



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR INFANTILES EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar el grado académico de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

MARLON GEOVANNY POSLIGUA SÁNCHEZ

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR INFANTILES EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar el grado académico de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: MARLON GEOVANNY POSLIGUA SÁNCHEZ

DIRECTOR: MGS. MARCO ANTONIO GONZÁLEZ CHÁVEZ

Riobamba – Ecuador

2023

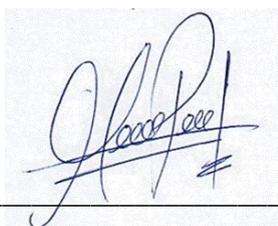
© 2022, Marlon Geovanny Posligua Sánchez

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca Derecho del Autor.

Yo, Marlon Geovanny Posligua Sánchez declaro que el presente trabajo de investigación es de mi autoría y los resultados son totalmente reales. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 06 de marzo de 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Marlon Geovanny Posligua Sánchez', is written over a light blue rectangular background. The signature is stylized and includes a horizontal line across the middle.

Marlon Geovanny Posligua Sánchez

CI: 171873530-9

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR INFANTILES EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO**, realizado por el señor: **MARLON GEOVANNY POSLIGUA SANCHEZ** ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

| | FIRMA | FECHA |
|--|--|--------------|
| Ing. Emma Lucía Ríos Sanipatín PRESIDENTE DEL TRIBUNAL |  | 2022-12-22 |
| MsC. Marco Antonio González Chávez DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN |  | 2022-12-22 |
| Mgs. Leonardo Efraín Cabezas Arévalo MIEMBRO DEL TRIBUNAL |  | 2022-12-22 |

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico en primer lugar a Dios. A mi madre María Sánchez, por ser mi heroína y una mujer de admiración que a pesar de los tropiezos siempre ha tenido razones para seguir de pie, por esa motivación emocional para no rendirme en el arduo camino académico y de la vida.

A mi Esposa Viviana Pareja, por ser un pilar de inspiración para seguir adelante en mi formación académica.

A mis Hermanos Ángel, Carlos, Jordán por darme un apoyo y confianza en mis metas y objetivos.

Marlon Posligua S.

AGRADECIMIENTO

Al Señor Todopoderoso por bendecir este objetivo propuesto y por permitirme llegar a culminar mi carrera profesional.

A mi madre por su apoyo en forma física y económica para mantenerme en el camino universitario. A mi director de tesis el Mgs. Marco Antonio González Chávez y al miembro el Ing. Leonardo Efraín Cabezas Arévalo por ser la pieza fundamental en la realización del presente trabajo de investigación, quienes supieron guiarme y apoyarme con sus conocimientos para la correcta culminación del presente trabajo.

Al señor José Alvear por brindarme ese apoyo moral, económico y acompañarme en el camino hacia cumplir mi objetivo de lograr una carrera universitaria.

Un agradecimiento a todas mis familiares y amigos que durante el trayecto de mi vida universitaria me apoyaron de una u otra manera con un granito de arena en mi formación personal y profesional, quiero darles las gracias por guiarme y acompañarme en este camino.

Marlon Posligua S.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|-------------------------|------|
| ÍNDICE DE TABLA | x |
| ÍNDICE DE GRÁFICO | xii |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xiii |
| ÍNDICE DE ANEXOS | xiv |
| RESUMEN | xv |
| ABSTRACT..... | xvi |
| INTRODUCCIÓN | 1 |

CAPÍTULO I

| | |
|---|-----------|
| 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL..... | 3 |
| 1.1 Antecedentes Investigativos..... | 3 |
| <i>1.1.1 Antecedentes Históricos</i> | <i>3</i> |
| 1.2 Planteamiento del problema..... | 5 |
| <i>1.2.1 Formulación del problema.....</i> | <i>6</i> |
| <i>1.2.2 Delimitación del campo de acción</i> | <i>6</i> |
| <i>1.2.3 Sistematización del problema.....</i> | <i>6</i> |
| 1.3 OBJETIVOS..... | 7 |
| <i>1.3.1 General.....</i> | <i>7</i> |
| <i>1.3.2 Específicos.....</i> | <i>7</i> |
| 1.4 JUSTIFICACIÓN..... | 7 |
| <i>1.4.1 Justificación teórica</i> | <i>7</i> |
| <i>1.4.2 Justificación metodológica</i> | <i>8</i> |
| <i>1.4.3 Justificación económica.....</i> | <i>8</i> |
| <i>1.4.4 Justificación Práctica.....</i> | <i>8</i> |
| 1.5 Marco Teórico | 9 |
| <i>1.5.1 Teoría de mercados</i> | <i>9</i> |
| <i>1.5.1.1 Mercado Perfectamente Competitivo</i> | <i>10</i> |
| <i>1.5.2 Teorías de Lawler Porter.....</i> | <i>10</i> |
| <i>1.5.2.1 Poder de negociación de los clientes</i> | <i>12</i> |
| <i>1.5.2.2 Poder de negociación de los proveedores.....</i> | <i>12</i> |
| <i>1.5.3 Teoría de reforzamiento de Skinner</i> | <i>12</i> |
| <i>1.5.4 El sector económico en el cantón Santo Domingo</i> | <i>13</i> |

| | | |
|---------------|---|-----------|
| 1.5.5 | <i>La industria textil en Santo Domingo de los Tsáchilas</i> | 14 |
| 1.5.5.1 | <i>Nivel de inversión en los establecimientos de prendas de vestir del cantón</i> | 15 |
| 1.5.6 | <i>La moda infantil en Santo Domingo de los Tsáchilas</i> | 16 |
| 1.5.7 | <i>Implementación tecnológica en la industria textil de Santo Domingo</i> | 16 |
| 1.5.8 | <i>Estrategias de Marketing</i> | 17 |
| 1.5.9 | <i>Mecanismos de control de administración de recursos</i> | 17 |
| 1.5.9.1 | <i>Mecanismos de limitación</i> | 17 |
| 1.5.9.2 | <i>Mecanismos de planificación</i> | 18 |
| 1.5.9.3 | <i>Mecanismos de partición</i> | 18 |
| 1.6 | MARCO CONCEPTUAL | 18 |
| 1.6.1 | <i>Definición de Creación de una empresa</i> | 18 |
| 1.6.2 | <i>Proyecto</i> | 19 |
| 1.6.3 | <i>Factibilidad</i> | 19 |
| 1.6.4 | <i>Confección de prendas de vestir</i> | 20 |
| 1.6.5 | <i>Ropa Infantil</i> | 20 |
| 1.6.6 | <i>Mercadotecnia</i> | 20 |
| 1.6.7 | <i>Proveedor</i> | 20 |
| 1.6.8 | <i>Estudio de Mercado</i> | 21 |
| 1.6.9 | <i>Análisis de Administración</i> | 21 |
| 1.6.10 | <i>Recursos</i> | 21 |
| 1.6.11 | <i>Mercado Potencial</i> | 21 |
| 1.6.12 | <i>Análisis Organizacional</i> | 21 |
| 1.6.13 | <i>Inversión</i> | 22 |
| 1.6.14 | <i>Presupuesto</i> | 22 |
| 1.6.15 | <i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i> | 22 |

CAPÍTULO II

| | | |
|------------|---|-----------|
| 2. | MARCO METODOLÓGICO | 23 |
| 2.1 | <i>Enfoque de investigación</i> | 23 |
| 2.2 | <i>Nivel de Investigación</i> | 23 |
| 2.2.1 | <i>Nivel relacional</i> | 24 |
| 2.3 | <i>Diseño de la Investigación</i> | 24 |
| 2.3.1 | <i>Según la manipulación de la variable independiente</i> | 24 |
| 2.3.2 | <i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i> | 25 |
| 2.4 | <i>Tipo de Estudio</i> | 26 |

| | | |
|---------|---|----|
| 2.4.1 | <i>Investigación Aplicada</i> | 26 |
| 2.4.2 | <i>Investigación de campo</i> | 26 |
| 2.4.3 | <i>Investigación Bibliográfica</i> | 27 |
| 2.5 | Población, Planificación, selección cálculo del tamaño de la muestra | 27 |
| 2.6 | Métodos técnicas e instrumentos de investigación | 28 |
| 2.6.1 | <i>Métodos e instrumentos de investigación</i> | 28 |
| 2.6.1.1 | <i>Método de Observación</i> | 28 |
| 2.6.2 | <i>Técnicas de Investigación</i> | 28 |
| 2.6.2.1 | <i>Encuesta</i> | 28 |

CAPÍTULO III

| | | |
|---------|---|----|
| 3. | RESULTADOS | 29 |
| 3.1 | ESTUDIO DE MERCADO | 29 |
| 3.1.1 | <i>Análisis e interpretación de los resultados</i> | 29 |
| 3.2 | Discusión de Resultados | 39 |
| 3.3 | Propuesta | 41 |
| 3.3.3 | <i>Objetivo</i> | 42 |
| 3.3.4 | <i>Pasos para realizar la documentación del proyecto.</i> | 42 |
| 3.3.5 | <i>Estudio de mercado</i> | 43 |
| 3.3.6 | <i>Análisis de la Demanda</i> | 44 |
| 3.3.6.1 | <i>Demanda actual de los productos</i> | 44 |
| 3.3.6.2 | <i>Proyección de la demanda</i> | 44 |
| 3.3.7 | <i>Análisis de la oferta</i> | 45 |
| 3.3.7.1 | <i>Proyección de la producción</i> | 46 |
| 3.3.8 | <i>Demanda insatisfecha</i> | 46 |
| 3.4 | La empresa y su organización | 46 |
| 3.4.1 | <i>La Empresa</i> | 46 |
| 3.4.2 | <i>Información de la empresa</i> | 46 |
| 3.4.2.1 | <i>Naturaleza del negocio</i> | 46 |
| 3.4.3 | <i>El Producto</i> | 47 |
| 3.4.3.1 | <i>Características del producto</i> | 47 |
| 3.4.3.2 | <i>Logotipo y slogan</i> | 47 |
| 3.4.4 | <i>Base filosófica de la empresa</i> | 48 |
| 3.4.4.1 | <i>Misión</i> | 48 |
| 3.4.4.2 | <i>Visión</i> | 48 |

| | | |
|---------|---|----|
| 3.4.4.3 | <i>Principios y valores</i> | 48 |
| 3.4.5 | <i>Aspectos legales</i> | 50 |
| 3.4.6 | <i>Estructura orgánica administrativa</i> | 51 |
| 3.4.6.1 | <i>Organigrama Estructural</i> | 52 |
| 3.4.7 | <i>Manual de funciones</i> | 53 |
| 3.4.8 | <i>Plan de marketing</i> | 64 |
| 3.4.8.1 | <i>Estrategias de Penetración</i> | 64 |
| 3.4.8.2 | <i>Estrategias de Posicionamiento</i> | 65 |
| 3.4.8.3 | <i>Marketing Mix</i> | 66 |
| 3.4.8.4 | <i>Precio del Producto</i> | 74 |
| 3.4.8.5 | <i>Análisis del entorno</i> | 76 |
| 3.4.8.6 | <i>Macroentorno</i> | 76 |
| 3.4.8.7 | <i>Microentorno</i> | 79 |
| 3.4.8.8 | <i>Localización del proyecto</i> | 84 |
| 3.4.8.9 | <i>Flujograma de procesos de producción</i> | 86 |
| 3.5 | ESTUDIO TÉCNICO | 88 |
| 3.5.1 | TAMAÑO DEL PROYECTO | 89 |
| 3.5.2 | INGENIERÍA DEL PROYECTO | 97 |
| 3.5.3 | Cadena de Valor | 98 |
| 3.5.4 | Estudio Económico - Financiero | 99 |

CAPITULO IV

| | | |
|-------|--|-----|
| 4. | EVALUACIÓN DEL PROYECTO | 117 |
| 4.1 | ÍNDICES FINANCIEROS | 117 |
| 4.1.1 | <i>Valor Actual Neto (VAN)</i> | 117 |
| 4.1.2 | <i>Tasa Interna de Retorno</i> | 118 |
| 4.1.3 | <i>Período de recuperación de la inversión (PRI)</i> | 119 |
| 4.1.4 | <i>Relación beneficio-costo (RBC)</i> | 120 |
| 4.1.5 | <i>Análisis de sensibilidad</i> | 121 |

CONCLUSIONES.....122

RECOMENDACIONES.....123

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLA

| | | |
|--------------------|--|-----|
| Tabla 1-2: | Manipulación de la variable independiente | 25 |
| Tabla 2-2: | Descripción de los símbolos de la fórmula de la muestra..... | 27 |
| Tabla 3-3. | Compra de ropa para niños..... | 30 |
| Tabla 4-3. | Frecuencia de compra | 31 |
| Tabla 5-3: | Característica de compra..... | 32 |
| Tabla 6-3: | Cantidad de prendas..... | 33 |
| Tabla 7-3: | Lugar de preferencia | 34 |
| Tabla 8-3: | Valor para pagar | 35 |
| Tabla 9-3: | Punto de venta | 36 |
| Tabla 10-3: | Pregunta definitiva..... | 37 |
| Tabla 11-3: | Medios de comunicación | 38 |
| Tabla 12-3: | Proyección de la demanda..... | 45 |
| Tabla 13-3: | Análisis de la oferta ponderada..... | 45 |
| Tabla 14-3: | Nomenclatura CIU..... | 47 |
| Tabla 15-3: | Manual de Función Gerente..... | 53 |
| Tabla 16-3: | Manual de función secretaria | 54 |
| Tabla 17-3: | Manual de Función Contador..... | 55 |
| Tabla 18-3: | Manual de Función Auxiliar | 56 |
| Tabla 19-3: | Manual de Función Supervisor de ventas..... | 57 |
| Tabla 20-3: | Manual de Función Vendedor..... | 58 |
| Tabla 21-3: | Manual de Función Vendedor externo | 59 |
| Tabla 22-3: | Manual de Función Especialista en Modas | 60 |
| Tabla 23-3: | Manual de Función Especialista en Corte | 61 |
| Tabla 24-3: | Manual de Función Operario | 62 |
| Tabla 25-3: | Manual de Función Diseñador | 63 |
| Tabla 26-3: | Precios mercado local | 70 |
| Tabla 27-3: | Flujograma de Procesos | 87 |
| Tabla 28-3: | Maquinas a Utilizar..... | 91 |
| Tabla 29-3: | Índice de Crecimiento | 98 |
| Tabla 30-3: | Depreciación de activos | 103 |
| Tabla 31-3: | Costo total..... | 104 |
| Tabla 32-3: | Valor de salvamento | 110 |
| Tabla 33-3: | Punto de Equilibrio año 1 | 111 |
| Tabla 34-3: | Punto de Equilibrio año 2 | 112 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 35-3: Punto de equilibrio año 3 | 113 |
| Tabla 36-3: Punto de equilibrio año 4 | 114 |
| Tabla 37-3: Punto de equilibrio año 5 | 115 |
| Tabla 38-4: Tasa mínima aceptable de rendimiento | 117 |
| Tabla 39-4: Análisis de sensibilidad..... | 121 |
| Tabla 40-4: Requisitos Sociedad Anónima | 131 |
| Tabla 41-4: Legalidad | 131 |
| Tabla 42-4: Patente Municipal | 132 |
| Tabla 43-4: Permiso de salud..... | 132 |

ÍNDICE DE GRÁFICO

| | |
|--|----|
| Gráfico 1-3: Compra de ropa para niños | 30 |
| Gráfico 2-3: Frecuencia de compra..... | 31 |
| Gráfico 3-3: Característica de compra..... | 32 |
| Gráfico 4-3: Cantidad de prendas..... | 33 |
| Gráfico 5-3: Lugar de preferencia..... | 34 |
| Gráfico 6-3: Valor para pagar..... | 35 |
| Gráfico 7-3: Punto de venta | 36 |
| Gráfico 8-3: Pregunta definitiva..... | 37 |
| Gráfico 9-3: Medios de comunicación..... | 38 |
| Gráfico 10-3: Pasos del proyecto. (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018)..... | 42 |
| Gráfico 12-3: Organigrama estructural..... | 52 |
| Gráfico 13-3: Cadena de valor de la empresa WILOX S.A..... | 99 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|---------------------|--|----|
| Figura 1-1: | Sector económico de Santo Domingo..... | 13 |
| Figura 2-1: | Ingresos por industrias..... | 14 |
| Figura 3-1: | Gasto capacitación..... | 15 |
| Figura 4-3: | Logo empresa..... | 48 |
| Figura 5-3: | Slogan Empresa..... | 69 |
| Figura 6-3: | Mapa de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas | 94 |
| Figura 7-3: | Superficie de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas | 94 |
| Figura 8-3: | Croquis de ubicación | 95 |
| Figura 9-3: | Terreno | 95 |
| Figura 10-3: | Plano de la Empresa (Planta Baja)..... | 96 |
| Figura 11-3: | Plano de la Empresa (Planta Alta) | 97 |

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: PROTOTIPO

ANEXO C: COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS DEL PROYECTO

ANEXO D: MINUTA

ANEXO E: PROCEDICIMIENTO INICIAL

RESUMEN

La presente investigación se enfocó en el objetivo principal de determinar la factibilidad para la creación de una empresa de confección y comercialización de prendas de vestir infantiles en la ciudad de Santo Domingo. La investigación se efectuó bajo los lineamientos metodológicos de una investigación con enfoque de carácter mixto (cualitativo y cuantitativo), nivel de investigación descriptiva, tipo de estudio de campo, bibliográfica, y aplicada, con el método deductivo, además se utilizaron técnicas de investigación como la observación, entrevista y la encuesta. Los principales resultados obtenidos determinaron que el 94.3% de las personas encuestadas adquieren o han adquirido ropa para niños. Mediante estas técnicas se permitió identificar cuáles son las preferencias y gustos al momento de adquirir ropa infantil ya sea para sus hijos o para familiares por eventos planificados tomando en cuenta al estrato social donde pertenecen. La propuesta contiene para la puesta en marcha de la empresa los aspectos legales, organizacionales y técnico financiero, de tal forma que la empresa cubra la demanda insatisfecha presentada. Se necesita para la puesta en marcha \$ 189 875,25 de la industria textil, la cual tendrá una capacidad inicial de producción de 10138 prendas infantiles al primer año, el proyecto cuenta con un VAN de \$ 13935,71 un TIR de 20%, la Relación Costo –Beneficio es de \$0,72 por cada dólar invertido, además de un Periodo de Recuperación de la Inversión de 4 años 1 meses, llegando a la conclusión que el proyecto es factible. Se recomienda aprovechar el nicho de mercado existente para evitar la salida de divisas en marcas internacionales, brindar fuentes de empleo y revalorizar la producción local.

Palabras clave: <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <PREFERENCIAS Y GUSTOS>, <NICHO DE MERCADO>, <ROPA INFANTIL>, <MERCADO>.



07-03-2023

0459-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

This research focused on the main objective of determining the feasibility of creating a company for the manufacture and marketing of children's clothing in the city of Santo Domingo. The research was carried out under the methodological guidelines of a mixed approach research (qualitative and quantitative), descriptive research level, field study type, bibliographic, and applied, with the deductive method, in addition, research techniques such as observation, interview, and survey were used. The main results obtained determined that 94.3% of the people surveyed purchase or have purchased children's clothing. Through these techniques it was possible to identify their preferences and tastes when acquiring children's clothing for their children or for family members for planned events, taking into account the social stratum to which they belong. The proposal contains the legal, organizational as well as technical financial aspects for the start-up of the company, so that the company can cover the unsatisfied demand presented. It is needed for the start-up of the textile industry \$ 189,875.25, which will have an initial production capacity of 10138 children's garments in the first year, the project has an NPV of \$ 13935.71 an IRR of 20%, the Cost-Benefit Ratio is \$0.72 for each dollar invested, in addition to a Payback Period of 4 years 1 month, concluding that the project is feasible. It is recommended to take advantage of the existing market niche to avoid the outflow of foreign currency in international brands, provide sources of employment and revalue local production.

Key words: <FACTUALITY PROJECT> <PREFERENCES AND TASTS> <MARKET NICHE> <CHILDREN'S CLOTHING> <MARKET>.



Luis Fernando Barriga Fray

0603010612

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación parte de la problemática existente en las industrias manufactureras textiles de la provincia de Santo Domingo, de tal forma que los consumidores locales optan por adquirir prendas de vestir infantiles de marca internacional dejando a un lado los productos con mano de obra ecuatoriana. El diseño de ropa para niños es de suma relevancia para quienes conforman su entorno familiar de manera que demuestra su cultura y su personalidad, pero los materiales textiles son de muy baja calidad, debido a que, con la tecnología y la búsqueda de mayor ganancia, son cada vez compuestos por más químicos, los cuales causan daños al contacto de la piel e irritación para los infantes.

La participación de infantes dentro de la moda ha tenido un mayor alcance, sin embargo, no ha sido debidamente enfocado en el mercado puesto que los precios son demasiado altos, con diseños muy clásicos, y con cavados de mala calidad en la categoría de prendas de vestir infantiles. En la actualidad resulta rentable desarrollar proyectos textiles que sean condicionantes a la moda ecuatoriana e internacional por lo cual en este proyecto se ha priorizado la vestimenta infantil con un enfoque diferente y único por lo que se ha planteado mejorar los niveles de producción evitando en lo mayor posible los desperdicios, es indispensable tener estrategias innovadoras que favorezcan la calidad en proceso y en producto para satisfacer la demanda actual de la provincia.

La presente investigación está enfocada en comprobar el PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR INFANTILES EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, que cumpla con las expectativas de los clientes en precios y elegancia. Aunque el sector manufacturero textil de la ciudad se encuentra sesgado por las empresas de otras provincias que ofertan productos con un precio demasiado alto sin estándares de calidad, provoca que exista una inconformidad en los usuarios por tratarse en los mejores casos de una prenda para sus hijos, optando por adquirir vestuario con marca internacional y con precios elevados. esto ocasiona que exista una demanda insatisfecha en el mercado siendo beneficioso para que el presente proyecto sea aceptado, para lo cual se desarrolló los siguientes capítulos.

CAPITULO I: EL PROBLEMA, Esté capítulo comprende el planteamiento del problema en el cual se analiza la situación actual del tema planteado desde una perspectiva general y específica. La justificación es la parte en donde se recalca las razones por la cuales es necesario realizar

este tipo de trabajo investigativo que permita resolver dicho problema. En este capítulo también constan el objetivo general y específicos de la investigación es decir lo que se pretende lograr al final de la investigación.

CAPITULO II: MARCO TEORICO – CONCEPTUAL, Es la parte en el que se detalla los temas relacionados con el trabajo de investigación realizado por los diferentes autores cuya información proporcionara ayuda en la aplicación métodos y estrategias al momento de plantear solución al problema.

CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO, En esta parte se menciona la forma como se va a desarrollar la investigación es decir la metodología, instrumentos y modalidad empleada en la investigación como una parte clave para la obtención de los resultados finales de la investigación.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO, En el último capítulo se visualiza el estudio de mercado, estudio administrativo estudio económico financiero con el cual se puede determinar la viabilidad del proyecto y con estos resultados redactar las conclusiones y recomendaciones del trabajo investigativo.

La ejecución de la idea del negocio textil revela beneficios socioeconómicos transformados en fuentes de empleos y oportunidades de progreso para la provincia, quienes buscan mejorar su condición de vida actual sin comprometer al medio ambiente en el que está inmersa, basándose en el desarrollo sostenible sin perjudicar los recursos para las futuras generaciones. La propuesta pretende cubrir la actual demanda insatisfecha, a través de un producto de calidad, que cumpla con las expectativas y requerimientos de los clientes.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes Investigativos

1.1.1 *Antecedentes Históricos*

En el Ecuador las sociedades identifican al segmento infantil con diferentes expectativas sociales que hacen en su etapa de desarrollo tenga relación con sus destrezas y habilidades y así también de cómo deben actuar y vestir. Por tanto, la vestimenta infantil es un dependiente de la moda actual desde los siglos pasados y que actualmente juega un papel importante tanto para los infantes como para los padres de familia por su significado, su personalidad y su elegancia.

La moda infantil a través de los años ha evolucionado en gran cantidad, partiendo del hecho que los infantes tienen criterios propios y una libertad de escoger sus prendas de vestir de acuerdo con su personalidad. Esto es desde el siglo XVIII cuando empieza a verse más clara la presencia de los niños en la moda, recordemos que en este mismo siglo encabezó el boom del estilo marinero tanto en niñas como en niños representado por un color blanco representando seguramente el simbolismo de pureza en la religión. En los inicios del siglo XVIII comenzó el modo de vestir contemporáneo juvenil, a partir de estilos con muchos colores y con distintivos novedosos, brindando una diferencia en su personalidad, esto dio paso a nuevas empresas con el fin de fabricar pequeños atuendos que puedan ser comercializados en el mercado textil.

En Ecuador el sector textil se encuentra en el segundo lugar de las categorías que genera más empleo, con 174.56 puestos de trabajo que representan el 21 % de los que produce la industria manufacturera de Ecuador. (León, 2017). El crecimiento de las industrias de la confección ha tardado mucho tiempo en generar nuevas técnicas de alta costura, incrementando así de a poco las fuentes de empleo para la sociedad, sin embargo, es necesario mencionar que la rama de la costura es vista como una de las más importantes, pero poco considerada en la cultura ecuatoriana.

En la ciudad de Santo Domingo, no se registra antecedentes de haberse implementado algún proyecto de factibilidad para la creación de una empresa fabricación y comercialización de prendas de vestir de categoría infantil. Es necesario recalcar que lo clásico se ha mantenido a

través de las décadas en el mercado de la moda infantil del país, los vestidos y los conjuntos deportivos en colores llamativos destellan la alegría de esta etapa infantil. Existen marcas ecuatorianas y extranjeras que diseñan y fabrican este tipo de prendas de vestir, muchas veces la compra de ropa es destinada para usarlas en días especiales, como reuniones, celebraciones y fiestas infantiles.

Un aspecto clave para este trabajo es que el mercado infantil es sumamente interesante de manera que la tasa de natalidad aumenta a medida de los años en la provincia Tsáchilas lo cual hará que este proyecto se mantenga estable a largo plazo, esto significa que existen una cantidad numérica de niños potenciales ansiosos de nuevas prendas de vestir.

Según el autor (Rodríguez P. , 2015, pág. 19) nombra en su trabajo de grado que “en cuanto al presente y futuro de este tipo de comercio podemos decir que está en plena expansión y se augura que seguirá creciendo. Las plataformas sociales, las comunicaciones móviles y todo lo relacionado a la cibernética está cambiando las costumbres de consumo de la sociedad. El uso de internet cada vez es mayor y las personas aumentan la confianza en este sistema para satisfacer su necesidad personal ya sea con adquisiciones o logros profesionales que nos brinda este servicio. El constante desarrollo de factores como redes inalámbricas, implementación de técnicas electrónicas, reducción de costos, seguridad, etc. ha alterado positivamente la actitud general hacia el Internet y el e-commerce”.

Para el autor (Janeth, 2014, pág. 9) “La propuesta de creación de la empresa no solo busca aportar con el desarrollo empresarial de la ciudad de Santo Domingo, sino también incursionar en el sector textil con una nueva perspectiva de innovación conjunta con los colaboradores y como una nueva alternativa para los consumidores en elegir prendas más vistosas y de calidad tanto el mercado interno como fuera del entorno por tal el nivel de aceptación del proyecto es alto y se presenta una nueva alternativa de desarrollo, generando plazas de empleos y siendo un aporte a distribuidores y consumidores”.

Por lo tanto, como se puede apreciar en las dos tesis citadas anteriormente, la creación de industrias textiles, así como las prendas de categoría infantil son un tipo de comercio que no es estático, ya que constantemente está cambiando para ofrecer mejores productos o servicios a una sociedad cada vez más exigente, asegurando así que las pocas empresas que se desempeñan en este giro de negocio, obtengan mayores beneficios en algunos factores acorde a la demanda actual de la población indispensable para la creación de una nueva empresa de ropa para niños.

1.2 Planteamiento del problema

Las prendas de vestir de los niños se han convertido en la principal fuente de ingresos económicos para las empresas de ese sector en la ciudad de Santo Domingo provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, principalmente debido al aumento de natalidad que los datos estadísticos simbolizan en esta ciudad. Esto representa una gran importancia a los padres de familia y a los niños en adquirir prendas de vestir infantiles para mantener una buena presentación en todo momento, sin perder la relación con la moda internacional y su aspecto cultural.

En Santo Domingo escasean las industrias dedicadas a este tipo de actividad de manera que para satisfacer las necesidades en vestimenta infantil los comerciantes están obligados a proveerse de productos de vestir de empresas fuera de ámbito local. Los tiempos de entrega y la inexistencia de los sistemas de control de calidad generados por procesos de producción deficientes determina una gran insatisfacción de los comerciantes y clientes dando un alto coste en el producto terminado y en el precio final, resultando que con corta diferencia se iguale a los productos textiles importados.

Es importante determinar la complejidad que se encuentra dentro del proceso productivo de las prendas de vestir, es decir, las técnicas de confección, los materiales y las maquinarias son obsoletas, sin mencionar la carencia apoyo de parte del gobierno. Las pocas empresas relacionadas en este ámbito se esfuerzan por cumplir con todos los parámetros de certificación y de aquello estos puedan ser atractivos para el cliente.

Por tanto, las industrias textiles en general tienen muy poco interés hacia la innovación e inversión de sus productos o procesos, dejando a un lado las exigencias actuales de los usuarios que son cada vez más altas debido a los cambios culturales de la población y a las tendencias del mercado internacional.

El inconveniente incurre antes de que entremos en las líneas de producción, como ya lo mencionamos, pero el principal factor es la materia prima de mala calidad que se adquiere por ser más económicos, produciendo el efecto reverso, es decir, desperdicios y altos costos. Estas prendas son la que mayormente circula en los almacenes de la ciudad de Santo Domingo generando insatisfacción en el cliente por sus defectos que se captan cuando el consumidor ya ha adquirido el producto.

Los pequeños productores propios de la ciudad de Santo Domingo no cumplen con las expectativas de los clientes, debido a que se encuentran lejos de alcanzar a su competencia nacional, a causa de que estos fabrican la cantidad de sus productos en masa, haciendo en que se reduzca los costes en todos sus procesos de la cadena de suministro que las empresas manufactureras contienen.

Se identifica un nicho de mercado atractivo para emprender y satisfacer necesidades de las mujeres embarazadas, padres de familias y niños, en el ámbito de vestimenta a nivel local, provincial y nacional, por lo que es necesaria la realización de un estudio de factibilidad que permita determinar a los clientes potenciales y procedimientos para la creación de la empresa textil y viabilidad financiera de la misma en la ciudad de Santo Domingo. Por tal razón para el diseño y la producción de una nueva prenda va a estar en función de este atractivo al que me refiero, no solo porque se les provee de productos duraderos y de calidad, sino que constituya un confort y una seguridad en la satisfacción física de los infantes del hogar.

1.2.1 Formulación del problema

¿La puesta en marcha con los recursos necesarios de esta inversión, favorece la propuesta de este proyecto?

