



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE CAMISAS ELABORADAS CON TELA INTELIGENTE
EN LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2020**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero
en Administración de Empresas y Negocios

Autor

Freddy N. Segovia Tapia

Tutora

Msc. María F. Becerra Sarmiento

QUITO – ECUADOR

2021

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

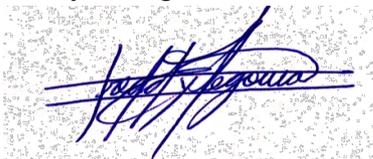
Yo, Freddy Napoleón Segovia Tapia declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS ELABORADAS CON TELA INTELIGENTE EN LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2020”, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 16 días del mes de Marzo de 2021, firmo conforme:

Autor: Freddy N. Segovia



Firma:

Número de Cédula: 1720013216

Dirección: Pichincha, Quito

Correo Electrónico: lintex.ventas@hotmail.com

Teléfono: 0989078396

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS ELABORADAS CON TELA INTELIGENTE EN LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2020” presentado por Freddy Napoleón Segovia Tapia, para optar por el Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios,

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 27 de Enero del 2021



Msc. María Fernanda Becerra Sarmiento

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 10 de Marzo del 2021

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Freddy Napoleón Segovia Tapia', written over two horizontal lines.

Freddy Napoleón Segovia Tapia

1720013216

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS ELABORADAS CON TELA INTELIGENTE EN LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2020, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 2 de Marzo de 2021



Autorizado Empastado

2 de marzo de 2021

Ing Andrés Palacio Fierro, MBA
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Autorizado para empastar
02-03-21

Econ. Mercedes Galarraga Carvajal MBA
VOCAL



Aprobado para la defensa
3 de marzo de 2021

Ing.Lizzie Verónica Pazmiño
VOCAL

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación está dedicado a mis padres, mi esposa y mis hijos quienes durante toda mi carrera universitaria me han brindado su apoyo, amor y han puesto toda su confianza para la obtención de este título.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios quien me ha bendecido con una hermosa familia que siempre están pendiente de mi trayectoria como ser humano y como estudiante.

A mi esposa Lizeth quien día tras día ha sido un pilar fundamental en nuestra familia brindándome todo su amor, compañía y apoyo incondicional en esta larga carrera.

A mis padres Héctor y Lastenia que con todo su sacrificio y esfuerzo pudieron guiarme por el camino del bien, inculcándome valores para día a día ser mejor persona y poder cumplir una meta más en mi vida.

A mis hijos Benjamín y Macarena que son el motor fundamental de mi vida, por los que cada segundo que pasa ellos me dan las fuerzas para seguir adelante.

A mis hermanos Lenin, Martin, Maribel quienes siempre están pendientes y compartieron hermosos momentos de mi niñez.

A mis amigos por brindarme su apoyo incondicional y siempre estuvieron ahí cuando los necesitaba.

A mi profesora María Fernanda Becerra, por su guía y comprensión en el desarrollo de este trabajo de investigación. Su profesionalismo fue fundamental a la hora de realizar las correcciones.

A la Universidad Indoamérica por su compromiso en formar profesionales de excelencia.

A todos les agradezco por haber confiado en mí.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN TRIBUNAL	iv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. ÁREA DE MARKETING.....	3
1.1. Objetivos Del Estudio Del Mercado	3
1.2. Definición del Producto o Servicio	3
1.2.1. Especificación del Servicio o Producto	3
1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.....	6
1.3. Definición del mercado	6
1.3.1. Demanda Potencial	32
1.4. Análisis del Macro y Micro ambiente	35
1.4.1. Análisis del micro ambiente	35
1.4.2. Análisis del macro ambiente.....	39
1.5. Demanda Potencial Insatisfecha.....	54
1.6. Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación) ..	55
1.7. Sistema de distribución a utilizar (Canales de Distribución)	60
1.8. Seguimiento de Clientes.....	61
1.9. Especificar mercados alternativos.....	62

CAPÍTULO II

2. AREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	63
2.1. Objetivos del estudio de producción	63
2.2. Descripción del proceso	63
2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.	63
2.3. Factores que afectan el plan de operaciones	71
2.3.1. Ritmo de producción	71
2.3.3. Número de trabajadores	73
2.4. Capacidad de producción	75
2.4.1. Capacidad de Producción Futura.	75
2.5. Definición de recursos necesarios para la producción	76
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	76
2.6. Calidad	78
2.6.1. Método de Control de Calidad.	78
2.7. Normativas y permisos que afectan su instalación.	79
2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional	79

CAPÍTULO III

3. AREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	83
3.1. Objetivo del capítulo	83
3.2. Análisis Estratégico y Definición de Objetivos	83
3.2.1. Visión de la Empresa.	83
3.2.2. Misión de la Empresa:	83
3.2.3. Objetivos y estrategias	84
3.3. Organización funcional de la empresa	86

3.3.1. Organización Interna.....	86
3.3.2. Descripción de puestos.....	88
3.4. Control de gestión.....	94
3.4.1. Indicadores de gestión.....	94
3.5. Necesidades de personal.....	95

CAPÍTULO IV

4. AREA JURIDICO LEGAL.....	96
4.1. Objetivos del estudio jurídico legal.....	96
4.2. Determinación de la forma jurídica.....	96
4.3. Patentes y Marcas.....	99
Necesidad de protección legal Procesos de tramitación.....	99
4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	100

CAPÍTULO V

5. AREA FINANCIERA.....	102
5.1. Objetivos del estudio de financiero.....	102
5.2. Plan de inversiones.....	102
5.3. Plan de Financiamiento.....	106
5.4. Cálculo de costos y gastos.....	107
5.4.1. Detalle de Costos.....	107
5.4.2. Proyección de Costos.....	109
5.4.3. Detalle de Gastos.....	110
5.4.4. Proyección de Gastos.....	112
5.4.5. Mano de obra.....	113

