

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

“Blue Dot tienda de ropa en línea”

Christian Alberto Isa García

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de Administración
para el Desarrollo.

Quito, Octubre de 2012

© Derechos de autor

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política. Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art.144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Nombre: Christian Alberto Isa García

C. I.: 171425875-1

Fecha: Octubre 2012

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Pregrado

Hoja de aprobación de tesis

“Blue Dot tienda en línea”

Christian Alberto Isa García

John Cartwright B.

Director de tesis

.....

Magdalena Barreiro PhD.

Decana Colegio de Administración

para el Desarrollo

.....

Resumen

El proyecto “Blue Dot tienda en Línea” esta enfocado en la creación de una empresa de venta de ropa de moda tipo sport vía internet. Este proyecto se enfoca en un segmento poco utilizado en el mercado, ya que el Internet es una herramienta usada para las ventas a nivel mundial, pero en Ecuador no se ha sacado provecho del mismo y la mayoría de locales comerciales ecuatorianos no venden sus productos por Internet. Se buscara brindar las últimas tendencias de la moda a nivel mundial para hombres y mujeres, aparte lo que busca la empresa es hacer prendas con estándares internacionales de calidad y 100% algodón, con mano de obra ecuatoriana. La empresa se concentrara en toda la cadena de valor, ya que la misma se preocupara de la compra de materias primas, confección y venta al público, con lo que se buscara tener mejores márgenes de utilidad.

Abstract

The “Blue Dot on-line store” is a Project that consists in opening a store on-line to sale sports style clothes using the Internet. The main idea is to use Internet as a tool to make sales easier, because in Ecuador that concept is not developed at all and is a new way to focus on our target, which is people of medium and high class, with access to internet and use credit cards. Our business will always have the latest designs according to world fashion for men and women, and also use the best materials such as 100% cotton, and with the highest quality standards worldwide, but using Ecuadorian work force. Blue Dot will have a complete value chain starting from buying the materials, making the product and selling it, and by having control the idea is to reduce costs and make more profit.

Índice:

1-	Resumen Ejecutivo.....	1
2-	Preconcepto:	3
3-	Factores claves para el Éxito:	3
4-	Análisis Externo, Macro y Micro	4
5-	Análisis Interno y Competitivo	6
5.1-	Cuadro comparativo	6
6-	Análisis FODA	8
6.1-	Oportunidades	8
6.2-	Amenazas.....	8
6.3-	Fortalezas.....	8
6.4-	Debilidades	8
6.5-	Objetivos Estratégicos:.....	8
6.5.1-	Defensivos:	8
6.5.2-	Basados en Fortalezas	9
7-	Concepto estratégico:.....	9
7.1-	Futuro Avizorado:	9
7.2-	Propósito Central:.....	9
7.3-	Valores centrales	9
8-	Concepto Producto/ Servicio.....	10
8.1-	Investigación de Concepto y Producto:	10
8.2-	Descripción del producto:	10
9-	El mercado y sus proyecciones	13
10-	Plan de inversiones	16
11-	Aprovisionamiento de insumos	19
12-	Plan comercial	22
12.1-	Precio	22
12.2-	Producto	22
12.3-	Plaza	23
12.4-	Promoción.....	23
12.5-	Procesos	23
12.6-	Personas	23
12.7-	Evidencia física.....	23

13-	Plan de recursos humanos	24
13.1-	Organigrama Organizacional:.....	25
14-	Proyecciones Financieras	27
14.1-	Activos:.....	27
14.2-	Pasivos:	28
	Bibliografía:.....	30

1- Resumen Ejecutivo

Tabla #1

P Y G				
Blue Dot Tienda En línea				
	2012	2013	2014	2015
Ventas	\$ 508.600,00	\$ 534.030,00	\$ 560.731,50	\$ 588.768,08
(-)Costo Ventas	\$ 173.464,73	\$ 182.137,97	\$ 191.244,86	\$ 200.807,11
Utilidad Bruta	\$ 335.135,27	\$ 351.892,03	\$ 369.486,64	\$ 387.960,97
(-)Gastos operacionales				
Costos Fijos				
(-)Total costos Empleados	\$ 158.400,00	\$ 166.320,00	\$ 174.636,00	\$ 183.367,80
Costos Variables				
(-)Total Costos Variables	\$ 28.200,00	\$ 29.610,00	\$ 31.090,50	\$ 32.645,03
Utilidad Operacional	\$ 148.535,27	\$ 155.962,03	\$ 163.760,14	\$ 171.948,14
(-)15% Participacion Trabajadores	\$ 22.280,29	\$ 23.394,31	\$ 24.564,02	\$ 25.792,22
(-)24% Impuesto a la renta	\$ 35.648,46	\$ 37.430,89	\$ 39.302,43	\$ 41.267,55
Utilidad Neta	\$ 90.606,51	\$ 95.136,84	\$ 99.893,68	\$ 104.888,37

La compañía Blue Dot tienda en línea, es una empresa dedicada a la compra de materia prima, para procesarla y confeccionar prendas de vestir de moda tipo sport para hombres y mujeres, la cual se venderá solo por Internet, teniendo el concepto de tienda en línea, para estar a un clic de distancia de los compradores. Se encontró la oportunidad de hacer una tienda en línea, debido al gran crecimiento que ha tenido el uso del Internet en el Ecuador, por eso la oportunidad está en buscar una manera de estar cerca del comprador y a un solo clic de distancia. La mayoría de empresas dedicada a la venta de prendas de vestir, tienen como concepto la venta en locales comerciales y la mayoría de estas empresas cuentan con páginas web donde muestran sus productos al público y tendencias, pero a su vez no venden por Internet, así que encontramos la oportunidad de entrar a un mercado poco utilizado en el Ecuador.

La industria textil tiene un crecimiento anual del 1,5%, por lo tanto se puede observar que es una industria en crecimiento, donde las ventas representan un 5 o 7% del PIB del Ecuador, y también encontramos empresas grandes donde se mantiene un crecimiento sostenido en las ventas.

La empresa Blue Dot tienda en línea ofrecerá diversos tipos de productos para hombres y mujeres, los cuales son diseñados y aplicados a las tendencias mundiales de la moda, esta ofrecerá camisetas, polos, hoodies, pantalones, jeans, chaquetas, sacos, bóxers y medias, con el objetivo de hacer cada prenda con los estándares más altos de calidad y con composición 100% algodón, con lo cual podremos dar un concepto de producto a la moda con tendencias internacionales. Con esto esperamos despertar un mercado juvenil, el cual siempre está conectado al internet, buscando satisfacer sus necesidades. Las prendas serán confeccionadas en su totalidad en el Ecuador, por lo que buscamos el crecimiento no solo de la empresa, sino que buscamos aportar al país generando trabajo para terceras personas, las cuales estarán dedicadas a la confección de las prendas, ya que Blue Dot tienda en línea, buscaremos la maquila de diferentes empresas, para evitar tener una fábrica propia.