1.2.2 Delimitación del campo de acción

La investigación contiene un margen objetivo el mismo que se desarrolla en una importante ciudad del Ecuador, se busca determinar si es factible implementar una empresa que confeccione y comercialice ropa para niños.

1.2.3 Sistematización del problema

- ❖ ¿Cuál son los métodos o mecanismos de administración que se va a implementar para la creación de la industria textil?
- ❖ ¿Qué tipos de herramientas se utilizará para la creación de la empresa?
- ❖ ¿Cómo establecer funciones de los colaboradores para la mejora de la gestión administrativa y eficiencia de esta?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General

- ❖ Identificar la viabilidad para el establecimiento de una fábrica textil direccionada únicamente a prendas de vestir infantiles en la ciudad de Santo Domingo.

1.3.2 Específicos

- ❖ Desarrollar la revisión bibliográfica documental en relación con la industria textil en el cantón Santo Domingo.
- ❖ Distinguir las prendas de vestir de mayor aceptación, así como los modos vestir, los colores más vendidos y sus precios, para comprobar si favorece la puesta en marcha de la empresa textil.
- ❖ Determinar cómo se llevará a cabo la implementación de la fábrica textil, su capital inicial, sus leyes, el equipo de trabajo y su organización interna necesarias para el funcionamiento de esta.

1.4 JUSTIFICACIÓN

1.4.1 Justificación teórica

La implementación de métodos, así como la utilización de argumentos de diversos autores, recopilados en investigaciones y estudios permitirá plasmar de forma clara y concisa la creación de la empresa de industria textil, pues este, presenta la información básica de antecedentes, atribuciones, delegación de funciones, responsabilidades, niveles de autoridad, competencias y habilidades de cada puesto de trabajo, evitando con ello generar gastos innecesarios para la empresa.

El trabajo se justifica teóricamente gracias a que se aportará información basada con referencia verídica y debidamente sustentada en libros y artículos, escritos y virtuales de autores como: Janneth A. Viñán, Juan A. Ávalos, Delgado Guña, D, Zambrano Cabrera, A, entre otros, en los cuales se fundamentará su contenido para implementar estrategias compuestas por resultados beneficiosos para la industria textil.

1.4.2 Justificación metodológica

El proyecto estará basado en un enfoque metodológico de manera que permitirá recopilar la información adecuada para la elaboración de este, por tal motivo se usarán los métodos bibliográfico, documental, descriptivo y de campo, apoyando a que la investigación no cuente con probabilidades de error, orientando a la industria textil en general en convertirse en un sector bastante competitivo.

Se prevé que la investigación sea de carácter cualitativa y cuantitativa, para lo cual también se usarán diversos instrumentos y herramientas que permita obtener una información veraz y objetiva.

1.4.3 Justificación económica

Desde el punto de vista económico se busca establecer una empresa capaz de generar empleo, rentabilidad para su propietario y liquidez que permita su expansión en el mercado local. En lo Nacional, el mercado ecuatoriano está compuesto por factores económicos que interactúan entre ellos, que afectan el funcionamiento y desempeño del proyecto. Se deberá analizar el entorno en que las empresas se desenvuelven, analizando ventajas y desventajas de la fabricación y comercialización de prendas infantiles.

A través de esta investigación, se pretende conocer un mercado potencial para la comercialización de prendas de vestir de niños, además de las normativas y requerimientos financieros para la implementación de nuevos productos, con calidad y calidez, aplicadas por estrategias administrativas contribuyendo a perfeccionar el ratio financiero de la empresa.

1.4.4 Justificación Práctica

El presente estudio permitirá validar ciertas variables que solamente ocurren en el campo operativo de tal manera que se podrá apreciar como los clientes distinguen el mercado específico para realizar su compra. Además, se contará con la intervención de las microempresas y medianas empresas del centro de la ciudad de santo domingo para conocer a profundidad la clasificación de las prendas infantiles que existe hasta la actualidad, así también como investigar que categoría es la más vendida en nuestro mercado. Se espera generar una conformidad entre los usuarios que adquieren este

producto con materiales de calidad y a buenos precios, vista de otra manera generar fuentes de empleos para crear desarrollo de cada familia.

1.5 Marco Teórico

El presente estudio se va a fundamentar en los principios de (Pineda & Jara, 2010), con el libro *Prospectiva y Vigilancia Tecnológica en la Cadena Textil – Confecciones* quien menciona que la moda es y ha sido un sistema fundamental utilizado por todos para mostrar nuestra identidad y cultura, además que se comienza con la identificación de las tendencias tecnológicas en el cada eslabón de la cadena productiva de la ropa en general como requisito para competir en el mercado global.

Este proyecto estaba basado en un nuevo enfoque hacia los materiales e innovación de los productos terminados, en este caso las prendas de vestir de los niños de 0 a 9 años conjuntamente acompañado de nuevas tecnologías que generen mayor eficiencia y mayor cuidado con el medio ambiente, es necesario recalcar que existen para este 2020 un total de 12 empresas destinadas a la fabricación de este mismo producto del cual son solo 7 las empresas que dedican todo su tiempo solamente a las prendas de vestir de infantes haciendo que exista una demanda insatisfecha en el mercado de Santo Domingo.

Es necesario añadir que la presente propuesta tiene su fundamentación teórica respaldada por teorías administrativas que serán aplicadas a la creación y el desarrollo de la empresa, dentro de ellas existen:

1.5.1 Teoría de mercados

Esta propiedad se basa en los modos de producción, las grandes fábricas y la economía de producción industrial llevados de mano con el sistema capitalista de tal forma que la explotación de recursos de manera moderada y organizada por parte de las autoridades estatales llevan a un bienestar poblacional elevada pero aquí surgen diferentes problemas sociales como la desigualdad en precios, la inflación y otros determinantes que estancan el desarrollo de un país.

La característica más importante de este sistema son que los precios están fijados por la autoridad central. La propiedad de los medios de producción y de distribución es colectiva y el titular suele ser el estado siendo este el que toma las decisiones. La distribución del producto social es decidida por los planificadores y el objetivo de las empresas no es el de maximizar el beneficio sino cumplir los planes de producción. (Durán, 2016)

El equilibrio del mercado produce un excedente esencialmente en el valor bruto dependiendo si este no incurre en fallos del mercado.

Existe dentro de esta teoría un poder de mercado diferente a la esencia, esto en base a las externalidades que se enfocan en las decisiones de profesionales externos y que pueden variar según el entorno, esto refleja resultados positivos y también negativos, que son originarios al desplazar la curva o el equilibrio entre los precios y la demanda actual, desde otra perspectiva la oferta y la demanda no generan bien al valor para el consumidor y el costo para el comerciante hace que el mercado sea deficiente.

Todas aquellas externalidades en los mercados pueden ser resueltas por instituciones privadas, en el caso de nuestro país Ecuador, los derechos del mercado se rigen a darle prioridad al consumidor y no al vendedor haciendo que estas externalidades tomen fuerza incumpliendo las condiciones de mercado perfectamente competitivo.

1.5.1.1 Mercado Perfectamente Competitivo

“Un mercado perfectamente competitivo es aquel en el que existe diversos compradores y vendedores que ofrecen productos iguales o parecidos, por lo que cada uno ejerce una atribución insignificante en la determinación del precio del mercado. Al mismo tiempo, ningún comprador puede influir en el precio puesto que solo compra en pequeñas cantidades” (Durán, 2016).

Este sistema conlleva a que las empresas puedan entrar y salir libremente de nuestro mercado nacional ya que los bienes que se ofertan son casi todos similares.

1.5.2 Teorías de Lawler Porter

Para Lawler y Porter (1997) la satisfacción del trabajo es el entorno más relevante en función del valor y contexto de los premios que obtiene en resultado del esfuerzo del trabajo propio y por otra parte de las que debería ser (p. 33).

Esta teoría presenta la novedad de distinguir las relaciones entre los resultados extrínsecos de las situaciones laborales, adjuntando resultados intrínsecos en el proceso motivacional. El resultado extrínseco es considerado como una masa de recompensas monetarias o complementos por méritos indirectos como pagos, salarios, incentivos que recibe una persona y que es necesaria para lograr que los trabajadores lleven a cabo tareas y metas que propuestas por la organización.

Por otro lado, el resultado intrínseco representa una magnífica herramienta para lograr aumentar el conocimiento entre los colaboradores de manera que estos superen cualquier barrera que se les presenten mientras realizan las actividades indispensables para la organización.

Esta teoría menciona que existe una relación entre el rendimiento, la satisfacción y las recompensas, destacando la importancia de tener empleados que lleven a cabo trabajos para los que posean las habilidades apropiadas. Los logros deben ser distribuidos de forma responsable, por lo cual es importante medir el desempeño tanto grupal como individual. Si los colaboradores no observan ninguna retribución de recompensas, ellos pensarán que no vale la pena esforzarse.

Es un modelo complejo que combina factores intrínsecos con factores extrínsecos y su forma utiliza aspectos específicos de la teoría de la jerarquía de las necesidades, de los factores, la del refuerzo y la de las expectativas dentro de la empresa.

El proceso del modelo los caracteriza por empleados con expectativas sobre el resultado que tendrá un esfuerzo efectivo en el trabajo. Estas expectativas son el complemento de la motivación y que través del esfuerzo el colaborador obtiene su mejor rendimiento. Si dentro de la empresa existe equidad en la retribución de recompensas, se obtendrá un rápido cumplimiento de metas y la recompensa creará nuevas expectativas para comportamientos futuros.

Las satisfacciones que se obtienen pueden ser intrínsecas como extrínsecas. Por tal la unidad de Talento Humano debe revisar periódicamente las necesidades de los empleados para que no se produzca la extinción de la motivación.

1.5.2.1 Poder de negociación de los clientes

Es un instrumento que analiza los diferentes puntos estratégicos del consumidor para alcanzar un acuerdo, se trata de un intercambio de información con intereses comunes de manera que el cliente se convierta en el eje principal de la empresa. La principal característica de este propósito es el equilibrio de poder, esto es específicamente relevante cuando analizamos a la parte contraria con nuestras ofertas como, por ejemplo, a través de promociones en descuentos, notas de crédito, entregas y otras formas de aumentar los volúmenes de compra.

Hay que considerar que en Ecuador existen muy pocas tiendas exclusivas de ropa infantil por lo que buscaremos implantar una ventaja competitiva entre cliente y empresa de manera que el acuerdo no afecta a la rentabilidad de la empresa textil.

1.5.2.2 Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores son considerados una variable muy importante para la creación de una empresa ya que son ellos quienes nos abastecen de implementos necesarios para el funcionamiento y posicionamiento de la empresa, para ello es necesario la existencia de un pacto para evitar inesperados contratiempos.

En la ciudad de Santo Domingo existen muy pocos proveedores de tela en general, lo que obligatoriamente conlleva a buscar abastecimiento de materia prima en la capital ecuatoriana, la gran cantidad de proveedores dispuestos a negociar es un punto que consideramos para incidir a estos lugares tal como lo hacen las grandes empresas conocidas por sus marcas. La ventaja de usar proveedores nacionales en muchas de las veces es la renegociación, comprar grandes cantidades para obtener significativos descuentos, evitando presiones o pérdidas que puedan generarse por el incumplimiento de los contratos pactados con los proveedores.

1.5.3 Teoría de reforzamiento de Skinner

Este método es basado por el psicólogo B.F. Skinner quien menciona que los colaboradores pueden ser motivados a través de un diseño apropiado en su ambiente de trabajo y mediante la balanza de su desempeño, y que el castigo por un mal desempeño conlleva resultados negativos. Skinner también direcciona a que para determinar el actuar de los trabajadores se debe corregir o eliminar áreas problemáticas y obstáculos en las actividades que se ha encargado al personal de la organización, para después establecer metas específicas con asistencia y participación de todos los colaboradores, poniendo a disposición la retroalimentación sobre los resultados

positivos, y las mejoras en el desempeño. Este desempeño debe ser reconocido sin importar el puesto.

Esta técnica es muy útil y ayuda a motivar aquellos que están involucrados en problemas de la compañía contribuye además al mantener una buena administración, mantiene controlada la organización y planificación y ayuda a expandir la comunicación. Apareta demasiado fácil de aplicar este modelo, pero muchos administradores y gerentes se muestran escépticos acerca de su efectividad, sin embargo, el número de compañías destacadas ha encontrado benéfico el enfoque.

1.5.4 El sector económico en el cantón Santo Domingo

Las principales actividades de esta población es la agricultura, la ganadería y el comercio, conocido por ser la zona con mayor pluviosidad del país, y por estar ubicado en un centro estratégico para la capital del Ecuador hacia otras provincias aledañas. En los últimos años se ha fortalecido las estrategias para aumentar la producción de las industrias y la manufactura de la ciudad. Por otra parte, este sector tiene su fuerte en el comercio, la prestación de servicios y la manufactura como se lo muestra a continuación:

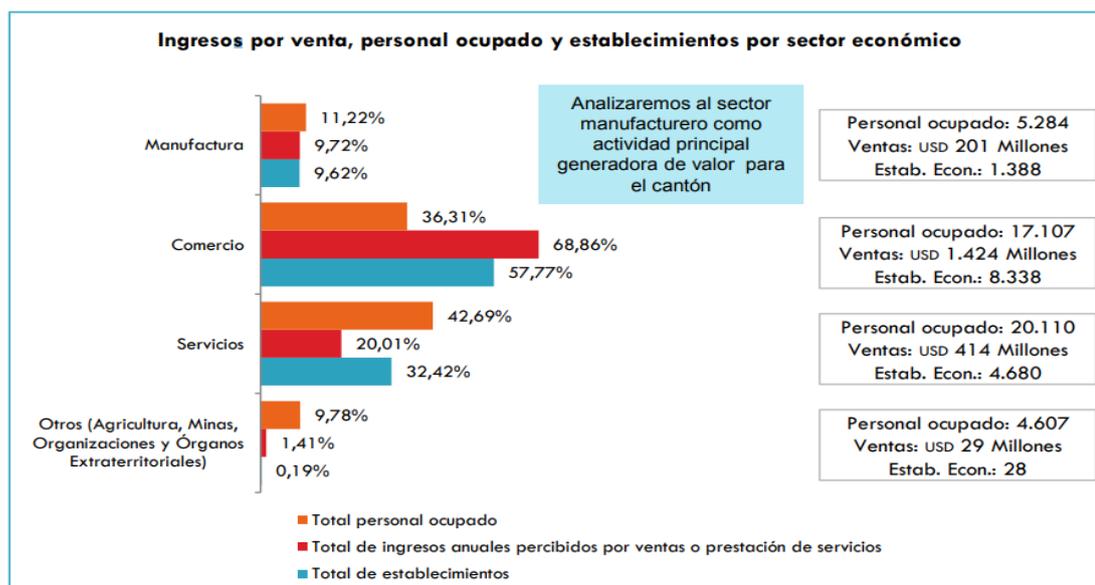


Figura 1-1: Sector económico de Santo Domingo

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

En la figura 1 se puede observar a la mayor actividad que realiza esta zona es la intermediación resaltándose las microempresas, debido a que adquieren productos ya elaborados en otras provincias, dado por su facilidad de generar ingresos y el escaso capital de inversión para

implementar un negocio manufacturero en el mercado, esto significa que la cadena de valor de la producción textil causa un valor al precio final de las prendas de vestir generando inconformidad a consecuencia de valores elevados.

1.5.5 La industria textil en Santo Domingo de los Tsáchilas

En una encuesta económica realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en 2010, se detalla que la fabricación de prendas de vestir para ese año registra ingresos por tres millones de dólares, un valor poco relevante no considerado para los pequeños productores. La potestad de las microempresas en el mercado local es nula debido a que existe una competencia desleal, que por su capacidad financiera no pueda obtener contratos con proveedores que generalmente ofertan sus productos con otros precios a los que no se encuentra en la ciudad de Santo Domingo. Dicho en otras palabras, los productores minoristas de prendas de vestir buscan preferentemente ser el intermediario en esta actividad por la facilidad que esta acción comprende, quedándose con pocas ganancias y revocando el poder de emprender de los artesanos de la ciudad. Esto dirige a la población a que acudan a los centros comerciales donde la mayor parte de prendas infantiles son importadas y con precios elevados accionando a que se efectuó la fuga de capitales y la desconsideración de adquirir artículos elaborados en el país.

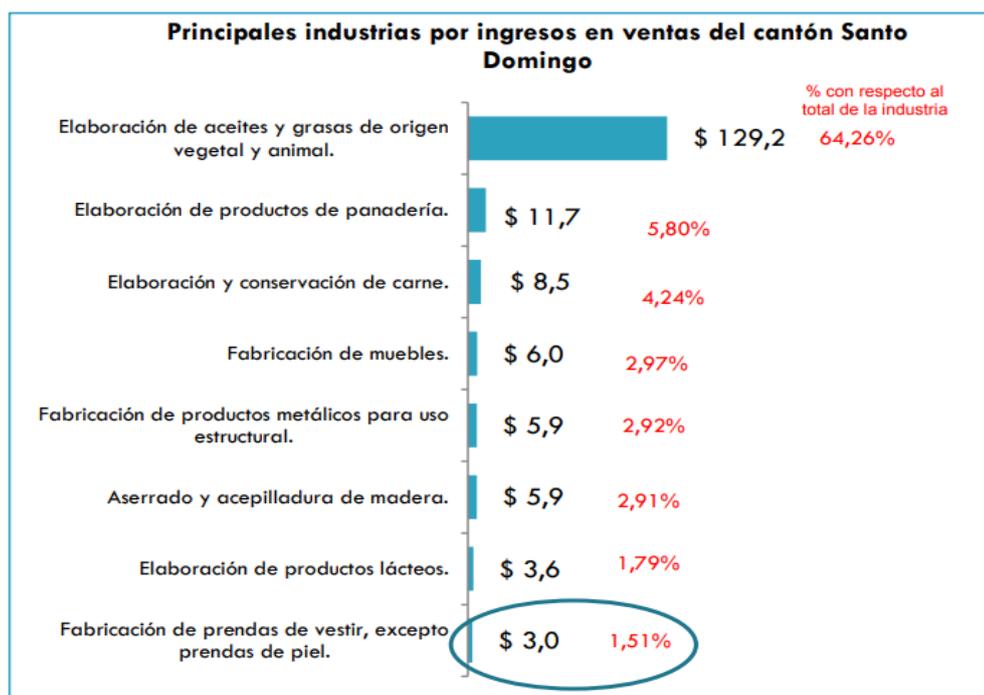


Figura 2-1: Ingresos por industrias

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Existen datos verificados que para la fecha del año 2010 hay 273 establecimientos económicos entre fabricantes y comerciantes de la actividad textil, según nos muestra el INEC y estos al pasar el tiempo han decrecido paulatinamente debido a factores económicos y políticos que la ciudad y el país atraviesa. Vale la pena aclarar que solamente el 7,3% se dedican a la producción de prendas infantiles en la ciudad de Santo Domingo puesto que sus causantes se deben a la falta tecnología para elaborar estos productos, así como a la falta de capacitación que se resalta en los confeccionistas de la provincia.

1.5.5.1 Nivel de inversión en los establecimientos de prendas de vestir del cantón

Según los datos que nos ha proporcionado el Instituto Nacional de Estadística y Censos para el 2009 los empresarios manufactureros de la industria textil del total de entidades que existe en la ciudad, solamente el 2,95% invierte en capacitación del personal, el mismo que prevalece un desconocimiento de las nuevas formas tecnológicas de producción de prendas, que impide avanzar y competir en relación con las provincias que rodea Santo Domingo acercándose cada vez más al punto del declive. Hay que resaltar que el gasto en investigación y desarrollo es nulo como se lo muestra en la Ilustración 3, consecuentemente cada día las empresas se acercan a la pendiente del fracaso, el resultado es evidente ocasionando que no se desarrolle nuevas fuentes de empleo, nuevos profesionales en la moda y rama textil y nuevas formas de innovación para permanecer en el mercado.

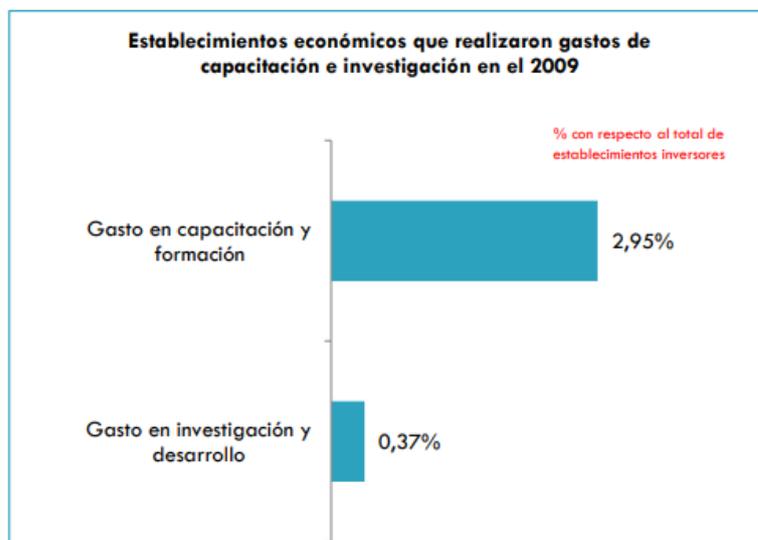


Figura 3-1: Gasto capacitación

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

1.5.6 La moda infantil en Santo Domingo de los Tsáchilas

Según datos de la revista española (Plaza, s.f.) la moda infantil es un negocio que está en expansión por todo el mundo, cada día con ayuda de los medios digitales se aprecia grandes cambios en la fama de la moda que ahora se comparte con los jóvenes y niños, demandando gran cantidad de consumidores. Para la ciudad de Santo Domingo se convierte en una riqueza aun no descubierta en su totalidad, ya que en la situación actual que vivimos y por nuestras diferentes formas de pensar y vestirnos, nuestra cultura nos compromete mantener una imagen cada vez más adecuada.

Por un lado, el mercado local nos y enfoca en estas directrices culturales más bien estos pequeños emprendedores buscan lanzar productos con bajos precios sin tener en cuenta la moda ni la calidad en materiales de cada prenda de vestir.

Por otro lado, la ubicación de la ciudad por su condición geográfica cálida – húmeda, la categoría que más prevalece es la semi casual y deportiva por tal este estudio ira enfocado transforma la monogamia de ciertos grupos sociales, introduciendo prendas icónicas con lanzamientos de productos nuevos cada mes para incrementar nuestra aceptabilidad en la población.

1.5.7 Implementación tecnológica en la industria textil de Santo Domingo

El avance de las tecnologías ha ayudado al sector textil a fortalecerse, al contrario que las herramientas de uso artesanal o manual hace que retrase la fabricación de un producto y que este salgo de la calidad no deseada, es lo que despunta en virtud de los procesos de las fábricas de Santo Domingo. Por tal en este proyecto se aplicará la implementación de tecnologías inmersivas tales como realidad virtual, entre otras, el objetivo de esto es concebir que los clientes puedan observar de manera dimensional las prendas aun no fabricadas para su uso, de igual forma se llevara a cabo estrategias de e-commerce, método escaso en las tiendas de ropa del cantón, en la forma que las prendas puedan apreciarse en la página web que estaría posteriormente a crearse.

La automatización y la tecnología nos han llevado a un punto de adaptación en todos los entornos, pues, para la industria textil adaptarse a la digitalización y la robotización de sus procesos ha conllevado múltiples desafíos para el pueblo ecuatoriano puesto que las empresas son cada vez más grandes en términos de capitalización de mercado, consecuentemente pequeñas en conocimiento de las nuevas tendencias tecnológicas en su estructura, sin embargo,

existe empresas que son cada vez más pequeñas en términos del número de personas que emplean debido al incremento de la eficiencia y su arte de adaptabilidad en el entorno laboral.

Al hablar de producción se facilitará herramientas que ayuden agilizar el proceso de fabricación del vestuario infantil como los son máquinas electrónicas, plóter de impresión 3D, cortadoras semiautomáticas, sublimadoras digitales, entre otras.

1.5.8 Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing son conocidas como estrategias de posicionamiento, de mercadeo, o estrategias comerciales, permitir implementar acciones que se llevan a cabo a través de una planificación para lograr un determinado objetivo relacionado con la publicación de la imagen de nuestra marca y empresa.

El enfoque primordial estará orientado en atraer mayor cantidad de clientes, incrementar progresivamente las ventas, dar a conocer nuevos productos y lograr una mayor cobertura o aceptación de las prendas nuevas para que al mediano plazo la empresa tenga reconocimiento por su marca y sus productos de calidad.

1.5.9 Mecanismos de control de administración de recursos

Los tipos de mecanismos de control disponibles para el manejo del sistema del sistema estructural de la empresa son: la planificación, las limitaciones, y las particiones.

1.5.9.1 Mecanismos de limitación

Las limitaciones permiten al administrador definir los límites de consumo de recursos específicos para una carga de trabajo. El consumo de recursos pasa a ser un proceso más sencillo cuando existe límites establecidos. Asimismo, pueden utilizarse los límites para controlar las funciones cuyo comportamiento incorrecto podría afectar al rendimiento o la disponibilidad del sistema principalmente al área productiva.

Las limitaciones suponen complicaciones para la aplicación. La relación entre la aplicación de funciones y el sistema de cumplimiento puede modificarse hasta que la norma de limitación deje de funcionar. Para controlar este riesgo, se debe reducir gradualmente las limitaciones en las actividades cuyos compontes o herramientas tecnológicas tengan un comportamiento desconocido. Las actividades más nuevas pueden programarse para que tengan en cuenta en las limitaciones de los recursos, pero no todos los administradores deciden hacerlo.

1.5.9.2 Mecanismos de planificación

La planificación es un método que hace referencia a la anticipación de hechos del entorno de la empresa. La decisión que se toma se basa en una estrategia por parte del directivo máximo. Un plan anticipado no necesita directrices improvisadas debido a que su asignación actual conlleva a otra acción para el cumplimiento de las metas. La administración de recursos basada en la planificación permite el uso completo de estrategias no asignadas, a la vez proporciona asignaciones controladas en una situación de producciones excesivas. El planificador de reparto justo descrito en él administra el acceso del sistema laboral a los recursos de un modo controlado.

1.5.9.3 Mecanismos de partición

La partición se utiliza para corregir una carga de trabajo con las actividades propuestas tomando en cuenta de los recursos disponibles del sistema de la empresa. Este vínculo garantiza que siempre haya disponible una cantidad determinada de recursos para la carga de trabajo. Las funciones de los colaboradores permiten limitar las excesivas cargas de trabajo de subconjuntos específicos del proceso productivo.

Los factores que se utilizan para la partición se pueden evitar y así contribuir a una asignación menos excesiva en la carga de trabajo. Sin embargo, al evitar esta asignación excesiva, la capacidad de obtener mayores resultados puede verse reducida. Un grupo reservado de recursos, como un centro de motivación o de aprendizaje, no está disponible para ser utilizado para evadir la carga de trabajo, sino con el fin de mejorar la calidad de los productos sin afectar el rendimiento de los colaboradores.

1.6 MARCO CONCEPTUAL

1.6.1 Definición de Creación de una empresa

La creación de un proyecto empresarial es parte de un proyecto más amplio y el punto de partida es el emprendedor puesto que una empresa es una organización de recursos y talento humano que buscan la obtención de un beneficio económico con el desarrollo de un conjunto de actividades en particular. Esta unidad productiva puede estar conformado por una sola persona y debe buscar el lucro y llegar alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación.

Toda empresa se desarrolla en función de una idea que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio. “El surgimiento de la idea para crear una empresa varía en

función de las circunstancias de cada persona/personas. Son varios los factores que pueden llevar a una persona a dedicarse por un negocio concreto” (Yurley, 2019).

1.6.2 Proyecto

Se define como una idea o plan que se puede distinguir por una oportunidad de diversas fases que requiere ser evaluado anticipadamente para verificar su aceptabilidad, aquí juegan papeles importantes como estrategias y componentes financieros, su rendimiento dependerá de las habilidades y conocimientos que se emplee en la fase inicial.

En un contexto socioeconómico, los proyectos pueden considerarse como instrumentos técnico-económicos cuya finalidad es contribuir a la producción de bienes y/o la prestación de servicios, mediante los que satisfacer necesidades humanas, individual o colectivamente consideradas. Por otra parte, la producción de bienes o la prestación de servicios tienen que realizarse con la mejor combinación posible de los recursos disponibles y en unas coordenadas espaciales y temporales definidas, fuera de las cuales carecería de sentido (Martín, 2011).

El proyecto implica un esfuerzo de inversión de recursos económicos y sociales para generar bienes y servicios y capacidades en el futuro. Es decir, retribuye recursos disponibles del presente con la intención y con la esperanza de obtener mayores beneficios en el futuro (Martín, 2011).

1.6.3 Factibilidad

Es determinar cuan viable es establecer el funcionamiento de una investigación, de tal forma que una persona o una empresa pueda verificar si la idea será buena o si este tendrá resultados desfavorables, en este aspecto se analiza también cuáles serán las estrategias para que este plan sea exitoso.

El estudio de factibilidad es una técnica que se utiliza para recopilar información relevante sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar la decisión más favorable. Su análisis se realiza cuando el desarrollo del sistema no tiene una justificación económica establecida, existe un alto riesgo tecnológico, operativo, jurídico o no se cuenta con una alternativa clara de implementación (Torres & Lavayern, 2017).

El estudio de factibilidad es el punto clave para que la realización de un producto haya sido aprobada y que por medio de una calificación se observe los resultados de la investigación, todo con el objetivo de llevar al éxito al proyecto.

1.6.4 Confección de prendas de vestir

“Se define como una serie de actividades de manufactura que llevan a la creación de indumentaria, a partir de un diseño realizado previamente y con ayuda de las herramientas tecnológicas adecuadas para optimizar los procesos necesarios” (Ruiz & Osorio Palacio, 2018). Desde otro punto de vista, la confección de prendas de vestir integra una serie de actividades de manufactura que lleva a la creación de vestimenta en general con ayuda de herramientas adecuadas para facilitar el proceso y diseño de cada indumentaria.

1.6.5 Ropa Infantil

Son conjuntos de vestir que deben conjugar algunos aspectos que identifican la comodidad, creatividad y sobre todo la diversión que estas representan. Están compuestos por materiales muy delicados y su fabricación es más compleja a diferencia de otra categoría de vestimenta.

1.6.6 Mercadotecnia

La mercadotecnia está constituida por una serie de actividades que se realizan para identificar las necesidades de una determinada población con el objetivo de brindarle productos o servicios para satisfacerlos de la forma más adecuada. Este proceso ayuda a definir el producto o servicio de acuerdo con las preferencias de los consumidores con el fin de acelerar el proceso de compras.

La mercadotecnia conlleva administrar el precio, la promoción, distribución y venta de bienes y servicios que ofrece con el objetivo de conocer y mejorar las actividades relacionadas con la rentabilidad de la empresa.

1.6.7 Proveedor

Un proveedor es una persona o una empresa que proporciona existencias y abastecimiento a otra empresa para que ésta pueda explotarlos en su actividad económica.