5.4.6. Depreciación.....	115
5.5. Cálculo de Ingresos.....	117
5.5.1. Estimación de los costos de producción.....	117
5.5.2. Estimación de los ingresos mensuales.....	118
5.5.3. Proyección de los ingresos.....	119
5.6. Flujo de Caja.....	120
5.7. Punto de equilibrio.....	121
5.8. Estados de Pérdidas y Ganancias.....	123
5.9. Evaluación Financiera.....	124
5.9.1. Indicadores.....	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Funcionalidades de telas inteligentes.....	4
Tabla 2. Características del producto.....	6
Tabla 3. Categorización de los sujetos.....	7
Tabla 4. Dimensión conductual	8
Tabla 5. Dimensión geográfica.....	8
Tabla 6. Población	10
Tabla 7. Métodos de recolección	12
Tabla 8. Métodos de recolección	12
Tabla 9. Métodos de recolección	13
Tabla 10. Uso de camisas de vestir.....	17
Tabla 11. Tipo de camisa que utiliza	18
Tabla 12. Procedencia del producto.....	19
Tabla 13. Cantidad de camisas compradas al año.....	20
Tabla 14. Criterio más importante para comprar camisas de vestir.....	21
Tabla 15. Precio de camisas.....	23
Tabla 16. Lugar de compra de camisas.....	24
Tabla 17. Marca líder en el mercado	25
Tabla 18. Conoce el producto	27
Tabla 19. Intención de compra.....	28
Tabla 20. Medios para informarse de productos.....	29
Tabla 21. Conoce empresa vendedora de estos productos.....	31
Tabla 22. Demanda potencial	32
Tabla 23. Proyección de la demanda	34
Tabla 24. Fuerzas de porter.....	39
Tabla 25. Resumen del análisis macro ambiente	43
Tabla 26. Factores críticos externos.....	44
Tabla 27. Matriz de evaluación de factores externos.....	46
Tabla 28. Factores críticos de éxito internos	47

Tabla 29. La matriz de evaluación de factores internos (EFI).....	48
Tabla 303. Matriz MPC	49
Tabla 31. Empresas fabricantes de prendas de vestir en la provincia de Pichincha	51
Tabla 32. Ubicación de empresas textiles y confección por provincia.....	52
Tabla 33. Empresas fabricantes de camisas en el D. M. Quito.....	53
Tabla 34. Proyección de la oferta	53
Tabla 35. Demanda insatisfecha	54
Tabla 36. Seguimiento a clientes	61
Tabla 37. Proceso de confección	65
Tabla 38. Descripción de máquinas, muebles y enseres.....	69
Tabla 39. Descripción de equipos de oficina	70
Tabla 40. Personas por actividad	70
Tabla 41. Ritmo de producción.....	72
Tabla 42. Nivel de inventario.....	73
Tabla 43. Número de trabajadores	74
Tabla 44. Producción futura.....	75
Tabla 45. Materias primas.....	77
Tabla 46. Check list para producción de camisas	78
Tabla 47. Control de tolerancias para producción de camisas.....	79
Tabla 48. Normativas para instalación.....	81
Tabla 49. Buenas prácticas de manufactura sector confección textil	82
Tabla 50. Descripción del puesto de administrador	88
Tabla 51. Descripción del puesto de secretaria.....	89
Tabla 52. Descripción del puesto de operario.....	91
Tabla 53. Descripción del puesto de vendedor.....	92
Tabla 54. Descripción del asesor contable.....	93
Tabla 55. Indicadores de gestión	94
Tabla 56. Personal de empresa.....	95
Tabla 57. Requisitos para constituir una S.A.S.	97
Tabla 58. Pasos para constituir una S.A.S.	98
Tabla 59. Permisos y documentos	101

Tabla 60. Plan de inversiones	104
Tabla 61. Plan de financiamiento.....	106
Tabla 62. Detalle de los costos	108
Tabla 63. Proyección de los costos	109
Tabla 64. Detalle de gastos administrativos	110
Tabla 65. Detalle de los gastos de ventas	111
Tabla 66. Proyección de los gastos	112
Tabla 47. Nómina del personal	113
Tabla 68. Provisiones beneficios sociales de ley	114
Tabla 69. Depreciación	115
Tabla 70. Proyección de depreciación	116
Tabla 71. Cálculo del costo unitario en la confección de cada camisa.....	117
Tabla 72. Estimación de los ingresos mensuales	118
Tabla 73. Proyección de ingresos	119
Tabla 74. Flujo de caja efectivo.....	120
Tabla 75. Datos para el cálculo del punto de equilibrio	121
Tabla 76. Estado de pérdidas y ganancias	123
Tabla 77. Cálculos formula VAN	126
Tabla 78. Cálculo formula TIR.....	127
Tabla 79. Calculando valor actual de los ingresos y egresos netos (VAI) (VAC)	128
Tabla 80. Período de recuperación.....	129
Tabla 81. Índice de rentabilidad.....	130

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Beneficios y tecnologías de las telas inteligentes	5
Gráfico 2. Estratificación	10
Gráfico 3. Uso de camisas de vestir	17
Gráfico 4. Tipo de camisa que utiliza	18
Gráfico 5. Procedencia del producto.....	19
Gráfico 6. Cantidad de camisas compradas al año	20
Gráfico 7. Criterio más importante para comprar camisas de vestir.....	22
Gráfico 8. Precios de camisas	23
Gráfico 9. Lugar de compra de camisas.....	24
Gráfico 10. Marca líder en el mercado	26
Gráfico 11. Conoce el producto	27
Gráfico 12. Intención de compra	28
Gráfico 13. Medios para informarse de productos.....	30
Gráfico 14. Conoce alguna empresa vendedora de estos productos	31
Gráfico 15. Proyección de la demanda	54
Gráfico 16. Imagen corporativa	58
Gráfico 17. Canal de distribución	60
Gráfico 18. Mapa de procesos	66
Gráfico 19. Flujograma de la producción de camisas con tela inteligente	67
Gráfico 20. Distribución de planta.....	68
Gráfico 21. Objetivos estratégicos.....	85
Gráfico 22. Organigrama estructural empresa NS	86
Gráfico 23. Organigrama funcional empresa ns	87
Gráfico 24. Punto de equilibrio.....	122