Las ventas esperadas son de alrededor de \$500.000 dólares anuales, debido a que esperamos tener curvas de producción pequeñas, ya que preferimos tener prendas exclusivas y de alta calidad, para que los clientes sientan la satisfacción de tener una prenda única, es por eso que se esperan fabricar y vender 14200 prendas en el primer año. Los márgenes de ganancia por prenda serán de alrededor del 200%, ya que el tipo de concepto de producción sumado al servicio, hará que los márgenes de utilidad sean más grandes.

El VAN (valor actual neto) de la compañía será de \$85.631,35 dólares, lo que demuestra que tiene un valor positivo y que para ser una empresa de ventas, tiene un buen precio en el mercado, y el TIR (tasa interna de retorno) es de un 28,14%, lo que demuestra que por cada dólar invertido 0,28 centavos de dólar son beneficios para los socios.

2- Preconcepto:

La idea del proyecto era crear una venta por catálogo vía Internet, así con esto no tener que armar todo lo que son las estructuras piramidales y estando solo a un clic de distancia. El catálogo se basaría en lo que es ropa tipo sport para los diferentes sexos y edades, a precios más bajos que los de un catálogo normal, ya que no existirá intermediarios en la compra. Se implementarán estrategias tipo B2C, para llegar más rápido y que el servicio sea de excelente calidad. Pero al ver que los catálogos funcionan con estructura piramidal y siempre se necesita de gente que venda y promocioe la marca, se vio la no relación entre la idea de catálogo y el Internet, es por eso que después se cambio la idea y concepto para hacer una tienda en línea, con productos, confección, mano de obra e insumos ecuatorianos, con lo cual, ofreceremos una diversidad de prendas de vestir para los dos sexos. La idea se basa en la compra de materia prima, producción y venta de la misma, con lo cual la cadena de valor la hacemos nosotros dentro de la compañía y así los márgenes de utilidad por ventas serán mayores, que a los de un local comercial normal.

3- Factores claves para el Éxito:

Al principio la idea era la venta en forma de catálogo en línea, observamos que los potenciales clientes que si usan el Internet para hacer compras, no gustan de ventas de este tipo, es por eso que decidimos crear la tienda en línea, para así poder ser un poco más exclusivos, ya que los potenciales clientes demostraron en sus respuestas que ellos quieren mantener una especie de diferenciación y exclusividad al momento de vestir, por lo tanto para tener éxito debemos crear unas curvas de producción por prendas más pequeñas y exclusivas por trimestre, estas curvas de producción oscilarán entre las 200 y 500 prendas por tipo de modelo. Los precios serán un factor clave en el éxito, ya que nos diferenciaremos de la mayoría de tiendas locales, debido a que se venderán prendas 100% algodón, con estándares de calidad internacionales y con tendencias mundiales, a los mejores precios del mercado, para ser competitivos contra cadenas internacionales que han tenido ingreso al país. Los clientes buscan siempre estar innovando y

para nosotros como empresa será muy importante el poder trabajar cuatro colecciones en el año, con esto podremos variar el inventario, cambiar la página Web y tener siempre lo que busca el consumidor. El tener una página Web amigable y que cause gran impacto es importante, ya que así podremos dar una imagen diferente a los clientes, ya que la mayoría de ellos se han quejado de la falta de trabajo que existe en las páginas Web locales en contraste con las internacionales, con la que ellos usualmente se encuentran identificados, es por eso que nosotros mantendremos una página HTML5, la cual funciona en cualquier dispositivo con acceso a Internet y esta estará siendo modificada periódicamente, para que los clientes sepan que hay en el inventario de la tienda.

4- Análisis Externo, Macro y Micro

Según el análisis industrial que se hizo, arrojó datos importantes que serán nuestros puntos de oportunidades y amenazas. Entre las oportunidades se encuentra la mano de obra, ya que la industria textil produce 160.000 puestos directos de trabajo, como también más de 100.000 indirectos, con lo cual podremos tener el acceso a la maquila, es decir que si habrá gente trabajando en las maquinas y así podremos confeccionar las prendas y sobre todo buscar buenas ofertas en precios de producción, con la finalidad de tener un precio más competitivo en el mercado. Otra de las oportunidades, son los aranceles creados por el gobierno central, para proteger la industria nacional, esta protección arancelaria consta de un impuesto mixto para prendas de vestir, la cual es de un precio de \$5,5 dólares por kilo neto de importación y un 10% de impuesto ad valorem. Estas restricciones arancelarias para la importación de prendas terminadas es una oportunidad de crecer en la producción nacional, ya que con esto habrá más oferta por parte de los maquiladores, encontraremos mejores precios y obviamente el crecimiento de ellos hará mejorar en el tipo de confección, ya que buscarán hacer cosas de mejor calidad y los estándares de calidad se equiparán con la moda internacional. Las empresas locales que venden prendas de vestir, usualmente tienen páginas Web y la más grande de estas

empresas es Etafashion, tiene una página Web que no es completa, ya que no ofrece ventas a través de Internet, además no muestran todo el inventario, pero si muestran tendencias de moda y paradas de vestir, es por eso que la oportunidad está en hacer una página Web con estándares de empresas grandes conocidas internacionalmente y para esto usaremos una página Web html5, la cual será una oportunidad de mostrarnos como una marca solida, fuerte y confiable.

Dentro de las amenazas que arrojó el análisis de la industria, encontramos que a pesar de las barreras de entrada al país para prendas extranjeras, se ha generado un crecimiento en el contrabando, con lo que el sector textil es uno de los más afectados y este afecta en un 17% al sector, siendo el segundo más afectado después de la metalmecánica con un 18%. Esto es algo en el que la industria no puede tomar cartas en el asunto, ya que los encargados de esto son las aduanas y el gobierno, pero en años recientes, el gobierno ha instaurado una ley Inen de producción nacional y las aduanas del Ecuador están trabajando en buscar mercadería de dudosa procedencia a nivel nacional, quitándolas de las estanterías de los locales, si estos no demuestran de donde la adquirieron. Otra amenaza es la competencia extranjera, ya que Ecuador se encuentra en la mitad de los dos países más industrializados en el sector textil de Sudamérica, ya que Perú y Colombia tienen la capacidad de producción de todos los materiales e insumos de confección, lo cual los hace mucho más competitivos en relación a nosotros, ya que lastimosamente este sector no se encuentra industrializado y por ende nuestros costos serán mayores al de los países vecinos.

Por eso la tienda en línea buscará una diferenciación en servicio sobre las demás compañías, el mundo del Internet es un océano azul en el país por el momento, ya que las empresas no trabajan este sector como se debería y sus conceptos de información es más grande que el concepto de ventas en el Internet, es por eso que nosotros en precios estaremos a la par de las demás empresas de venta de ropa del país, pero a su vez nos diferenciaremos en el servicio, calidad de atención al cliente y la comodidad de estar a un clic de distancia.