1.6.8 Estudio de Mercado

Pretende analizar y determinar la aceptación potencial del bien o servicio que será generado. Esto determina conocer la oferta actual y el nivel de competencia entre los actuales participantes del mercado, la disposición declarada y registrada de los consumidores a adquirir el producto, con la finalidad de conocer la reacción de los consumidores en el comportamiento de los precios con sus estrategias de comercialización. A sí mismo, permite determinar la posibilidad de lograr una exitosa estrategia para el lanzamiento de un nuevo producto en el mercado, tomando en cuenta los factores que incurren en la interacción de las diversas fuerzas competitivas que limitan los resultados potenciales de una empresa (Sapag, 2017).

1.6.9 Análisis de Administración

“El proceso administrativo es el proceso teórico básico del administrador profesional que le permite comprender la dinámica del funcionamiento de una empresa. Sirve para diseñarla conceptualizarla, manejarla y mejorarla” (Ortiz, 2017).

1.6.10 Recursos

Son factores que ayudan dentro de la estructura empresarial, se encargan del cumplimiento de las actividades llevando a cabo metas a corto plazo, aquí intervienen capitales importantes que determinan el rendimiento de la operación dentro del sistema.

1.6.11 Mercado Potencial

Es la diferencia que se obtiene entre la oferta y la demanda la cual indica la existencia o no de la demanda insatisfecha, si en el mercado no existe demanda insatisfecha, las estrategias tienen que orientarse al logro de un mercado que ya está cubierto o de un mercado con posibilidad de expansión (Sapag, 2017).

1.6.12 Análisis Organizacional

Proceso de estructurar una empresa para permitir que los empleados puedan realizar su trabajo con eficacia y eficiencia. Esto implica un análisis para evaluar la situación real de la empresa en un momento determinado (Uribe, 2012).

1.6.13 Inversión

Brindar un determinado presupuesto para un objetivo específico y que por su función dentro las diferentes actividades, su rendimiento y su valor se multiplique en crecientes beneficios. La inversión evalúa variedad de alternativas con posibles mejoras para conocer el monto de los fondos requeridos y su disponibilidad en el tiempo (Moyano, 2015).

1.6.14 Presupuesto

Son los ingresos y egresos económicos anticipados para la ejecución de un proyecto, que empresarialmente es clave para la compra de los insumos y así generar el bien o servicio que se quiere brindar al cliente con el fin de lograr retorno del mismo, generando beneficios al utilizarlo.

1.6.15 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Nos ayuda a conocer la rentabilidad que nos genera un proyecto de inversión que requiere una serie de desembolsos a lo largo del tiempo y que, también en distintos momentos, permite obtener una serie de ingresos” (Coss, 2005).

CAPITULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

El presente proyecto se desarrolló a través de un enfoque mixto, es decir con fundamentos de investigación cualitativa y cuantitativa, con interrogantes explícitas que puedan ser resueltas con información veraz. El desarrollo de esta investigación conlleva determinar ciertos puntos importantes como el análisis de preferencias de los consumidores y los factores determinantes de la calidad del producto, así también como el impacto estadístico de las estrategias a plantear para la creación de la empresa dedicada a fabricar y comercializar prendas de vestir para niños en la ciudad de Santo Domingo.

Se realizó un estudio de mercado para identificar y resaltar nuestro mercado objetivo, con una estructura enmarcada a toda variable que pudiese afectar a esta investigación y en base a ello se conoció el comportamiento de mercado, los canales de distribución y el rendimiento financiero para la ciudad de Santo Domingo.

Se efectuó una observación abierta en los centros comerciales y en los pocos almacenes exclusivos de prendas de vestir infantiles en la ciudad, también, se analizó la percepción propia sobre la influencia de los padres de familia en la forma de vestir y en la cultura que tienen los niños en la provincia, todo lo mencionado valió para recolectar aspectos para identificar las debilidades y fortalezas de este negocio, así como también identificar aspectos claves de las costumbres locales.

2.2 Nivel de Investigación

La investigación fue de tipo descriptiva, es decir una revisión exhaustiva y completa de la literatura pertinente al proyecto, este tipo de investigación se concibió con la finalidad de describir la situación del problema planteado, acerca de los precios altos y la falta de una empresa textil enfocada en Santo Domingo de los Tsáchilas.

Todos los resultados obtenidos estuvieron sometidos a hipótesis contradictorias, para plantear estructuras o mapas mentales que detalle de manera más clara la comprensión de la investigación y la factibilidad de esta. Pero esta investigación no queda en simplemente detallar

la problemática, sino en base a la información recopilada se va a examinar las características esenciales del tema y así poder definir un análisis propio y a fondo del escenario.

2.2.1 Nivel relacional

A través de este método se estableció el grado de relación existente entre los comerciantes con los fabricantes y entre el comerciante con el consumidor. El objetivo fue evaluar con precisión las variables para enfatizar los nuevos problemas que se presentan cuando se desarrolle la investigación.

2.3 Diseño de la Investigación

El presente proyecto se desarrolló a través de una investigación cualitativa y cuantitativa, de manera que todo los datos obtenidos nos brindaron una clara visión del camino a tomar para elaborar un criterio decisivo para la factibilidad de la empresa de fabricación y comercialización de prendas de vestir infantiles, recordemos que se planteó estrategias de parte del investigador para facilitar el proceso, de igual manera esto ayudo a interpretar los patrones de comportamiento de los grupos sociales de la provincia de Santo Domingo para formular preguntas mixtas o integradas y después dividir las para limitar nuestra naturaleza de investigación.

Una vez recopilado la información se procedió a organizar para clasificar los datos necesarios para nuestro proyecto, por lo que, dentro de la obtención de información de los canales de distribución, la demanda del producto y el mercado insatisfecho se pretende conocer a los posibles consumidores que estarían dispuestos a comprar nuestro producto.

El diseño de la investigación se efectuó según el número de intervenciones en el trabajo de campo, el cual fue de carácter transversal, es decir que la recopilación de datos para la creación de una empresa productora y comercializadora de prendas de vestir infantiles, mediante la aplicación de encuestas.

2.3.1 Según la manipulación de la variable independiente

El proyecto de investigación para la producción de ropa infantil dependió de los grupos sociales, el grado de aceptación que estos tengan y a los aspectos legales que se adhieran frente a la comprobación de la factibilidad para la creación de una empresa exclusiva de prendas de niños en la parte central de la provincia de los Santo Domingo de los Tsáchilas. En este estudio se

sintetizó las diferentes operaciones del proyecto como los referentes a la inversión, costos, rendimientos e impacto que estas tendrán en la totalidad de su aplicación si este fuera positivo. A continuación, se muestra la manipulación de la variable independiente para el presente proyecto:

Variable independiente

Proyecto de factibilidad

Tabla 1-2: Manipulación de la variable independiente

| CONCEPTO | CATEGORÍA | INDICADORES | TÉCNICAS E INSTRUMENTO |
|---|-----------|---|------------------------|
| Un estudio de factibilidad es un método que utiliza diferentes recursos, riesgos y elementos objeto de estudio, para analizar y orientar las decisiones que vayan acorde a un proyecto planteado. | Recursos | ¿Conoce cuáles son los recursos inmersos a proyectos? | Encuesta |
| | Riesgos | ¿Conoce los riesgos que genera crear un proyecto? | Encuesta |
| | Elementos | ¿Maneja indicadores de viabilidad de un proyecto? | Encuesta |

Fuente: (Pallchisaca, 2019)

2.3.2 Según las intervenciones en el trabajo de campo

Se recabó información en diferentes lugares comerciales de la ciudad de Santo Domingo, tales como la bahía conocida como el mercado de la calle 3 de julio y otros lugares aledaños a la zona céntrica puesto que aquí se conforma el eje principal para recabar hechos objeto de estudio, vale la pena aclarar que se analizó importantes datos para llegar a la esencia de este estudio.

Se realizó un estudio para identificar cual es la principal ciudad del Ecuador en abastecer de prendas infantiles a la provincia de los Tsáchilas, también se conoció los beneficios que obtienen las partes, el valor de movilización por transporte que se genera al ser adquirido por otras empresas textiles de otras provincias y las variables que ocasionaron que se presente este sistema de nuestro mercado local.

2.4 Tipo de Estudio

El tipo de estudio en el proyecto implantado fue una investigación aplicada, de campo y bibliográfica, puesto que, para poder tener un panorama del tema, la investigación se fundamentó en artículos científicos y empresariales, así como también en libros y proyectos de titulación, contribuyendo positivamente con la investigación, y por otra parte la obtención de la información también se dio a través de la recopilación de datos del mercado, mediante las encuestas aplicadas a la población.

Es esencial el análisis de cada dato recopilado para conocer los beneficios que se presentan en la investigación.

2.4.1 Investigación Aplicada

Se propuso y se examinó los principales hechos que se originaron en el mercado de prendas de vestir infantiles, así también como las leyes, datos y relaciones que genera la adquisición de estos productos en la ciudad de Santo Domingo.

Se comprimió datos contundentes del mercado, competidores, clientes, procesos productivos y otros aspectos para mejorar el sistema y aplicarlo a través de estrategias de benchmarking en nuestro proyecto de factibilidad en la industria manufacturera a crearse.

2.4.2 Investigación de campo

Para Palella & Martins (2006), la investigación de campo consiste en recolectar datos que se presentan en el momento de acción a investigarse, sin manipular o controlar las variables que la representan, es decir se analiza el fenómeno en su estado real.

La investigación de campo se presentó mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el que se describió de qué modo o porque causas se produce las situaciones y acontecimientos particulares en el ámbito empresarial. Se pudo definir el proceso que más es utilizado es el método científico, que permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social, para estudiar una situación, diagnosticar las necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (Palella & Martins, 2006).

La investigación de campo se elaboró para sistematizar y mejorar el problema, con el propósito de descubrir, analizar e interpretar las variables existentes en el entorno, puesto que esta

metodología se utiliza específicamente en la definición de problema. En este modo se permite utilizar instrumentos como: entrevistas, observación, encuestas entre otras, que nos ayudara a garantizar la extracción de información primaria en beneficio a la investigación tratada.

2.4.3 Investigación Bibliográfica

Mediante la documentación e información de fuentes secundarias se permitió ampliar, profundizar, y analizar aspectos relacionados con nuestro proyecto, las mismas que se obtuvo de libros, artículos científicos, páginas de internet, centros de educación superior entre las conocidas. El objeto de esta investigación fue de resaltar los diferentes criterios de varios autores para comparar y ampliar nuestro conocimiento.

2.5 Población, Planificación, selección cálculo del tamaño de la muestra

La población usada en base a cifras oficiales del Censo 2010 otorgado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, (INEC) cuyo número es de 124 259 personas menores de 14 años en el cantón Santo Domingo provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, esperando que se atraiga el 20% de clientes a la nueva empresa de categoría infantil, en otras palabras, nos vamos a dirigir a 82 820 como nuestro universo en virtud hacia los clientes potenciales para la próxima empresa textil. Esta base se usó para el respectivo cálculo de la muestra y llevar a cabo la investigación.

Tabla 2-2: Descripción de los símbolos de la fórmula de la muestra

| Símbolo | Descripción |
|----------------|---|
| n | Tamaños de la muestra del universo |
| N | Población o universo |
| Z | Nivel de confianza 95%= 1,96 |
| q | Probabilidad de que no ocurra el evento |
| p | Probabilidad de que ocurra el evento |
| E | Error de estimación |
| n-1 | Factor de corrección |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Conociendo el tamaño de la población, se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{124259 \times (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}{(0,05)^2 \times (124259 - 1) + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}$$
$$n = \frac{119338,34}{311,6054}$$
$$n = 382,979$$

Aplicando la formula el total de encuestas sería: **383**

2.6 Métodos técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1 Métodos e instrumentos de investigación

2.6.1.1 Método de Observación

Es un elemento importante ya que se nos permitió observar de manera directa el comercio de prendas infantiles en el mercado. Nos ayudó también, a encadenar datos que nos servirán a corto plazo tal como variables socioeconómicas y demás condiciones para establecer la factibilidad de una empresa nueva en la ciudad de Santo Domingo.

2.6.1.2 Método Deductivo

El presente método se utilizó para identificar las particularidades que se investigó sobre empresas que se dedican a este giro de negocio, analizando productos, su precio y la calidad de estos para detectar inconsistencias en la elección de mercadería extranjera por parte de los ecuatorianos.

2.6.2 Técnicas de Investigación

2.6.2.1 Encuesta

La principal técnica de investigación que se utilizó fue la encuesta, lo cual significa que nos permitió obtener un criterio directo del consumidor final siendo estos dos intervinientes esenciales el encuestado y el encuestador. Este sistema se fundamentó en el tema central con el objeto de estudiar la recolección de aquellos datos indispensables, para hacerlo práctico por medio de un cómodo formulario.

CAPITULO III

3. RESULTADOS

3.1 ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo general

- ❖ Conocer a los competidores del ámbito textil, especialmente las empresas que confeccionan de prendas de vestir para niños.

Objetivos específicos

- ❖ Comprobar la aceptación de ropa infantil en el mercado central de la ciudad de Santo Domingo.
- ❖ Identificar la competencia directa e indirecta que se da en la industria textil dentro de la confección de prendas de vestir para niños.
- ❖ Evaluar los valores de venta, prendas más compradas y distintivos en las telas que se utilizaron en la fabricación de las prendas para niños.
- ❖ Fijar el precio de venta de un conjunto de ropa de niño/a que el cliente estaría de acuerdo en cancelar.
- ❖ Determinar los medios tecnológicos para comercializar las prendas de vestir ante los posibles potenciales clientes.

3.1.1 Análisis e interpretación de los resultados

Para esta investigación se encuestaron un total de 383 personas residentes de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, siendo la cantidad exacta de la muestra obtenida, datos relevantes que nos ayudaron analizar la viabilidad de la investigación.

Es de suma importancia señalar que la encuesta aplicada fue de manera virtual mediante instrumentos en la web de manera gratuita que nos brinda la compañía de Google Forms.

Esta metodología fue totalmente segmentada y repartida por redes sociales a través de una base de datos que durante la investigación de campo se logró obtener.

1. ¿Alguna vez ha comprado ropa para niños?

Tabla 3-3. Compra de ropa para niños

| ¿Alguna vez ha comprado ropa para niños? | |
|--|------------|
| Si | 361 |
| No | 22 |
| TOTAL | 383 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

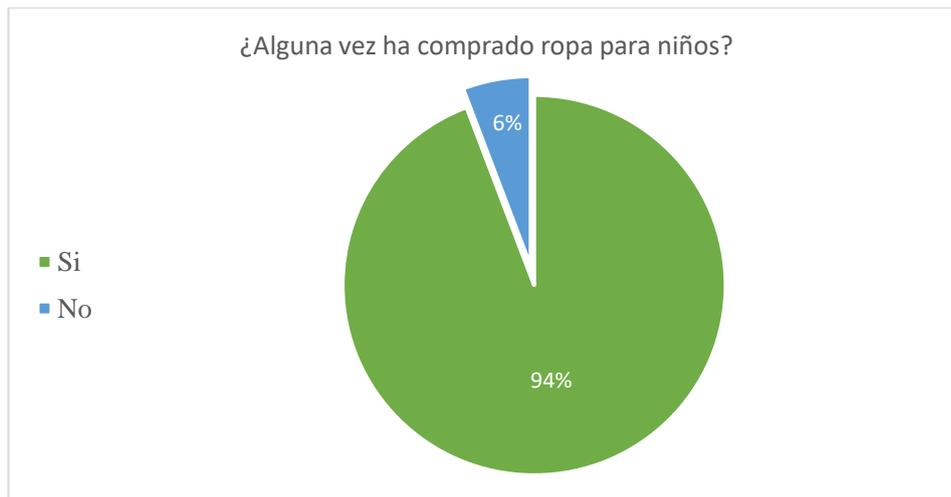


Gráfico 1-3: Compra de ropa para niños.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Análisis e interpretación:

Según los resultados de la primera pregunta se evidencia que en la mayoría de encuestados alguna vez compraron ropa para niños lo cual indica que la prenda indicada es muy cotizada en el mercado textil infantil en la ciudad de Santo Domingo.

2. ¿Con que frecuencia compra ropa para niños?

Tabla 4-3. Frecuencia de compra

| ¿Con que frecuencia compra ropa para niños? | |
|---|-----|
| Mensual | 94 |
| Bimensual | 69 |
| Trimestral | 73 |
| Semestral | 73 |
| Otro | 74 |
| TOTAL | 383 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

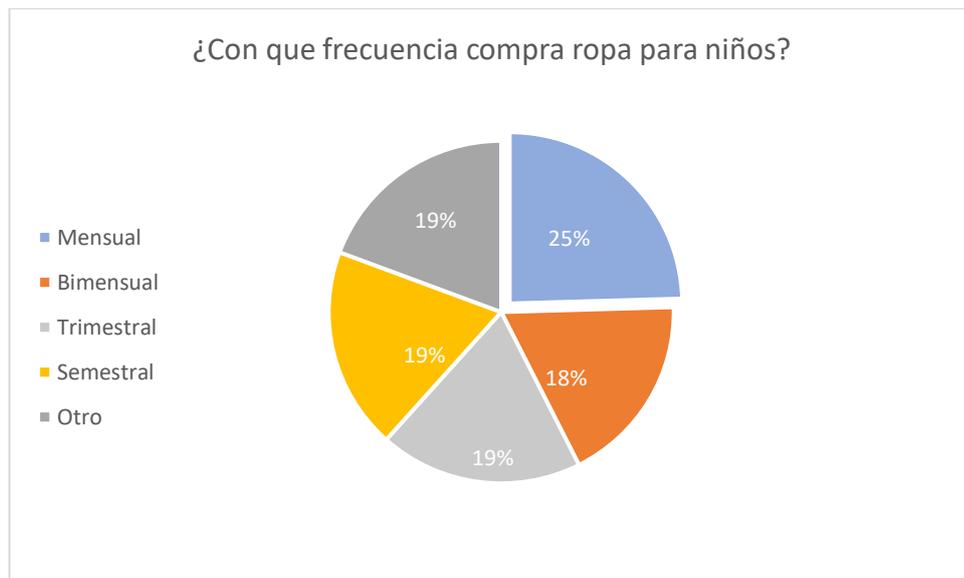


Gráfico 2-3: Frecuencia de compra.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos se detalla que la población encuestada adquiere prendas de vestir de manera mensual con un 25% de su totalidad y el 19% lo hace de forma trimestral, por otro lado, existe otro 19% que adquiere esos productos indiferentemente para un evento especial(cumpleaños), destinados como un obsequio o regalo para el sonreír de los pequeños de la casa.

3. ¿Cuándo compra ropa infantil en que se fija primero?

Tabla 5-3: Característica de compra

| ¿Cuándo compra ropa infantil en que se fija primero? | |
|--|------------|
| Precio | 85 |
| Calidad | 171 |
| Que sea marca extranjera | 32 |
| Promociones | 26 |
| Moda | 20 |
| Comodidad | 47 |
| Otro | 2 |
| TOTAL | 383 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

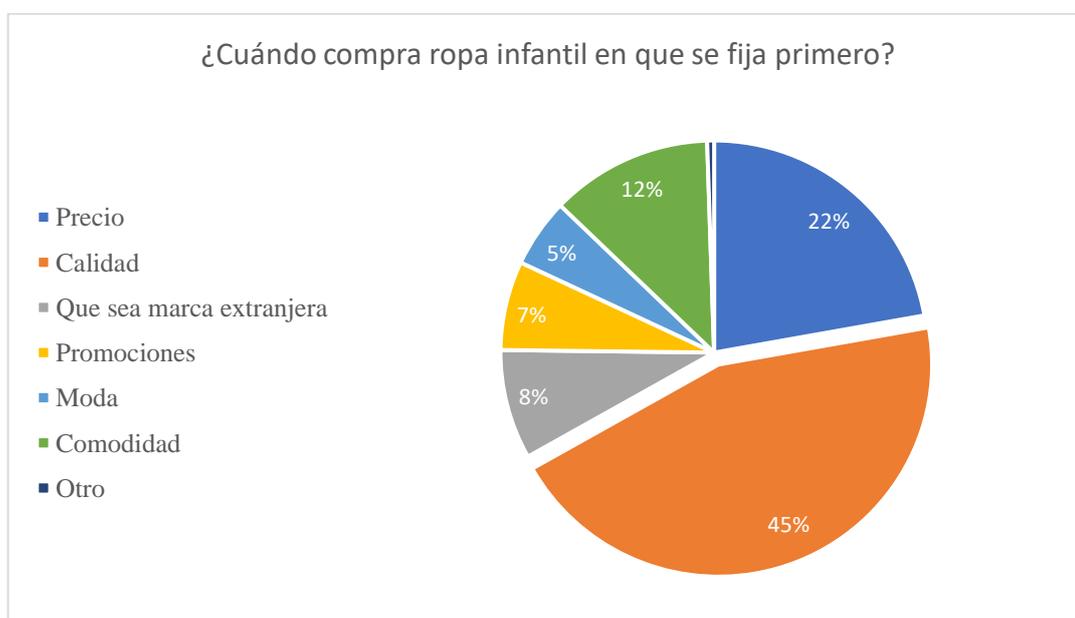


Gráfico 3-3: Característica de compra.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Análisis e interpretación:

De acuerdo con la investigación el 45% de los encuestados manifiesta que el aspecto principal en el que se fijan para adquirir una prenda infantil es en que este cumpla con todos los parámetros de calidad tanto en materiales como en acabados, así mismo el 22% obtiene las prendas fijándose en que el precio sea el más económico.

4. ¿Qué cantidad de prendas de vestir infantiles adquiere cuando realiza una compra?

Tabla 6-3: Cantidad de prendas

| ¿Qué cantidad de prendas de vestir infantiles adquiere cuando realiza una compra? | |
|---|-----|
| Una prenda | 60 |
| Dos prendas | 153 |
| Tres prendas | 102 |
| Más de cinco prendas | 68 |
| TOTAL | 383 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

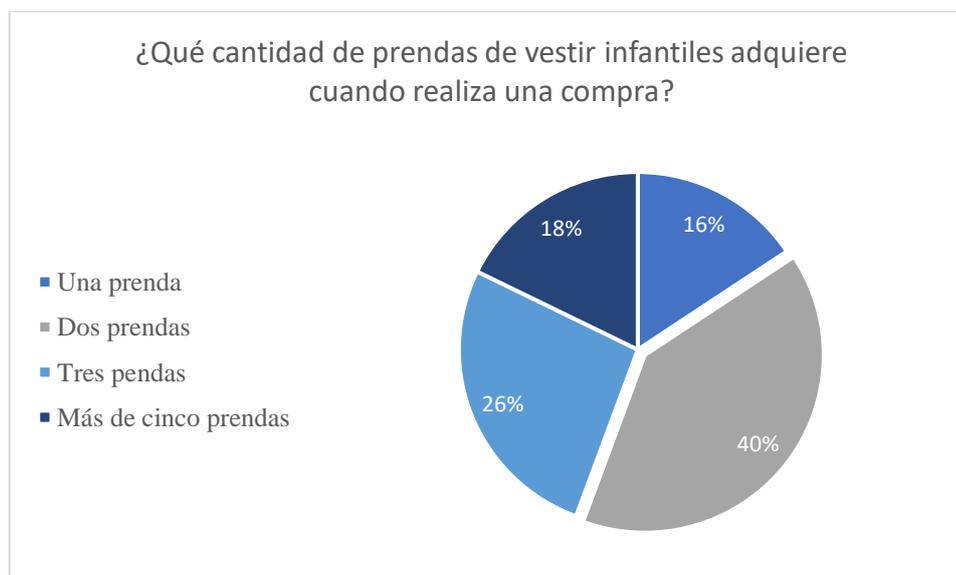


Gráfico 4-3: Cantidad de prendas.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Análisis e interpretación:

Del total de personas encuestadas se denota que el 40% se llevan dos prendas de ropa infantil y el 26% se lleva tres prendas, esto significa que por lo general se llevan más de un conjunto de ropa de niños.

5. ¿Cuál es el lugar de preferencia donde adquiere ropa infantil?

Tabla 7-3: Lugar de preferencia

| ¿Cuál es el lugar de preferencia donde adquiere ropa infantil? | |
|--|------------|
| Mercados minoristas | 98 |
| Centros comerciales | 131 |
| Catalogo | 31 |
| Almacenes | 112 |
| Otro | 11 |
| TOTAL | 383 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

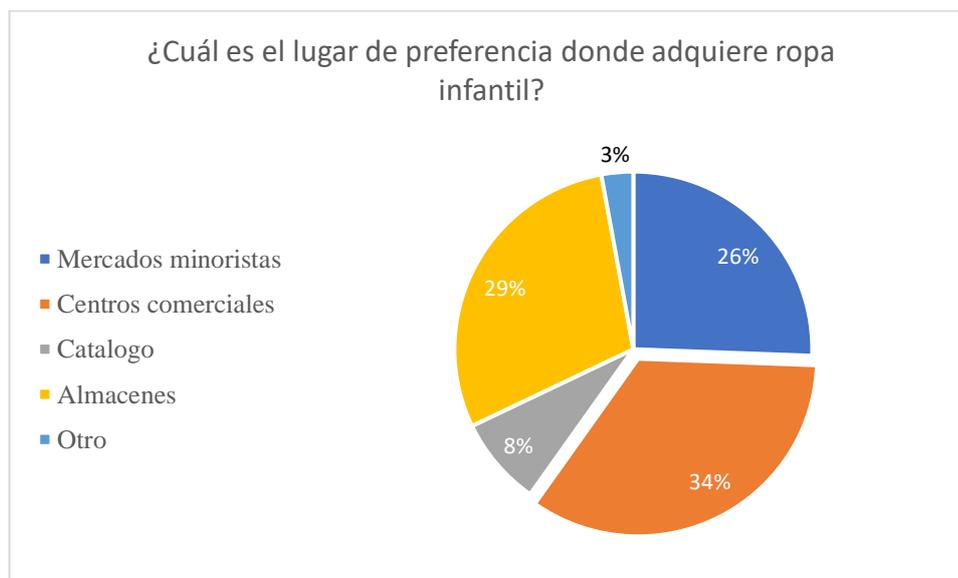


Gráfico 5-3: Lugar de preferencia.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Análisis e interpretación:

De acuerdo con la investigación el 34% de los encuestado manifiestan que el lugar donde acuden a comprar prendas infantiles es en los centros comerciales, y el 29% manifiesta que se dirigen a los almacenes a realizar esta adquisición.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un conjunto (sin incluir interior y calcetines) de ropa para niños?

Tabla 8-3: Valor para pagar

| ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un conjunto (sin incluir interior y calcetines) de ropa para niños? | |
|---|------------|
| De \$1,00 a \$5,00 | 27 |
| De \$6,00 a \$10,00 | 84 |
| De \$10,00 a \$15,00 | 130 |
| De \$16,00 a \$20,00 | 113 |
| Más de \$21,00 | 29 |
| TOTAL | 383 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

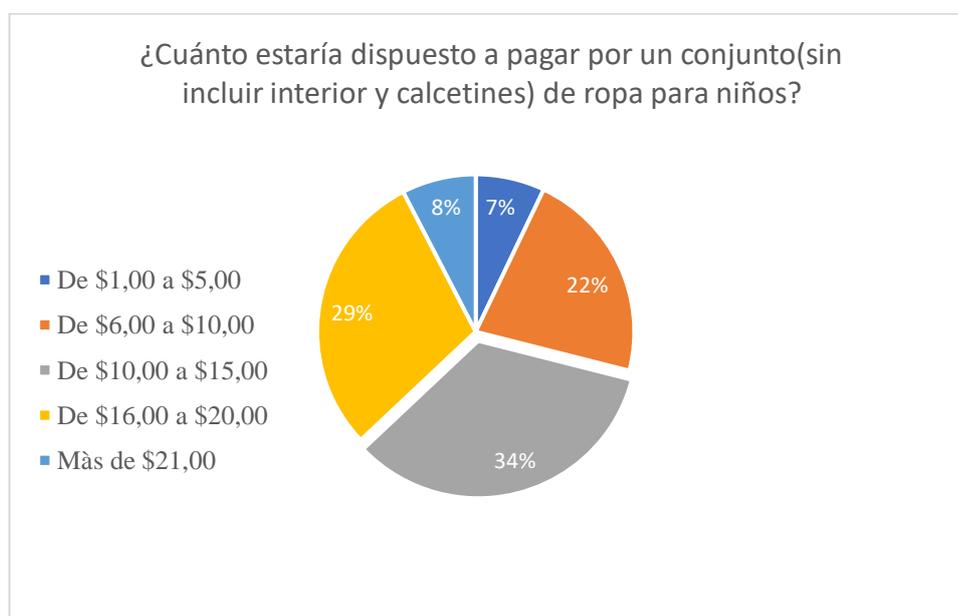


Gráfico 6-3: Valor para pagar.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Análisis e interpretación:

Del total de personas encuestadas se denota que el 34% adquieren prendas de vestir infantiles con valores entre \$10,00 hasta \$15,00 dólares americanos por un conjunto de ropa es decir dos prendas y el 29% gastan de \$16,00 a \$20,00 por el mismo conjunto de ropa

7. ¿Conoce un punto de venta de ropa exclusiva de niños/as?

Tabla 9-3: Punto de venta

| ¿Conoce un punto de venta de ropa exclusiva de niños/as? | |
|--|-----|
| Si | 288 |
| No | 95 |
| TOTAL | 383 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S.

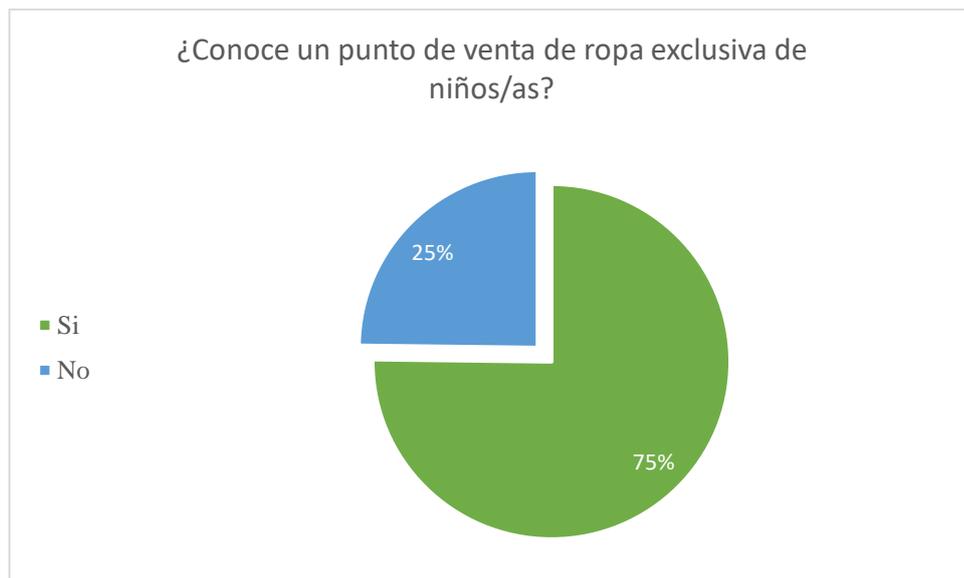


Gráfico 7-3: Punto de venta.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Análisis e interpretación:

De acuerdo con la investigación el 75% de los encuestados conoce un punto exclusivo donde vendan solamente prendas de vestir para niños, y el 25% de los encuestados no conoce un lugar en donde se puedan adquirir las mencionas prendas.

8. ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas de vestir infantiles con modelos únicos, diseños personalizados con confort y a buen precio en una tienda exclusiva de ropa de niños/as?

Tabla 10-3: Pregunta definitiva

| ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas de vestir infantiles con modelos únicos, diseños personalizados con confort y a buen precio en una tienda exclusiva de ropa de niños/as? | |
|---|------------|
| Si | 362 |
| No | 21 |
| TOTAL | 383 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

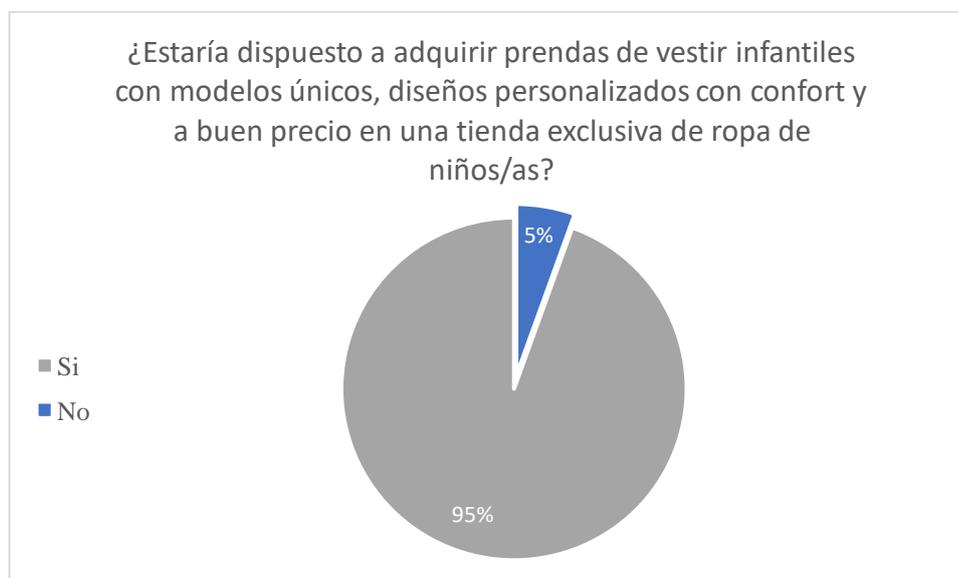


Gráfico 8-3: Pregunta definitiva.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Análisis e interpretación:

Del total de personas encuestadas se denota que el 95% de los encuestados estaría dispuestos a adquirir prendas de vestir personalizadas en una tienda exclusiva solo de ropa para niños.

9. Mediante que medios de comunicación usted quisiera conocer nuestra tienda de ropa infantil

Tabla 11-3: Medios de comunicación

| Mediante que medios de comunicación quisiera conocer nuestra tienda de ropa infantil | |
|---|------------|
| Redes sociales | 346 |
| Radio | 14 |
| Televisión | 20 |
| Periódicos | 1 |
| Otros | 2 |
| TOTAL | 383 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

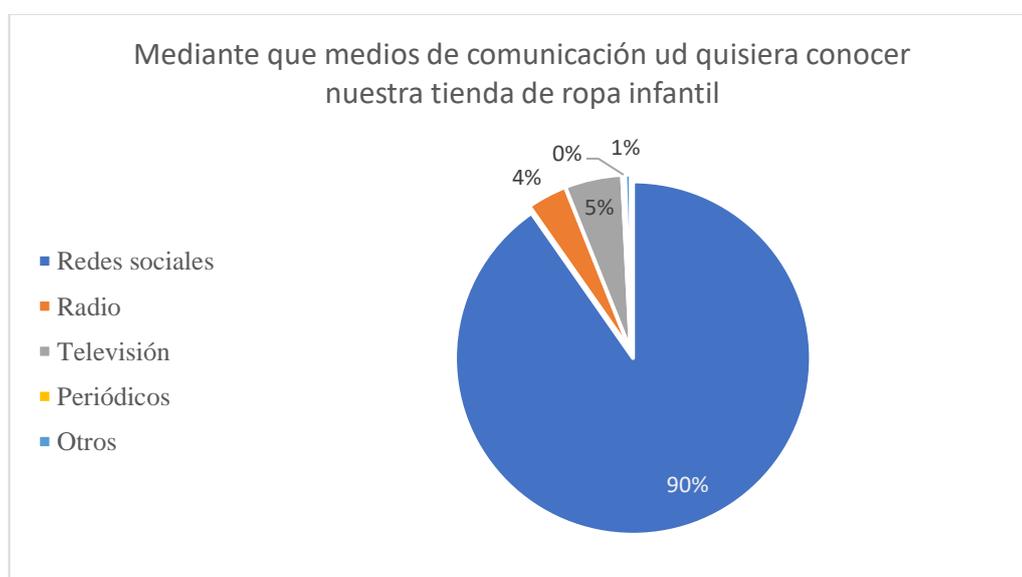


Gráfico 9-3: Medios de comunicación.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Análisis e interpretación:

De acuerdo con la investigación el 90% de los encuestados afirma que el medio por el cual quisieran información acerca de las prendas de vestir infantiles es en las redes sociales, plataforma más usada por los padres de familia para conocer modelos y diseños de ropa para niños.

3.2 Discusión de Resultados

En base con el objetivo general propuesto, Esta investigación tendrá un análisis científico para comprobar si es viable la implementación de una fábrica textil de ropa para niños en Santo Domingo, los resultados obtenidos en la tabla 2 evidencian que gran parte de la población en algún momento ha adquirido una prenda de vestir para niños, demostrando que existe una gran demanda de las prendas infantiles en la ciudad de Santo Domingo, datos que van de la mano con el estudio realizado por Parrales (2010) titulado “ Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa y artículos infantiles en Santo Domingo ”, quien concluyó que obtuvo resultados positivos en el ámbito de aceptación por parte de los encuestados, constituyéndose un proyecto viable y mencionando que estas tiendas con estas características solo se encuentra en ciudades grandes como Quito y Guayaquil, con los presentes resultados se afirma que la ropa textil en la ciudad de Santo Domingo es un excelente mercado para la efectividad del presente proyecto además desde el punto de vista de Torres (2006) menciona que el estudio de factibilidad se utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar la mejor decisión.

Haciendo mención con el primer objetivo específico, la revisión bibliográfica documental pertinente acerca de la industria textil en la ciudad de Santo Domingo, los resultados obtenidos en la tabla 9 reflejan que una parte de la población desconoce un lugar específico donde se pueda adquirir estas prendas para niños, comprobando de esta manera que no existe la suficiente publicidad y marketing por parte de las empresas que comercializan estas prendas de vestir en la ciudad, datos que al ser comparados desde la posición de Naranjo (2014) en su tesis titulada “ Análisis del impacto de las estrategias de e-marketing en la comercialización de prendas de vestir en las pymes de la ciudad de Santo Domingo”, quien concluyó que el crecimiento manufacturero es debilitado por las deficiencias en cuanto al uso de conocimiento e infraestructura tecnológica para la implementación de estrategias de marketing en la comercialización de prendas de vestir, existiendo oportunidades para los nuevos negocios entrantes en esa actividad, con estos datos se afirma que existe un nicho de mercado que debe ser enfocada para reducir la demanda insatisfecha existente además, desde la posición de Sapag (2017) en su teoría menciona que la diferencia que se obtiene entre la demanda y la oferta indica la existencia o inexistencia de la demanda insatisfecha, si no existe demanda insatisfecha, las estrategias deben orientarse al logro de un mercado que ya está cubierto o de un mercado con posibilidad de expansión.

Según el segundo objetivo específico del proyecto de identificar el rendimiento financiero de la investigación dentro de la creación de una industria del sector textil que se dedique diferenciadamente al segmento de ropa infantil, los resultados obtenidos en la tabla 5 y 7, evidencian que existen muchos factores determinantes en el proceso de adquisición de una prenda infantil, ya que la mayoría de se fijan en un precio accesible al momento de adquirirlo, enfocándose en la calidad de esta, así también la mayor parte de la población adquiere esta clase de prendas en los centros comerciales, además en la tabla 10 se refleja que la mayor parte de la población está dispuesta a adquirir prendas de vestir infantiles con modelos únicos, diseños personalizados con confort y un buen precio en una tienda exclusiva de ropa para niños.

Datos que son de gran importante para el análisis y aplicación de estrategias para creación de una empresa de confección y comercialización de ropa para niños, datos que al ser comparados como lo señala Santillán (2015) en su tesis titulada “Plan de negocios para crear una empresa de ventas de ropa en la urbanización Ciudad Verde del cantón Santo Domingo de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2015”, quien concluyó en su estudio que la moda es el principal factor en el que se fijan los compradores, el 44% de la población compra con mucha frecuencia prendas de vestir, revelando que la aceptación para ese año es alto, afirmado de tal modo que los gustos y preferencias de los compradores en las prendas de vestir es diversa, además de sentirse cómodo y verse bien asimismo.

Belmartinomoiseras, Liseras y Berges (2016) señalan que entre los factores que inciden al momento de una decisión efectiva de compra de ropa, se centran principalmente en la calidad y contenido de diseño de la prenda y ser un consumidor habitual en cuanto a la tienda donde se obtiene la mercadería, influyendo así en gran aspecto, en la satisfacción del consumidor, además la aceptación del mercado a nivel de los consumidores locales, determinan así la posibilidad de lograr una exitosa estrategia para el posicionamiento de un nuevo producto en la industria.

Para finalizar el último objetivo específico, es importante determinar cada uno de los lineamientos que son esenciales para la creación de una empresa textil, que abarque estrategias importantes de comercialización en conjunto con la asignación de recursos, los resultados de la tabla 8, reflejan que la mayor parte de la población estaría dispuesta adquirir prendas de vestir para niños con materiales y diseños diferentes, con un precio que varía desde \$10,00 a \$15,00 lo cual servirá de financiamiento para la creación de la presente empresa, además en la tabla 11 refleja que el medio de mayor publicidad del producto fue las redes sociales, así también se observa en la tabla 10 que la mayoría de los encuestados optan por modelos únicos, con diseños

personalizados a buen precio, datos que al ser comparado con lo encontrado por Palma (2015) en su tesis titulada: “ para mejorar el crecimiento comercial de la empresa t-shirt sport de Santo Domingo de los Tsáchilas”, quien concluyó que la oferta en el mercado textil en Santo Domingo está muy afectada por la desigualdad de mercados, las leyes gubernamentales, y el déficit apoyo por parte del gobierno hace que la competencia sea desleal.

Así mismo las empresas manufactureras tiene un enfoque empírico y no aplican estrategias que fortalezca el posicionamiento de la marca, desde el punto de vista de Valle (2020) indica que la planificación financiera es una herramienta que garantiza el éxito empresarial ya que permite anticipar y mostrar inconvenientes a futuro además permite actuar de forma oportuna según la necesidad empresarial, añadiendo a esto Jiménez, Domínguez y Martínez (2009) señalan que la estrategia más utilizada para mejorar las ventas de una empresa es el precio del producto, aplicando también descuentos y demostraciones del producto, además de innovar colores, formas, diseños.

Como se aprecia en los resultados mencionados anteriormente, muestran una alternativa clara de implementación de estrategias administrativas para contrarrestar la justificación económica y requerimientos necesarios para inducir a que se complete la investigación de manera cuantitativa en las operaciones del proyecto, para evaluar la rentabilidad y visualizar su rentabilidad en el tiempo. Este se apoya en la determinación la inversión requerida capital de trabajo y gastos preoperativos y la integración de la información financiera resumida en los estados financieros proyectados.

El presente proyecto cumple con el soporte teórico de fuentes de información bibliográficas con datos verídicos y confiables, así mismo, esta investigación permitió recabar información relevante para conocer la factibilidad de presente objeto, permitiendo reflejar el cumplimiento de los objetivos específicos planteados en la investigación.

3.3 Propuesta

3.3.1 Título

Análisis de factibilidad durante la creación de una empresa textil que se dedica a la comercialización y producción de prendas de vestir para niños para la ciudad de Santo Domingo.

3.3.2 *Introducción*

El presente proyecto está destinado a satisfacer el nicho de mercado insatisfecho actual que se presenta en la ciudad de Santo Domingo, incentivando a que los residentes puedan ser partícipes de la innovación y cambio de moda que los pequeños de la casa presentan en el momento de elegir su vestimenta.

Es necesario resaltar que en el desarrollo de la investigación por medio de las encuestas se mostró que la mayoría estaría dispuesto a adquirir prendas de vestir para niños, con un enfoque diferente en una tienda exclusiva solo de estas prendas de vestir infantiles.

En este sentido este proyecto impulsará a la ciudad a ser líder en la industria textil contribuyendo a la generación de un empleo pleno para la población ecuatoriana, con el objetivo de disminuir la importación de esta categoría de productos en el mercado ecuatoriano.

3.3.3 *Objetivo*

Identificar el rendimiento financiero de la investigación dentro de la creación de una empresa textil que se dedique a la comercialización y producción de cada una de las prendas de vestir.

3.3.4 *Pasos para realizar la documentación del proyecto.*

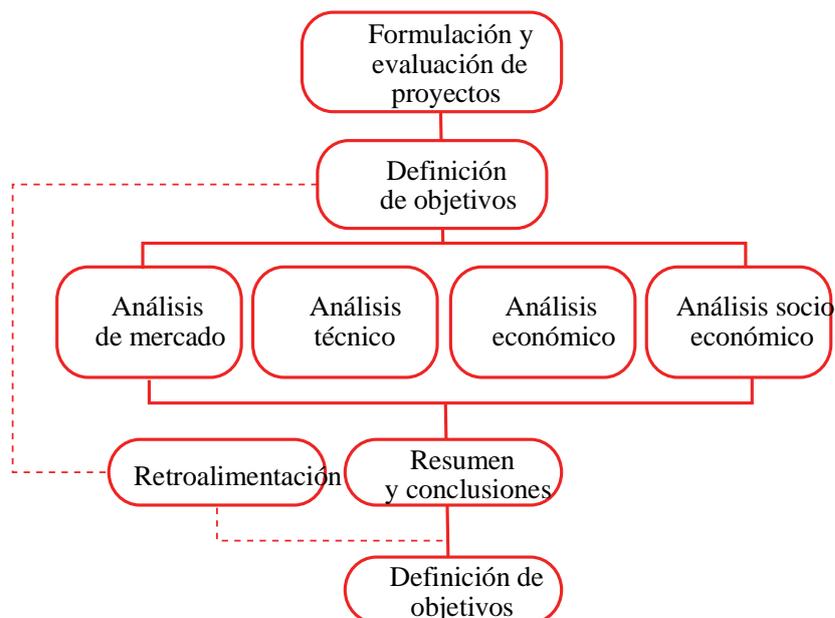


Gráfico 10-3: *Pasos del proyecto.* (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018)

3.3.5 Estudio de mercado

El proyecto se llevó a cabo en el canto Santo Domingo provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas enfocado al segmento infantil con rango de 0 hasta 14 años que logre cubrir el 25% del total de la demanda vigente.

Se identifico que la mayoría de las empresas de tamaño promedio en la rama textil operan de forma informal, donde muchas ocasiones solo usan una máquina de coser para hacer docenas de prendas, convirtiéndose en artesanos minoristas. Dando paso a que las industrias fuera de la localidad se aprovechen de esta problemática para dominar el mercado. Para determinar el mercado meta se tomó como referencia el universo (N) que se fraccionó para (P) que son las personas con capacidad de compra.

Dentro de las acciones que se requieren para elaborar la ropa de niños las más reconocidas son el arte de tizado, la clasificación de las piezas y la unión de las partes en las máquinas de coser, estos procesos son genéricos y cada uno abarca una serie de mini procesos que se detalla así:

DISEÑO

En este parámetro se demuestra la habilidad de las personas que se involucran en ella, exaltando su creatividad y su arte para la elaboración de las prendas infantiles, además de contemplar los diseños que debe tener cada parada de ropa, en base a lo recogido en el mencionado giro de negocio, es necesario conocer las formas de vestir más elogiadas de nuestra categoría, por tal motivo se debe encabezar por una persona que diseñe artes para el vestuario infantil sin perder énfasis a los recursos que se debe usar, con el fin de evaluar las bases productivas y encaminarlas a los lineamientos que el negocio se pone frente a los competidores.

CORTE

En la actividad clasificación de las partes se encuentra la división del material que empieza por agrupar en capas el rollo en la mesa de trazado para posteriormente señalar la entrada por la cual ira la tijera eléctrica, es importante que este bien estructurado para evitar demasiados desperdicios, en esta sección se debe identificar la maquina adecuada para el material a usar, de manera que no se pierda calidad al producto final dentro de la fase productiva.

CONFECCION

Dentro de este parámetros es necesario identificar cual es el proceso de confección de cada una de las partes y las maquinarias que ayudará a brindar un excelente acabado de la prenda, en este proceso intervienen; recubridora vertical, overlock y costura recta, elementos indispensables para confeccionar los distintivos diseños, por tal motivo la organización en cada puesto de trabajo es clave para mejorar el proceso de fabricación de la prenda y la proyección de la productividad de la empresa de ropa infantil.

3.3.6 *Análisis de la Demanda*

3.3.6.1 *Demanda actual de los productos*

De acuerdo con la investigación realizada se puede afirmar que la demanda actual total de las prendas de vestir infantiles en el cantón Santo Domingo provincia de Santo domingo de los Tsáchilas es de 8284 prendas al año.

Para determinar la demanda actual se tomó en cuenta el mercado objetivo planteado anteriormente esa cantidad se fraccionó para doce debido a que en la encuesta aplicada se obtuvo que la mayor parte de los residentes encuestados compran las prendas de vestir para sus hijos o para los familiares menor de edad de forma mensual.

3.3.6.2 *Proyección de la demanda*

Datos

| | |
|-----------|---------------------|
| DA | Demanda Actual |
| Dp | Demanda Proyectada |
| i | Tasa de Crecimiento |
| n | Tiempo |
| 1 | Valor Constante |

Para el cálculo de la demanda proyectada se tomó en cuenta la inflación del año 2020 con información oficial de Banco Central de Ecuador, considerando la tasa de crecimiento poblacional es del 2,66% para la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Tabla 12-3: Proyección de la demanda

| DEMANDA DE LA PROYECCIÓN | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Año base | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Mercados minoristas | 6359 | 6528 | 6702 | 6702 | 6880 | 7251 |
| Centros comerciales | 8500 | 8726 | 8959 | 8959 | 9197 | 9693 |
| Catalogo | 2012 | 2065 | 2120 | 2120 | 2176 | 2294 |
| Almacenes | 7267 | 7461 | 7659 | 7659 | 7863 | 8287 |
| Otro | 714 | 733 | 752 | 752 | 772 | 814 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Con la demanda de la proyección realizada, vista en el grafico se puede definir que cada establecimiento donde se comercialice prendas de vestir infantiles tendrá un incremento considerable hasta el año quinto por lo tanto existe la viabilidad en la comercialización y confección de dichas prendas debido al incremento en los diferentes lugares donde se encuentra este tipo de ropa. Hay que señalar que los centros comerciales son los que lideraran el mercado de ropa infantil según la proyección planteada con un incremento al quinto año de 9693 de prendas de vestir al lapso señalado.

3.3.7 *Análisis de la oferta*

Para llevar a cabo el análisis de la oferta se desarrolló una investigación de diferentes empresas de categoría textil en la ciudad de Santo Domingo de tal manera que se logró observar que existe más de 12 empresas dedicadas a comercializar prendas de ropa infantil por lo tanto debido a esto y al estudio realizado en cada una de ellas se puede afirmar que la oferta promedio anual es de 19894 prendas infantiles.

Tabla 13-3: Análisis de la oferta ponderada

| FRECUENCIA | PORCENTAJE | VECES POR AÑO | PROMEDIO PONDERADO |
|-------------------|-------------------|----------------------|---------------------------|
| MENSUAL | 25% | 12 | 3 |
| BIMENSUAL | 18% | 6 | 1,08 |
| TRIMESTRAL | 19% | 4 | 0,76 |
| SEMESTRAL | 23% | 2 | 0,46 |
| FECHAS ESPECIALES | 14% | 1 | 0,14 |
| | 100% | | 5,44 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

3.3.7.1 *Proyección de la producción*

Para determinar la proyección de la producción es necesario tomar en cuenta la tasa de crecimiento de las ofertas de las diferentes empresas que comercializan el mismo producto, lo que significa que su producción se ha incrementado en un 1,51% tal como lo plantea el PDOT de Santo Domingo.

Para lo cual se aplicó la siguiente fórmula.

Donde:

| | |
|-----------|---------------------|
| DA | Demanda Actual |
| Dp | Demanda Proyectada |
| i | Tasa de Crecimiento |
| n | Tiempo |
| 1 | Valor Constante |

3.3.8 *Demanda insatisfecha*

3.4 **La empresa y su organización**

3.4.1 *La Empresa*

El posicionamiento de la marca Wilox S.A dependerá de la correcta planificación para la puesta en marcha, así mismo las evaluaciones constantes de los indicadores y de toda la gestión administrativa son esenciales para el cumplimiento de los objetivos y de las diferentes actividades que la empresa conlleva para lograr el desarrollo de la organización.

El liderazgo y las estrategias de cada departamento serán de suma relevancia cuando la empresa inicie sus labores, de manera que se prevé que, en base a la planificación ya estudiada, y que el margen de error sea mínimo, así mismo el manejo adecuado de los recursos se verá marcado en el crecimiento de la fábrica textil.

3.4.2 *Información de la empresa*

3.4.2.1 *Naturaleza del negocio*

La empresa Wilox S.A fabrica y distribuye al por mayor y menor prendas de niños cómodas, duraderas y con gran variedad en sus diseños. Dentro de la clasificación ampliada de las

actividades económicas que registra el Ecuador, la Empresa Wilox S.A se encuentra ubicada en la clase C 141 -1012 como lo muestra el siguiente cuadro.

Tabla 14-3: Nomenclatura CIIU

| | Nomenclatura | CIIU Rev. 4 |
|----------|---|--------------|
| Sección | Industrias Manufactureras | C |
| División | Fabricación de prendas de vestir | C 14 |
| Grupo | Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel | C 141 |
| Clase | Fabricación de prendas de vestir | C 141 - 1012 |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

3.4.3 *El Producto*

3.4.3.1 *Características del producto*

La ropa infantil confeccionada y comercializada por WILOX S.A. se caracteriza por estar hecha con materia prima y materiales de calidad lo que le otorga las cualidades de comodidad y adaptabilidad a los más pequeños de la casa, complementado por un ciclo de fabricación exhaustivo, donde las prendas son revisadas y probadas para las diferentes actividades que ellos realizan para desplazarse libre y cómodamente.

Las prendas van a ser fabricadas con telas y materiales de calidad, preferentemente de proveedores locales y nacionales fortaleciendo la industria del país. Si bien es cierto dentro de los elementos que se emplean en la confección de la ropa infantil la tela es el más representativa, sin embargo, otros materiales tales como hilos, botones, elásticos, cierres y otros también constituyen partes fundamentales de este proceso los cuales le dan el toque de diferenciación a cada prenda confeccionada.

3.4.3.2 *Logotipo y slogan*

El lema que representa la empresa tiene un valor simbólico para el estilo de vestir de los niños, ya que en menos de lo que pensamos los pequeños se convierten en grandes jóvenes, por tal motivo se ha ideado para la empresa de ropa textil de estas características el siguiente logotipo y slogan.



Figura 4-3: Logo empresa

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

3.4.4 Base filosófica de la empresa

El desarrollo empresarial se verá encaminado por los propósitos y valores corporativos que se plantearon para alcanzar las metas propuestas:

3.4.4.1 Misión

Ser una empresa textil diferente, correctamente organizada y con una cultura de excelencia operativa, desarrollando el trabajo innovador y buscando la mejora continua que brinde productos de calidad con creatividad y conseguir la satisfacción de nuestros clientes.

3.4.4.2 Visión

WILOX S.A. busca maximizar la producción con tecnología de punta, para estar primeros en el mercado y así satisfacer clientes de todas las ciudades del país, mejorando negocios locales que permitan alcanzar mercados internacionales

3.4.4.3 Principios y valores

La cultura laboral tiene un valor significativo para cumplir los objetivos de la organización y su fuerza depende de la correcta aplicación de los principios y valores que esta proponga.

Por lo tanto, los valores propuestos para generar un ambiente laboral adecuado son los siguientes:

Respeto

Como principio básico está el respeto y consideración mutua entre todos los colaboradores de la organización, así como el respeto que debe existir para los clientes externos en todos los aspectos que se presenten.

Trabajo en equipo

Es fundamental el trabajo en equipo y la cooperación entre todos los integrantes para poder cumplir con los objetivos organizacionales.

Honestidad

La honestidad es uno de los valores más importantes ya que de esta manera se exalta transparencia y el actuar veraz siendo consecuente frente a lo que se le ordena asumiendo de manera responsable las consecuencias de los actos.

Compromiso

Debe existir un vínculo entre empresa y colaboradores para generar entusiasmo con las obligaciones contraídas y los acuerdos establecidos para generar motivación y un buen ambiente laboral a nivel general de la empresa.

Originalidad

Las ideas de cada colaborador serán valiosas, se creará un grupo donde cada uno pueda apuntar su creatividad en nuevas formas de crear propias tendencias.

Ética profesional

La empresa se destacará dentro de los valores éticos y morales sin imponer ni exigir acuerdos y obligación no racionales o que comprometan a perjuicios.

Responsabilidad

Los compromisos contraídos con nuestra cartera de clientes procurarán que la empresa demuestre actitudes positivas y buena comunicación hacia el mercado.

Puntualidad

Es importante saber manejar los tiempos para evitar retrasos, en tal virtud la puntualidad referente a las fechas acordadas es esenciales para fidelizar a los clientes y generar confort entre las partes.

3.4.5 Aspectos legales

El presente proyecto será regido por lo dispuesto por la Superintendencia de compañía. Es importante implementar bases de legalidad para el correcto funcionamiento del proyecto, ya que se tratará de una Compañía Anónima.

En este marco se deberá abarcar todos los trámites y requisitos correspondientes a la creación de la nueva empresa, la documentación es de suma importancia para operar en el mercado sin impedimentos.

3.4.5.1 Tipo de Sociedad

ASPECTOS CONSIDERADOS DE LA LEY DE COMPAÑÍAS

Sección VI

De la compañía anónima

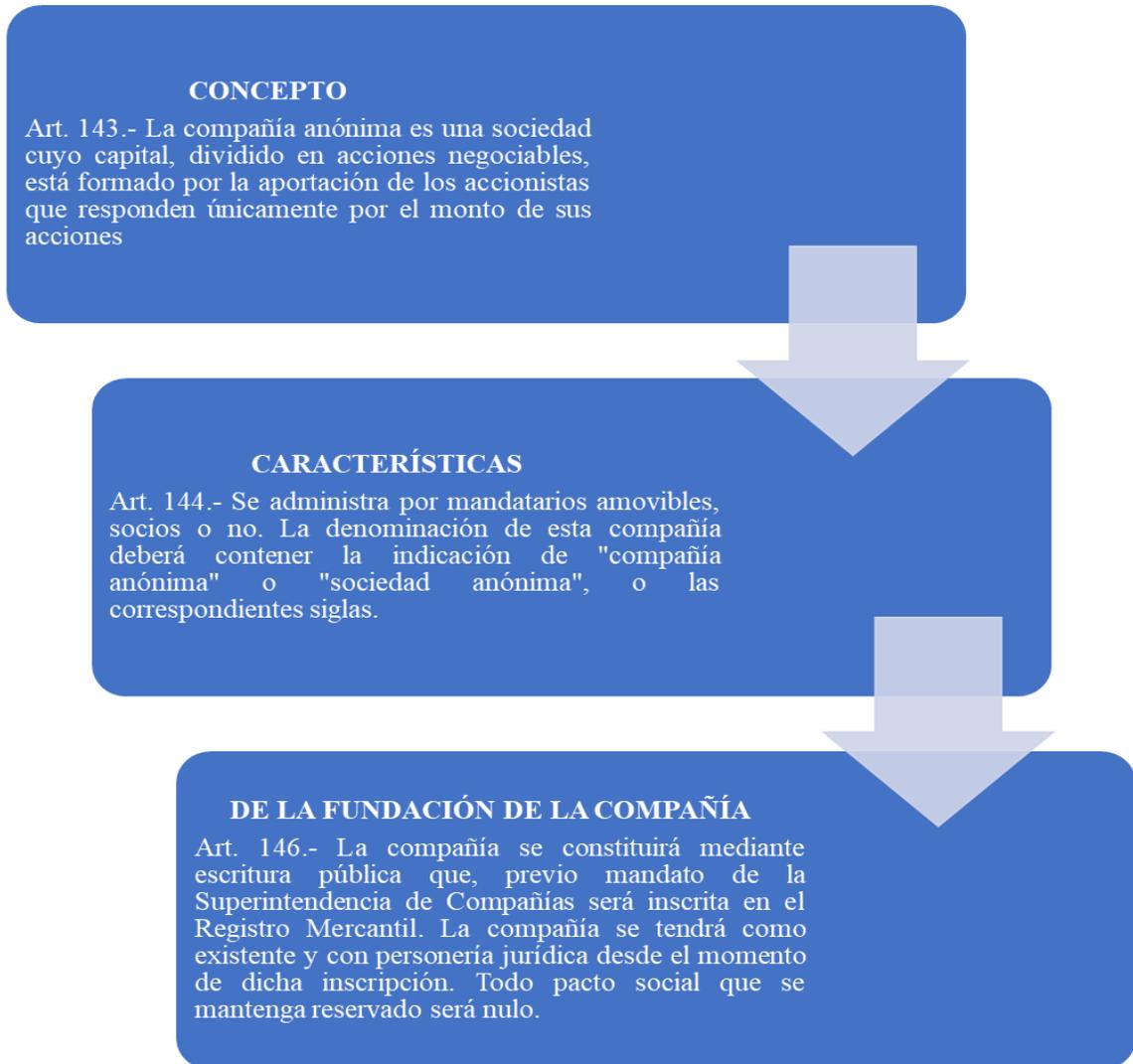


Gráfico 11-3: Ley de compañías.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

3.4.6 Estructura orgánica administrativa

La industria textil "Wilox" mantiene un orden jerárquico y funcional en donde cada departamento tendrá la gestión de un líder, mismo que ejecutará acciones de acuerdo con los objetivos primordiales de la empresa.