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CONFECCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS ELABORADAS CON TELA
INTELIGENTE EN LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2020**

AUTOR: Freddy Napoleón Segovia Tapia

TUTORA: Msc. María F. Becerra Sarmiento

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo tiene como objetivo realizar un Plan de Negocios para la creación de una empresa que produzca y comercialice camisas de calidad elaboradas con tela inteligente en el Distrito Metropolitano de Quito. La industria textil no está exenta de los avances de la tecnología y por esa razón debe adaptarse al cambio y responder a los gustos y preferencias cada vez más exigentes por parte de los consumidores. La época tan difícil que se atraviesa, obliga a que los empresarios sean cada vez más visionarios y ofrezcan productos que faciliten la vida del consumidor. Las empresas que tienen una visión a largo plazo, cuentan con equipos de investigación que desarrollan productos para adelantarse a los cambios que vendrán y desde ya generar productos o servicios que cubran las necesidades actuales y futuras. Las camisas deberán facilitar la vida de los consumidores, para esto estarán confeccionadas con tela que cuenta con tecnología que brinda frescura para la transpiración, protege de los rayos UV, es anti manchas, secado rápido y fácil planchado. Las camisas inteligentes revolucionarán la moda semi-formal y formal, cambiando la imagen del hombre que quiera proyectar profesionalismo y seriedad a la hora vestir. La camisa de tela inteligente responde a estas exigencias actuales y futuras, para lograrlo se analiza el mercado, identificando el segmento más idóneo, así como los procesos para su fabricación, estructura organizacional, legal y especialmente se advierte que se obtendrá una rentabilidad del 15,48% en el primer año, incrementándose en los siguientes, garantizando la permanencia de la empresa a futuro.

DESCRIPTORES: camisas, moda, industria textil, tecnología, tela inteligente.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**THEME: BUSINESS PLAN FOR THE MANUFACTURE AND
COMMERCIALIZATION OF SHIRTS MADE WITH SMART FABRIC IN
THE CITY OF QUITO YEAR 2020**

AUTHOR: Freddy Napoleón Segovia Tapia

TUTOR: Msc. María F. Becerra Sarmiento

ABSTRACT

This work aims to carry out a Business Plan for the creation of a company that produces and markets quality shirts made with smart fabric in the Metropolitan District of Quito. The textile industry is not exempt from advances in technology and for that reason it must adapt to change and respond to the increasingly demanding tastes and preferences of consumers. The difficult times that we are going through, forces entrepreneurs to be more and more visionary and offer products that make life easier for the consumer. Companies that have a long-term vision, have research teams that develop products to anticipate the changes to come and already generate products or services that meet current and future needs. The shirts should make life easier for consumers, for this they will be made with fabric that has technology that provides freshness for perspiration, protects from UV rays, is anti-stain, fast drying and easy ironing. Smart shirts will revolutionize semi-formal and formal fashion, changing the image of the man who wants to project professionalism and seriousness when dressing. The smart fabric shirt responds to these current and future demands, to achieve this, the market is analyzed, identifying the most suitable segment, as well as the processes for its manufacture, organizational structure, legal and especially it is noted that a profitability of 15,48% will be obtained in the first year, increasing in the following, guaranteeing the permanence of the company in the future.

KEYWORDS: shirts, fashion, textile industry, technology, smart fabric.

REVIEWED BY: MSc. Roilys Jorge Suárez Abrahante



INTRODUCCIÓN

Quito es una ciudad metropolitana, que tiene actualmente 2'576.287 habitantes (INEC, 2020), lo cual hace que su industria, servicios y comercio sean cada vez más grandes y demandantes de productos y servicios de alta calidad, es por ello que el consumidor de la ciudad de Quito es exigente y los diferentes productos que demanda, requieren ser competitivos en un mercado tan amplio.

Una de las industrias con altos niveles de crecimiento es la textil, misma que a nivel de Ecuador tuvieron ventas de 1.313 millones en el año 2018, lo cual representa un 8% del PIB (Banco Central del Ecuador, 2019), siendo por tanto una de las industrias más grandes del país y que genera la mayor cantidad de empleos; es por ello la importancia de la misma y no solamente de incrementar la oferta, sino hacerlo con la más alta calidad, la misma que está ligada a tecnología de punta.

La presente investigación busca la implementación de una empresa que elabore y comercialice camisas de calidad con tela inteligente, la cual facilita la transpiración, tiene tecnología para protección solar, anti manchas, mejor desempeño, duración del color, secado rápido, mejor resistencia y fácil planchado, es decir una tecnología muy poco conocida a nivel de país y con un alto potencial de crecimiento, pues al ser un producto con características nuevas e innovadoras, podrá ingresar al mercado con mucha fuerza. Sin embargo, la novedad del producto aún no ha sido verificada, desde su aceptación en diseños, calidad, precio y por tanto se requiere de un análisis de factibilidad para establecer la aceptación de mercado, la viabilidad técnica y finalmente determinar si la potencial rentabilidad financiera está acorde a las expectativas de los posibles inversionistas.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para la confección y comercialización de camisas elaboradas con tela inteligente en la ciudad de Quito, que permita el establecimiento de la viabilidad técnica, de mercado, legal y financiera de la nueva empresa.