5- Análisis Interno y Competitivo

5.1- Cuadro comparativo

Tabla #2

	Etafashion	Lee	Súper Éxito	RM	Blue Dot Tienda en línea
Página Web	√		√	√	√
Venta por Internet					√
Curvas mayores a 1000	√	√	√	√	
100% Algodón					√
Locales Comerciales	√	√	√	√	
Centro de atención clientes	√	√	√	√	√
Importación de prendas	√		√	√	

En este cuadro comparativo con las empresas más grandes en venta de ropa sport de Ecuador podemos observar las diferentes variables que estos sustentan dentro de su manejo como marca y empresa. Las fortalezas más grandes que tienen estas empresas sobre nosotros es el posicionamiento de marca, ya que entre ellas tienen diferentes tipos de estrategias, como por ejemplo Etafashion, que busca tener locales en todos los centros comerciales del Ecuador y estar en las ciudades más importantes, logrando así llegar a más clientes. Súper Éxito, está direccionado a un mercado más de clase baja y de menores recursos económicos, esto observamos por sus precios de venta al público y sobre todo por la localización geográfica de sus locales. Lee es una de nuestras competencias directas, ya que ellos buscan un mercado como el nuestro, de clases media y media alta, donde los clientes buscan vestir bien y estar a la moda, sin gastar mucha

cantidad de dinero. Revolución Moda es competencia directa con Súper Éxito, ya que las dos están en el mismo segmento de clases de escasos recursos y donde batallan por una guerra de precios, en vez de diferenciarse en calidad. Etafashion y Revolución Moda pertenecen al mismo dueño y no a un holding corporativo, pero eso genera que entre los dos tengan target de mercado distinto y con eso poder llegar a más clientes con dos marcas totalmente diferentes, eso a ellos les hace fuertes porque su mercado así este segmentado, abarca más participación que el de las demás empresas estudiadas. La empresa Blue Dot en línea tiene ciertas fortalezas, ya que nosotros como empresa nueva estaremos dando una imagen diferente y un concepto nuevo para los clientes, ya que primeramente el servicio de la venta es totalmente diferente, porque a pesar de que los competidores de esta gama tienen páginas Web, ninguno hace uso de la herramienta para hacer las ventas y más bien la utilizan como un punto de información sobre los productos en venta. La mayoría de estos locales mantienen estándares de calidad altos, y es por eso que su éxito es asegurado, pero ninguna de estas empresas trabaja con productos 100% algodón, ya que la mayoría de ellos trabaja en composiciones compuestas por telas con poliéster y a la par poseen una moda que esta fuera de las tendencias internacionales. Las ventajas de estos locales comerciales, es que ellos tienen sus show room en cada centro comercial donde las personas pueden probar, medirse y analizar calidades y aprobar o no la compra, esa es una desventaja a nuestro favor, ya que nosotros tendremos que demostrar en fotos la calidad de nuestro producto así como especificar la ficha técnica de cada prenda. Una de nuestras fortalezas es el poder atacar y persuadir siempre al cliente mediante la utilización de redes sociales, porque la mayoría de personas andan ocupadas en el trabajo y no tienen tiempo para ir a los locales comerciales y a su vez la mayoría de su tiempo la pasan en frente de una computadora, es por eso que podemos fortalecernos en tener lazos estrechos con los clientes y a tiempo completo, esa será nuestra ventaja competitiva contra los locales comerciales, y es que nosotros haremos una estrategia de B2C en la cual aplicaremos un seguimiento del cliente.

6- Análisis FODA

6.1- Oportunidades

- Impuestos de valor agregado a prendas terminadas importada de otros países.
- Falta de almacenes en línea en Ecuador.
- Usar un diseño web HTML 5 para funcionar en todos los dispositivos móviles.

6.2- Amenazas

- El crecimiento del contrabando en las fronteras.
- La competencia internacional.
- Falta de competitividad por parte de la industria nacional.

6.3- Fortalezas

- Curvas pequeñas de producción.
- Calidad de producción y moda enfocada en tendencias internacionales.
- Ser innovadores en este tipo de servicio.

6.4- Debilidades

- Posicionamiento en el mercado.
- No tener show room y locales para muestra física del producto.

6.5- Objetivos Estratégicos:

6.5.1- Defensivos:

- Posicionar la marca mediante una campaña de conciencia sobre lo hecho en el Ecuador es mejor, con la cual mostraremos cuán competitivos somos tanto en calidad como en servicio.
- Innovar la página Web de forma en que los usuarios puedan tener una certeza de calidad del producto, con visión de 360 grados, de cada prenda y un zoom a cada detalle de esta.

6.5.2- Basados en Fortalezas

- Fortalecer la idea de un servicio nuevo y tienda en línea, mediante el uso de publicidad y mediante las redes sociales, aparte con campañas de indicaciones de cómo se compra en Internet seguro y capacitando a los potenciales clientes a comprar por Internet.
- Mantener una estrategia de exclusividad con los clientes con curvas pequeñas de producción. Con esto lograremos tener fidelidad, ya que no muchas personas vestirán con la misma marca o diseño.

7- Concepto estratégico:

7.1- Futuro Avizorado:

Ser la empresa de moda más grande del Ecuador en ventas por Internet, teniendo como objetivo la expansión internacional, con prendas hechas en el Ecuador, así generando trabajo y beneficios para el país.

7.2- Propósito Central:

Ser una empresa dedicada a la producción de prendas de vestir y venta directa al público, con la utilización de materia prima y mano de obra ecuatoriana, así podemos dar un beneficio no solo a la empresa y al cliente que compra el producto, sino también ser un beneficio para el país, ya que buscamos generar trabajo indirecto para muchas familias, las cuales estarán ligadas con la empresa mediante la maquila.

7.3- Valores centrales

- La honestidad es el valor central más importante dentro de la empresa, debido a que esta nos permitirá ejercer las labores internas sin barreras y sin prejuicios, la compañía piensa que lo más importante es el capital humano y debemos ser recíprocos entre todos y así el éxito estará asegurado.

- La calidad, es otro de los valores centrales de la empresa, porque nosotros nos fijaremos la meta de ser los mejores en lo que hacemos y todo lo que se producirá será de excelente calidad, esto hará que todavía se haga más notoria la diferenciación con las demás empresas, ya que brindaremos una calidad no solo en el producto terminado, sino en todos los aspectos corporativos y con eso buscaremos la excelencia.
- Trabajo en equipo, es el tercer valor central de la compañía, ya que esta empresa cree que cada pieza de la misma es importante para su correcto funcionamiento y es por eso que el trabajo en equipo siempre será orientado con vocación a los trabajadores, para que exista una comunicación y entendimiento y seamos mas eficientes.

