva / talla 4 a 6 años | 516 | 9,00 | 4.644,00 | 564 | 9,20 | 5.188,80 | 588 | 9,50 | 5.586,00 | 612 | 9,80 | 5.997,60 | 660 | 10,00 | 6.600,00 |
| TOTALES | 10224 | 143 | 67.662,00 | 11424 | 148,3 | 77.641,08 | 12588 | 152,9 | 88.375,80 | 13836 | 156,45 | 98.533,20 | 14532 | 158,2 | 104.761,20 |

Elaborado por: la Autora

Observamos que para el año 1 las ventas serán de 67.662.00 y en el año 5 serán de 104.761.20

3.9. PROYECCIÓN DE GASTOS

TABLA 54 PROYECCIÓN DE GASTOS

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| COSTO COMERCIALIZACIÓN | | | | | |
| materia prima | 15.697,11 | 18.090,88 | 20.419,34 | 22.657,70 | 24.522,27 |
| insumos | 2.400,00 | 3.600,00 | 3.600,00 | 4.800,00 | 6.000,00 |
| empaque | 3.067,20 | 3.884,16 | 4.657,56 | 4.980,96 | 5.667,48 |
| TOTAL COSTO COMERCIALIZACIÓN | 21.164,31 | 25.575,04 | 28.676,90 | 32.438,66 | 36.189,75 |
| GASTO ADMINISTRACIÓN | | | | | |
| sueldos | 22.007,70 | 22.541,40 | 23.074,74 | 23.608,44 | 24.141,78 |
| depreciaciones | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 |
| servicios básicos | 1.200,00 | 1.380,00 | 1.440,00 | 1.500,00 | 1.560,00 |
| transporte | 1.820,40 | 1.887,00 | 2.052,00 | 2.223,00 | 2.340,24 |
| amortización | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| TOTAL GASTO ADMINISTRACIÓN | 26.734,30 | 27.514,60 | 28.272,94 | 29.037,64 | 29.748,22 |
| GASTO VENTA | | | | | |
| publicidad | 595,61 | 382,09 | 141,49 | 4.800,00 | 6.000,00 |
| TOTAL GASTO VENTA | 595,61 | 382,09 | 141,49 | 4.800,00 | 6.000,00 |
| GASTO FINANCIERO | | | | | |
| interés | 1.562,34 | 1.002,25 | 371,13 | | |
| TOTAL GASTO FINANCIERO | 1.562,34 | 1.002,25 | 371,13 | | |
| TOTAL | 50.056,56 | 54.473,98 | 57.462,46 | 66.276,30 | 71.937,97 |

Elaborado por: la Auto

3.10. ESTADO DE RESULTADOS

TABLA 55 ESTADO DE RESULTADOS

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| VENTA | 67.662,00 | 77.641,08 | 88.375,80 | 98.533,20 | 104.761,20 |
| Costo venta | 21.164,31 | 25.575,04 | 28.676,90 | 32.438,66 | 36.189,75 |
| UTILIDAD BRUTA | 46.497,69 | 52.066,04 | 59.698,90 | 66.094,54 | 68.571,45 |
| GASTO OPERACIONAL | 32.854,30 | 35.434,60 | 36.792,94 | 39.597,64 | 41.208,22 |
| Sueldos mano de obra | 22.007,70 | 22.541,40 | 23.074,74 | 23.608,44 | 24.141,78 |
| Arriendos | 2.760,00 | 3.120,00 | 3.480,00 | 3.960,00 | 3.960,00 |
| Servicio básico | 1.200,00 | 1.380,00 | 1.440,00 | 1.500,00 | 1.560,00 |
| Suministro | 960,00 | 1.200,00 | 1.440,00 | 1.800,00 | 2.100,00 |
| Depreciaciones | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 |
| Amortizaciones | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| Publicidad | 2.400,00 | 3.600,00 | 3.600,00 | 4.800,00 | 5.400,00 |
| Movilización | 1.820,40 | 1.887,00 | 2.052,00 | 2.223,00 | 2.340,24 |
| UTILIDAD OPERATIVA | 13.643,39 | 16.631,44 | 22.905,96 | 26.496,90 | 27.363,23 |
| Gasto financiero | 595,61 | 382,09 | 141,49 | - | - |
| UTILIDAD | 13.047,78 | 16.249,35 | 22.764,47 | 26.496,90 | 27.363,23 |
| Utilidad 15% trabajadores | 1.957,17 | 2.437,40 | 3.414,67 | 3.974,54 | 4.104,48 |
| UTILIDAD | 11.090,61 | 13.811,95 | 19.349,80 | 22.522,37 | 23.258,75 |
| Utilidad 25% imp. a la renta | 2.772,65 | 3.452,99 | 4.837,45 | 5.630,59 | 5.814,69 |
| UTILIDAD NETA | 8.317,96 | 10.358,96 | 14.512,35 | 16.891,78 | 17.444,06 |