Objetivos Específicos

- Estudiar el mercado de la confección de camisas de la ciudad de Quito para la determinación de demanda, oferta, precios de mercado y la viabilidad para la implementación de la empresa de acuerdo a la realidad del mercado y demanda insatisfecha obtenida.
- Establecer los requerimientos de producción/operaciones de la empresa para la implementación de sus procesos, aspectos técnicos, capacidad productiva, dimensionando los procesos productivos de la empresa y la viabilidad técnica de la misma.
- Determinar el área de organización y gestión que se requerirá para la implementación de la empresa considerando aspectos administrativos y de talento humano.
- Determinar la forma jurídica y requerimientos legales para la implementación del nuevo negocio respetando la normativa legal vigente.
- Verificar la viabilidad financiera de la nueva empresa mediante proyecciones de los estados financieros y la medición de indicadores financieros de viabilidad y rentabilidad.

CAPÍTULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. Objetivos Del Estudio Del Mercado

Estudiar el mercado de la confección de camisas de la ciudad de Quito para determinar demanda, oferta, precios de mercado y la viabilidad para la implementación de la empresa de acuerdo a la realidad del mercado y demanda insatisfecha obtenida.

1.2. Definición del Producto o Servicio

1.2.1. Especificación del Servicio o Producto

La tecnología forma parte de un mundo cambiante que requiere de productos que se adapten a las nuevas necesidades de los consumidores y a su vez a las tendencias. En este sentido, se han desarrollado los textiles inteligentes denominados SFIT que son textiles “que pueden reaccionar a condiciones medioambientales o a estímulos mecánicos, térmicos, químicos, fuentes eléctricas o magnéticas” (Ayora, 2016, pág. 15).

La tecnología SFIT se concibe en Europa como un proyecto de desarrollo de telas inteligentes en las que se integran diferentes tecnologías y funcionalidades que se adapta a los actuales requerimientos de los clientes como son bienestar, temperatura, protección. Las actuales tecnologías que se aplican son:

Tabla 1. Funcionalidades de telas inteligentes

Tela	Funcionalidad	Beneficios
Microflex	Textil desarrollado con superficies inteligentes con prototipos específicos paramédicos, transporte y de productos para consumidores	Duración del color
Wealthy	Integración de materiales inteligentes como fibras e hilos con propiedades electro-físicas que brindan resistencia. Los sistemas Wealthy están diseñados con parámetros integrales que permiten un control de los signos vitales para lo cual se emplea sensores, dispositivos portátiles.	Fáciles de cuidar Secado rápido
My heart	Soluciones que están orientadas analizar el estado de salud siendo un referente para brindar información y diagnóstico de las personas que utiliza textiles inteligentes	Resistencia
Biotex	Integración de los textiles con elementos bioquímicos con los cuales se puede monitorear los fluidos corporales a través de sensores.	Durabilidad Planchado rápido
Proetex	Es un mecanismo empleado para mejorar la salud y eficiencia del personal que trabaja en emergencias a través de sensores son útiles en situaciones de riesgo.	rápido
Stella	Es un mecanismo textil empleado para lograr el confort, flexibilidad, suavidad de una prensa la mismas que es desarrollada con sustratos.	

Fuente: Prospectiva y vigilancia tecnológica en la cadena fibra-textil-confecciones. (Leonardo Pineda, 2012).

Elaborado por: Autor

Estos mecanismos son incorporados en los insumos textiles para lograr prendas que mejoren el desarrollo de las actividades de las personas, permitiendo que los productos se adapten a nuevas realidades.

En el caso de la presente propuesta las características de las prendas y los beneficios se pueden observar en el siguiente esquema:



Gráfico 1. Beneficios y tecnologías de las telas inteligentes

Fuente: (LAFAYETTE, 2020)

Elaborado por: Lafayette

Líneas de productos

En este contexto, el producto que se pretende desarrollar son camisas con tecnología SFIT que estarán orientados a hombres:

Camisas SFIT

Camisas de caballero con diseños modernos y funcionales que se han adaptado a los requerimientos de estilo y moda de la sociedad actual. Los diseños se dispondrán en tallas S, M, L, XL.

Tabla2. Características del producto

Camisas	Características
	<ul style="list-style-type: none">• Transpirables• Protección solar• Mejor desempeño• Algodón• Anti manchas

Fuente: (Méndez, 2015) (Sinclair, 2014)

Elaborado por: El Autor

1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Es un producto innovador y diferenciador que a través de la tela puede contribuir a mejorar percepción selectiva del entorno en cuanto a moda y diseño, se basa en el uso de materia prima como son telas inteligentes, con base en el desarrollo e innovación tecnológica que aportan a la salubridad, seguridad y protección de quien las usa, en el mercado actual resulta complejo la comparación con un producto de tela tradicional, porque la tela inteligente, está diseñada para mejorar y reaccionar frente a las condiciones actuales del ambiente y facilitando la experiencia al consumidor. Con respecto a la oferta se establecerá un diseño acorde a las tendencias de mercado.

No obstante, el producto se destacará por ser personalizado y de calidad acorde a las tendencias del mercado.

1.3. Definición del mercado

El mercado es el conjunto de compradores que necesitan o pueden necesitar los productos/servicios ofertados por la empresa. (Rivera & De Garcillán, 2007).

El mercado que se va a analizar es la industria textil y la innovación de telas para el desarrollo de productos que se adapten a las necesidades y requerimientos actuales que están ligadas a la moda y utilidad.

1.3.1 Qué mercado se va a tocar en general.

Para el presente proyecto el mercado lo conforman todos los hombres que utilizan camisa para vestir en ocasiones formales, casuales o en cualquier evento cotidiano en general, quienes viven en la ciudad de Quito.