8- Concepto Producto/ Servicio

8.1- Investigación de Concepto y Producto:

En la investigación de concepto de producto y servicio, se hicieron encuestas en aulas universitarias, en las que se entrevisto a jóvenes de ambos sexos entre 18 y 25 años, por tal motivo, ese es el mercado objetivo en función del plan de negocios que se hará.

8.2- Descripción del producto:

La tienda en línea tendrá varios tipos de productos de vestir en la línea informal, y tendrá productos para el sexo masculino y femenino. Los productos serán las últimas tendencias de la moda mundial, acompañada de los mejores estándares de calidad y con materia prima fabricada 100% en algodón y con la ventaja de ser hecha en Ecuador.

Productos masculinos:

- Camisetas
- Polos
- Jeans
- Pantalones
- Hoodies

- Sacos
- Chaquetas
- Bóxers
- Medias

Productos Femeninos:

- Blusas
- Camisetas
- Jeans
- Pantalones
- Sacos
- Hoodies
- Chaquetas
- Medias

Las encuestas fueron hechas a 63 estudiantes, de las cuales 35 eran mujeres y 28 eran varones. En la encuesta se les pregunto si estarían dispuestos a comprar vía Internet productos de vestir de última tendencia en moda, hecho en Ecuador, con materia prima 100% algodón y con los estándares ms altos de calidad.

Tabla # 3

	HOMBRES	MUJERES		
TOTAL	28	35	63	Porcentaje
SI	19	22	41	65,1
	67,9	62,9		
NO	9	13	22	34,9
	32,1	37,1		
			TOTAL	100,0

Como podemos observar las personas en este segmento de mercado en un 65% están interesados en comprar productos ecuatorianos, con estándares de calidad alto y vía Internet, el 35% no está de acuerdo en la compra de productos de este tipo, gracias a que viajan y pueden hacer ese tipo de compras en el exterior, obviamente prefiriendo marcas ya conocidas a nivel mundial.

Podemos observar que el promedio de aceptación es alto en hombres como en mujeres, pero este servicio y producto no se ve muy llamativo en este tipo de segmento, ya que las personas están acostumbradas a otro tipo de beneficios, los cuales son usualmente la marca y no tanto la calidad ni la moda que vistan.

Estos resultados muestran que tenemos grandes expectativas en lo que es la penetración de mercado, obviamente se deberá manejar un buen plan de marketing y hacer percibir la calidad del producto y el servicio al momento de la compra, con esto estamos enfocados a generar un boom en las redes sociales y también tratando de que gente conocida en el medio este usando nuestros productos y servicios, para así darle una imagen sólida a la marca.

9- El mercado y sus proyecciones

En el Ecuador la industria textil está dividida en diferentes partes, ya que existen diferentes tipos de negocio en el mundo textil, entre las cuales encontramos los productores de hilos, telas y tejidos, los confeccionistas, que son los talleres y productoras de prendas terminadas, los importadores de telas y materias primas, con venta y distribución nacional. Al momento la industria textil se encuentra en una especie de auge, ya que para el año 2010 este produce más de 160.000 puestos de trabajo directos y más de 100.000 puestos de trabajos indirectos, de los cuales el 73% de empleos se encuentran en la zona urbana y el 27% en el sector rural, transformándose en una fuente importante en la economía local, debido a que la industria textil encontramos que su ventas representan el 3,1% del PIB total y 19,2% del PIB manufacturero. A pesar del crecimiento del sector manufacturero y que las exportaciones del sector ha incrementado en los últimos años, podemos observar que el sector debe competir dentro y fuera del país con artículos que en general son de procedencia china, que disfrutan de economías a escala incomparables, costos de producción menores y apoyo gubernamental. En el Ecuador para ayudar al sector el gobierno nacional, creó una protección arancelaria, y un arancel mixto para prendas de vestir, el cual consta de 5,5 dólares por kilo neto de importación y un 10% de impuesto ad valorem. Aparte de luchar contra la competencia extranjera, los bajos costos de producción de otros países y las barreras de entradas internacionales, en Ecuador el sector textil debe constantemente luchar contra el contrabando, ya que este tipo de forma de ingresar mercadería al país afecta en un 17% al sector textil siendo el segundo sector manufacturero en afectación después de la metalmecánica con un 18%.

Ahora enfocándonos en el sector de las confecciones, el cual es uno de los tres segmentos del sector textil, podemos observar que esta se divide en dos partes las cuales tienen diferentes realidades; primero se encuentra el sistema empresarial, las cuales son empresas con organización moderna, cuentan con maquinaria adecuada y producción en serie, y usualmente se

encuentran agrupadas en las cámaras de la pequeña industria. La segunda parte de este segmento es el sistema artesanal, el cual cuenta con pequeñas unidades de producción, no siempre cuentan con una estructura organizacional, disponen de maquinaria básica y técnicas elementales, cuya producción suele hacerse bajo pedido. En el Ecuador la producción de confecciones en forma artesanal es una forma de subsistencia para la población de escasos recursos, ya que a nivel nacional encontramos mas de 3.240 artesanos dedicados a la actividad; existen zonas donde se pueden observar este tipo de empresas como es en Atuntaqui y en Pelileo.

Dentro del análisis del mercado en el segmento de venta y distribución de prendas terminadas encontramos los siguientes competidores

Tabla # 4

Razón Social	Nombre comercial	Ventas	Participación %
Comercial Etatex S.A	Etafashion	\$ 76.176.912,00	47,67
Royaltex S.A	Lee	\$ 11.374.781,00	7,12
Subahi S.A	Súper Éxito	\$ 32.573.770,00	20,38
Tiendec S.A	Revolución de la moda	\$ 19.374.275,00	12,12
Inducrote del Ecuador	Inducortec S.A	\$ 8.688.773,00	5,44
Granda Hermanos S.A	N/A	\$ 3.308.741,00	2,07
Paulitec S.A	N/A	\$ 2.556.360,00	1,60
Basquiat S.A	N/A	\$ 2.293.009,00	1,43
Pailzat S.A	N/A	\$ 1.850.912,00	1,16
Vectomi S.A	Vectomi S.A	\$ 1.619.441,00	1,01
		\$ 159.816.974,00	100,00