Elaborado por: la Autora

3.11. FLUJO DE CAJA

TABLA 56 FLUJO DE CAJA

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| VENTAS | 67.662,00 | 77.641,08 | 88.375,80 | 98.533,20 | 104.761,20 |
| COSTO VENTA | 21.164,31 | 25.575,04 | 28.676,90 | 32.438,66 | 36.189,75 |
| SUELDOS | 22.007,70 | 22.541,40 | 23.074,74 | 23.608,44 | 24.141,78 |
| Arriendos | 2.760,00 | 3.120,00 | 3.480,00 | 3.960,00 | 3.960,00 |
| Servicio básico | 1.200,00 | 1.380,00 | 1.440,00 | 1.500,00 | 1.560,00 |
| Suministro | 960,00 | 1.200,00 | 1.440,00 | 1.800,00 | 2.100,00 |
| Depreciaciones | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 | 1.666,20 |
| Amortizaciones | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| Publicidad | 2.400,00 | 3.600,00 | 3.600,00 | 4.800,00 | 5.400,00 |
| Movilización | 1.820,40 | 1.887,00 | 2.052,00 | 2.223,00 | 2.340,24 |
| Gastos financieros | 595,61 | 382,09 | 141,49 | - | - |
| Utilidad 15 % traba | 2.346,51 | 2.952,22 | 4.083,53 | 4.589,54 | 4.786,98 |
| Imp. a la renta 25% | 3.324,22 | 4.182,31 | 5.785,00 | 6.501,84 | 6.781,56 |
| TOTAL | 60.284,95 | 68.526,25 | 75.479,85 | 83.127,67 | 88.966,52 |
| DIFERENCIA | 7.377,05 | 9.114,83 | 12.895,95 | 15.405,53 | 15.794,68 |
| Depreciaciones | 138,85 | 138,85 | 138,85 | 138,85 | 138,85 |
| Amortizaciones | 40,00 | 41,00 | 41,00 | 41,00 | 42,00 |
| FLUJO NETO | 7.555,90 | 9.294,68 | 13.075,80 | 15.585,38 | 15.975,53 |

Elaborado por: la Autora

3.12. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para calcular el punto de equilibrio se tomará en cuenta un producto que se espera sea el producto con más salida es decir los monitos de bebé.

El cuadro indica que se debe vender 10 prendas para mantener el equilibrio entre gastos e ingresos.