3.4.6.1 Organigrama Estructural

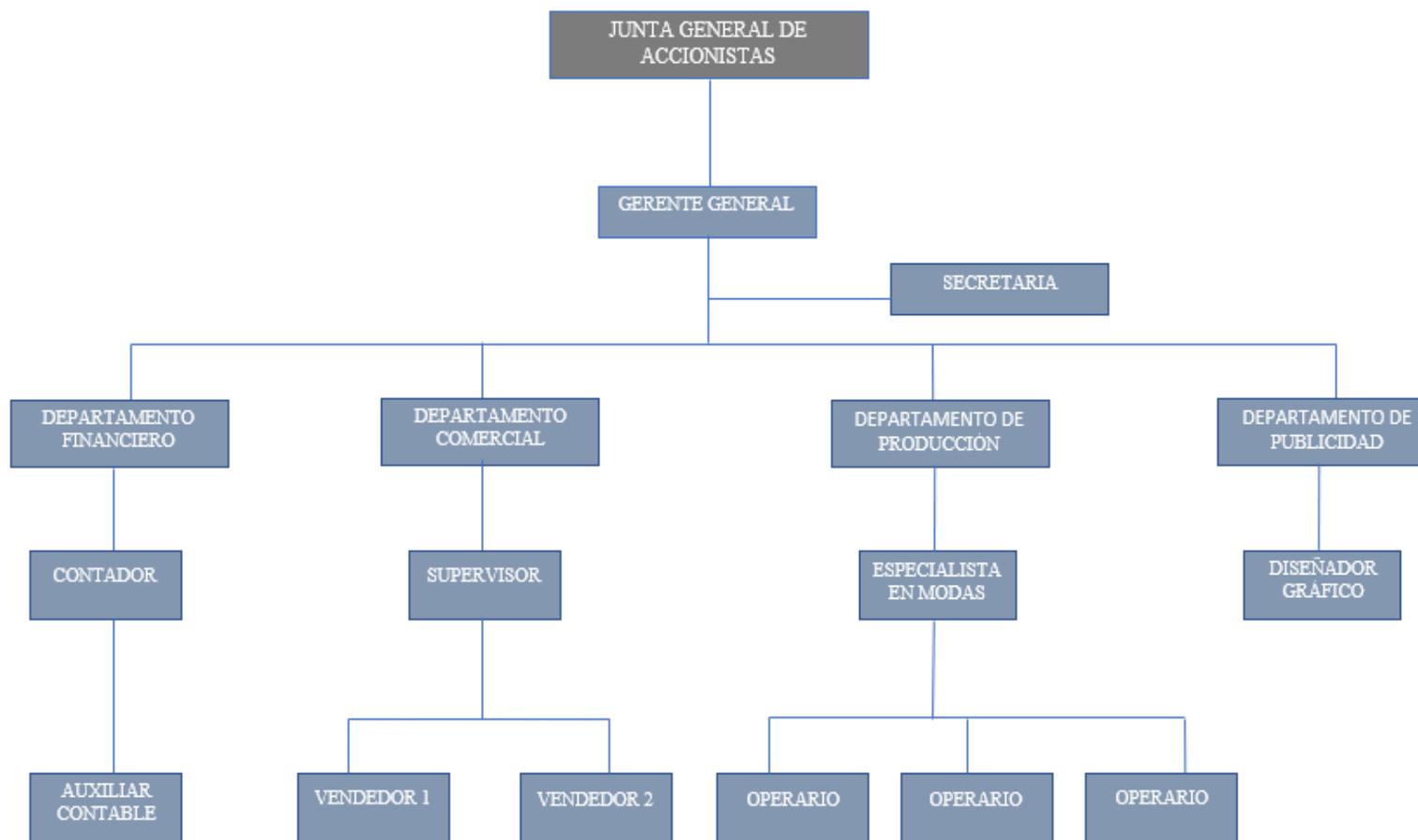


Gráfico 11-3: Organigrama estructural.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

3.4.7 Manual de funciones

Las funciones de los colaboradores serán determinadas por los presentes manuales que constituyen una herramienta muy importante para el personal, permitirá normar las responsabilidades que deben cumplir para el mejoramiento del desempeño de sus funciones, desarrollo de métodos y procedimientos que aporten de forma significativa a la empresa y evitando la repetición de funciones.

Tabla 15-3: Manual de Función Gerente

| | | |
|---|--|---|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE GENERAL NATURALEZA DEL PUESTO: Controlar y asesorar las diferentes actividades de la empresa de manera eficaz y óptima. SALARIO BÁSICO: 700 | DEPENDE DE: Junta general de accionistas | |
| | SUPERVISA A: Personal de la empresa | |
| | NUMERO DE CARGOS: 1 | |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Ing. Contabilidad y Auditoría, Ing. Administración de Empresas economistas, Ing. En Finanzas. EXPERIENCIAS: Mínimo 4 años | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Curso de tributación, informática, liderazgo. CURSOS RELACIONADOS: Curso de relaciones humanas, neuro marketing, PLN. | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Ejecutar los planes y directrices emitidas por la junta general de socios para garantizar el correcto y efectivo funcionamiento de la compañía. | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa • Desarrollar un código de ética • Contratar las competencias necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa • Analizar y resolver los problemas en el aspecto financiero, administrativo, contable entre otros que se presentan en la empresa • Efectuar pagos de nómina | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tabla 16-3: Manual de función secretaria

| | | |
|---|---|---|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: SECRETARIA NATURALEZA DEL PUESTO: Recibir y redactar documentos y demás correspondencia SALARIO BÁSICO: 500 | DEPENDE DE: Gerente General | |
| | SUPERVISA A: Personal de la empresa | |
| | NUMERO DE CARGOS: 1 | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | | |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Secretariado Gerencial y/o Tecnóloga en secretariado o afines EXPERIENCIAS: Mínimo 2 años HABILIDADES PERSONALES: Capacidad de manejo de herramientas tecnológicas, trabajo a presión. | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: informática y asuntos administrativos. CURSOS RELACIONADOS: manejo de Excel y Word medio avanzado | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Manejar eficientemente documentación y comunicaciones | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Atender llamadas telefónicas y agendar citas • Ordenar y archivar documentos • Realizar trámites correspondientes en cumplimiento de la ley • Otras funciones referentes a la actividad | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tabla 17-3: Manual de Función Contador

| | | |
|--|--|---|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO CONTABLE |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: CONTADOR NATURALEZA DEL PUESTO: Proporcionar información contable y financiera para la empresa SALARIO BÁSICO: 650 | DEPENDE DE: Gerente General | |
| | SUPERVISA A: Auxiliar Contable | |
| | NUMERO DE CARGOS: 1 | |
| | | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | | |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Ing. Contabilidad y Auditoría, Ing. Administración, Ing. En Finanzas. EXPERIENCIAS: Mínimo 3 años HABILIDADES PERSONALES: Manejo de información financiera, trabajo impulsivo a presión. | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Curso de tributación, informática, curso de indicadores financieros CURSOS RELACIONADOS: Curso de software contable. | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Elaborar los estados contables y financieros acorde a la norma contable. | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Realizar informes financieros • Realizar los registros contables • Registro mensual de transacciones • Preparar y efectuar pagos de impuestos establecidos por la ley de manera oportuna. | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tabla 18-3: Manual de Función Auxiliar

| | | |
|---|--|---|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO CONTABLE |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: AUXILIAR CONTABLE NATURALEZA DEL PUESTO: Capacidad de Seguir instrucciones orales y escritas para la eficacia de la información financiera. SALARIO BASICO: 500 | DEPENDE DE: Contador | |
| | SUPERVISA A: N/A | |
| | NUMERO DE CARGOS: 1 | |
| | | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | | |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Ing. Contabilidad y Auditoría, Ing. Administración. EXPERIENCIAS: Mínimo 3 años HABILIDADES PERSONALES: Manejo de información financiera. | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Curso de tributación, informática e indicadores financieros CURSOS RELACIONADOS: Curso de software contable. | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Preparar y mantener actualizados los movimientos contables de la Institución. | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Llevar un control interno de los documentos contables • Revisión de documentos conforme a la norma legal • Realizar conciliaciones bancarias • Forman parte de la elaboración de inventarios. • Revisan las retenciones y pagos de impuestos. | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tabla 19-3: Manual de Función Supervisor de ventas

| | | |
|---|---|--|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO COMERCIAL |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: Supervisor de Ventas NATURALEZA DEL PUESTO: Capacidad de implementar estrategias de venta, monitoreando y coordinando con los recursos de la empresa. SALARIO BÁSICO: 600 | DEPENDE DE: Gerente General | |
| | SUPERVISA A: Personal del departamento comercial | |
| | NUMERO DE CARGOS: 1 | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | | |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Ing./Lic. En Administración de Empresas. EXPERIENCIAS: Mínimo 2 años HABILIDADES PERSONALES: Capacidad de manejo de personal, liderazgo, trabajo en equipo | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: liderazgo, atención al cliente, neuromarketing CURSOS RELACIONADOS: Curso de relaciones humanas, gestión laboral. | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Coordinar negocios del cliente y departamento de producción | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Preparar los Pronósticos de Ventas • Determinar Canales de Distribución y Venta • Realizar Planes Promocionales: Regalos, Ofertas, Canjes, Descuentos, Bonificaciones, etc. • Analizar y organizar los tiempos y movimientos de las rutas y zonas de venta • Supervisar atención al cliente | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tabla 20-3: Manual de Función Vendedor

| | | |
|--|---|--|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO COMERCIAL |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: VENDEDOR NATURALEZA DEL PUESTO: Capacidad de comunicación con clientes actuales y potenciales y conocimiento de la entrega del pedido. SALARIO BÁSICO: 450 | DEPENDE DE: Gerente General | |
| | SUPERVISA A: N/A | |
| | NUMERO DE CARGOS: 2 | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | | |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Bachiller o Egresado en carreras administrativas EXPERIENCIAS: Mínimo 2 años HABILIDADES PERSONALES: Facilidad de palabra, trabajo en equipo, labores bajo presión. | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Curso de atención al cliente CURSOS RELACIONADOS: Marketing | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Coordinar pedidos con el cliente y con producción. | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Establecer nexos entre el cliente y la empresa. • Investigar características sobre la moda. • Ofrecer el servicio posventa • Manejar la publicidad general de la empresa. | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tabla 21-3: Manual de Función Vendedor externo

| | | |
|---|--|--|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO COMERCIAL |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: VENDEDOR EXTERNO NATURALEZA DEL PUESTO: Capacidad de comunicación con clientes actuales y potenciales y conocimiento de la entrega del pedido. SALARIO BÁSICO: 500 | DEPENDE DE: Gerente General | |
| | SUPERVISA A: N/A | |
| | NUMERO DE CARGOS: 1 | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | | |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Bachiller o Egresado en carreras administrativas EXPERIENCIAS: Mínimo 2 años HABILIDADES PERSONALES: Capacidad de manejo de la palabra, trabajo en equipo, labores a presión. | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Curso de atención al cliente CURSOS RELACIONADOS: Marketing por redes sociales | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Coordinar pedidos con el área de producción. | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un nexo entre el cliente y la empresa. • Administrar su territorio o zona de ventas. • Implementar el servicio posventa. • Detallar a sus clientes y posibles compradores sobre los beneficios de los productos únicos de la empresa • Realizar cualquier otra función asignada al puesto. | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tabla 22-3: Manual de Función Especialista en Modas

| | | |
|---|--|--|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: ESPECIALISTA EN MODAS NATURALEZA DEL PUESTO: Creatividad para el diseño de prendas, tener concentración y capacidad de manejar ideas para implantar en papel sus creaciones. SALARIO BÁSICO: 600 | DEPENDE DE: Gerente General | |
| | SUPERVISA A: Operario | |
| | NUMERO DE CARGOS: 1 | |
| | | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | | |
| REQUISITOS DE INFORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Profesional de Diseño de modas. EXPERIENCIAS: Mínimo 2 años HABILIDADES PERSONALES: Creatividad, trabajo a presión. | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Curso de diseño, Curso de imagen y modas. CURSOS RELACIONADOS: materiales de uso textil, cero desperdicios | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Diseñar prendas de acuerdo con las especificaciones y requisitos del cliente, tomando en cuenta el manejo de materiales de la empresa. | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Elegir los diferentes materiales en la producción. • Crear y diseñar prendas prototipo. • Definir las especificaciones técnicas que se usaran en el cortado. • Supervisar el control de calidad. • Realizar cualquier otra función que su superior le asigne. | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tabla 23-3: Manual de Función Especialista en Corte

| | | |
|---|---|--|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: ESPECIALISTA EN CORTE NATURALEZA DEL PUESTO: Contar con destreza para aplicar técnicas y métodos adecuados para el corte de tela y guía de patrones para el máximo aprovechamiento de la tela. SALARIO BÁSICO: 500 | DEPENDE DE: Gerente General | |
| | SUPERVISA A: Operario | |
| | NUMERO DE CARGOS: 1 | |
| | | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | | |
| REQUISITOS DE INFORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Corte y confección o carreras similares EXPERIENCIAS: Mínimo 2 años HABILIDADES PERSONALES: Capacidad de trabajo en equipo, manejo herramientas textiles, trabajo a presión. | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Curso de diseño de modas. CURSOS RELACIONADOS: Curso de elaboración de prendas de vestir | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Cortar la tela de acuerdo con los patrones establecidos aprovechando al máximo el espacio en el tendido de la tela. | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Registrar las medidas de las prendas en el sistema. • Controlar peso y calidad de tela. • Concretar la realización de cinturillas, de braguetas y de bolsillos. • Realiza el acabado y preparación del producto para la venta o entrega. • Gestionar su propio trabajo y de los operarios | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tabla 24-3: Manual de Función Operario

| | | |
|---|---|---|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO D PRODUCCIÓN |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: OPERARIO NATURALEZA DEL PUESTO: Operar las máquinas de coser industriales utilizando materiales y accesorios básicos en la confección de prendas de vestir. SALARIO BÁSICO: 450 | DEPENDE DE: Gerente General | |
| | SUPERVISA A: N/A | |
| | NUMERO DE CARGOS: 3 | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | | |
| REQUISITOS DE FORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Bachiller en corte y confección. EXPERIENCIAS: Mínimo 2 años HABILIDADES PERSONALES: Manejo De maquinaria, | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Confección de ropa deportiva CURSOS RELACIONADOS: curso de Corte y Confección. | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Mantener la productividad de la empresa de manera efectiva cumpliendo con cada pedido en el menor tiempo posible | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Retirar de bodega insumos necesarios. • Organizar y entregar las gavetas para las prendas. • Hacer estampados para producción. • Recolectar y guardar la materia prima que no se está utilizando. • Realizar cualquier otra función asignada al puesto. | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tabla 25-3:Manual de Función Diseñador

| | | |
|---|--|---|
|  | | EMPRESA TEXTIL WILOX S.A MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO DE MARKETING |
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | | |
| NOMBRE DEL PUESTO: DISEÑADOR GRÁFICO NATURALEZA DEL PUESTO: Implementar la creación y el posicionamiento de la marca mediante diseños exclusivos. SALARIO BÁSICO: 600 | DEPENDE DE: Gerente General | |
| | SUPERVISA A: N/A | |
| | NUMERO DE CARGOS: 1 | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | | |
| REQUISITOS DE INFORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Diseñador Gráfico. EXPERIENCIAS: Mínimo 2 años HABILIDADES PERSONALES: Capacidad de manejo de las Tics, trabajo impulsivo a presión. | |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Curso de marketing, informática, manejo de Redes sociales. CURSOS RELACIONADOS: Curso de relaciones humanas, neuro marketing. | |
| OBJETIVO DEL PUESTO | | |
| Proponer e implementar imágenes o videos de los productos. | | |
| FUNCIONES | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Incorporar la marca en las diferentes plataformas virtuales. • Diseñar la página web. • Desarrollar con creatividad los diseños. • Manejarse en el contexto de las redes sociales. | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 07/09/2021 | | |
| RESPONSABLE DE ELABORACION: Autor del proyecto | | |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Reglamento

- El Horario de entrada será de 8:00 am hasta 5:00 pm.
- Se prohíbe el abandono del lugar de trabajo en horas laborables.
- Cumplir con todas las medidas de seguridad para el correcto desempeño de las actividades en la organización.
- Se prohíbe el traslado de las herramientas y maquinarias a de la institución a otros lugares.
- Cada colaborador es responsable del uso y mantención de los instrumentos de producción de la empresa.
- Se prohíbe el desperdicio exagerado o mal uso de materiales de fabricación.
- Se prohíbe el ingreso de bebidas alcohólicas a la empresa.

3.4.8 Plan de marketing

La presente herramienta permitirá tener una conexión entre el negocio y sus clientes, desempeña un papel importante para nuestra de empresa textil, además de incrementar las ventas, y expandir la nueva marca no solo dentro de la ciudad, para conseguir que la marca alcance aceptación a nivel internacional.

Las estrategias de marketing a menudo se utilizan indistintamente para organizar el desarrollo sobre la base de un marco estratégico general. La estrategia y el plan pueden incorporarse en un documento, particularmente para las microempresas que solo pueden ejecutar una o dos campañas importantes en un tiempo determinado. El plan detalla las actividades de marketing en forma mensual, trimestral o anual, en otro lado, la estrategia de marketing sintetiza la propuesta de valor general.

3.4.8.1 Estrategias de Penetración

Las estrategias de comercialización para la empresa textil serán las siguientes:

Estrategia de producto

WILOX S.A diseñara una estrategia con el objetivo de maximizar las características y componentes especiales de los cuales está confeccionado las prendas de los niños, basándose

principalmente en su elaboración con maquinaria de última tecnología, además de los materiales son exclusivos para no irritar la piel de los infantes.

Estrategia de canal de distribución

Las prendas infantiles tendrán como principal carácter de comercialización un agente vendedor externo, que se encargara de expandir la marca a nivel de todas las provincias costeras y a los lugares permitidos por la intendencia de cada ciudad como plazas, mercados minoristas, almacenes y centros comerciales, este modelo es innovador y cubriría la demanda insatisfecha de la región antes mencionada.

Cobertura

Se prevé que la empresa de ropa infantil WILOX S.A abastezca los almacenes, mercados y centros comerciales de las provincias de Esmeraldas, Manabí, los Ríos, y Santa Elena. Es importante destacar que también estará enfocado en el centro de la ciudad de Santo Domingo, de manera que genere impacto en la aceptación de los clientes, basados en la calidad diseño y economía en las prendas de vestir infantiles. Este medio es una estrategia innovadora que atraerá la atención de los clientes.

3.4.8.2 Estrategias de Posicionamiento

Diferenciación

Las prendas que WILOX S.A oferta están confeccionadas de forma profesional, con telas exclusivas del mercado textil, como lo son; el algodón y el textil hecho a base microcomponentes que no causan irritaciones en la piel.

Un elemento central para nuestra empresa textil es el uso de la realidad virtual para clientes que no encuentren el diseño dentro del stock de prendas que se encuentran en la compañía y que aspiren por su propio diseño con un libertinaje de elección en componentes como acabados, estampes y color de hilos para su futura prenda de vestir.

Ventaja Competitiva

La principal ventaja competitiva es la exclusividad en cada modelo que será fabricado por nuestros profesionales en la moda, engrandeciendo nuestro logo WILOX cuidando cada detalle para mantenerse en los primeros puestos de los almacenes más visitados por clientes entre los competidores textiles de la provincia.

Atributos del producto

El principal atributo de las prendas de vestir infantiles es la comodidad, suavidad y exclusividad en cada uno de los diseños, con materiales en telas y componentes de la mejor calidad.

3.4.8.3 Marketing Mix

Producto

Los productos que la empresa de ropa infantil WILOX estará enfocada son los conjuntos deportivos y pijamas modernas, confeccionadas a base de telas importadas y con la mejor eficiencia en proceso productivo. Además, WILOX será un producto con diseños exclusivos hecho por ideas de los mismos clientes lo que le da una ventaja competitiva, para que la prenda tenga éxito dentro del mercado.

Se utilizarán las siguientes estrategias con la finalidad de maximizar los ingresos de la empresa WILOX S.A de ropa para niños

Nombre del Producto

El nombre WILOX S.A fue elegido símbolo de alegría para los usuarios y la empresa de prendas infantiles, este nombre representa la felicidad de los más pequeños de la casa, teniendo en cuenta que es un nombre corto, dinámico y atractivo a la vista.

Etiqueta

Las prendas de vestir infantiles contendrán dos etiquetas las cuales serán anexadas a la prenda. La primer y reglamentaria etiqueta estará sublimada en el interior de la camiseta o pantalón que

se confeccione, contando con todas las recomendaciones necesarias para el cuidado de esta. Las prendas de vestir incluirán en su parte exterior derecha una segunda etiqueta de diferente color por cada prenda es decir el color de la etiqueta cambiará periódicamente y esta contendrá el logo y slogan de la compañía.

Calidad

La calidad de cada proceso estará verificada por los supervisores de la respectiva área de tal manera que la producción además de ser eficiente sea eficaz. El prospecto de estas funciones internas será direccionado para alcanzar la mejora continua, reconociendo errores y tomando en cuenta el arte de cada colaborador de la empresa.

Se plantea a mediano plazo alcanzar la calidad registrada por el Instituto Nacional de Estandarización y Normas (INEN) para llegar al objetivo a largo plazo de exportar nuestras prendas a los países con alianzas comerciales vigentes.

Diseños

Por lo general la vestimenta está relacionada con su contexto social, político y económico, buscando adaptarse a los tiempos, la tecnología y los nuevos materiales. Por tal el proyecto buscará encontrar profesionales de la moda con un enfoque a estas tendencias antes mencionadas con criterios propios y aspiración de generar sus propios diseños.

Los diseños tendrán un enfoque hacia la moda internacional adecuando la personalización con las nuevas tecnologías y con los materiales preexistentes; con ello se busca la honestidad en sus materiales, acabados sencillos, elegantes y de fácil ensamblaje. El proyecto debe abarcar la gran mayoría de estas actividades para poder cohesionar todas las actividades, que permita un mayor desarrollo de la industria textil de la ciudad.

Telas

El universo de las telas es muy amplio, existe para cada personalidad y su exclusividad depende del tipo de prenda, y la dificultad para confeccionarla. En este sentido, la empresa de confección de ropa para niños tendrá un stock muy variado en componentes que conforma una prenda de vestir. Entre las que primordialmente se usaran son:

Algodón salvaje

Este tejido es muy adecuado para hacer ropa para niños, es suave y de algodón ligero, con un alto número de hilos y tiene una sensación ligeramente crujiente debido a que es muy suave al tacto resaltando la textura que está hecho de hilo muy delicado.

Paño fino

Esta tela es ligera y lisa que está conformada por una combinación de algodón y una textura brillante con un efecto de bordes finos y delicados.

Muselina

Es un tejido de algodón puro, utilizable en muchas prendas disímiles desde muy delgado hasta algo denso. Esta tela es muy apropiada para hacer diseños para usar debajo de los vestidos como cobertor.

Tejido de punto jersey

El tejido de punto jersey de algodón es el favorito de los compradores de ropa para niños debido a que son suaves y transpirables. El tejido se acomoda a los movimientos corporales constantes de los infantes y al crecimiento constante en especial de los bebés. Otra ventaja de la ropa tejida es que los entrelazados de punto son elásticos.

Tejido polar

El poliéster o tejido polar es una tela suave y es una buena opción para la confección de ropa de para niños. Su lienzo grueso y suave se utiliza como alternativa a la lana. Absorbe la humedad y mantiene el cuerpo caliente de los bebés.

Tejidos de microfibra

Es una fibra sintética, este es un nuevo tipo de tejido que es muy suave y no alergénico para los niños que tienen piel muy delicada, los entretejidos de microfibra no se deforman y se pueden confeccionar diversidad de elegantes prendas.

Materiales complementarios

Los materiales complementarios son; los hilos, los estampes, los broches, los botones entre otros que permiten la realización los trazos como las tizas, las reglas de trazado, la mesa de corte permitiendo realizar un proceso que ayudaran en el diseño y exclusividad de cada producto terminado.

Tallas

Según la investigación realizada mediante la metodología de observación e indagación las tallas que más se comercializan son 0-5 seguidamente de 8-10 por lo cual se dará más énfasis y mayor producción a estas tallas sin dejar de lado, pero con menos producción a las tallas 6-7 y 12-14

Imagen

WILOX S.A se dará a conocer frente a sus clientes como una marca que cuenta con los mejores diseños en prendas respecto a la moda, con una marca que cuenta variedad sin perder el enfoque de la cultura que cada cliente y ciudad tenga.

Slogan



Figura 5-3: Slogan Empresa

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Precio

Precios de la Competencia

Se presentará a continuación los precios de la competencia que oferta las prendas similares de categoría infantil a las que nuestra empresa WILOX S.A está enfocada.

Tabla 26-3: Precios mercado local

| | | |
|---|--|--------------------|
|  | <p>TIENDA DE ROPA INFANTIL ZONA FRANKA</p> | <p>\$8,50 c/u</p> |
|  | <p>MIRANDA KIDS WEAR</p> | <p>\$20,00 c/u</p> |
|  | <p>ALMACENES MUNDO BEBE</p> | <p>\$18,00</p> |
|  | <p>IMPORTADORA MI BEBE Y YO</p> | <p>\$10,00</p> |

| | | |
|---|--|----------------|
|  | <p>TIENDA VILLAVICENCIO/ Accesorios para Bebes</p> | <p>\$10,00</p> |
|  | <p>PEQUEMUNDO</p> | <p>\$5,00</p> |
|  | <p>ALMACENES ROPA DE BEBE</p> | <p>\$15,00</p> |

| | | |
|---|---|----------------|
|  | <p>TRAVESURAS EN PAÑALES</p> | <p>\$15,00</p> |
|  | <p>MALENA BEBE ROPA PARA BEBE</p> | <p>\$15,50</p> |
|  | <p>EL MUNDO DE LOS NIÑOS ROPA</p> | <p>\$8,00</p> |
|  | <p>CREACIONES HG - Fabricas de Ropa de Niños en Santo Domingo</p> | <p>\$16,75</p> |

| | | |
|---|---------------------------------------|----------------|
|  | <p>CREACIONES MILO, Santo Domingo</p> | <p>\$10,00</p> |
|  | <p>TIENDAS PASA, Santo Domingo</p> | <p>\$15,00</p> |
|  | <p>ROPA LINDA SD</p> | <p>\$18,00</p> |
|  | <p>PEKES, Santo Domingo</p> | <p>\$25,00</p> |

| | | |
|--|-------------------------------------|----------------|
|  <p>Disney 5 años</p> | <p>ALMACEN TODO A \$5</p> | <p>\$5,00</p> |
|  | <p>SWEET BABY / ROPA PARA BEBE</p> | <p>\$17,00</p> |
|  | <p>FASHION PLAZA, SANTO DOMINGO</p> | <p>\$25,00</p> |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

3.4.8.4 Precio del Producto

Según los datos de la encuesta realizada, el valor monetario que las encuestadas estaban dispuestas a pagar por una prenda de vestir infantil en el rango de \$26 a \$40 un valor más alto del que se muestra en la competencia claro está esto depende del modelo, diseño y calidad. Las prendas de vestir infantiles que Wilox ofrecerá debe mantenerse en un mismo margen al que actualmente rige el mercado de \$ 18,00 a \$ 26,00, por este motivo el precio será de \$ 20,00 cada conjunto y hasta los \$25 ,00 dependiendo del modelo y los detalles.

Plaza

La plaza en donde el proyecto se va a desarrollar se encuentra en la ciudad de Santo Domingo Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, las estrategias de ubicación son muy necesarias, puesto que el cliente necesita saber dónde puede encontrar las prendas con mayor facilidad y con fácil acceso a parqueadero.

Cobertura local

La empresa de ropa para niños WILOX S.A cubrirá toda el área urbana de la ciudad de Santo Domingo, con su exclusivo y amplio local, cerca del centro de la ciudad, donde nos manejaremos también con una tienda virtual con catálogos actualizados para estar al margen con las compras en línea y las entregas a domicilio dentro de la ciudad.

Estrategias de Promoción

- Se realizarán entregas a domicilio sin ningún valor por la compra de 3 prendas de vestir infantiles.
- Creación de una página en Facebook, Twitter e Instagram, en el cual se mantendrá un catálogo en tiempo real de las prendas de vestir.
- El personal del departamento de ventas estará capacitado para el manejo la plataforma de WhatsApp Búshines de Facebook para la acogida de nuevos clientes.
- WILOX S.A participará en ferias y eventos empresariales relacionados con la industria textil, la moda, lo artesanal, organizados por entidades como el Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, GAD Santo Domingo, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO-ECUADOR, Junta Nacional de Defensa del Artesano, entre otras.
- Se organizará concurso y sorteos en nuestras redes sociales para impulsar programas de fidelización.

Merchandising

El Merchandising permite presentar de una manera activa el producto con el fin de que los compradores se sientan satisfechos con las correcciones que plantearon esto permitirá optimizar la productividad y aumentar la fidelidad de los clientes. Por esta razón WILOX S.A tendrá un

Show Room dentro de las instalaciones de su fábrica, esta estará ubicada al ingreso del personal Administrativo y público en General, además tendrá las siguientes especificaciones.

- El lugar estará alfombrado con una plancha acolchonada sintética verde neón.
- Estará adornado de plantas artificiales y tendrá excelente iluminación además de decoración color rosa pastel, azul pastel, verde militar, morado neón, entre otros.
- Se colocarán muchos espejos para el reflejo de su personalidad.
- Existirá imágenes de la moda de niños famosos vistiendo los mejores atuendos.

3.4.8.5 *Análisis del entorno*

Dado que el diseño y confección de las prendas de vestir es un proyecto ya existente en el mercado actual, es necesario investigar y describir la información actual para el cual se pueda realizar un estudio profundo y a la vez que sea realista. Existen diferentes factores a considerar para evaluar el entorno externo tales como: los componentes legales y reglamentarios, cambios tecnológicos, el crecimiento y la estabilidad de la economía, tendencias políticas, fuerzas competitivas, tendencias culturales, etc.

3.4.8.6 *Macroentorno*

Componentes legales

Durante los últimos 20 años se ha venido dando una flexibilidad en la parte de negocios internacionales en lo que se refiere a normas, esto ha mejorado un incremento en la implementación de nuevas empresas con capital nacional y extranjero, lo cual ha contribuido al mejoramiento tecnológico, la especialización, la división internacional del trabajo y por ende llevando a generar aumento en la economía de escala en algunos sectores, especialmente en la industria manufacturera y textil.

La importancia del cumplimiento de la normativa conlleva a generar posicionamiento económico, credibilidad internacional y por tanto el resultado es la realización de nuevos negocios. De igual manera, una estabilidad reglamentaria es un indicador de un país en proceso de desarrollo y progreso económico.

El crecimiento de la economía

La economía ecuatoriana ha mostrado a través de los indicadores económicos una estabilidad macroeconómica la cual permite que exista confianza internacional por parte de los inversionistas extranjeros para realizar las respectivas inversiones en los sectores económicos propuestos (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2011).

Los empresarios locales se sienten obstaculizados por la poca inversión en tecnología, lo que conlleva a que se realicen investigaciones prematuras y no se fijen nuevas empresas a nivel nacional. A pesar de las crisis internacionales como el virus de carácter mundial que afectó al PIB nacional y el cierre de muchas microempresas, existe un buen manejo económico en el ámbito crediticio y monetario permitiendo que la economía ecuatoriana tenga un sostenimiento en el corto y mediano plazo.