Podemos observar que dentro de las empresas más exitosas en el segmento Eta fashion tiene la mayor capacidad en ventas y por ende mayores ingresos que las demás empresas, esto se puede dar debido a la penetración de mercado que tienen y hacia donde aspiran llegar ellos, ya que tienen segmentado una serie de tiendas a diferentes tipos de público y con locales en diferentes lugares del país, como Rebaja Moda, que es parte de los locales del cual apuntan a un target de menores recursos económicos, con prendas baratas y precios bajos, también tienen su tienda Eta fashion, la cual esta situada en todos los centro grandes comerciales del país y se encuentra en las ciudades importantes. También cuentan con una cadena de valor importante, ya que ellos mucha de su mercadería la producen aquí, contratando maquila de excelente calidad al mas bajo costo, con políticas de entrega, plazos de pago y cumplimiento en fechas. Esta empresa demuestra que el mercado de la confección es muy rentable en el Ecuador y que teniendo una buena cadena de valor se puede lograr crecer como ellos lo han hecho. Es importante señalar que existen varias empresas de este tipo en el Ecuador y que la mayoría ronda una facturación superior al millón de dólares, demostrando una vez más que este segmento de la industria textil es el que más ingresos posee, ya que aparte de vender una prenda terminada, venden valor agregado y exponen una marca, esta sea creada en Ecuador o sean marcas importadas de afuera. Como podemos también observar en la tabla 4, que Eta fashion es nuestra principal competencia, ya que nosotros queremos ingresar en el mercado de ellos, pero con la diferencia que nosotros lo haremos vía Web y no con locales comerciales a nivel nacional, como podemos observar ellos tienen casi el 50% de ventas totales de las empresas investigadas, por lo cual encontramos que el mercado es grande y podemos tener penetración en él.

Cuando empezó el proyecto nosotros pensamos en una margen de ganancia del 200% por prenda vendida, ya que las curvas de confección por prenda es más o menos de 40 prendas por talla y diseño, es decir que teníamos pactado mas o menos comprar 100 metros de tela por diseño y 20

kilos promedio en tela de punto del diseño que sea. De los precios establecidos al comprar la tela nosotros vimos una volatilidad del 20% a los precios de las telas, debido a que en el año 2009 el algodón entro en la bolsa, con lo cual el precio de este puede subir como bajar considerablemente en cuestión de meses, es por eso que nosotros hicimos un recuadro de los precios +/- de lo que puede ver en el primer año de confección, y nuestra tabla de precios de tela es esta:

Tabla # 5

Lista precios telas	Precio reales	P + 20%
Índigo mtr.	4,5	5,4
Estrech camiserá	3,7	4,44
Jersey kl	16,3	19,56
Pique kl	16,3	19,56
Fleece	15	18

Como nosotros no tendremos taller de confección propio, utilizaremos maquila dada por terceros, y los precios en promedio por confección de prenda es de 3 dólares, pero por los cambios en las leyes laborales y las subidas abruptas de la canasta básica estos precios pueden fluctuar en un 15%, es por eso la maquila puede subir de precio mas o menos en 0,45c/. por prenda si la confección sube.

10- Plan de inversiones

El plan de inversiones para empezar el proyecto, con sus tiempos estimados de instalación y sus presupuestos debidamente estudiados:

de la empresa con el cual estaremos conectados todos las áreas, esta tomará 7 días en comenzar a funcionar y después de 7 días comenzara a funcionar la página Web. Mientras se este haciendo las adecuaciones en las oficinas, ya empezaremos el proceso de contratación de personal en las diferentes áreas de trabajo de la empresa, con lo cual ganaremos tiempo para comenzar a funcionar debidamente. Los catálogos de tendencias internacionales, se los compra bajo pedido y estos tomarán aproximadamente 21 días en llegar, esta es una parte clave para la ejecución de moldes para las prendas que vamos a confeccionar. Los muebles de oficina, como los de estanterías y mesas para diseño y corte, se los fabricara bajo pedido a una empresa ubicada en la provincia de Cotopaxi, la cual se tomara un tiempo de alrededor de 30 días para entregar los pedidos.

Después del análisis del tiempo podemos observar que el proyecto se estima empezar a funcionar después de 5 meses.

La forma en la cual nosotros financiaremos este proyecto será, con el 40% de aporte de socios y el 60% será por un crédito bancario, el cual se lo hará en el Produbanco.

Tabla # 6

Tabla de amortización				
Banco Produbanco				
Préstamo		352494		
Tasa anual		15,20%		
Tiempo		3 años		
Pago anual		(\$154.896,55)		
Año	Pago	Intereses	Pago capital	Capital
0				352.494,0
1	154.896,6	53.579,1	101.317,5	251.176,5
2	154.896,6	38.178,8	116.717,7	134.458,8
3	154.896,6	20.437,7	134.458,8	0,0

11- Aprovechamiento de insumos

Dentro de las consultas que realizamos encontramos a estos proveedores de insumos como los más importantes para los requerimientos de la empresa. Para lo que es punto, encontramos a Topy Top, la cual es una marca peruana de telas, con sede en el Ecuador, ellos cumplen con los requerimientos de lo que necesitamos, ya que solo procesan telas 100% algodón, por lo cual los márgenes de calidad se mantendrán altos. Indumoda con sede en Guayaquil, es otro de los importantes proveedores, debido a que ellos llevan muchos años importando telares de diferentes tipos, su experiencia y calidad de importaciones, acompañadas del precio de venta al público, hicieron que los tomemos en cuenta. Para la fabricación de medias, optamos por medias Roland, debido a que ellos aparte de producir medias, producen el hilo, por lo tal los costos serán menores. Dentro de lo que es el crédito que estos proveedores ofrecen, encontramos que la todos tienen apertura al crédito, y que la empresa que menos crédito brinda es Roland, pero a su vez es una de las cuentas que menos egresos causara dentro de los movimientos de la empresa, Topy Top en todo lo que es la línea de punto, ofrece un crédito de 90 días, con lo cual se espera terminar de pagar las telas al final de cada temporada, es decir cada trimestre. Al igual Indumoda brinda un crédito de 90 días, con lo cual cada temporada o trimestre tendrá su flujo de caja. Estos créditos a futuro pueden expandirse, debido al volumen de compras y sobre todo al nivel de cliente que mostraremos ser como empresa, eso conllevará negociaciones futuras y esperamos poder después de algún tiempo conseguir mas crédito en estas empresas proveedoras de insumos.

Tabla # 7

Tela	Proveedor	Crédito
Jersey	Topy Top	90
Pique	Topy Top	90
Índigo	Indumoda	90
Gabardina	Indumoda	90
Fleece	Topy Top	90
Lana	Indumoda	90
Kasimir	Indumoda	90
Jersey lycra	Topy Top	90
Hilo algodón	Roland	90