TABLA 57 PUNTO DE EQUILIBRIO

| DETALLE | |
|---------------------|---------|
| Costos fijos | 2427,86 |
| Costos variables | 122,00 |
| Precio venta | 360,00 |
| Punto de equilibrio | 10,20 |

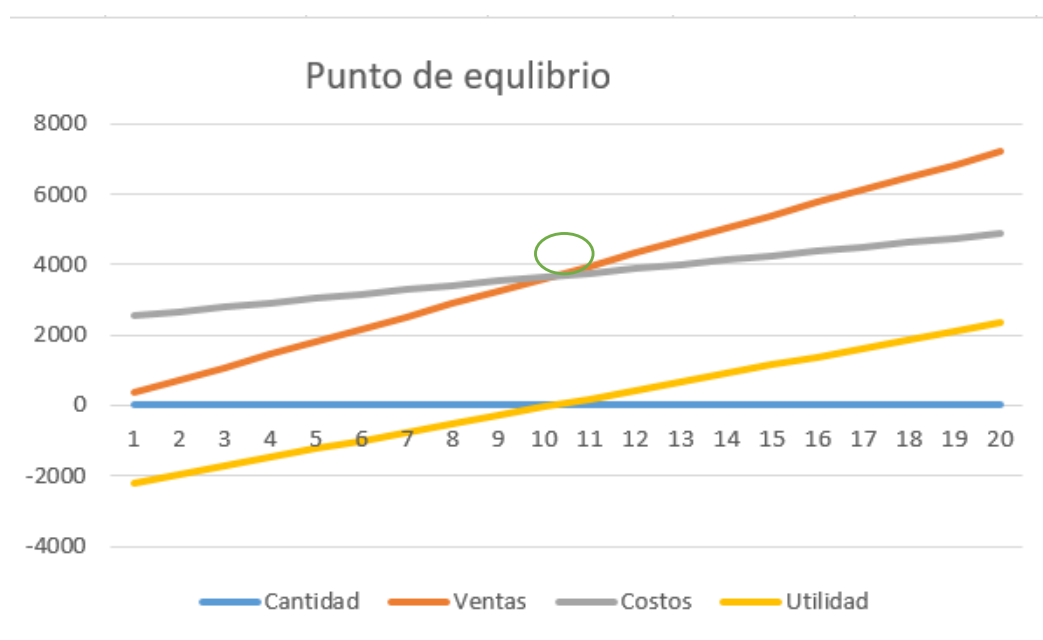
Elaborado por: la Autora

TABLA 58 DETALLE DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

| Cantidad | Ventas | Costos | Utilidad |
|----------|--------|----------|-----------|
| 1 | 360 | 2.549,86 | -2.189,86 |
| 2 | 720 | 2.671,86 | -1.951,86 |
| 3 | 1080 | 2.793,86 | -1.713,86 |
| 4 | 1440 | 2.915,86 | -1.475,86 |
| 5 | 1800 | 3.037,86 | -1.237,86 |
| 6 | 2160 | 3.159,86 | -999,86 |
| 7 | 2520 | 3.281,86 | -761,86 |
| 8 | 2880 | 3.403,86 | -523,86 |
| 9 | 3240 | 3.525,86 | -285,86 |
| 10 | 3600 | 3.647,86 | -47,86 |
| 11 | 3960 | 3.769,86 | 190,14 |
| 12 | 4320 | 3.891,86 | 428,14 |
| 13 | 4680 | 4.013,86 | 666,14 |
| 14 | 5040 | 4.135,86 | 904,14 |
| 15 | 5400 | 4.257,86 | 1.142,14 |

Elaborado por: la Autora

ILUSTRACIÓN 29 GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: la Autora

Según el grafico y la conclusión de la tabla el punto de equilibrio son 10 prendas, es decir que se tiene que vender 10 prendas mensuales para poder cubrir sus gastos y costos, también se puede observar que se espera vender 40 prendas, de tal manera que de 40 que se venderán; 10 se necesitan para cubrir los gastos y costos y 30 prendas para obtener ganancias.

3.13. TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO TMAR

La TMAR representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exige al proyecto de tal manera que le permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, egresos de operación, los intereses del crédito, los impuestos y la rentabilidad del capital de los socios.