Categorización de sujetos

La categorización de los sujetos de estudio será:

Tabla3. Categorización de los sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
Comprador	Hombres
Decidor	Adultos y jóvenes
Usuario	Hombres jóvenes y adultos

Fuente: (Caldas & Hidalgo, 2019)

Elaborado por: El Autor

Estudio de Segmentación

El mercado geográfico al cual se va a direccionar el producto camisas SFIT será:

Tabla4. Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Moda
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	Si
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: (Caldas & Hidalgo, 2019)

Elaborado por: El Autor

Tabla 5. Dimensión geográfica

Variable	Descripción
País	Ecuador
Región	Sierra
Ciudad urbana y rural	Quito

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Plan de muestreo

Se determinará el universo de los sujetos a ser investigados, que para el caso de investigación corresponde a una población finita. El estudio estará orientado a quienes visten para el trabajo, ocasiones formales o no y requieren del uso de camisas. En este contexto, se analiza a la población de la ciudad de Quito que es de 2'576.287 habitantes. De ese segmento se determina el género masculino que estén dentro del rango de edad de 18 a 65 años, a su vez se considera el estrato social de acuerdo al INEC (2011).

En el siguiente gráfico se puede determinar cuáles son los grupos C+, B y A correspondiente a un total del 35,9% de la población:

De acuerdo al INEC (2011), en el nivel A se encuentran los ciudadanos que disponen de una vivienda, y han adquirido bienes cuentan con el 95% de artículos del hogar entre ellos refrigeradoras, hornos, cocinas, equipos de sonidos lavadoras al igual que equipos tecnológicos, en cuanto al consumo compran vestimentas en centros comerciales, tienen un nivel superior de educación y se desempeñan como profesionales.

En el nivel B los ciudadanos cuentan con viviendas con características específicas como piso de parquet o piso flotante, los bienes que adquieren para el hogar se complementan entre ellos están refrigeradoras, hornos, tienen vehículo exclusivo para uso, el jefe de hogar tiene un nivel de instrucción superior lo que permite desempeñarse dentro de su profesión, situación que permite comprar al por mayor y parte de la vestimenta es adquirida en centros comerciales.

En el nivel C+ los ciudadanos poseen viviendas en donde predomina la cerámica y la utilización de un solo baño para toda familia, adquieren bienes y tecnología acorde a su disponibilidad sus hábitos de consumo se centran en los centros comerciales, con respecto a su educación el jefe del hogar tiene una instrucción de secundaria completa se desempeñan como trabajadores de servicios, comerciantes y operadores.

Esta selección de estratos fue determinada del acuerdo a la factibilidad que tendrán los ciudadanos para adquirir las camisas, lo que implica que tienen hábitos de compra en centros comerciales, y trabajan y requieren de vestimentas que se adapten a sus necesidades.

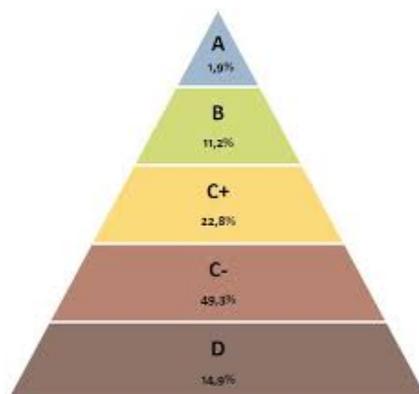


Gráfico 2. Estratificación

Fuente: (INEC, 2011)

Elaborado por: El Autor

Tabla 6. Población

Descripción	
Población Quito	2.576.287
Hombres	48,70%
Edad 18 a 65	65,70%
Estrato Social	35,90%
Total	290.579

Fuente: Proyecciones Censo de Población (INEC, 2019)

Elaborado por: El Autor

Para obtener la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 x P x Q x N}{e^2(N - 1) + Z^2 x P x Q}$$

n = TAMAÑO DE LA MUESTRA

Z = NIVEL DE CONFIANZA 95% = 1,96

P = PROBABILIDAD DE OCURRENCIA 50%

Q = PROBAB. DE NO OCURRENCIA 50%,

N = TAMAÑO POBLACION 290 579

e = ERROR DE LA MUESTRA 5%

$$n = \frac{1,96^2 x 0,5 x 0,5 x 290579}{0,05^2(290579 - 1) + 1,96^2 x 0,5 x 0,5}$$

$$n = 383,65 = 384$$

Con los resultados obtenidos al aplicar la formula se obtiene que la muestra de estudio serán 384 personas.

Instrumentos para recopilar información

Los instrumentos de recolección están orientados a los objetivos esenciales para establecer la necesidad acorde a cada caso.

Tabla 7. Métodos de recolección

Objetivo específico	Estudiar el mercado de la confección de camisas de la ciudad de Quito para la determinación de la demanda, oferta, precios de mercado y la viabilidad para la implementación de la empresa de acuerdo a la realidad del mercado y demanda insatisfecha obtenida.		
Necesidad	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Banco de datos
Determinar la demanda	Secundaria	INEC	Banco de datos
Definir la oferta	Secundaria	INEC	Banco de datos
Identificar la competencia	Primaria	Encuesta	Banco de datos
Seleccionar los medios publicitarios	Primaria	Encuesta	Bases de datos
Factores críticos del sector	Secundaria	Pro ecuador	Banco de datos
Tendencias de consumo	Primaria	Moda	Encuesta
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Necesidades	Encuesta

Fuente: INEC Proyecciones (INEC, 2010)

Elaborado por: El Autor

Tabla 8. Métodos de recolección

Objetivo específico	Establecer los requerimientos de producción/operaciones de la empresa para la implementación y determinación de sus procesos, requerimientos técnicos, capacidad productiva, dimensionando las actividades de la empresa y estableciendo la viabilidad técnica de la misma.		
Necesidad	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Capacidad de producción	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Requerimientos técnicos	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Viabilidad técnica	Secundaria	Libros	Servicios agrupados

Fuente: Proyecciones INEC (INEC, 2010)

Elaborado por: El Autor

Tabla 9. Métodos de recolección

Objetivo específico	Estudiar el área de organización y gestión que se requerirá para la implementación de la empresa		
Necesidad	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Tipo de organización	Secundaria	SRI	Base de datos
Estructura empresarial	Secundaria	Superintendencia de compañías	Base de datos
Recurso humano	Secundaria	Ministerio de Trabajo	Base de datos

Fuente: Proyecciones INEC (INEC, 2010)

Elaborado por: El Autor

Diseño y recolección de información.