Tabla # 8

Masculino	Tela	Precio	Medida	Costo/Unidad	Q Trimestral	Q Anual	Costo/Procesos	Maquila	Costo producción
Camisetas	Jersey	\$ 16,30	kilos	\$ 4,66	220	880	\$ 0,60	\$ 2,50	\$ 6.826,29
Polos	Pique	\$ 16,30	kilos	\$ 4,66	250	1000	\$ 0,60	\$ 2,50	\$ 7.757,14
Jeans	Índigo	\$ 4,50	Metros	\$ 5,40	230	920	\$ 5,00	\$ 4,00	\$ 13.248,00
Pantalones	Gabardina	\$ 5,40	Metros	\$ 6,48	200	800	\$ 3,50	\$ 4,00	\$ 11.184,00
Hoodies	Fleece	\$ 15,00	Kilos	\$ 7,50	300	1200	\$ 4,00	\$ 3,00	\$ 17.400,00
Sacos	Lana	\$ 18,00	Kilos	\$ 7,20	150	600	\$ 3,00	\$ 2,50	\$ 7.620,00
Chaquetas	Kasimir	\$ 15,00	Metros	\$ 22,50	150	600	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 20.700,00
Bóxers	Jersey lycra	\$ 16,30	Kilos	\$ 0,91	200	800	\$ 0,20	\$ 0,50	\$ 1.284,44
Medias	Hilo algodón	\$ 6,00	Metros	\$ 0,60	150	600	\$ 1,00	\$ 0,50	\$ 1.260,00
							Total		\$ 87.279,87

Dentro de los costos de producción y de los elementos que componen cada parte de la producción de una prenda, encontramos los costos unitarios de tela por cada producto, esto se realiza a base de cálculos y porcentajes de rendimiento de telas y de moldes, seguido a eso tenemos los costos de los procesos, en el cual vienen incluidos procesos como el pre lavado, bio's,

desgaste, manualidades en las prendas, como también incluimos los valores de bordados, reatas, hilos, botones y etiquetado. Estos cambian según los diferentes tipos de prenda debido a que algunas prendas necesitan más procesos que otras, más insumos y por ende el precio cambia al momento de fabricarla. La maquila es otro de los costos que se incluyen en la producción, ya que estos costos varían depende a la complejidad de la prenda y sobre todo a la calidad de la confección, hemos observado que estos precios de maquila son un tanto elevados, pero a su vez son precios reales de lo que nosotros como empresa buscamos al momento de confeccionar, porque este tipo de precio lo que nos brinda es calidad, ante el volumen y mala calidad de confección que ofrecen otras maquilas. Las maquilas a las que se han entrevistado cuentan con maquinaria semi nueva, ya que la mayoría de estos poseen maquinaria antigua, con o también maquinaria de última generación y automáticas.

Tabla # 9

Femenino	Tela	Precio	Medida	Costo/Unidad	Q Trimestral	Q Anual	Procesos	Maquila	Costo producción
Camisetas	Jersey	\$ 16,30	kilos	\$ 4,66	200	800	\$ 0,20	\$ 2,50	\$ 5.885,71
Polos	Pique	\$ 16,30	kilos	\$ 4,66	250	1000	\$ 0,20	\$ 2,50	\$ 7.357,14
Jeans	Índigo	\$ 4,50	Metros	\$ 5,40	225	900	\$ 5,00	\$ 4,00	\$ 12.960,00
Pantalones	Gabardina	\$ 5,40	Metros	\$ 6,48	225	900	\$ 3,50	\$ 4,00	\$ 12.582,00
Hoodies	Fleece	\$ 15,00	Kilos	\$ 7,50	300	1200	\$ 4,00	\$ 3,00	\$ 17.400,00
Sacos	Lana	\$ 18,00	Kilos	\$ 7,20	150	600	\$ 3,00	\$ 2,50	\$ 7.620,00
Chaquetas	kasimir	\$ 15,00	Metros	\$ 22,50	150	600	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 20.700,00
Medias	Hilo algodón	\$ 6,00	Metros	\$ 0,60	200	800	\$ 1,00	\$ 0,50	\$ 1.680,00
								Total	\$ 86.184,86

En el área femenina también encontramos los mismos tipos de costos, ya que usualmente entre hombres y mujeres, las prendas llevan los mismos procesos, cantidad de tela y costo de maquila, básicamente lo que cambiara son las cantidades a fabricar durante el año.

Con esto podemos observar que los costos anuales por ventas es de \$173,464,73 dólares entre la producción de prendas masculinas como la producción de prendas femeninas. La variación entre las prendas masculinas y femeninas, es que a las mujeres no se les hará interiores y a los hombres si existirá la fabricación de bóxers, por lo cual podemos observar la variación entre los costos del uno y de otro.

12- Plan comercial

“Blue Dot” es una marca que entrará con fuerza al mercado ecuatoriano, buscando posicionarse en el mercado con una estrategia de diferenciación, ya que el producto terminado será de la más alta calidad, y con un diseño que este a la par con las principales capitales de la moda a nivel mundial, sumado a una estrategia de venta y distribución en línea, y contando con un Courier para que el producto llegue al cliente final a la comodidad de su hogar o sitio de preferencia.

12.1- Precio

Dado que son varios productos, el precio se fijará acorde a los precios del mercado, sumado a la calidad que nos diferencia de los demás y con la prestación del servicio innovador desde la comodidad del hogar.

12.2- Producto

El producto es una variedad de prendas, que salen divididas por colecciones trimestralmente, es decir 4 veces al año, con diseños exclusivos, novedosos y a la moda, tanto para hombre como para mujer. A continuación la lista de productos

12.3- Plaza

El local físico son las oficinas lugar en el cual almacena, diseña, corta, reciben pedidos, y todos los demás procesos de atención al cliente y producción.

12.4- Promoción

La promoción del servicio será mediante una campaña de correos electrónicos a una base de datos de clientes potenciales, una página Web, publicidad en Internet, y un enfoque sumamente alto a las redes sociales, donde a criterio de la empresa, se encuentra la gran mayoría de clientes potenciales

12.5- Procesos

Existen varios procesos en la empresa, pero los principales son los de maquila, cortes, diseños de modelos innovadores, y principalmente el control de pedidos en línea y el Courier para entregarlos.

12.6- Personas

Las personas que van a ser parte de la empresa en total van a 13, los cuales estarán plenamente capacitados en el área de confección, elaboración de prendas, cortes, diseños, moda, atención y servicio al cliente, y con una serie de valores corporativos que hagan posible la diferenciación en calidad y prestación del servicio. También contaremos con personal subcontratados, los cuales serán los prestadores de servicio en la maquilas pero los cuales no entran en la nómina de la empresa. Los datos específicos como salarios y funciones se los puede encontrar en la nómina y en la estructura organizacional respectivamente.

12.7- Evidencia física

La evidencia física será principalmente información de la compañía en las campañas de marketing digital en Internet, redes sociales, página Web, en los uniformes del personal, así como también se colocaran rotulaciones y carteles dentro de la empresa, y el logo en todas y cada una de las prendas "Blue Dot".

13- Plan de recursos humanos

“Blue Dot” contará con 13 empleados, los cuales tienen tareas, funciones y asignación de sueldos distintos, todos con los valores organizacionales respectivos y se les brindará capacitaciones constantes en cada área necesaria.