Para sacar el TMAR se usará la siguiente formula

$$TMAR = i + f + if$$

Donde i es interés, f es inflación e if es la tasa pasiva

TABLA 59 TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO TMAR

| DETALLE | VALOR |
|------------------|---------------|
| Premio al riesgo | 15% |
| Inflación | 0,19% |
| Tasa pasiva | 4,56% |
| TMAR | 19,75% |

Elaborado por: la Autora

3.14. VALOR ACTUAL NETO VAN

El van es un indicador financiero que mide los futuros ingresos y egresos de un proyecto para determinar si hay ganancia o pérdida después de descontar la inversión inicial

Si su resultado es positivo da como conclusión que la inversión debe ser aceptada.

Su fórmula es la siguiente

$$VAN = + \frac{FNE1 + FNE2 + FNE3 + FN4 + FNE5}{(1 + Tmar)^1 (1 + Tmar)^2 (1 + Tmar)^3 (1 + Tmar)^4 (1 + Tmar)^5}$$

Donde FNE son los flujos netos del proyecto

TMAR la tasa mínima aceptable de rendimiento y P es la inversión inicial

La inversión inicial que usaremos es 20.718.42 con un TMAR de 19.75%

TABLA 60 VALOR ACTUAL NETO VAN

| AÑO | FLUJO |
|-------------------------|--------------------|
| 1 | \$7.555,90 |
| 2 | \$9.294,68 |
| 3 | \$13.075,80 |
| 4 | \$15.585,38 |
| 5 | \$15.975,53 |
| VAN DEL PROYECTO | \$13.753,99 |

Elaborado por: la Autora

El resultado es positivo de tal manera que la inversión debe ser aceptada.

3.15. TASA INTERNA DE RETORNO TIR

La tasa interna de retorno TIR, es la tasa de interés efectiva que da la inversión en el negocio en evaluación. Es la máxima tasa que es posible pagar por el financiamiento de un proyecto. Y ayudará a calcular la rentabilidad y eficacia de un proyecto o inversión.

Se comprende que a mayor valor de TIR es mayor la rentabilidad, se puede calcular con los beneficios antes o después de impuestos, y también ayudara a calcular el tiempo en que estimara recuperar la inversión. La fórmula es la siguiente

$$P = \frac{FNE1 + FNE2 + FNE3 + FN4 + FNE5}{(1 + TIR)^1 (1 + TIR)^2 (1 + TIR)^3 (1 + TIR)^4 (1 + TIR)^5}$$

Para identificar la TIR se tomará en cuenta la inversión inicial y una TMAR de 19.75%

TABLA 61 TASA INTERNA DE RETORNO TIR

| AÑO | FLUJO |
|-------------------------|-------------|
| 0 | - 20.718,42 |
| 1 | \$7.555,90 |
| 2 | \$9.294,68 |
| 3 | \$13.075,80 |
| 4 | \$15.585,38 |
| 5 | \$15.975,53 |
| TIR DEL PROYECTO | 43% |

Elaborado por: la Autora

En este proyecto la TIR corresponde al 43% que es mayor que la TMAR y por lo tanto si conviene llevar a cabo la inversión.

3.16. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Consiste en determinar el plazo o cantidad de tiempo requerido para que el flujo neto de efectivo de un Proyecto recupere la inversión inicial que va a efectuar.

TABLA 62 PERIODO DE RECUPERACIÓN

| AÑO | HISTORICO TOTAL ANUAL | HISTORICO ACUMULADO |
|-----|-----------------------------|------------------------|
| 0 | - 20.718,42 | - 20.718,42 |
| 1 | 7.555,90 | - 13.162,52 |
| 2 | 9.294,68 | - 3.867,84 |
| 3 | 13.075,80 | 9.207,95 |
| 4 | 15.585,38 | 24.793,33 |
| 5 | 15.975,53 | 40.768,86 |

TIEMPO 2,3

Elaborado por: la Autora

El periodo de recuperación de la inversión inicial será de dos años 3 meses.