Se ha desarrollado una encuesta que permita determinar las características de consumo, los precios aceptables, datos que permitan obtener la demanda, así como la oferta.

UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA

ENCUESTA

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Esta encuesta tiene finalidad didáctica en obtener información para un trabajo de titulación en la carrera de Administración de Empresas, para la aceptación de un producto nuevo en el mercado.

Marque con una X la opción que seleccione como respuesta correcta

1. ¿Usted hace uso de camisas de vestir?

- Si
- No

2. ¿Qué tipo de camisas de vestir utiliza de manera habitual?

- Formales
- Semiformales
- Informales

3. Usted prefiere utilizar camisas de producción:

- Nacional
- Importada
- Indistinto

4. ¿Cuántas camisas compra aproximadamente al año?

- De 1 a 2
- De 3 a 4
- De 5 a 6
- Más de 6

5. ¿Qué criterio es más relevante al momento de comprar una camisa?

- Precio
- Comodidad
- Calidad
- Diseño
- Otros (indique).....

6. ¿Qué precio aproximadamente, paga actualmente por las camisas que compra?

- \$10 - \$14,99
- \$15 - \$24,99
- \$25 - \$34,99
- \$35 - \$44,99
- Más de \$45

7. ¿En qué lugar compra actualmente sus camisas?

- Centro Comercial
- Cadena Comercial
- Almacén de fábrica
- Punto de venta
- Catálogo
- Proveedor personal

8. A su criterio, de las siguientes marcas, seleccione la que considera es líder en el mercado de camisas de la ciudad de Quito.

- | | |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Él | <input type="checkbox"/> Inglesa |
| <input type="checkbox"/> John Henry | <input type="checkbox"/> Stefano |
| <input type="checkbox"/> Pinto | <input type="checkbox"/> Tommy Hilfiger |
| <input type="checkbox"/> Dormel | <input type="checkbox"/> Pical |
| <input type="checkbox"/> Diesel | <input type="checkbox"/> Otra |

9. ¿Conoce usted las camisas con tela inteligente la cual facilita la transpiración, tiene una protección solar, anti manchas, mejor desempeño, duración del color, secado rápido, mejor resistencia y fácil planchado?

- Si conozco
- Conozco y las he comprado
- Solamente he escuchado
- No conozco

10. ¿De existir un producto elaborado con tela inteligente, usted lo compraría?

- Si
- No
- Tal vez

11. ¿A través de qué medio recibe información sobre prendas de vestir?

- Redes sociales
- Folletos
- Correo electrónico
- Televisión
- Radio
- Otros

12. ¿Conoce de alguna empresa que venda camisas elaboradas con tela inteligente?

- Si
- No

Análisis e Interpretación

Pregunta 1. ¿Usted hace uso de camisas de vestir?

Tabla 10. Uso de camisas de vestir

Criterio	Fr	%
Si	323	84.2
No	61	15.8
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

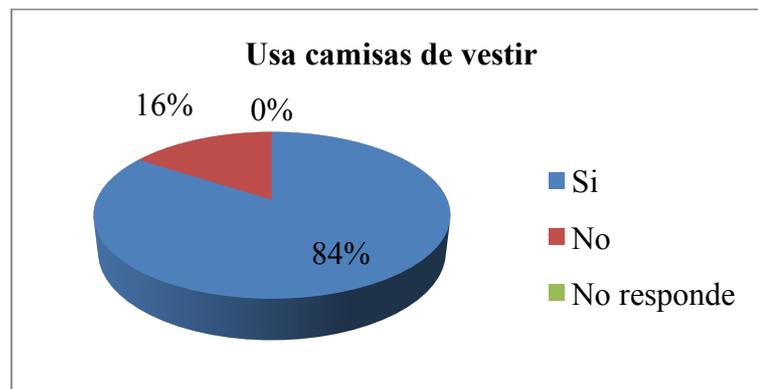


Gráfico 3. Uso de camisas de vestir

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

Según los resultados obtenidos el 84,2% si utilizan camisas de vestir, mientras que un 15,8% no lo hace.

Interpretación

De acuerdo a la información obtenida, se puede mirar que existe un gran consumo y uso de camisas de vestir en el segmento seleccionado, por lo cual es una oportunidad para el proyecto presente.

Pregunta 2. ¿Qué tipo de camisas de vestir utiliza de manera habitual?

Tabla 11. Tipo de camisa que utiliza

Criterio	Fr	%
Formales	70	18
Semiformales	196	51.1
Informales	118	30.9
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

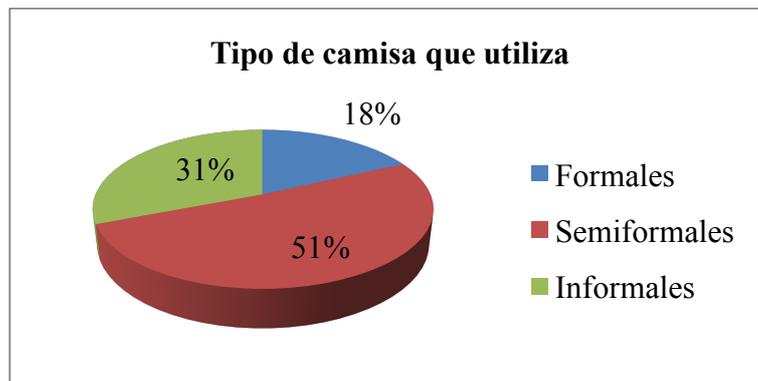


Gráfico 4. Tipo de camisa que utiliza

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

La encuesta determina que el 51.1% utiliza camisas semiformales, mientras que las informales representan el 30.9%, y las camisas formales son utilizadas por el 18% de la población objetivo.