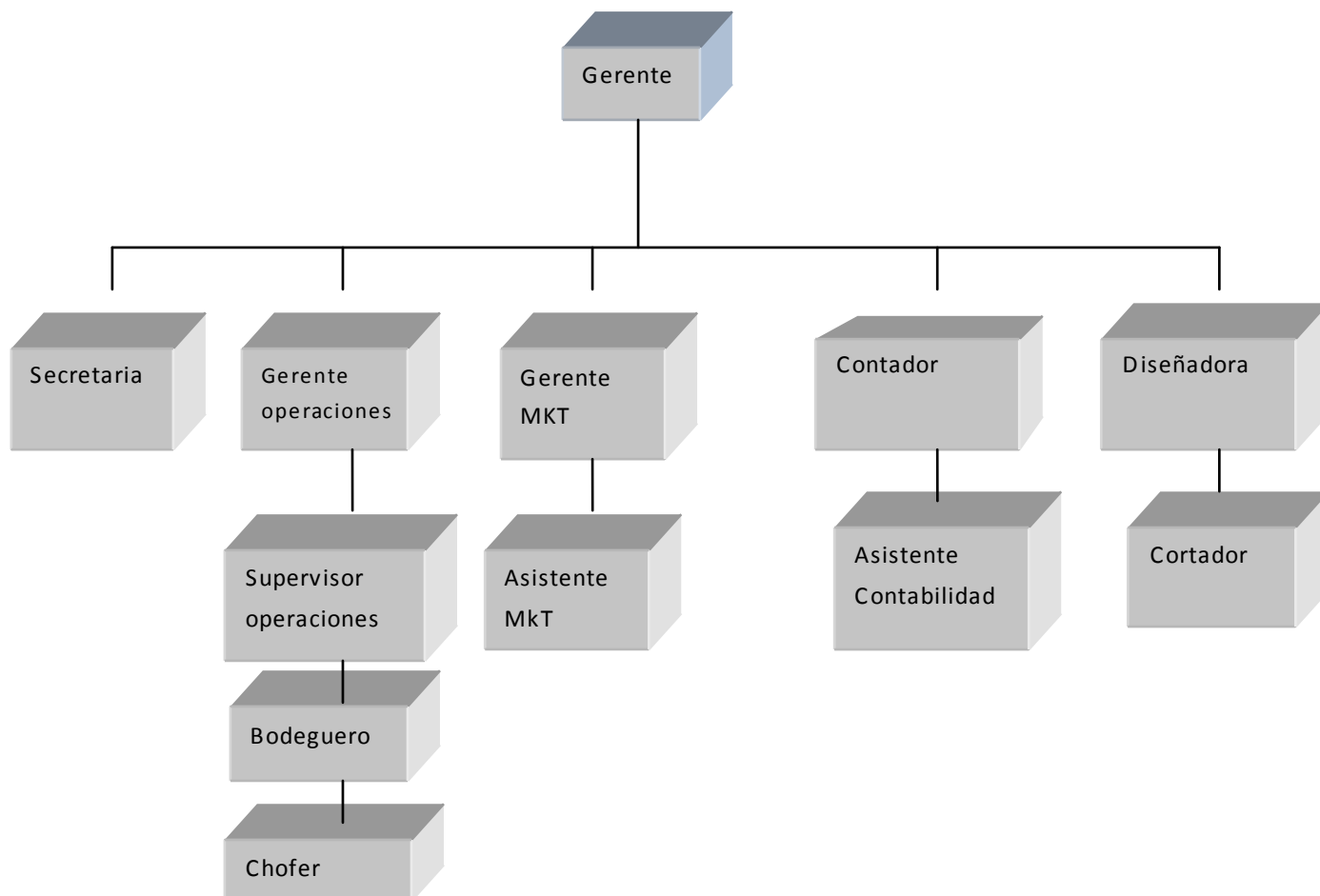
A continuación el organigrama funcional y la nómina:

Tabla # 10

Nomina	Sueldo
Gerente general	3000
Secretaria	500
Gerente Operaciones	1200
Supervisor Operaciones	700
Diseñadora	1800
Cortador	800
Bodeguero	300
Gerente Marketing	1200
Empleado Marketing	800
Chofer	500
Contador	1200
Sub alterno Contabilidad	600
Asistente atención al Cliente	600
	13200

13.1- Organigrama Organizacional:

Grafico # 1



Al mes los sueldos serán de \$13.200 dólares entre los empleados de la empresa, los sueldos varían dependiendo de la posición dentro de la empresa, ya que hay puestos con mayor importancia que otros, pero para el funcionamiento correcto y la eficiencia de la empresa, todos son importantes. La empresa no requerirá de mucho personal, debido que necesitaremos personal para la logística, es decir queremos tener armado un equipo de trabajo, el cual engrane y todos los procesos dentro de la empresa se hagan de la manera mas eficiente y rápida, es por eso que no existen muchas personas por puesto y la idea es tener personal subcontratado, el cual será la mano de obra por parte de las maquilas.

Habr4 4 puestos claves dentro de la organizaci3n y estos ser4n el 4rea de operaciones, Marketing, contabilidad y dise1o. El 4rea de operaciones estar4 enfocada en lo que es la log4stica y el buen funcionamiento de la empresa, ya que estar4 a cargo de los tiempos de maquila, prestadores de servicio, log4stica de entrega al cliente, y abastecimiento de materias primas, para la fabricaci3n de las prendas de vestir, este departamento ser4 b4sicamente el coraz3n funcional de la empresa. El 4rea de marketing estar4 a cargo de lo que es la promoci3n de la marca en los diferentes niveles de exposici3n al cliente, es por eso que este departamento es clave para el posicionamiento de la marca y el hacernos conocer entre los futuros clientes, aparte estar4 a cargo de compartir la percepci3n del producto y servicio que vamos a entregar, as4 como el familiarizar a los clientes con las compras por Internet. El contador estar4 a cargo de la contabilidad de la empresa, y a su vez estar4 a cargo de medir los flujos financieros, para as4 poder tener un mejor manejo del dinero y as4 trabajar en estrategias internas de c3mo manejar los inventarios, pedidos y ventas. El 4rea de dise1o es el m4s importante dentro de la empresa, ya que de esta saldr4n los conceptos o prototipos de productos que venderemos al cliente, para este 4rea contaremos con una dise1adora de modas y un cortador, el cual ayudar4 al proceso de corte a la dise1adora.