4. CONCLUSIONES

- Con el estudio de mercado se analizó que el universo de estudio fueron mujeres de 15 a 45 años, ya que desde esta edad inician con la etapa de maternidad y desde entonces toman la iniciativa o necesidad de comprar vestimenta para sus hijos, también a través de ellas, mediante la aplicación de la encuesta se identificó los índices de la demanda y la oferta, los precios se identificaron con una visita de campo e investigación de fuentes estadísticas y el análisis de costo producción.
- El estudio técnico arrojó la mejor optimización de mano de obra y de maquinaria y de tiempos para el buen funcionamiento de la empresa, se eligió tener un personal poli funcional puesto que todos los empleados de la empresa deben estar empapados de las diferentes actividades que se realizan, para obtener un mejor rendimiento individual y global de toda la empresa, además con la ingeniería del proyecto se identificó que se necesita un espacio de 80m² debido a su tamaño para la mejor organización de materiales y de trabajo.
- El análisis financiero lanzó resultados rentables para el inicio y ejecución del proyecto Como una TIR de 43% superando a TMAR que fue de 19.75%, un VAN de 13.753.99 lo que refleja que sus futuros ingresos serán positivos, que el periodo de recuperación tardará dos años tres meses y el punto de equilibrio son 10 prendas, concluyendo que ninguna prenda está proyectada para vender esa cantidad como mínimo, ya que sus cantidades sobrepasan las 30 prendas.

5. RECOMENDACIONES

- Investigar con fuentes primarias todos los interrogantes para garantizar el buen análisis y la mejor forma de tomar decisiones, en el estudio de mercado existe información cuantitativa y descifrarla correctamente ayudará a determinar el proceso a seguir, como el planteamiento de las preguntas del cuestionario, elegir el mejor mercado, analizar a los clientes, identificar la demanda por satisfacer y el problema a resolver con el proyecto.
- Se recomienda aplicar todos los pasos en ingeniería del proyecto para optimizar de mejor manera todos los recursos de la empresa, ya que con un espacio óptimo sin excesos, evitará acumulación de productos o suministros que no sean de utilidad. Para optimizar los tiempos se debe entrar en la práctica y aplicar un más o menos tiempo por cualquier contratiempo; en la maquinaria se recomienda optimizar el tiempo según el camino que indique el flujo grama de procesos de la producción.
- El estudio económico arroja indicadores proyectados que se aproximan en gran escala al futuro sin embargo se debe partir de que son datos proyectados mas no datos reales, por lo tanto, se recomienda obtener un buen estudio de mercado y técnico para tomar decisiones.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong, k. y. (2007). Obtenido de Informacion tecnica y comercio:
<https://www.cosmos.com.mx/wiki/maquinas-de-bordado-fyv4.html>
- Gabriel, B. U. (2001). Evaluacion de Proyectos . En B. U. Gabriel. Mexico: McGrawHill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Lamb Charles, H. J. (2006). *Marketing*. Mexico.
- Urbina, G. V. (2001). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. MÉXICO: Mc. Graw Hill Interamericana.
- Wikipedia, c. d. (26 de 06 de 2016). Obtenido de
<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Precio&oldid=115966603>.

7. ANEXOS

ANEXO A FICHA TÉCNICA

FICHA TECNICA DE ORDEN OPERACIONAL

| | |
|--------------------------|--------------------------------------|
| FECHA: 01/07/2019 | GENERO : INFANTIL |
| COLECCIÓN: SPORT | TALLA : 0-1 AÑOS |
| REFERENCIA: JERSEY 24/1 | NOMBRE DEL TEXTIL: PANTALON INFANTIL |
| SECUENCIA DE OPERACIONES | |



| NUMERO DE OPERACION | PROCESO | MAQUINARIA | AGUJA | HILO |
|---------------------|--|------------------|-------|-----------------|
| 1 | Unir partes del pantalón (Delantero y posterior) | Maquina overlock | 75 | Poliéster 100/2 |
| 2 | Cortar resorte de 3cm | Trabajo manual | - | -- |
| 3 | Pegar resorte en la pretina | Maquina overlock | 75 | Poliéster 100/2 |
| 4 | Cerrar pretina | Maquina recta | | Poliéster 100/2 |
| 5 | Pegar la basta | Maquina overlock | 75 | Poliéster 100/2 |