Interpretación

Existe un porcentaje importante de hombres que consumen camisas formales y semiformales, siendo el mayor mercado objetivo, esto es una oportunidad para la

elaboración del proyecto, de igual manera se aprecia que existe un buen porcentaje que prefiere utilizar otras prendas de vestir.

Pregunta 3. Usted prefiere utilizar camisas de producción:

Tabla 12. Procedencia del producto

Criterio	Fr	%
Nacional	236	61.5
Importadas	148	38.5
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

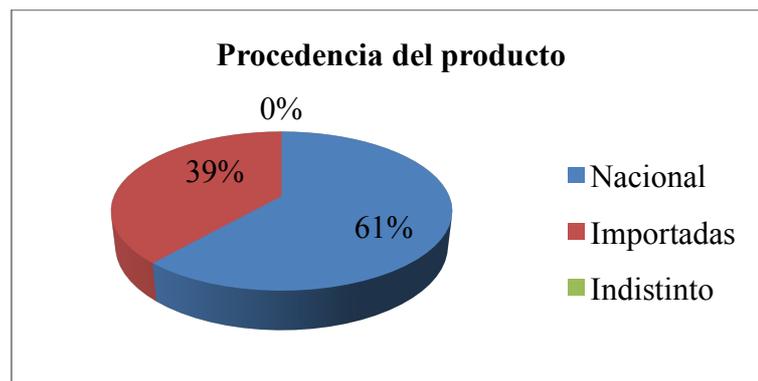


Gráfico 5. Procedencia del producto

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

Se advierte en los datos obtenidos que el 61.5% de los encuestados prefieren producto de procedencia nacional, sin embargo, existe un importante grupo con el 38.5% que prefieren productos importados.

Interpretación

Se advierte que existe una gran aceptación por el producto nacional, sin embargo, el producto importado es también de consideración, por lo tanto, se visualiza una oportunidad para el negocio propuesto en éste plan. Existe un mayor consumo de producción nacional.

Pregunta 4. ¿Cuántas camisas compra aproximadamente al año?

Tabla 13. Cantidad de camisas compradas al año

Criterio	Fr	%
De 1 a 2	72	18.8
De 3 a 4	156	40.6
De 5 a 6	80	20.8
Más de 6	76	19.8
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

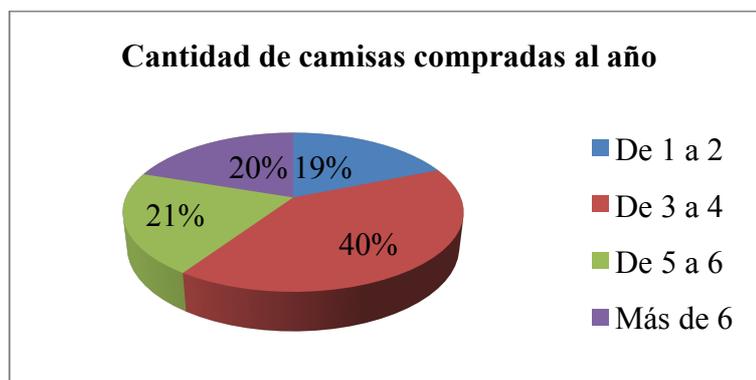


Gráfico 6. Cantidad de camisas compradas al año

Fuente: encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

Los encuestados ponen de manifiesto que el 40.6% compran de 3 a 4 productos en el año, mientras que un 20.8% compra de 5 a 6 camisas, un porcentaje casi similar con el 18.8% compra de 1 a 2 productos, sin embargo, un 19.8% compra más de 6 camisas en el mismo período.

Interpretación

Según la información, existe una gran oportunidad para los productos de fabricación nacional, sin embargo, se debe tener en cuenta los productos importados.

Pregunta 5. ¿Qué criterio es más relevante al momento de comprar una camisa?

Tabla 14. Criterio más importante para comprar camisas de vestir

Criterio	Fr	%
Precio	44	11.5
Comodidad	132	34.4
Calidad	160	41.6
Diseño	48	12.5
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

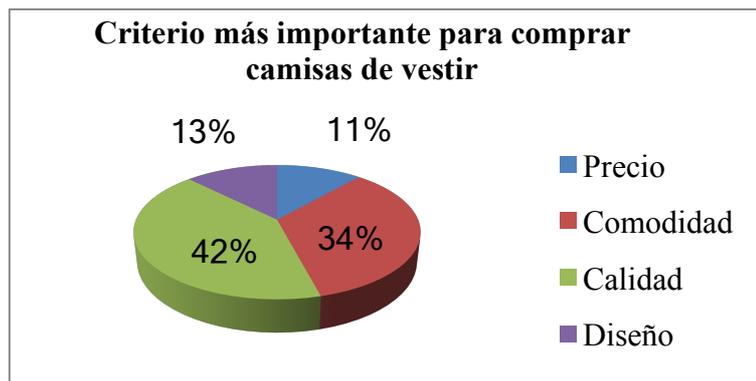


Gráfico 7. Criterio más importante para comprar camisas de vestir

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

El 41.6% de los encuestados manifiestan que la calidad es lo más importante, mientras que le sigue con el 34.4% la comodidad, a continuación, está el diseño con el 12.5% y finalmente el precio con el 11.5%.

Interpretación

Se observa que el criterio de mayor importancia considerado por el público objetivo es la calidad y la comodidad, por lo tanto, es otra oportunidad para el proyecto.

Pregunta 6. ¿Qué precio aproximadamente, paga actualmente por las camisas que compra?