Lo anterior, teniendo en cuenta que la economía ecuatoriana está cumpliendo con las metas fijadas en lo que se refiere al crecimiento y desarrollo económico propuesto. “Ha sido necesario realizar los ajustes que exige el mercado por variaciones ajenas a la economía y dichos fenómenos causan en algún momento incertidumbres, por tal motivo se deben implementar medidas inmediatas para impedir desajustes y desequilibrios inesperados” (Martínez, 2005).

Es importante mencionar que la economía del Ecuador en el lapso de muchos años se ha implementado importantes cambios en el mercado realizando como resultado un mejor posicionamiento en su economía a nivel internacional, mejorando en su ámbito caracteres con respecto al progreso e innovación industrial, competitividad y con mejores precios en relación con otros países (República, 2012).

El esquema mencionado detalla los pros y los contras que el país atraviesa en las industrias productoras, deduciendo que es factible el desarrollo para la marcha de nuestro proyecto dado que existen escenarios favorables para el desarrollo de nuevas manufacturas.

Tecnológico

Hay muchos sectores que están apuntando a la industrialización y todavía quedan muchos avances tecnológicos en la industria textil. Las empresas ya están trabajando sobre ellos, por eso es imprescindible implementar esta modernización con el objetivo de ofrecer prestaciones de reposición y transcripción de moldes, planos, patrones y diseños electrónicos. A los estrategias

les conviene minimizar los riesgos para asegurar el éxito de la industria en el futuro por mayor costo que fuere, el retorno a la inversión que genera y/o el costo de oportunidad de no tenerla restringe el perfeccionamiento del negocio.

Es indudable que el crecimiento del país ha creado un entorno favorable para la inversión, sin embargo, la inversión en diferentes áreas como tecnología no ha sido considerada en muchas actividades económicas.

De acuerdo con la revista Lideres (2019), en su análisis “La economía del Ecuador está saludable, pero tiene un bajo nivel de competitividad e innovación” explica claramente que una de las falencias es no adoptar ni continuar desarrollando industrias nacionales con nuevos procesos eficientes que optimicen la calidad e innovación de los productos o servicios.

Por tal la compostura tecnológica puede brindar mejora al sector mercantil mediante estas dos estrategias: construir-diseñar tecnología o comprar-anticipar tecnología inmediata tan pronto esté disponible. En Ecuador no se crea tecnología sino más bien se compra tecnología de forma tardía y de manera no anticipada.

Tendencias políticas

“En el ámbito político existe desequilibrio por cuanto se han presentado deficientes manejos administrativos ocasionados por intereses particulares y por un alto nivel de corrupción, paralizando el desarrollo económico de una nación” (Ahumada, El Modelo Neoliberal, 1998).

El tema es fundamental para garantizar una mayor seguridad democrática y para la implementación de las normas que regulen el desarrollo de la economía del país. Le corresponde a los máximos organismos la aprobación y ajuste de las normas, así mismo deben ser más objetivos al momento de la aprobación de las regulaciones que manejan el desarrollo del país, es por esto, que quienes administran el aspecto político deben estar comprometidos en la implementación de las normas que ayuden al buen desempeño y manejo de los entes que conforman al estado ecuatoriano, logrando así, que las normas que se aprueben sirvan y contribuyan en el proceso de creación de unidades económicas conllevando a la generación de un empleo pleno (Ahumada, El modelo Neoliberal, 1998).

La credibilidad interna y externa depende del correcto manejo regulado y su aplicabilidad sobre las respectivas instituciones que conforman una economía. Para obtener beneficios en el

desarrollo de nuestro proyecto sería conveniente ubicar a los artesanos que estén gozando la permanencia en el círculo de la economía popular y solidaria, lo que nos ayudaría en la reducción de costos y a la optimización de los productos. Al tratarse de los insumos necesarios para la confección es conveniente revisar el estatuto aduanero con el fin de conseguir beneficios de aquellos países con los que tengamos libre acceso y reducción arancelaria para conseguir la apertura de nuevos mercados internacionales.

3.4.8.7 *Microentorno*

Análisis según las cinco fuerzas de Porter

Poder de negociación de los clientes

Es importante reconocer que el comprador ecuatoriano ha evolucionado y se muestra cada vez más exigente y sofisticado lo que para muchos era una tendencia hoy se ha vuelto una realidad. La sociedad en general deja de fijarse en el precio para requerir productos de mayor valor agregado, en la categoría de alimentos y de cuidado personal las familias ecuatorianas empezaron a consumir con mayor frecuencia productos innovadores.

Rivalidad entre los competidores existentes. Amenaza de los nuevos competidores entrantes. Amenazas de productos y servicios sustitutos. Poder de negociación con los proveedores. Las principales características de este tipo de clientes se basan en niños y jóvenes estudiantes preocupados por el bienestar del sector socioeconómico medio alto y con poca sensibilidad a los valores elevados de las prendas de vestir.

Poder de negociación con los proveedores

La empresa WILOX S.A cuenta con varios proveedores con los que se tiene estrategias y políticas de crédito establecidas para largo y mediano plazo a fin de adquirir materiales y componentes en el tiempo establecido y la cantidad necesaria para la confección de las prendas de vestir infantiles. Otra de las fortalezas que tenemos es la garantía establecida por los proveedores en cuanto a la maquinaria y herramientas entregadas que serán monitoreadas y guiadas por el gerente general de la misma empresa.

Es importante mencionar la ubicación de la empresa garantizará el acceso y comunicación con los proveedores para la entrega, retiro y devolución de los materiales adquiridos en los momentos pactados.

Amenaza de los nuevos competidores entrantes

Rivalidad entre los competidores.

Se realizó un análisis de los posibles competidores del cantón Santo Domingo con lo cual se puede determinar que la oferta de las prendas de vestir con categoría infantil es moderada debido a que existe una libre entrada a los artesanos de la región sierra para comercializar este tipo de prendas de baja calidad por lo que la mayoría de las demandantes no tiene más opciones que adquirir las prendas ofrecidas, pero en la mayoría de los casos los consumidores prefieren acudir a centros comerciales adquirir prendas de marcas extranjeras para satisfacer la comodidad de los más pequeños. Por esta razón la empresa tiene la intención de exponer producto exclusivo, único, de alta calidad y que sea propio de diseñadores de la provincia Tsáchilas.

Las 19 microempresas que confeccionan y comercializan prendas de vestir para niños y en el cantón Santo Domingo se convierte directamente en rivales para la empresa WILOX S.A porque de acuerdo con la encuesta aplicada en la pregunta 1 se establece que el 63% de los encuestados sostienen que adquieren este tipo de pequeños atuendos en la zona por tal motivo es importante contar con estrategias de marketing y fijación de precios adecuados para hacer frente a la competencia.

Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Todas las instituciones en el mercado conviene poner mayor énfasis en la atención al consumidor final, debido a que estos son cada vez más exigentes y sofisticados puesto que la mayoría están interesados en la calidad de los productos sin importar su precio. Otro de los hallazgos más importantes es la amenaza de los nuevos competidores en el mercado debido a que este tipo de productos son demandados cada vez con mayor frecuencia un punto importante es el diseño de la moda internacional con materiales que cumplan con las especificaciones del mercado, focalizando el diseño, exclusividad y técnicas de elaboración de las prendas de vestir.

Determinación del precio de cada prenda.

Para determinar el valor de los precios de cada prenda de vestir se realizó un estudio de mercado en las principales empresas y microempresas de la ciudad que permitió realizar un análisis del comportamiento de los precios y los costos que influyen en el proceso de fabricación de cada prenda.

Con los resultados obtenidos se puede enunciar que los valores de cada prenda de vestir varían de acuerdo con el diseño, tela, medidas, acabados y categoría de cada conjunto de vestir, pero el precio promedio de cada prenda y accesorios se muestran en el siguiente esquema.

Con el análisis anterior la empresa WILOX S.A productora de cada prenda de vestir maneja otra perspectiva con sus propias políticas y trabaja con la utilización de un transcendental capital de trabajo, materiales e insumos se establece el precio de cada prenda de vestir para su confección y los acabados con maquinaria de última tecnología que se da a cada prenda.

Política de precios

La empresa WILOX S.A. mantendrá precios competitivos y cambiantes en las prendas más vendidas, realizando promociones y descuentos en cada temporada de manera que la empresa de ropa infantil sea reconocida por productos de calidad con los mejores precios del mercado.

- Establecer el precio de las prendas infantiles en función de los costos de producción y de ventas para que se genere rentabilidad para la empresa textil WILOX S.A
- El precio se clasificará en dos categorías la primera será el precio normal al público y el segundo para los distribuidores o almacenes que nos adquieran en considerables lotes de prendas de vestir infantiles.
- El medio de pago es en efectivo o con tarjetas de crédito para todo el público en general e inclusive para nuestros intermediarios, su facilidad dependerá mucho del tipo de tarjeta de crédito que posea.
- Realizar promociones y rebajas en las antiguas colecciones en temporadas.

Determinación del precio

Para determinar el valor de venta de cada prenda se ha considerado el diseño y la categoría que ha sido creado, se debe tomar el 45 por ciento de ganancia, frente al coste final. Se detalla lo mencionado anteriormente, a continuación:

$$PV = \frac{CT}{1 - g}$$

Datos:

PV = precio de venta CT= costos totales g = margen de ganancia (% expresado como decimal)

Conjunto casual de niña

Datos:

CT = \$ 10,99

G = 0,45

PV = PV = \$ 19,99

Conjunto casual de niño

Datos:

CT = \$ 8,79

G = 0,45

PV = PV = \$ 15,99

Conjunto de dormir de niño y niña

Datos:

CT = \$ 6.59

G = 0,45

PV = PV = \$ 11,99

Mercado

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los padres de familia y demás personas de cantón Santo Domingo, la compra de ropa para niños se efectúa de forma mensual es decir doce veces al año, por lo tanto, este producto tiene un alto nivel de aceptación por la población de la ciudad. Tomando en cuenta que la mayor concentración de la población que adquiere este tipo de prenda de vestir se encuentra en el estrato social “C” y “D”, además que en esta área se marca la diferencia entre la población femenina que es mayor a la población masculina.

Se puede afirmar que el mercado a la cual va dirigido el presente proyecto es altamente atractivo debido al número de mujeres embarazadas y con hijos que adquieren este tipo de vestuarios para mantener bien elegantes y a la moda a sus hijos o familiares menores de edad en la zona.

Disponibilidad de recursos económicos

Para el desarrollo normal de sus actividades la empresa WILOX S.A contará con el financiamiento propio del capital inicial el cual se logrará a través de la contribución correspondiente de los socios; a su vez también se optará por la obtención de créditos en las diferentes entidades financieras, lo que significará el análisis de las políticas de crédito más convenientes para la empresa con el fin de adquirir maquinarias textiles y herramientas de la confección necesarias que permitan cumplir con las expectativas de los clientes y las nuevas tendencias de la moda.

Disponibilidad mano de obra

La empresa WILOX S.A funcionará como principal eje al aporte de los socios de la empresa además de la colaboración del personal antes mencionado en el organigrama estructural, los cuales deben cumplir con los requisitos y funciones establecidos en el organigrama. Es importante que los colaboradores deben ser personas creativas con valores bien planteados para el cumplimiento de sus obligaciones.

Disponibilidad de materia prima

La empresa WILOX S.A establecerá contacto con los diferentes proveedores del país en busca de materiales primarios; como las telas e hilos y también insumos acordes a las necesidades de la empresa para la elaboración del producto final de calidad y que a la vez proporcionen facilidad de pago y entrega inmediata de los pedidos.

La materia prima debe cubrir todas las necesidades del departamento de producción para evitar errores en los procesos, y aumentar la productividad de esta.

Las prendas con mayor énfasis serán; los pijamas, los vestidos de niñas y conjuntos deportivos. Por tal motivo se prevé necesitar una variedad de materiales en telas. Las mismas que serán diseñadas y elaboradas acorde a las exigencias de cada cliente en cuanto a sus colores, texturas, diseños y mediadas por lo tanto existirá una atención con realidad virtual para satisfacer en tiempo real los pedidos de fabricación de cada cliente.

Factor tecnológico.

La empresa WILOX S.A trabajara con maquinarias de tecnológica avanzada que facilite la elaboración de las prendas y aumente la eficiencia en la cadena de suministro de la empresa, sin mayor inconveniente cumpliendo con los estándares de calidad en tiempos determinados para no ocasionar cuellos de botella entre áreas de fabricación.

La empresa WILOX S.A estará ubicado en el cantón Santo Domingo en la av. Quito y Abraham Calazación en la propiedad de uno de los socios constituyentes de la empresa.

A continuación, se detalla el valor del terreno y las características de la propiedad de acuerdo con el impuesto predial urbano determinado por el gobierno autónomo del cantón Santo Domingo.

3.4.8.8 Localización del proyecto

Para fijar la localización del proyecto es importantes tomar en cuenta aspectos fundamentales como la cercanía a centros comerciales, la facilidad de acceso, medios de transporte, abastecimiento de materia prima entre otros; con la finalidad de establecer un sitio inteligente y estratégico para la ubicación de la planta. Es por esa razón que se estudió aspectos reales para la localización de la empresa mencionada a continuación.

Macro localización

La empresa WILOX S.A estará ubicado en Ecuador, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, Cantón Santo Domingo, Parroquia Santo Domingo, para determinar la ubicación se tomó en cuenta factores relevantes mencionadas con anterioridad, los cuales resaltan:

- Cercanía a centros comerciales.
- Facilidades de acceso y comunicación.
- Calle con afluencia de vehículos y medios de transporte.
- Lugar estratégico para el abastecimiento de materia prima.
- Disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, y demás servicios básicos.
- Condiciones sociales y culturales.

Dentro del aspecto macro se determinó la ubicación de la empresa en una zona popular cerca del único centro comercial más grande de la ciudad, prestando atención a la población que circula con sus hijos para generar atracción inmediata de nuestra tienda de ropa infantil con diseños únicos y personalizados.

Micro localización

El proyecto se implantará en el cantón Santo Domingo de la parroquia Santo Domingo en la av. Quito y Abraham Calazacón, frente al Paseo Shopping Santo Domingo junto al matriz del Banco de Guayaquil.

Para determinar la micro localización se consideró los siguientes factores.

- Transporte del personal.
- Costos de los terrenos y cercanía a la vía de acceso público.
- Lugar estratégico.
- Tamaño del lugar.

Proceso de producción

Para el diseño y confección de cada una de las prendas infantiles de vestir se debe separar los tiempos muertos en cada proceso de producción a fin de optimizar recursos y tiempo para la empresa. Por otro lado, también es significativo la utilización de las maquinarias y herramientas adecuadas que permitan garantizar un producto final de calidad en el tiempo y momento estipulado.

Existen diferentes estrategias para la confección de las prendas de vestir dependiendo de la prenda o accesorio a confeccionar.

Por lo tanto, la empresa WILOX S.A utilizará diferentes técnicas y herramientas en la elaboración de las prendas infantiles perfeccionado por los profesionales del arte que tendrá la empresa. Se adoptará un sistema de innovación mensual ideado por todos los colaboradores de la empresa para la mejora de los mencionados procesos de producción.

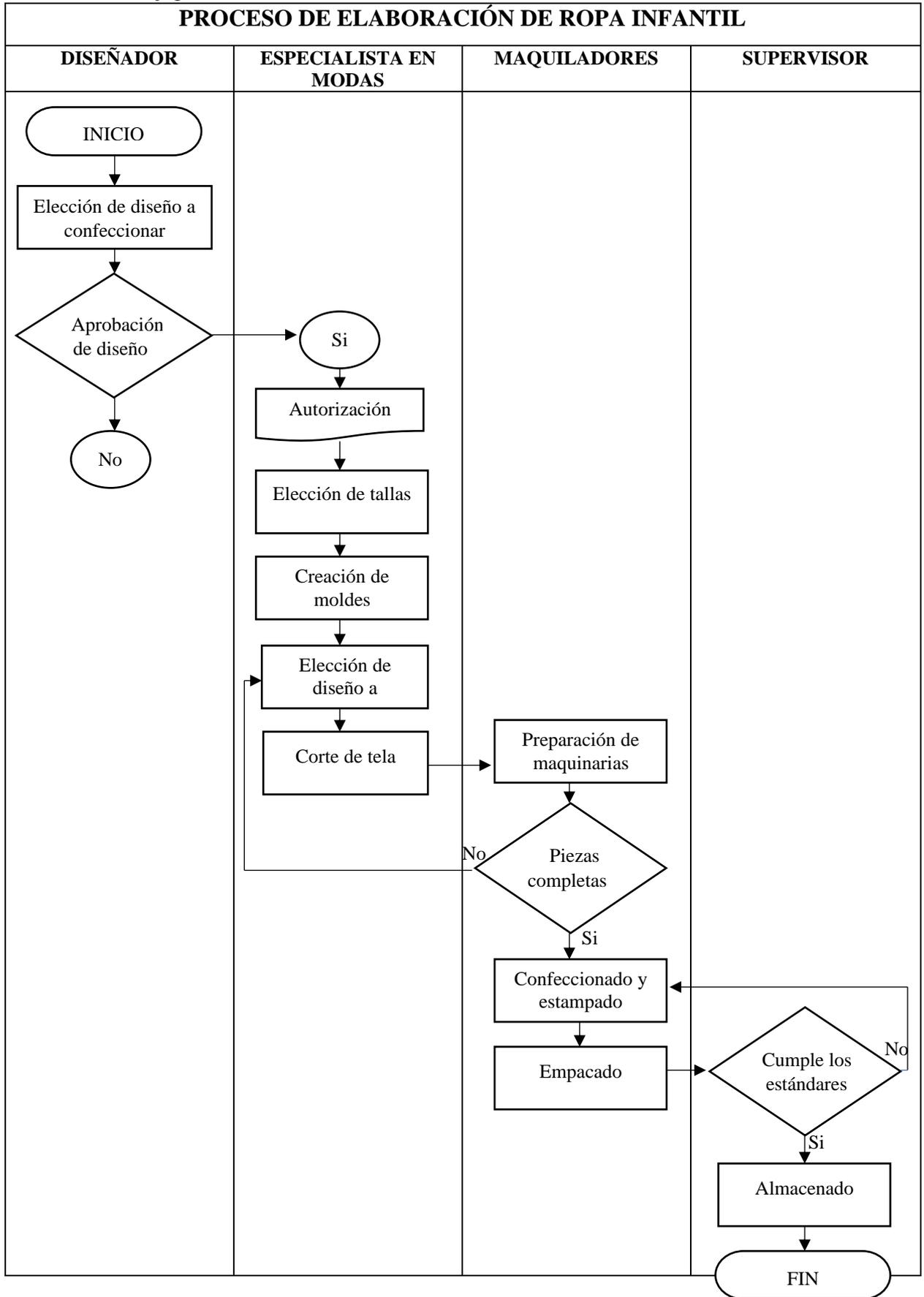
A continuación, se menciona los procesos a utilizar en la elaboración de cada una de las prendas de vestir.

- Diseño
- Trazado
- Corte
- Confección
- Acabados
- Empacado
- Almacenado
- Despacho

3.4.8.9 *Flujograma de procesos de producción*

Los procedimientos para la empresa de ropa infantil son encadenados, debido a que es necesario desplegar en planta una estandarización de las actividades para llegar al producto final, se vio necesario realizar un diagrama de flujo de los procesos, los cuales fueron elaborados y revisados en conjunto con el departamento de diseño de modas, producción y ventas. En el caso de los diagramas de flujo de producción fue necesario la revisión y análisis de las actividades específicas con el personal operativo de producción.

Tabla 27-3: Flujoograma de Procesos



Almacenamiento

Las prendas finales son almacenadas en la bodega de la empresa y se cuenta con un registro electrónico mediante ayudas tecnológicas y/o programas que nos facilitan la verificación de stock en el departamento de ventas, considerando también que las prendas deben estar en un lugar seco sin húmeda para que las prendas infantiles no sufran daños o deterioros.

Venta

Se mantiene exhibido todos los diseños de prendas de vestir infantiles en diferentes perchas, donde se plantea estrategias de visualización a primera vista para la salida de nuestros productos de vestuario que se haya fabricado en la empresa.

Para aquellos clientes que hayan optado por el sistema de fabricación personalizada tendrá un valor adicional del 25% del valor y se manejara con un anticipo para la confección de este.

Distribución de la planta

WILOX S.A trabaja bajo la distribución por producto debido a que la maquinaria y equipo de trabajo se utiliza de acuerdo con el progreso del trabajo es decir acorde a las necesidades y demanda surgida en un tiempo determinado. La distribución propuesta estará de manera general mediante la aplicación de la metodología SLP y se propone la distribución a detalle por medio del balance de línea con el fin de optimizar el uso de los recursos y materiales de la empresa consiguiendo maximizar las tasas productivas.

La planta de la empresa se encuentra distribuida de la siguiente manera: Planta de producción La planta de producción está compuesta por 168 metros cuadrados en el cual se ubicará la maquina electrónicas para confeccionar, planchar, cortadoras y herramientas de corte y confección y utensilios utilizados en el proceso de producción.

3.5 ESTUDIO TÉCNICO

Objetivo General

Determinar el análisis completo del sitio donde se implementará la unidad productiva textil.

Objetivos Específicos

- ❖ Determinar cada uno de los requerimientos que son necesarios para poder diseñar y fabricar una prenda de vestir acorde a las necesidades de los niños.
- ❖ Detallar cada una de las etapas que se realizan en el área de fabricación de la ropa infantil.
- ❖ Señalar cada elemento clave que ira dentro del proceso de la prenda textil
- ❖ Identificar la ubicación, tamaño y recursos que deben tener el proyecto para poder realizar la confección de ropa infantil.

3.5.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

FACTORES QUE CONDICIONAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

Capacidad del mercado

La investigación está enfocada en crear una empresa de confección y comercialización de ropa para el sector de consumo de menores de edad, donde el satisfacer la necesidad de buscar la tranquilidad de los niños en una edad promedio de 14 años es esencial, la capacidad del mercado se fija a través de la demanda que se obtendrá en relación con la demanda insatisfecha con el único fin de seleccionar el target group, siendo necesario para encontrar la viabilidad del proyecto.

Disponibilidad de materia prima y materiales

Contar con proveedores de primera que brinden los elementos adecuados para realizar la confección de cada prenda, aumenta el rendimiento dentro del proceso de fabricación, aumentando de a poco el posicionamiento frente a la competencia. La problemática encontrada es la falta de empresas proveedoras de insumos necesarios en esta industria y las pocas empresas que importan telas del extranjero no brindan el soporte financiero que normalmente se usa, una desventaja para muchos. La buena calidad de estos elementos ayuda a identificar la diferencia en los distintos productos que oferta la empresa, por lo que los suministro deben preverse ante posibles variaciones de tiempo, producto del proceso, para no quedar mal con los clientes.

La principal empresa con materiales de calidad que abastecerá a Wilox será "Grupo Recalex" proveedor quiteño con planes de financiamiento, ventaja que nos permitirá económicamente mantenernos al margen, otros proveedores a trabajar son "Lafayette" y "Neymatex" con lo que se construirá una alianza empresarial.

Capacidad Financiera

El capital con el que una empresa inicia es primordial, ya que promulga una invitación no solo a los consumidores sino también a los proveedores a confiar en la empresa textil, además de buscar no solo la inversión extranjera si no las alianzas estratégicas que pueden mejorar la producción y estrategias, y así pensar en poder a futuro exportar cada uno de los diseños, considerando que esta industria es muy grande y se encuentra en pleno auge. Al identificar estos parámetros también la liquidez de la unidad empresarial es importante por lo que el contar con un banco que brinde préstamos es importante para que la inversión pueda crecer y mejorar cada en cada proceso que se da durante la fabricación, de tal forma es necesario recalcar que la investigación numérica del financiamiento se presenta en el estudio económico.

Disponibilidad de talento humano

Va de la mano con las estrategias y la gestión administrativa con el fin de determinar la magnitud de la empresa y si los recursos son apropiados para poder realizar cada una de las actividades dentro de la empresa textil, ya que el beneficio de tener personal que promulgue la misión y visión de la empresa podría conducir el mejoramiento de la rentabilidad de la misma.

La pertenencia de los trabajadores dentro de la organización es de gran utilidad para la creación de lugares para prestar su contingente, ya que entre más demanda exista por los productos mayor será la cantidad de personal que la empresa textil tendrá que contratar, por ello como consejo dentro de este tipo de industrias se busca personal polifuncional para desarrollar distintas actividades de corte, costura entre otras.

Disponibilidad de tecnología

El equipamiento y determinados servicios a utilizarse para el funcionamiento pleno de la organización son los siguientes:

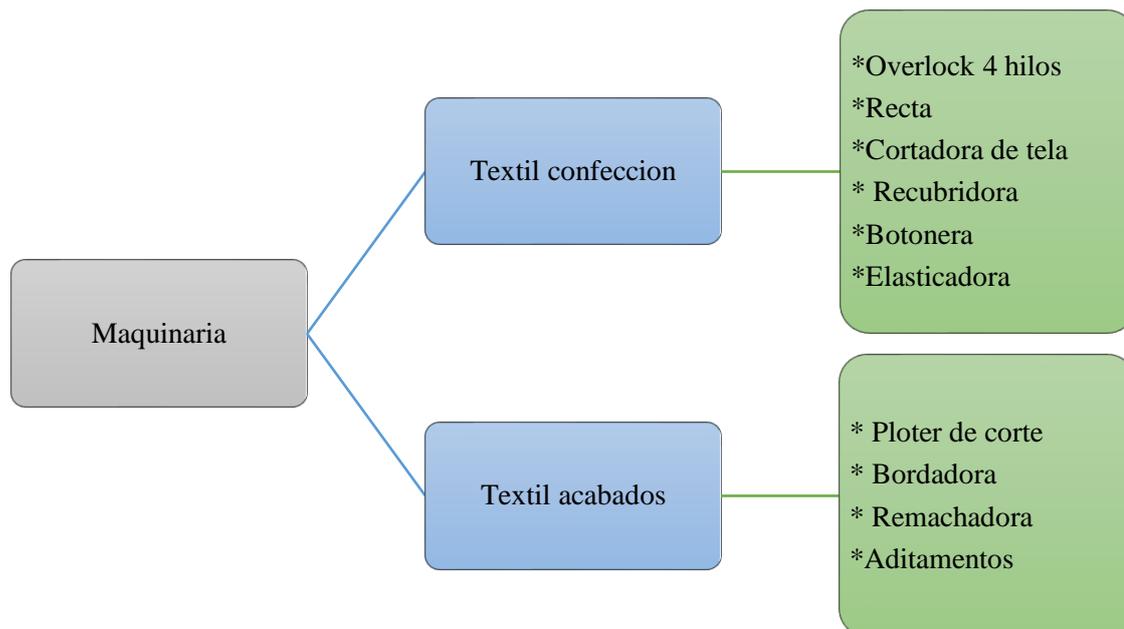


Gráfico 1: Disponibilidad de la tecnología.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Nota: Es importante destacar que dentro de la empresa textil se utilizaran teléfonos, modem de internet, computadoras, utilices de oficina, pupitres, mesas de corte, instrumentos de corte (tijeras, reglas), mandiles, mascarillas entre otras.

Tabla 28-3: Maquinas a Utilizar

| IMAGEN | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
|  | <p>Maquina computarizada para bordado con una capacidad de 4 cabezales para un mayor rendimiento en la productividad.</p> |
|  | <p>Maquina overlock 4 hilos con puntada de seguridad, adecuada para prendas de vestir muy elásticas y elásticas.</p> |

| | |
|---|---|
|  | <p>Maquina Brochadura o troqueladora su uso es exclusivo para añadir botoncillos a la prenda infantil.</p> |
|  | <p>Maquina botonera manual, con sistema de pegado de botón de 5 segundos por botón y con remate integrado.</p> |
|  | <p>Maquina recta semi electrónica su uso es variado, maquina importante para la producción y etiquetado del producto.</p> |
| <p>IMAGEN</p> | <p>DESCRIPCIÓN</p> |
|  | <p>Maquina elasticadora con sistema de puler integrado con sistema de 9 agujas ideal para pegar elástico a la prenda de vestir.</p> |
|  | <p>Maquina recubridora semi electrónica con el sistema de arrastre para ropa liviana y de seda.</p> |

| | |
|--|--|
|  | <p>Maquina recta electrónica, ideal para aumento de rendimiento por su sistema automático en el proceso.</p> |
|  | <p>Maquina sublimadora de ropa ideal para estampar afiches, diseños o logos en las prendas de vestir.</p> |
|  | <p>Maquina cortadora de tela vertical de 6" para el corte en trazos de la materia prima.</p> |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Fuente: Investigación de campo

Localización del proyecto

La marcha de la empresa textil estará situada en el cantón Santo Domingo de los Tsáchilas, teniendo un punto privilegiado ya que se puede tomar en consideración tanto materia prima de la costa como de la sierra ecuatoriana, además consta con un alto potencial en el comercio de ropa por lo que es importante que se encuentran orientados al campo textil.

Macro localización

La empresa de confección y comercialización de ropa infantil estará ubicada en la provincia de Santo Domingo, cantón Santo Domingo de los Tsáchilas.

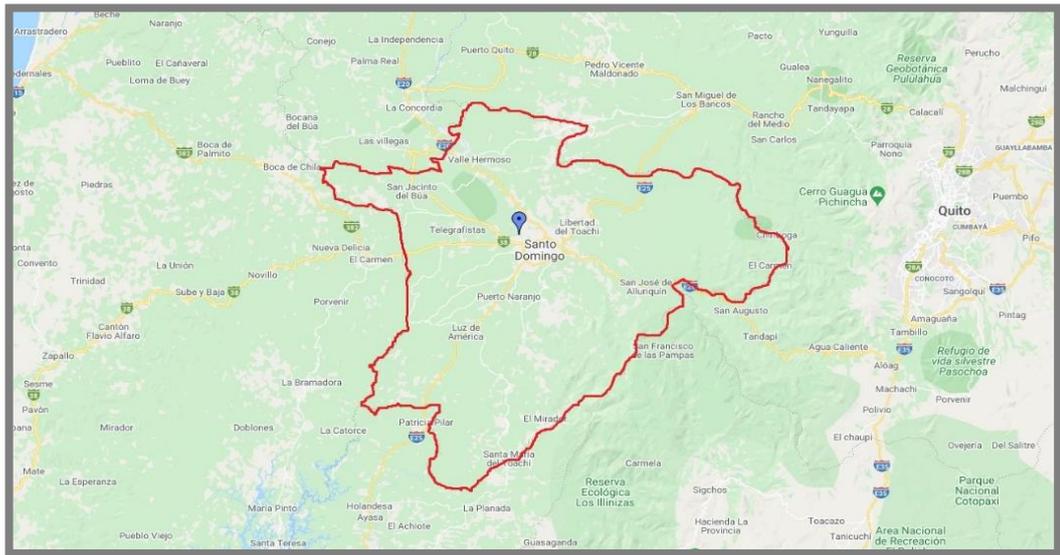


Figura 6-3: Mapa de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Datos Generales de la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas

| PARÁMETRO | DATOS |
|------------------------------------|------------------------------|
| Superficie | 3778.57 km ² |
| Población (proyección 2018) | 568307 |
| Clima | Tropical Mega térmico Húmedo |
| Parroquias rurales | 10 |

Figura 7-3: Superficie de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Fuente: Gad Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Micro localización

La empresa manufacturera de ropa infantil tendrá su fábrica artesanal situada al noroeste de la ciudad de Santo Domingo en la Parroquia Abraham Calazacón en la av. Quito frente al Centro comercial Paseo Shopping Santo Domingo.