ANEXO B FICHA TEXTIL

| FICHA TEXTIL | |
|--|---|
| Diseñadora: Sonia Yanascual Colimba | Fecha: 01/07/2019 |
| Referencia: JERSEY 24/4 | <p>MUESTRA</p>  |
| Nombre del Textil: Body -Baby | |
| <p>Descripción: Body blanco, con manga larga, cruce en el hombro, lo que le permite introducir por la cabeza</p> | |
| <p>Composición: 100 % ALGODÓN</p> | |
| Ancho: 1.80 METROS | |
| <p>Proveedor: Textilandia</p> | |
| Talla: 0-1 años | |
| <p>Recomendado para elaborar: camisetas, ropa deportiva, ropa infantil</p> | |
| <p>Aprobado: SI</p> | |

ANEXO C MODE LO DE ENCUESTA



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “HONORABLE CONSEJO
PROVINCIAL DE PICHINCHA”**

Encuesta realizada por la estudiante Milena Rocío Yanascual, con el fin de encontrar los índices de demanda de ropa infantil en la Parroquia de Calderón dirigidas a mujeres entre 15 a 45 años.

Nombre _____

Edad entre 15 a 20 años____ 20 a 30 años____ 30 a 45 años_____

1 ¿Tiene niños en su casa?

- Si
- No

2 ¿qué parentesco tiene usted con el bebé y/o niños?

- Mamá
- Papá
- Tío (a)
- Abuelo (a)
- Primo (a)
- Amigo
- Conocido

3 ¿De qué edad? ¿Cuántos? Marque con un x

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--------------|---|---|---|---|---|---|
| 0 a 12 meses | | | | | | |
| 2 años | | | | | | |
| 3 años | | | | | | |
| 4 años | | | | | | |
| 5 años | | | | | | |
| 6 años | | | | | | |

4 ¿Le gustaría que existiera una empresa virtual exclusiva de ropa de bebe?

- Si
- No

5 ¿Cuántas empresas de ropa de bebe conoce en el sector donde usted vive?

- Mundo bebé
- PASA
- Neverland
- Pa Niños

6 ¿En qué basa su decisión de compra de ropa para su bebé y/o niños? Seleccione una sola opción.

- Precio
- Calidad
- Atención
- Lugar o punto de venta
- Diseño

7 ¿Dónde compra la ropa de su bebé y/o niños?

- Plataforma virtual
- Redes sociales
- Tiendas
- Centro comercial
- Boutiques
- Shopping

8 ¿Qué marca elige al comprar ropa de bebé y/o niños?

- Mundo bebé
- PASA
- Neverland
- Pa Niños
- No tiene preferencia de marca
- No recuerda

9 ¿Ha usado la red para investigar modelos de ropa de bebé?

- Si
- No

10 ¿Ha usado una plataforma digital para comprar ropa de su bebé y/o niños?

- Si
- No
- Cuantas veces 1__ 2__ 3__ más veces __

11 ¿Cuánto dinero destina mensualmente para la compra de ropa de su bebé y/o niños?

- 10 a 15 dólares
- 15 a 20 dólares
- 20 a 30 dólares
- Más de 30 dólares

12 ¿cómo se siente con las prendas que adquiere? Marque con una x

- Satisfecho nivel 25%__ 50% __ 75%__ 80%__ 90%__ 100%__
- Insatisfecho. Las cambiaría por un producto mejor si ____ no ____

13 ¿Cuáles la frecuencia de compra de ropa de su bebé y/o niños?

- semanal
- 1 mes
- 2 a 3 meses
- 5 meses
- 12 meses

14 ¿Ha que distancia ha comprado ropa de su bebé y/o niños?

- Cerca de su casa
- Se ha desplazado a algún lugar específico