14- Proyecciones Financieras

Tabla # 11

Balance General					
Blue Dot Tienda en Línea					
	2012	2013	2014	2015	
Activos					
A. Corrientes		crecimiento anual 5,5%	crecimiento anual 5,5%	crecimiento anual 5%	
Efectivo	\$ 100.000,00	\$ 105.000,00	\$ 110.250,00	\$ 115.762,50	
Inventarios	\$ 120.000,00	\$ 126.000,00	\$ 132.300,00	\$ 138.915,00	
Total Activos corrientes	\$ 220.000,00	\$ 231.000,00	\$ 242.550,00	\$ 254.677,50	
A. Fijos					
Oficinas	\$ 300.000,00	\$ 315.000,00	\$ 330.750,00	\$ 347.287,50	
Menaje de oficina	\$ 10.000,00	\$ 10.500,00	\$ 11.025,00	\$ 11.576,25	
Equipos de computo	\$ 34.800,00	\$ 36.540,00	\$ 38.367,00	\$ 40.285,35	
Vehiculo	\$ 22.690,00	\$ 23.824,50	\$ 25.015,73	\$ 26.266,51	
Total Activos fijos	\$ 367.490,00	\$ 385.864,50	\$ 405.157,73	\$ 425.415,61	
Total Activos	\$ 587.490,00	\$ 616.864,50	\$ 647.707,73	\$ 680.093,11	
Pasivos					
P. Corrientes					
Prestamo Bancario	\$ 352.494,00	\$ 370.118,70	\$ 388.624,64	\$ 408.055,87	
Patrimonio	\$ 234.996,00	\$ 246.745,80	\$ 259.083,09	\$ 272.037,24	
Total Pasivos + Patrimonio	\$ 587.490,00	\$ 616.864,50	\$ 647.707,73	\$ 680.093,11	

El balance general de la empresa muestra los siguientes datos:

La tasa de crecimiento anual que se estudio es del 5,5% debido a que la industria textil crece al 1,5% anual y si a eso le sumamos la inflación y el crecimiento económico del país, crecer a un 5,5% es una tasa real de lo que el mercado nos dejará crecer.

14.1- Activos:

La parte de los activos estará compuesta por el 37,45% de activo corriente y el 62,55% de activos fijos, es importante recalcar que esta empresa busca una inversión inicial alta y es por eso que los inventarios son altos al primer año. Busca también tener solvencia, debido a que los pagos de las maquilas usualmente se hacen de contado, post entrega del

producto y es importante en este tipo de negocio tener liquidez para poder cumplir con las obligaciones. Entre la importancia de los activos fijos se ve que existe una inversión en la compra de la oficina, esto hace que la empresa tenga respaldo en un futuro.

14.2- Pasivos:

Los pasivos están compuestos por el préstamo bancario, que en la constitución de la empresa representa el 60% de la inversión inicial, el otro 40% que compone el pasivo es el patrimonio que tendrán que invertir los socios de la empresa al momento de constituir la, el tipo de inversión 60-40 es una buena opción, ya que así el patrimonio es alto y eso favorecerá a los socios fundadores de la empresa.

Tabla # 12

P Y G				
Blue Dot Tienda En línea				
	2012	2013	2014	2015
Ventas	\$ 508.600,00	\$ 534.030,00	\$ 560.731,50	\$ 588.768,08
(-)Costo Ventas	\$ 173.464,73	\$ 182.137,97	\$ 191.244,86	\$ 200.807,11
Utilidad Bruta	\$ 335.135,27	\$ 351.892,03	\$ 369.486,64	\$ 387.960,97
(-)Gastos operacionales				
Costos Fijos				
(-)Total costos Empleados	\$ 158.400,00	\$ 166.320,00	\$ 174.636,00	\$ 183.367,80
Costos Variables				
(-)Total Costos Variables	\$ 28.200,00	\$ 29.610,00	\$ 31.090,50	\$ 32.645,03
Utilidad Operacional	\$ 148.535,27	\$ 155.962,03	\$ 163.760,14	\$ 171.948,14
(-)15% Participacion Trabajadores	\$ 22.280,29	\$ 23.394,31	\$ 24.564,02	\$ 25.792,22
(-)24% Impuesto a la renta	\$ 35.648,46	\$ 37.430,89	\$ 39.302,43	\$ 41.267,55
Utilidad Neta	\$ 90.606,51	\$ 95.136,84	\$ 99.893,68	\$ 104.888,37

El estado de perdidas y ganancias demuestra utilidades todos los años a partir del primer año, eso demuestra que el tipo de negocio es bueno a pesar que las ventas y el crecimiento proyectado sean de solo 5,5% anual, podemos observar que la empresa las ventas anuales son de

\$508.600 dólares, por lo tanto el costo de ventas es de alrededor del 35% de los costos de producción. Los costos fijos anuales no son muy altos, debido a que no tenemos muchos empleados, pero de los cuales la mayoría tienen buenos sueldos y ganan más del salario mínimo. Podemos observar que los costos fijos y variables son más altos que los costos de producción, por lo tanto se debería producir un poco más y que los costos de producción sean mayores a los fijos y variables, ya que así podremos tener mayores ventas. La utilidad neta es el 14% del total de las ventas, así que me parece que es un buen margen de utilidad para un negocio con las proyecciones que tiene esta y con la cantidad de producción que se espera vender al comienzo de la misma.

Tabla # 13

FLUJO DE EFECTIVO				
	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	TOTAL
AÑO 0	352.494			-352.494,00
AÑO 1		508.600,00	360.064,73	148.535,27
AÑO 2	0	534.030,00	378.067,97	155.962,03
AÑO 3	0	560.731,50	396.971,36	163.760,14
AÑO 4	0	588.768,08	416.819,93	171.948,14
				287.711,58

En el flujo de efectivo de la empresa podemos observar que en el año 0 solo consta la inversión otorgada por el préstamo bancario, por eso el flujo de caja es negativo, después con los siguientes años se empieza a pagar la deuda y a haber ingresos por ventas, hicimos la proyección a 4 años por que ahí podremos observar que el flujo de efectivo será positivo para la empresa. Los ingresos como los egresos del flujo de caja crecen a un 5,5% anual y a las finales tendremos un flujo positivo.

Tabla # 14

CALCULO TIR Y VAN	
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ 85.685,35
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	28,14%
PERÍODO DE RECUPERACION DE LA	
INVERSION (PRI)	2,20

El valor actual neto de la compañía es positivo, con lo que se demuestra que este proyecto tiene buen futuro y su valor está bajo a comparación de otro tipo de negocio, debido a los altos costos de producción y sobre todo a los activos comprados.

La tasa interna de retorno es de un 28,14% lo cual es un buen indicador, ya que de cada dólar invertido 28 centavos serán nuestros y es un buen margen para empezar una empresa, en la cual no buscamos una estrategia de guerra de precios y más bien diferenciación.

El período de recuperación de la inversión será de 2,2 años, con lo cual está dentro de los parámetros normales de recuperación de inversión y la recuperaremos antes de cumplir con el pago del préstamo bancario.

Bibliografía:

<http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/t7dvInc2cszplewg4d1ao7cn853hv2.pdf>

Programa de economía facultad latinoamericana de ciencias sociales FLACSO - Ecuador. Hugo

Jácome y Marcelo Varela. Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES. Ropa deportiva de

algodón y poli algodón. Centro de investigaciones económicas y de la micro, pequeña y mediana

empresas.