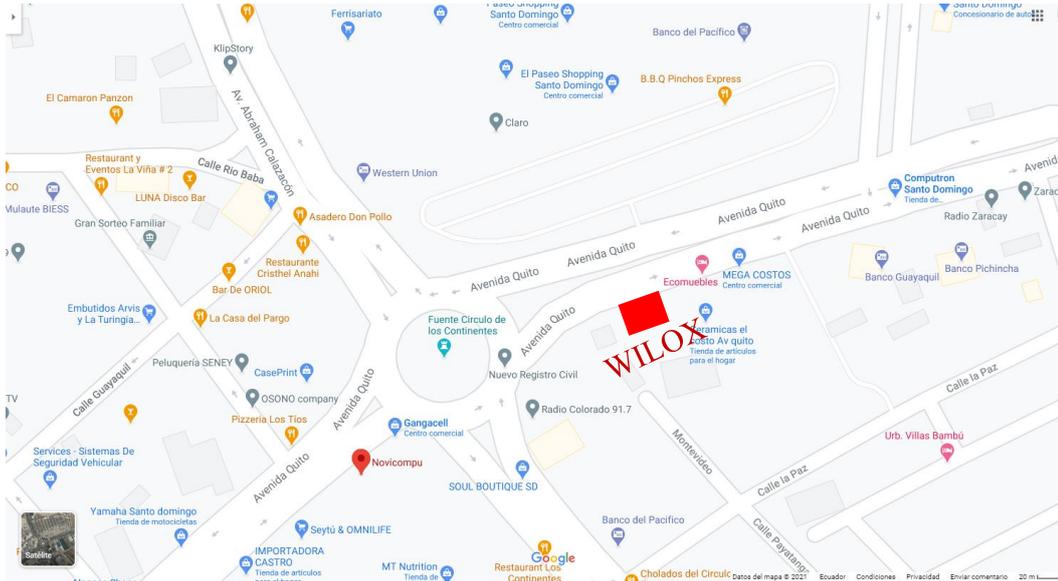


Figura 8-3: Croquis de ubicación

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Tamaño del Proyecto

Para implementación y funcionamiento de la empresa de fabricación de ropa infantil, se procede a comprar un terreno baldío en la ciudad de Santo Domingo, cerca de la zona centro de la ciudad la cual será adecuada a los requerimientos de la fábrica textil.



Figura 9-3: Terreno

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Distribución del espacio de la empresa WILOX S A.

La fábrica de ropa para niños tiene la siguiente distribución:

- Área de Marketing y Ventas
- Show Room
- Área de Diseño
- Gerencia
- Área de Finanzas
- Área de Producción
- Baños femeninos y masculinos

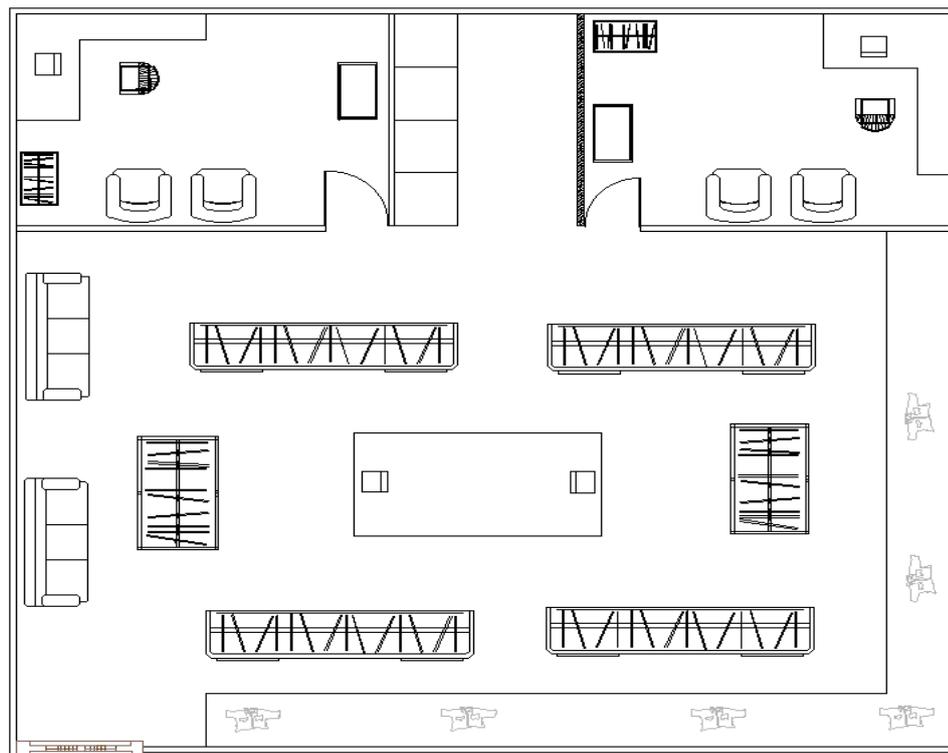


Figura 10-3: Plano de la Empresa (Planta Baja)

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

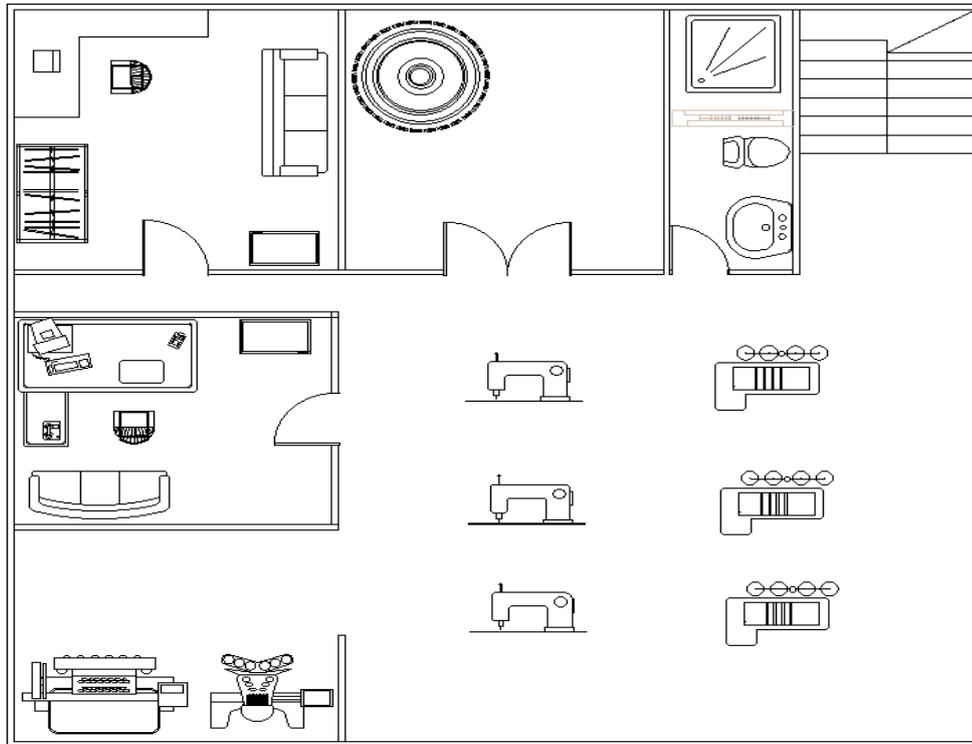


Figura 11-3: Plano de la Empresa (Planta Alta)

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

3.5.2 *INGENIERÍA DEL PROYECTO*

Aquí se realiza la planificación, dirección y control de cada uno de los elementos y variables productivas tales como, recursos humanos, herramientas, estrategias administrativas y productivas, creatividad de diseño, o funciones que ayuden que la fabricación de ropa sea de una manera óptima. Con este sistema se permite una organización representativa en cada puesto de trabajo, generando nuevas ideas y manteniendo un orden del espacio físico donde se desarrolla el trabajo de diseño, corte y confección de cada una de las prendas. Cada uno de los parámetros planteados ayudan a mejora y optimizar recursos que a la larga serán nuevos variables que la empresa podrá utilizar para potencializar cada una de las áreas.

Análisis de oportunidad

La tendencia del país “primero lo nuestro”, es decir elegir y consumir nuestros productos ecuatorianos, es una de las tendencias que en la actualidad se ha visto la gran oportunidad y visión de ingresar al mercado de la industria textil con un enfoque innovador sencillo, bonito y cómodo, unos diseños de prendas de vestir infantiles con materiales de calidad con colores pasteles y combinados. Dentro de la ciudad de Santo Domingo existen muy pocas

microempresas enfocadas a la fabricación a las prendas de vestir para niños, por tal se realizó un análisis donde se encontró nicho de mercado potencial y que además se referencio al crecimiento poblacional como se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 29-3: Índice de Crecimiento

| | |
|-----------------------------------|--------------|
| POBLACIÓN INFANTIL | 24852 |
| ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO EN % | 94,50% |
| POBLACIÓN OBJETIVO | 23485 |
| ÍNDICE DE CRECIMIENTO POBLACIONAL | 2,66% |

Fuente: Encuesta aplicada en Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S.

Mediante la encuesta en la presente investigación se interpretó y relacionó los datos indispensables para las actividades económicas que se van a realizar, a través de estas interpretaciones se verificó el índice de crecimiento de la ciudad.

3.5.3 Cadena de Valor

Son los vínculos comerciales a partir de los flujos de insumo, información, recursos, productos, logística entre otros; dentro de la cadena de valor también ingresan los servicios que prestan los proveedores por medio de los insumos y otros agentes económicos que son de gran relevancia dentro del proceso que requiere un bien o servicio (Peña, Nieto, & Díaz, 2018).

Efectuar cada tarea y subtarea dentro del sistema jerárquico de la organización es esencial para poder dar el cumplimiento con todos los estándares de calidad al cliente. Así mismo generar eficiencia mediante el producto que se ofrece, la atención que se brinda y el cumplimiento de las obligaciones administrativas hacia los colaboradores por tal motivo se presenta las siguientes etapas con las que se cumplirá el ciclo productivo en base a los criterios técnicos de producción con la entrega.



Gráfico 12-3: Cadena de valor de la empresa WILOX S.A

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

3.5.4 Estudio Económico - Financiero

El estudio económico financiero conforma una de las etapas de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada los datos de carácter económico, en resultado a la investigación y análisis verificado en las etapas anteriores; que serán de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

Inversión fija

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

Cuadro 1: Inversión del proyecto

| DESCRIPCIÓN | VALOR |
|-----------------------------|----------------------|
| INVERSIÓN FIJA | |
| Terrenos | \$ 40.000,00 |
| Edificios | \$ 69.500,00 |
| Maquinarias y Equipos | \$ 12.580,00 |
| Equipos de Oficina | \$ 1.270,00 |
| Muebles y Enseres | \$ 1.930,00 |
| Vehículos | \$ 20.000,00 |
| Equipos de Computación | \$ 3.600,00 |
| SUBTOTAL | \$ 148.880,00 |
| INVERSIÓN DIFERIDA | |
| Gastos de Organización | \$ 1.300,00 |
| Costos de Marcas y Patentes | \$ 380,00 |
| Permisos Municipales | \$ 1.550,00 |
| Costo del Proyecto | \$ 2.100,00 |
| SUBTOTAL | \$ 5.330,00 |
| CAPITAL DE TRABAJO | |
| Materia Prima | \$ 13.160,00 |
| Mano de Obra Directa | \$ 6.620,76 |
| Gastos de Fabricación | \$ 525,00 |
| Gastos Administrativos | \$ 6.585,90 |
| Gastos de Venta | \$ 8.773,58 |
| Gasto financiero | \$ 225,00 |
| SUBTOTAL | \$ 35.665,25 |
| TOTAL, INVERSIONES | \$ 189.875,25 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

CAPITAL NETO DE TRABAJO

$CNT = \text{Activo circulante} - \text{pasivo circulante}$

$CNT = 39\ 380,00 - (20\ 847,47 + 5\ 330,00)$

$CNT = 13\ 202,53$

El análisis para Wilox sobre el capital de trabajo proporcionó resultados positivos, afirmando que la empresa textil tiene buena solvencia frente a las obligaciones a corto plazo.

INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO

$$\text{Inversión capital de trabajo} = \frac{\text{Costo anual}}{365} * 90 \text{ días}$$

$$\text{Inversión capital de trabajo} = \frac{118\,856.85}{365} * 90$$

$$\text{Inversión capital de trabajo} = 35665,25$$

FINANCIAMIENTO

Para la puesta en marcha de la organización, se fijó un monto inicial determinado en el cuadro respectiva, y la diferencia en base a un préstamo por medio de una entidad propia para estos fines.

Cuadro 2: Financiamiento

| CONCEPTO | VALOR |
|----------------------|---------------|
| Recursos Propios 30% | \$ 56.962,57 |
| Crédito CFN 70% | \$ 132.912,67 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Condiciones del préstamo

El estudio ha logrado elegir la institución financiera con los adecuados plazos e interés, así mismo hay que considerar las reglas y los tiempos que esta impone para su aprobación. Se detalla lo dicho a continuación.

Cuadro 3: Condiciones del préstamo

| | |
|-----------------|----------------------|
| Monto | \$ 132.912,67 |
| Plazo | 10 años |
| Tasa de Interés | 9,15% |
| Formas de Pago | Anual |
| Cuota | Fija |
| Valor Cuota | \$ 20.847,41 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Amortización de la deuda

En la siguiente tabla se detalla la tabla de amortización creada en base a nuestro requerimiento por la Institución Financiera.

Cuadro 4: Amortización de la deuda

| Período | Presentado en dólares | | | | |
|---------|-----------------------|----------|----------|--------------|-----------|
| | Saldo Inicial | Interés | Cuota | Amortización | Saldo |
| 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 132912,67 |
| 1 | 132912,67 | 12161,51 | 20847,41 | 8685,90 | 124226,78 |
| 2 | 124226,78 | 11366,75 | 20847,41 | 9480,66 | 114746,12 |
| 3 | 114746,12 | 10499,27 | 20847,41 | 10348,14 | 104397,99 |
| 4 | 104397,99 | 9552,42 | 20847,41 | 11294,99 | 93103,00 |
| 5 | 93103,00 | 8518,92 | 20847,41 | 12328,48 | 80774,52 |
| 6 | 80774,52 | 7390,87 | 20847,41 | 13456,54 | 67317,98 |
| 7 | 67317,98 | 6159,60 | 20847,41 | 14687,81 | 52630,17 |
| 8 | 52630,17 | 4815,66 | 20847,41 | 16031,74 | 36598,42 |
| 9 | 36598,42 | 3348,76 | 20847,41 | 17498,65 | 19099,78 |
| 10 | 19099,78 | 1747,63 | 20847,41 | 19099,78 | 0,00 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

DEPRECIACIONES

Tabla 30-3: Depreciación de activos

| RUBRO | % DE DEPRECIACION ANUAL | VALOR | AÑOS | 1 |
|-------------------------------|--------------------------------|----------------------|-------------|-----------------|
| Edificios | 5% | \$ 69.500,00 | 20 | \$3.301,25 |
| Maquinarias y Equipos | 10% | \$ 12.580,00 | 10 | \$1.132,20 |
| Equipos de Oficina | 10% | \$ 1.270,00 | 10 | \$114,30 |
| Muebles y Enseres | 10% | \$ 1.930,00 | 10 | \$173,70 |
| Vehículos | 20% | \$ 20.000,00 | 5 | \$3.200,00 |
| Equipos de Computación | 33% | \$ 3.600,00 | 3 | \$800,04 |
| TOTAL | | \$ 108.880,00 | | 8.721,49 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Tabla 31-3: Costo total

| | | SUBTOTAL | TOTAL |
|-------------------------------|----------|----------------------|----------------------|
| COSTOS DIRECTOS | | 40339,05 | 54618,91 |
| Materia Prima | 13160,00 | | |
| Mano de obra Directa | 26483,05 | | |
| Electricidad | 696,00 | | |
| COSTOS INDIRECTOS | | 14279,87 | |
| mantenimiento | 650,00 | | |
| seguro de la planta | 1200,00 | | |
| mano de obra indirecta | 450,00 | | |
| Depreciaciones | 8721,49 | | |
| Amortizaciones | 3258,38 | | |
| COSTOS ADMINISTRATIVOS | | 26343,60 | 26343,60 |
| Gastos Administrativos | | | |
| sueldos y salarios | 24703,60 | | |
| servicios básicos | 900,00 | | |
| útiles de aseo | 240,00 | | |
| gastos de organización | 500,00 | | |
| COSTOS DE VENTA | | 35094,34 | 35094,34 |
| sueldos y salarios | 33234,34 | | |
| publicidad | 240,00 | | |
| viáticos | 600,00 | | |
| impuestos | 660,00 | | |
| transporte y fletes | 360,00 | | |
| COSTOS FINANCIEROS | | 900,00 | 900,00 |
| intereses a corto plazo | 800,00 | | |
| otros | 100,00 | | |
| COSTO TOTAL | | \$ 116.956,85 | \$ 116.956,85 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

INGRESOS DEL PROYECTO

Cuadro 5: Ingresos del proyecto

| Prendas | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| | Capacidad Utilizada 40% | Capacidad Utilizada 60% | Capacidad Utilizada 70% | Capacidad Utilizada 72% | Capacidad Utilizada 75% |
| Conjunto casual de niña (Cantidad) | 3287 | 3944 | 4339 | 4426 | 4558 |
| Precio Conjunto de niña | \$ 19,99 | \$ 20,99 | \$ 21,99 | \$ 22,99 | \$ 24,0 |
| Conjunto casual de niño (Cantidad) | 3089 | 3706,8 | 4077 | 4159 | 4284 |
| Precio Conjunto de niño | \$ 15,99 | \$ 16,99 | \$ 17,99 | \$ 18,99 | \$ 20,0 |
| Conjuntos de Dormir niños (Cantidad) | 3762 | 4514,4 | 4966 | 5065 | 5217 |
| Precio Conjunto de dormir | \$ 11,99 | \$ 12,99 | \$ 13,99 | \$ 14,99 | \$ 16,0 |
| TOTAL, ANUAL | \$ 160.206,62 | \$ 204.413,54 | \$ 238.237,06 | \$ 256.651,60 | \$ 278.410,45 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

EGRESOS DEL PROYECTO

Cuadro 6: Egresos del proyecto

| Prendas | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | Capacidad Utilizada 40% | Capacidad Utilizada 60% | Capacidad Utilizada 70% | Capacidad Utilizada 72% | Capacidad Utilizada 75% |
| COSTOS DE PRODUCCIÓN | | | | | |
| Materia Prima | 13.160,00 | 15.792,00 | 17.371,20 | 17.718,62 | 18.250,18 |
| Mano de obra Directa | 26.483,05 | 31.779,66 | 34.957,62 | 35.656,78 | 36.726,48 |
| Gastos de Fabricación | 2.100,00 | 2.520,00 | 2.772,00 | 2.827,44 | 2.912,26 |
| Subtotal Costos de producción | 41.743,05 | 50.091,66 | 55.100,82 | 56.202,84 | 57.888,92 |
| Gastos Administrativos | 26.343,60 | 31.612,32 | 34.773,55 | 35.469,02 | 36.533,09 |
| Gastos de Ventas | 35.094,34 | 42.113,21 | 46.324,53 | 47.251,02 | 48.668,55 |
| Gastos Financieros | 225,00 | 270,00 | 297,00 | 302,94 | 312,03 |
| Depreciaciones | 8.721,49 | 10.465,79 | 11.512,37 | 11.742,61 | 12.094,89 |
| Amortizaciones | 3.258,38 | 3.910,05 | 4.301,06 | 4.387,08 | 4.518,69 |
| TOTAL, ANUAL | 115.385,85 | 138.463,02 | 152.309,33 | 155.355,51 | 160.016,18 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Balance de situación inicial

Cuadro 7: Balance de situación inicial

| ACTIVOS | | |
|-----------------------------------|----|-------------------|
| ACTIVOS CORRIENTES | \$ | 35.665,25 |
| Caja - Bancos | \$ | 35.665,25 |
| ACTIVOS FIJOS | \$ | 148.880,00 |
| Maquinarias y Equipos | \$ | 12.580,00 |
| Equipos de Oficina | \$ | 1.270,00 |
| Muebles y Enseres | \$ | 1.930,00 |
| Equipos de Computo | \$ | 3.600,00 |
| Terrenos | \$ | 40.000,00 |
| Edificios | \$ | 69.500,00 |
| Vehículos | \$ | 20.000,00 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | \$ | 5.330,00 |
| Gastos de Organización | \$ | 1.300,00 |
| Marcas y Patentes | \$ | 380,00 |
| Permisos Municipales | \$ | 1.550,00 |
| Costo del Proyecto | \$ | 2.100,00 |
| TOTAL, ACTIVOS | \$ | 189.875,25 |
| PASIVOS | | |
| PASIVOS CORRIENTES | | |
| LARGO PLAZO | | |
| Préstamo a Largo Plazo | \$ | 132.912,67 |
| TOTAL, PASIVOS | \$ | 132.912,67 |
| PATRIMONIO | | |
| CAPITAL SOCIAL | \$ | 56.962,57 |
| TOTAL, PATRIMONIO | \$ | 56.962,57 |
| TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO | \$ | 189.875,25 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Estado de resultado WILOX S.A

Cuadro 8: Estado de resultados

| PRESENTADO EN DÓLARES | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ventas Netas | 160206,62 | 204413,54 | 238237,06 | 256651,60 | 278410,45 |
| (-) Costos de Producción | 41743,05 | 50091,66 | 55100,82 | 56202,84 | 57888,92 |
| Utilidad Bruta en Ventas | 118463,57 | 154321,89 | 183136,24 | 200448,76 | 220521,52 |
| (-) Gastos Administrativos y de Ventas | 61437,94 | 73725,53 | 81098,08 | 82720,04 | 85201,64 |
| Utilidad Operacional | 57025,63 | 80596,36 | 102038,16 | 117728,72 | 135319,88 |
| (-) Gastos Financieros | 225,00 | 270,00 | 297,00 | 302,94 | 302,94 |
| Utilidad antes de participación | 56800,63 | 80326,36 | 101741,16 | 117425,78 | 135016,94 |
| (-) 15% de participación de los empleados | 8520,10 | 12048,95 | 15261,17 | 17613,87 | 20252,54 |
| Utilidad antes de impuesto a la renta | 48280,54 | 68277,41 | 86479,98 | 99811,92 | 114764,40 |
| (-) 25 de Impuesto a la renta | 12070,13 | 17069,35 | 21620,00 | 24952,98 | 28691,10 |
| UTILIDAD NETA | 36210,40 | 51208,05 | 64859,99 | 74858,94 | 86073,30 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Flujo de Caja

Cuadro 9: Flujo de caja

| Presentado en dólares | | | | | | |
|--|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ventas Netas | | 160206,62 | 204413,54 | 238237,06 | 256651,60 | 278410,45 |
| (-) Costos de Producción | | 41743,05 | 50091,66 | 55100,82 | 56202,84 | 57888,92 |
| UTILIDAD BRUTA | | 118463,57 | 154321,89 | 183136,24 | 200448,76 | 220521,52 |
| (-) Gastos de Administración y Ventas | | 61437,94 | 73725,53 | 81098,08 | 82720,04 | 85201,64 |
| (-) Gastos de distribución | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| (-) Gastos Financieros | | 225,00 | 270,00 | 297,00 | 302,94 | 302,94 |
| UTILIDAD ANTES DE MPUESTOS | | 56800,63 | 80326,36 | 101741,16 | 117425,78 | 135016,94 |
| (-) 15% Participación Trabajadores | | 8520,10 | 12048,95 | 15261,17 | 17613,87 | 20252,54 |
| (-) Impuesto a la Renta | | 12070,13 | 17069,35 | 21620,00 | 24952,98 | 28691,10 |
| UTILIDAD NETA | | 36210,40 | 51208,05 | 64859,99 | 74858,94 | 86073,30 |
| Depreciaciones | | 8721,49 | 8721,49 | 8721,49 | 11742,61 | 11742,61 |
| Amortizaciones | | 3258,38 | 3258,38 | 3258,38 | 3258,38 | 3258,38 |
| Pago Préstamo (Capital) | | | | 20847,41 | 20847,41 | 20847,41 |
| Valor Garantía | | 0,00 | | | | 20000,00 |
| (-) Inversión fija | -148880,00 | | | | | |
| (-) Inversión diferida | -5330,00 | | | | | |
| (-) Capital de trabajo | -35665,25 | | | | | |
| FLUJO NETO DE CAJA | -189875,25 | 48190,27 | 63187,92 | 55992,45 | 69012,52 | 100226,89 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Valor de Salvamento

Tabla 32-3: Valor de salvamento

| RUBRO | % DE DEPRECIACION ANUAL | VALOR | AÑOS | VALOR RESIDUAL PARA 5 AÑOS | VALOR RESIDUAL |
|-------------------------------|--------------------------------|----------------------|-------------|-----------------------------------|-----------------------|
| Edificios | 5% | \$ 69.500,00 | 20 | \$ 16.506,25 | \$ 52.993,75 |
| Maquinarias y Equipos | 10% | \$ 12.580,00 | 10 | \$ 5.661,00 | \$ 6.919,00 |
| Equipos de Oficina | 10% | \$ 1.270,00 | 10 | \$ 571,50 | \$ 698,50 |
| Muebles y Enseres | 10% | \$ 1.930,00 | 10 | \$ 868,50 | \$ 1.061,50 |
| Vehículos | 20% | \$ 20.000,00 | 5 | \$ 16.000,00 | \$ 4.000,00 |
| Equipos de Computación | 33% | \$ 3.600,00 | 3 | \$ 4.000,20 | \$ - 400,20 |
| | | \$ 108.880,00 | | \$ 43.607,45 | \$ 65.272,55 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Análisis:

Para el valor de salvamento es importante conocer el porcentaje de depreciación anual vigente que nos presenta las normas contables, para lo cual se considera un valor residual para cinco años de \$43 607,45, es decir si la compañía no genera utilidad en el lapso mencionado la empresa entraría en liquidación con un valor de recuperación para cubrir los gastos financieros.

Punto de equilibrio

Es la intersección entre los costos de producción frente a la suma de lo vendido en el periodo, es el momento exacto donde se distingue que no se ha generado ni ganancias ni perjuicio económico.

Fórmula Punto de Equilibrio

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio} - \text{Costos Variables}}$$

Tabla 33-3: Punto de Equilibrio año 1

| RUBROS | AÑO 1 | |
|----------------------------|------------------|------------------|
| | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES |
| Costos de Producción | | 41743.05 |
| Gastos Administrativos | 26343.60 | |
| Gastos de ventas | | 35094.34 |
| Gastos Financieros | 225.00 | |
| TOTALES | 26568.60 | 76837.39 |
| Ventas | 160206.62 | |
| Punto de equilibrio | 51055.59 | |
| PE sobre Ventas (%) | 32% | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

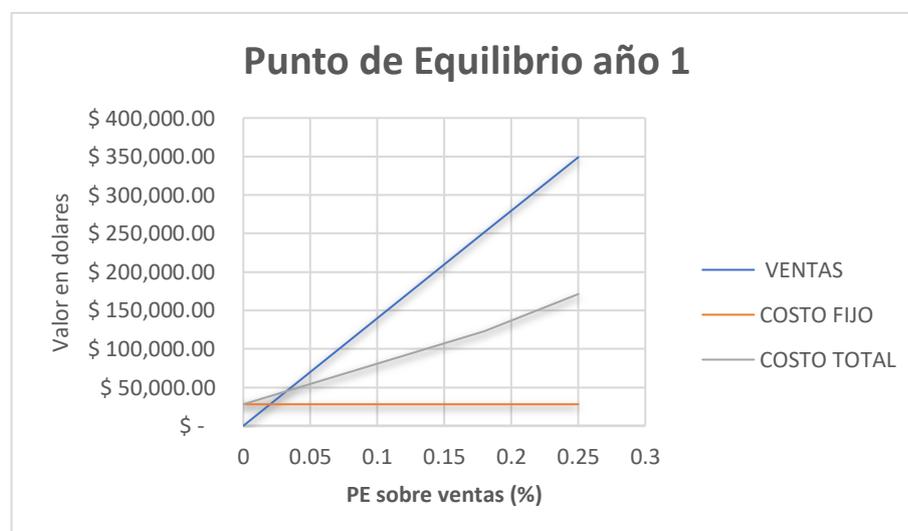


Gráfico 2: Punto de Equilibrio año 1.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Interpretación:

Para el primer año la empresa textil Wilox necesita vender 51055,59 dólares para recuperar los costos producidos, es decir llegar al punto donde no se gana ni se pierde, por tal la para que la empresa empiece a generar utilidad deberá vender mínimo 3231 prendas de vestir al año y así lograr que la empresa sea rentable.

Tabla 34-3: Punto de Equilibrio año 2

| RUBROS | AÑO 2 | |
|------------------------|------------------|------------------|
| | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES |
| Costos de Producción | | 50091.66 |
| Gastos Administrativos | 31612.32 | |
| Gastos de ventas | | 42113.21 |
| Gastos Financieros | 270.00 | |
| TOTALES | 31882.32 | 92204.86 |
| Ventas | 204413.54 | |
| Punto de equilibrio | 58080.87 | |
| PE sobre Ventas (%) | 28% | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

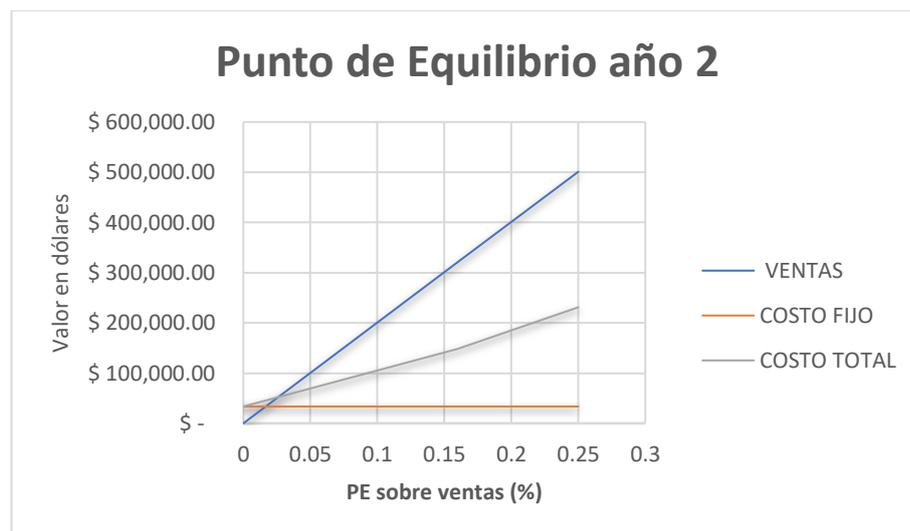


Gráfico 3: Punto de equilibrio año 2.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Interpretación:

Para el segundo año la empresa textil Wilox necesita vender 58080,87 dólares para recuperar los costos producidos, es decir llegar al punto donde no se gana ni se pierde, por tal la para que la empresa empiece a generar utilidad deberá vender mínimo 3457 prendas de vestir al año y así ser más competitivo en el mercado.

Tabla 35-3: Punto de equilibrio año 3

| RUBROS | AÑO 3 | |
|------------------------|------------------|------------------|
| | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES |
| Costos de Producción | | 55100.82 |
| Gastos Administrativos | 34773.55 | |
| Gastos de ventas | | 46324.53 |
| Gastos Financieros | 297.00 | |
| TOTALES | 35070.55 | 101425.35 |
| Ventas | 238237.06 | |
| Punto de equilibrio | 61070.10 | |
| PE sobre Ventas (%) | 26% | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

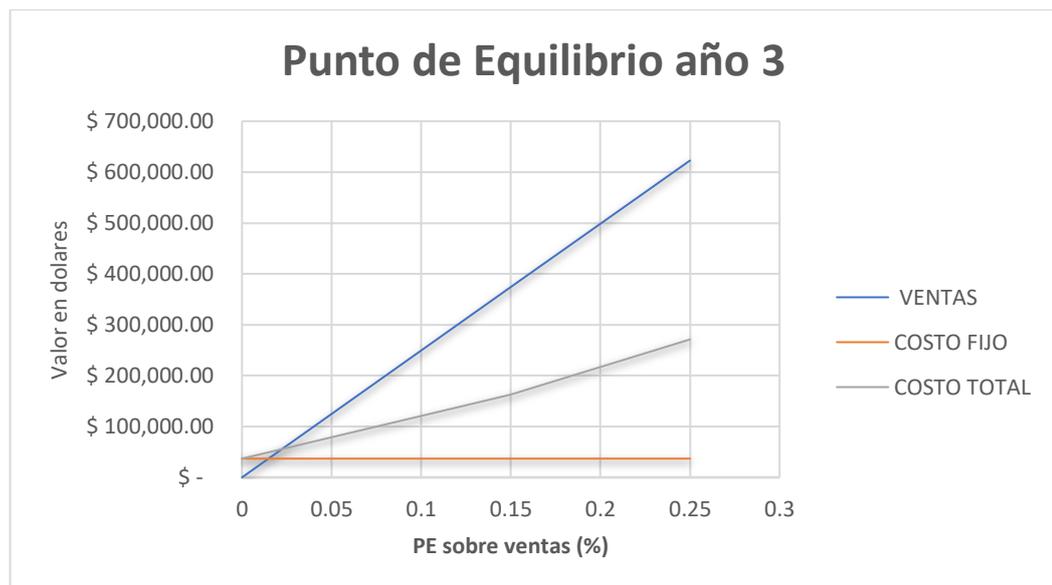


Gráfico 4: Punto de equilibrio año 3.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Interpretación:

Para el tercer año la empresa textil Wilox necesita vender 61070,10 dólares para recuperar los costos producidos, es decir llegar al punto donde no se gana ni se pierde, por tal la para que la empresa empiece a generar utilidad deberá vender mínimo 3430 prendas de vestir al año y así lograr que la empresa sea rentable.

Tabla 36-3: Punto de equilibrio año 4

| RUBROS | AÑO 4 | |
|------------------------|------------------|------------------|
| | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES |
| Costos de Producción | | 56202.84 |
| Gastos Administrativos | 35469.02 | |
| Gastos de ventas | | 47251.02 |
| Gastos Financieros | 302.94 | |
| TOTALES | 35771.96 | 103453.86 |
| Ventas | 256651.60 | |
| Punto de equilibrio | 59928.64 | |
| PE sobre Ventas (%) | 23% | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

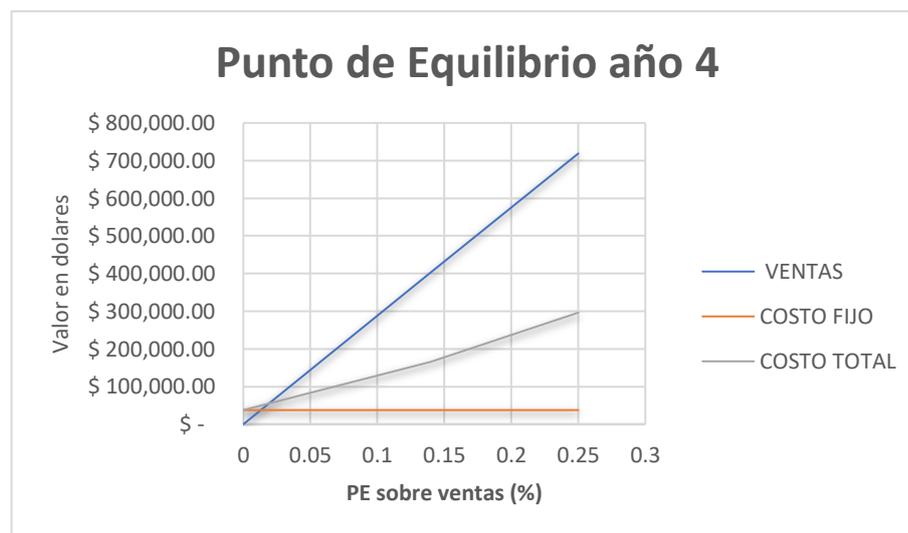


Gráfico 5: Punto de equilibrio año 4.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Interpretación:

Para el cuarto año la empresa textil Wilox necesita vender 59928,64 dólares para recuperar los costos producidos, es decir llegar al punto donde no se gana ni se pierde, por tal la para que la empresa empiece a generar utilidad deberá vender mínimo 3187 prendas de vestir al año y así lograr que la empresa sea rentable.

Tabla 37-3:Punto de equilibrio año 5

| RUBROS | AÑO 5 | |
|-------------------------------|------------------|------------------|
| | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES |
| Costos de Producción | | 57888.92 |
| Gastos Administrativos | 36533.09 | |
| Gastos de ventas | | 48668.55 |
| Gastos Financieros | 302.94 | |
| TOTALES | 36836.03 | 106557.47 |
| Ventas | 278410.45 | |
| Punto de equilibrio | 59676.23 | |
| PE sobre Ventas (%) | 21% | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

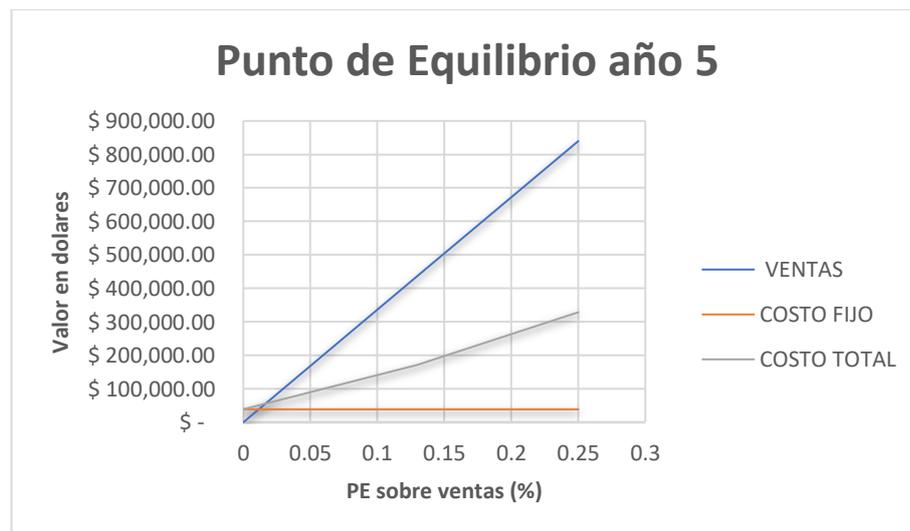


Gráfico 6: Punto de equilibrio año 5.

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Interpretación:

Para el quinto año la empresa textil Wilox necesita vender 59676,23 dólares para llegar al punto donde no se gana ni se pierde, por tal la para que la empresa empiece a generar utilidad deberá vender mínimo 3014 prendas de vestir al año y así lograr rentabilidad.

CAPITULO IV

4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

4.1 ÍNDICES FINANCIEROS

Para el análisis económico del proyecto se analizó los indicadores económicos propios para este fin, y se consideró a la Tasa Mínima Aceptable de rendimiento para identificar el valor más bajo que deberá generar el proyecto para que este genere conveniencia.

Tabla 38-4: Tasa mínima aceptable de rendimiento

| TMAR | |
|--------------------|------------|
| Inflación | 0,18% |
| Tasa Pasiva | 5,55% |
| Riesgo País | 11,69% |
| TOTAL | 17% |

Elaborado por: Marlon Posligua S.

4.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

A través de este resultado identificaremos el rendimiento del mismo sobre las salidas y entradas netas de dinero.

Fórmula Valor Actual Neto

$$VAN = \sum \left(\frac{FN}{(1+i)^n} \right) - I_0$$

Donde:

F_n = Flujo Total

i = Tasa de actualización

n = Tiempo estimado del proyecto

I = Inversión inicial

Cuadro 10: Cálculo VAN

| AÑOS | FLUJO DE CAJA | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | FLUJO ACTUALIZADOS |
|------------|----------------|-------------------------|---------------------|
| 0 | \$ -189.875,25 | 1 | \$ -189.875,25 |
| 1 | \$ 48.190,27 | 0,854700855 | \$ 41.188,27 |
| 2 | \$ 63.187,92 | 0,730513551 | \$ 46.159,63 |
| 3 | \$ 55.992,45 | 0,624370556 | \$ 34.960,04 |
| 4 | \$ 69.012,52 | 0,533650048 | \$ 36.828,54 |
| 5 | \$ 100.226,89 | 0,456111152 | \$ 45.714,60 |
| VAN | | | \$ 14.975,82 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Cálculo del VAN

$$\begin{aligned} & -189875,25 \frac{41188,27}{(1+0,0017)^1} + \frac{46159,63}{(1+0,0017)^2} + \frac{34960,04}{(1+0,0017)^3} + \frac{36828,54}{(1+0,0017)^4} + \frac{45714,60}{(1+0,0017)^5} \\ & -189875,25 + \frac{41188,27}{1,0017} + \frac{46159,63}{1,00340289} + \frac{34960,04}{1,005108675} + \frac{36828,54}{1,00681736} \\ & \quad + \frac{45714,60}{1,00858949} \end{aligned}$$

$$VAN = -189875,25 + 41118,36 + 46003,08 + 34782,34 + 36579,16 + 45325,27$$

$$VAN = -189875,25 + 203808,21$$

$$VAN = \$ 13932,96$$

Los Resultados son positivos demostrando rentabilidad para el proyecto.

4.1.2 Tasa Interna de Retorno

El cálculo de este indicador nos permite evaluar al proyecto y así constatar que los resultados obtenidos sean mayores para que la utilidad reflejada sea aceptada en la inversión.

Fórmula Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2}$$

Donde:

i1: Tasa de actualización del último VAN positivo

i2: Tasa de actualización del primer VAN Negativo

VAN 1: Valor Actual Neto, obtenido con ultimo VAN positivo

VAN 2: Valor Actual Neto, obtenido con primer VAN Negativo

Cálculo de i2 y VAN 2

$$\begin{aligned} & -189875,25 + \frac{48190,27}{(1+0,325)^1} + \frac{63187,92}{(1+0,325)^2} + \frac{55992,45}{(1+0,325)^3} + \frac{69012,52}{(1+0,325)^4} + \frac{100226,89}{(1+0,325)^5} \\ & -189875,25 + \frac{48190,27}{1,325} + \frac{63187,92}{1,755625} + \frac{55992,45}{2.326203125} + \frac{69012,52}{3.082219141} + \frac{100226,89}{4.083940361} \\ & -189875,25 + 36370,01 + 35991,69 + 24070,31 + 22390,52 + 24541,71 \end{aligned}$$

$$\text{VAN 2} = -189875,25 + 143364,24$$

$$\text{VAN 2} = -46511,01$$

$$i2 = 0.325$$

Calculo TIR

$$\text{TIR} = 20\%$$

Los Resultados son diferentes a 0, al tener como efecto datos financieros positivos, las acciones de la empresa beneficiara a la toma de decisiones que se ejecute en la etapa inicial.

4.1.3 Período de recuperación de la inversión (PRI)

Dicho indicador ayuda a conocer el tiempo en el que se recuperara la inversión inicial

Este indicador permite conocer en cuanto tiempo se recupera la inversión inicial.

Fórmula del PRI

$$\text{PRI} = a + [(b - c) / d]$$

| Símbolo | Descripción |
|----------------|--|
| a | año inmediato anterior |
| b | inversión inicial |
| c | Flujo de efectivo acumulado |
| d | Flujo de efectivo del año que se recupera la inversión |

Cálculo PRI

$$PRI = a + [(b - c) / d]$$

$$PRI = 1 + \left[\frac{189875,25 - 41188,27}{46159,63} \right]$$

$$PRI = 1 + \left[\frac{148686,98}{46159,63} \right]$$

$$PRI = 1 + 3.22$$

$$PRI = 4,2$$

La inversión se recupera en un período de 4 años y 2 mes.

4.1.4 Relación beneficio-costo (RBC)

Este indicador ayuda a conocer el tiempo en el que se recuperara la inversión inicial a relación en base al valor del consumo actual con el beneficio actual, además identifica cada una de las variables financieras que son relevantes para identificar su factibilidad.

Cuadro 11 Relación beneficio costo

| BENEFICIOS | COSTOS | COEFICIENTE | BENEFICIO ACTUAL | COSTO ACTUAL |
|-------------------|---------------|--------------------|-------------------------|---------------------|
| | 189875,25 | 1 | | 189875,25 |
| 48190,27 | 41743,05 | 0,8547009 | 41188,27 | 35677,82 |
| 63187,92 | 50091,66 | 0,7305136 | 46159,63 | 36592,63 |
| 55992,45 | 55100,82 | 0,6243706 | 34960,04 | 34403,33 |
| 69012,52 | 56202,84 | 0,5336500 | 36828,54 | 29992,65 |
| 100226,89 | 57888,92 | 0,4561112 | 45714,60 | 26403,78 |
| | | | 204851,07 | 352945,46 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Cálculo de la RBC

$$RBC = \frac{\sum \text{Beneficio Actual}}{\sum \text{Costo Actual}}$$

$$RBC = \frac{204851,07}{352945,46}$$

| |
|-------------------|
| RBC = 1,72 |
|-------------------|

4.1.5 Análisis de sensibilidad

Se realizó el análisis de sensibilidad en la proyección de las ventas de la empresa Wilox.S.A, en el cual se tomaron en cuenta diferentes factores que pudieran afectar al rendimiento económico de la empresa de prendas de vestir para niños, mostrándose de la siguiente manera:

Tabla 39-4: Análisis de sensibilidad

| ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD | VARIACIÓN | VAN | TIR | PR |
|--------------------------|-----------|------------------|-----|------|
| VENTAS | 10% | \$ 176.227,28 | 26% | 2,44 |
| | 5% | \$ 168.216,95 | 23% | 2,70 |
| | 0% | \$ 160.206,62 | 20% | 3,22 |
| | -5% | \$ 152.196,29 | 18% | 3,74 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Interpretación

Se puede notar que con una variación negativa del 10% sobre las ventas anuales de \$160206,62 a \$152196,29 la tasa interna de retorno se disminuye en un 5% generando que el periodo de recuperación sea más tardío y dentro de esta variación se ha considerado varios fenómenos de carácter mundial que pudiesen perjudicar la productividad de la empresa, así mismo existen épocas donde la demanda llega a sobrepasar su punto máximo, por tal se ha propuesto un incremento del 10% desde el punto base donde las ventas son de \$176227,28 ubicando al “TIR” en un 26% dando con ese resultado que el periodo de recuperación sea en 3 años, siendo favorable para el incremento de productividad y aumento de la fuerza laboral.

CONCLUSIONES

Los consumidores de prendas infantiles están creciendo en el mercado de la ciudad, sin embargo, no se presta atención a este sector, tanto por la dificultad que presenta el fabricar las prendas, así como la imposibilidad de adquirir las maquinarias que se requieren, lo que permite establecer una empresa de estas características que cree una línea que destaque los atractivos y mejorados diseños en el mercado en auge y así cubra, por ende, la demanda faltante.

Debido a la poca existencia de documentación bibliográfica en base a las industrias textiles de la ciudad, se realizó diferentes métodos para la recolección de datos. Juntamente con la bibliografía encontradas se determina que la industria manufacturera representa el 9,3% de la población ocupada, determinando que existe pocas industrias enfocadas al mercado de la ropa infantil.

La decisión de los padres de familia al momento de adquirir una prenda de vestir para sus hijos se sujeta a una ventaja que Wilox puede aplicar en la marcha, y esto es, la calidad con precios accesibles y al tipo de caricaturas que presenten los diseños, donde la influencia de las películas, redes sociales y otros canales son los que ponen el estilo de las tendencias, por tal forma es necesario que los diseños se encuentren en constante cambio para crear una fidelidad en el cliente.

Cada uno de los datos recopilados, los indicadores analizados y los recursos requeridos que fueron parte del proyecto demuestran la validez del mismo, y se afirma la viabilidad económica y técnica por su excelente rentabilidad que genera.

RECOMENDACIONES

Es necesario que las industrias textiles de la ciudad se enfoquen en invertir en investigación y desarrollo para desarrollar más planes y proyectos a mediano y largo plazo, con el objetivo de convertir a la provincia en uno de los principales productores de prendas de vestir con los mejores estándares de calidad.

Es imprescindible que las instituciones gubernamentales también se enfoquen en generar datos cualitativos y cuantitativos de la ciudad de Santo Domingo, puesto que existe información incompleta y con muchos años de antigüedad.

Se sugiere implementar constantemente la innovación en los diseños de prendas de vestir infantiles generados por la mano de obra ecuatoriana, para implementar la cultura de valorizar lo hecho en el país y evitar generar la salida de divisas por marcas de prendas internacionales. Planificar y ejecutar las estrategias propuestas para que Wilox S.A pueda generar beneficios a la sociedad en general para evitar generar trabas por causales como impuestos o problemas imprevistos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, J. (2017). *Diseño de presupuesto de costos para fabricar textil para el año 2016*.
Obtenido de Repositorio Universidad Empresarial:
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/13965/AGUILERA%20JORGE%20ANDRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bárcena, S., & Lerma, A. (2012). *Planeación estratégica por áreas funcionales*. México: Alfa y Omega.
- Chiavenato, I. (1999). *Administración de los Recursos Humanos (5ta Ed.)*. México : Mc Graw Hill.
- Chang, M. (s.f.). Obtenido de
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6399/1/42T00362.pdf>
- Coss, B. R. (2005). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Mexico.
- Durán, R. G. (2016). *Catorce temas para entender la economía*. Barcelona: Bellaterra.
- Janeth, F. (2014). Desarrollo empresarial. En F. J. Alejandro, *Creación de una empresa para la fabricación de prendas de vestir infantil en la ciudad de Santo Domingo* (pág. 9). Santo Domingo.
- León, S. (2017). Sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo. *Revista Líderes*, 3(1), 3-7.
- Luque, A. (2018). Elementos que favorecen la producción textil transnacional y relación con su responsabilidad social empresarial.
<https://www.redalyc.org/journal/4096/409656163005/html/>, 14(26).
- Martín, F. J. (2011). *Concepto de proyecto: Lecciones de experiencia*. Madrid.
- Martínez, A. (2020). *Moda sostenible: más allá del perjuicio científico, un campo de investigación de prácticas sociales*. Obtenido de Revista Universidad de la Coruña:
<https://www.redalyc.org/journal/996/99665044003/html/>
- Mirian E, C. P. (s.f.). Obtenido de
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6399/1/42T00362.pdf>
- Moyano, C. L. (2015). *Plan de Negocios*. Peru.
- Naranjo, M. C. (2014). *Análisis del impacto de las estrategias de e-marketing en la comercialización de prendas de vestir en las pymes de la ciudad de Santo Domingo*. Santo Domingo.
- Ortiz, V. (2017). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Obtenido de EMPRENDICES:
<https://www.emprendices.co/resumen-del-libro-fundamentos-mercadotecnia-rafael-rodriguez-santoyo/>
- Palella, S., & Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cualitativa*. Obtenido de Urbe.edu: <https://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=33389>

- Palma, B. C. (2015). *Propuesta para mejorar el crecimiento comercial de la empresa T-shirt sport de Santo Domingo de los Tsáchilas*. Santo Domingo.
- Pallchisaca, R. (2019). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa comunitaria de diseño y confección de prendas de vestir y accesorios para mujeres indígenas del canton Suscal*. Obtenido de Repositorio de la ESPOCH: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/11327>
- Parrales, L. M. (2011). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa y artículos infantiles en Santo Domingo*. Santo Domingo.
- Peña, Y., Nieto, P., & Díaz, F. (2018). Cadena de valor: un enfoque para las agrocadenas Equidad y desarrollo. *Revista Equidad y Desarrollo*, 77-85.
- Pineda, L., & Jara, M. (2010). *Prospectiva y vigilancia Tecnológica en la cadena textil*. Quito.
- Plaza, V. (s.f.). *Textil*. Parrales, L. M. (2011). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa y artículos infantiles en Santo Domingo*. Santo Domingo.
- Rodríguez, P. (2015). *Plan de negocio de empresa online de camisetas creativas*. Santo Domingo.
- Ruiz, D. C., & Osorio Palacio, Y. V. (2018). *Estudio de Factibilidad artesana comercializadora virtual de prendas infantiles para la zona Dosquebradas*. Pereira.
- Santillan, M. H. (2015). *Plan de negocios para crear una empresa de ventas de ropa en la urbanización ciudad verde del cantón Santo Domingo*. Santo Domingo.
- Sapag, N. (2017). *Proyecto de inversión, formulación y aplicación de un Plan Estratégico*. Obtenido de PEARSON: http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos_de_Inversion_Nassir_Sapag_Chain_2Edic.pdf
- Superintendencia de Compañías*. (1999). Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Mirian E, C. P. (s.f.). Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6399/1/42T00362.pdf>
- Torres, A., & Lavayern, M. (2017). *Desarrollo de Sitemas*. Obtenido de Repositorio Universidad Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14220/1/UPS-GT001890.pdf>
- Uribe, F. J. (2012). *Plan de negocio para pequeñas empresas*. Colombia.
- Vadillo, M. T. (2007). *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo*. Madrid: ESIC.
- Viñan, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdova, J. (2018). *Proyecto de inversión: un enfoque práctico*. Riobamba, Ecuador: La Caracola Editores.
- Yurley, R. (2019). *Emprendimiento*.

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS**



**ENCUESTA
La Ropa Infantil en Santo Domingo de los Tsáchilas**

Esta encuesta tiene como objetivo recopilar información acerca del mercado, las preferencias y el uso de la moda infantil en el cantón Santo Domingo.

- 1. ¿Alguna vez ha comprado ropa para niños/as?**
 - a. Si
 - b. No
- 2. ¿Con que frecuencia compra ropa para niños?**
 - a. Mensual
 - b. Bimensual
 - c. Trimestral
 - d. Semestral
 - e. ¿Otras cuál? _____
- 3. ¿Cuándo compra ropa infantil en que se fija primero?**
 - a. Precio
 - b. Calidad
 - c. Que sea marca extranjera
 - d. Promociones
 - e. Moda
 - f. comodidad
- 4. ¿Qué cantidad de prendas de vestir infantiles adquiere cuando realiza una compra?**
 - a. una prenda
 - b. dos prendas
 - c. tres prendas
 - d. más de cinco prendas
- 5. ¿Cuál de estos lugares de venta adquiere prendas de vestir infantiles?**
 - a. Mercados minoristas
 - b. Centros comerciales
 - c. Catalogo
 - d. Almacenes
 - e. ¿Otros cuál? _____
- 6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de ropa para niños?**
 - a. De \$1,00 a \$5,00
 - b. De \$6,00 a \$10,00
 - c. De \$10,00 a \$15,00
 - d. De \$16,00 a \$20,00
 - e. Más de \$21,00

- 7. ¿Conoce un punto de venta de ropa exclusiva de niños/as?**
- a. Si
 - b. No
- 8. ¿Cree que la tecnología contribuye a mejorar la confección de ropa infantil tanto en innovación como en acabados?**
- a. Si
 - b. No
- 9. ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas de vestir infantiles con modelos de acuerdo con la moda internacional, comprobando su comodidad a través de la realidad virtual en una tienda exclusiva de ropa de niños/as?**
- a. Si
 - b. No
- 10. Mediante que medios de comunicación quisiera conocer nuestra tienda de ropa infantil**
- a. Redes sociales
 - b. Radio
 - c. Televisión
 - d. Periódicos
 - e. ¿Otro cuál? _____

ANEXO B: PROTOTIPO



ANEXO C: COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS DEL PROYECTO

| | | SUBTOTAL | TOTAL |
|-------------------------------|----------|----------------------|----------------------|
| COSTOS DIRECTOS | | 40339,05 | 54618,91 |
| Materia Prima | 13160,00 | | |
| Mano de obra Directa | 26483,05 | | |
| Electricidad | 696,00 | | |
| COSTOS INDIRECTOS | | 14279,87 | |
| Mantenimiento | 650,00 | | |
| Seguro de la planta | 1200,00 | | |
| Mano de obra indirecta | 450,00 | | |
| Depreciaciones | 8721,49 | | |
| Amortizaciones | 3258,38 | | |
| COSTOS ADMINISTRATIVOS | | 26343,60 | 26343,60 |
| Gastos Administrativos | | | |
| Sueldos y salarios | 24703,60 | | |
| Servicios básicos | 900,00 | | |
| Útiles de aseo | 240,00 | | |
| Gastos de organización | 500,00 | | |
| COSTOS DE VENTA | | 35094,34 | 35094,34 |
| Sueldos y salarios | 33234,34 | | |
| Publicidad | 240,00 | | |
| Viáticos | 600,00 | | |
| Impuestos | 660,00 | | |
| Transporte y fletes | 360,00 | | |
| COSTOS FINANCIEROS | | 900,00 | 900,00 |
| Intérés a corto plazo | 800,00 | | |
| Otros | 100,00 | | |
| COSTO TOTAL | | \$ 116.956,85 | \$ 116.956,85 |

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2022

ANEXO D: MINUTA

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE WILOX S.A.

Para efectos jurídicos del contrato de compañías y los otros actos societarios señalados en la ley, debe celebrarse por escritura pública. La escritura de constitución de la sociedad anónima contiene las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - COMPARECIENTES. - son aquellos que intervienen en el otorgamiento de la escritura de constitución en la que se hace constar los nombres, nacionalidad, domicilio y estado civil de las personas naturales o jurídicas que en el número mínimo de dos vayan a ser accionistas de la compañía.

SEGUNDA. - ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

CAPÍTULO I

Características Artículo 1.- Naturaleza y denominación. - WILOX S.A. es una Compañía Anónima que se constituye de acuerdo con la ley de compañías y los presentes estatutos. Artículo 2.- Domicilio. - el domicilio principal de la compañía estará establecido en la ciudad de Santo Domingo, pero se podrá abrir sucursales o agencias en otros lugares del Ecuador por acuerdo de la Junta General de Accionistas.

Artículo 3.- Objeto Social. - la compañía tendrá por objeto: a) Confeccionar y comercializar ropa infantil dentro y fuera de la ciudad de Santo Domingo; Para cumplir con el objeto social la compañía podrá realizar toda clase de operaciones, actos y contratos permitidos por las leyes ecuatorianas.

Artículo 4.- Duración. - El tiempo de duración de la compañía será de cincuenta años contados a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil.

Artículo 5.- Capital Social. - El capital social suscrito de la compañía es el de OCHENTA Y CUATRO MIL OCHOCIENTOS OCHENTA Y SEIS CON CINCUENTA dividido en cincuenta acciones ordinarias y nominativas de mil seiscientos noventa y siete con setenta y tres dólares cada una, las mismas que se encuentran pagadas en un cincuenta por ciento y su remanente, esto es el cincuenta por ciento restantes se cancelará en un plazo máximo de un año, a contarse desde la inscripción en el Registro Mercantil.

Artículo 6.- Títulos. - los títulos que certifican la propiedad de las acciones se emitirán conforme al artículo ciento setenta y seis de la Ley de Compañías y su transferencia se registrará por las disposiciones de los artículos ciento ochenta y ocho y ciento ochenta y nueve de la misma ley. Los títulos podrán certificar la propiedad de una o varias acciones y serán firmadas por el presidente y secretario de la compañía.

Artículo 7.- Libros. - los títulos y los certificados de las acciones se extenderán mediante un libro de talonario numerado.

Tabla 40-4: Requisitos Sociedad Anónima

1. Aprobación de nombre ante la Superintendencia de Compañías
2. Elaboración de Minuta de la escritura de constitución y del nombramiento.
3. Agenciamiento y cierre de escritura en la Notaría.
4. Trámite de aprobación e inscripción de la escritura en el Registro Mercantil con el nombramiento del Representante Legal.
5. Notificación y obtención en la Superintendencia de Compañías de la nómina de accionistas, Certificado de Cumplimiento de Obligaciones y Número de Expediente.
6. Obtención del Registro Único de Contribuyentes ante el SRI.
7. Elaboración de Libro de Acciones y Accionistas y títulos de acciones con sus respectivos talonarios.

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Estos requisitos formarán una Sociedad Anónima cuyo capital, estará dividido en acciones negociables, formados por las aportaciones de los accionistas que representaran a la empresa WILOX S.A.

Aspectos legales locales

Para que la empresa WILOX este legalmente constituido como empresa se debe seguir una serie de pasos que se mencionan a continuación.

Tabla 41-4: legalidad

- Registro único de contribuyente RUC Los requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes RUC es el siguiente:
- Original y copia de la cedula vigente y planilla de servicios básicos actualizada.
- Estado de cuenta bancario y factura por el servicio de televisión pagada o de internet.
- Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección del contribuyente.
- Contrato de arrendamiento.

- Nombramiento del Gerente.
- Copia de Registro de escrituras en el Registro Mercantil Patente municipal.

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Para la Patente Municipal los requisitos son los siguientes:

Tabla 42-4: *Patente Municipal*

- Copia de la cedula vigente.
- Copia del certificado de votación.
- Copia de Planilla de Servicios Básicos actualizada.
- Nombramiento del Gerente o del Representante Legal.

Fuente: Gad Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

Certificado de salud

El permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública se detalla a continuación:

Tabla 43-4: *Permiso de salud*

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC Sociedades).
- Copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación de los propietarios.
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Copia de certificados de salud conferidos por los Centros de Salud.
- Pago de tasa Permiso de bomberos.
- Solicitud de inspección.
- Informe de la inspección.
- Copia del RUC.
- Copia de la cedula.
- Copia de la patente municipal.

Fuente: Gad Santo Domingo

Elaborado por: Marlon Posligua S. 2020

ANEXO E: PROCEDICIMIETO INICIAL