Tabla 15. Precio de camisas

Criterio	Fr	%
\$5,00 - \$14,99	117	30.5
\$15,00 - \$24,99	125	32.6
\$25,00 - \$34,99	94	24.3
\$35,00 - \$44,99	24	6.3
Más de \$45,00	24	6.3
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

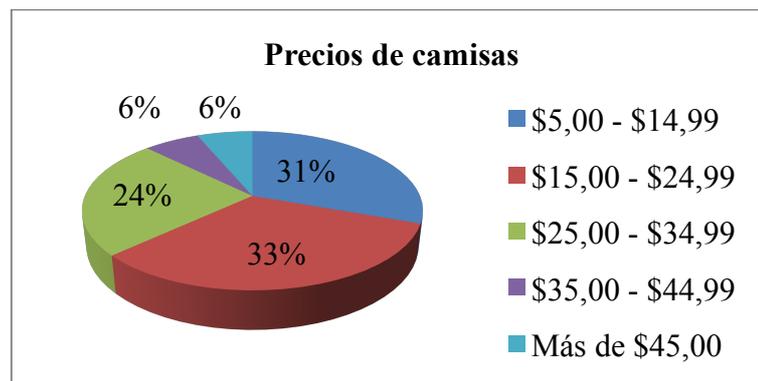


Gráfico 8. Precios de camisas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

El 32.6% de los encuestados manifiestan que han pagado entre \$15.00 a \$24.99, mientras que el 30.5% han cancelado de \$5.00 a \$14.99, un 24.3% dice pagar entre \$25.00 a \$34.99, otro 6.3% expresa que paga de \$35.00 a \$44.99, igual porcentaje que quienes pagan más de \$45.00 por producto.

Interpretación

Se observa que un buen porcentaje adquiere productos económicos que están entre los \$5.00 hasta los \$14.99, sin embargo, a partir de aquí, es decir prácticamente un 79% expresa que paga desde \$15.00 o más por el producto, siendo una oportunidad de negocio para el bien propuesto en el proyecto.

Pregunta 7. ¿En qué lugar compra actualmente sus camisas?

Tabla 16. Lugar de compra de camisas

Criterio	Fr	%
Centro Comercial	192	50
Cadena Comercial	20	5.2
Almacén de fábrica	12	3.1
Punto de venta	104	27.1
Catálogo	20	5.2
Proveedor personal	36	9.4
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

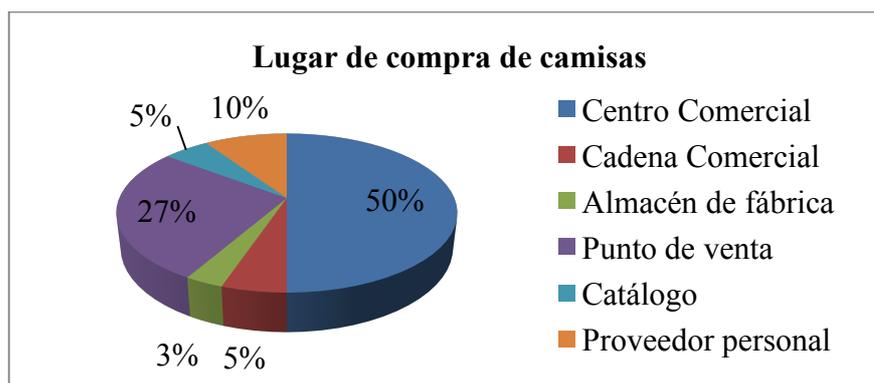


Gráfico 9. Lugar de compra de camisas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

Según se puede apreciar el 50.0% de los encuestados prefieren comprar en el centro comercial, mientras que el 27.1% lo hace en cualquier punto de venta o almacén que venda camisas, luego con porcentajes menores están los proveedores personales con el 9.4%, las cadenas comerciales y catálogos con el 5.2, siendo el almacén de fábrica el menos visitado para compras con el 3.1%

Interpretación

Se puede observar que los dos lugares con mayor preferencia para comprar camisas son el centro comercial, los puntos de venta de las empresas y los catálogos, quienes concentran el 86.51% de los compradores, debiendo considerarse como una gran oportunidad de mercado para el producto propuesto en el proyecto, principalmente porque serán parte importante en la cadena de distribución en el negocio.

Pregunta 8. A su criterio, de las siguientes marcas, seleccione la que considera es líder en el mercado de camisas de la ciudad de Quito.

Tabla 17. Marca líder en el mercado

Criterio	Fr	%
Él	4	1.1
John Henry	21	5.4
Inglesa	58	15.1
Stefano	17	4.3
Pinto	54	14
Tommy Hilfiger	120	31.2
Dormel	4	1.1
Pical	41	10.8
Diesel	41	10.8
Otra	24	6.2
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

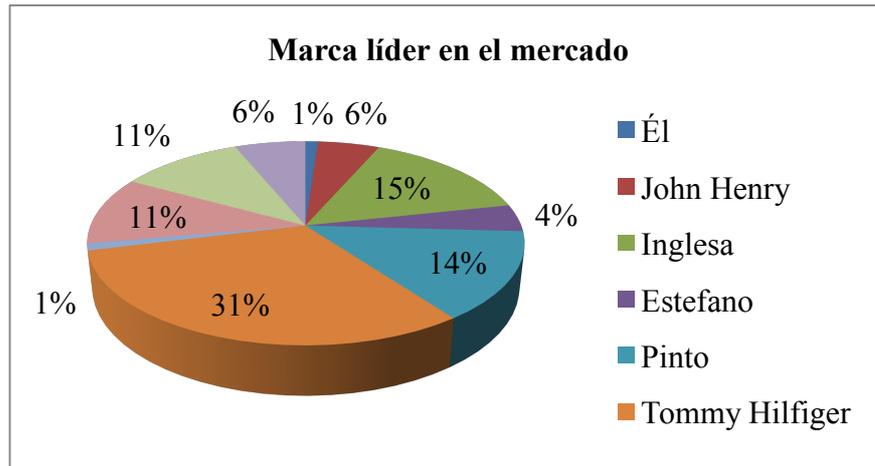


Gráfico 10. Marca líder en el mercado

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

De acuerdo a la información levantada en la encuesta, se observa que la marca líder es considerada Tommy Hilfiger con el 31.2%, le sigue Inglesa con un 15.1%, continua la marca Pinto con el 14%, Pical y Diesel con el 10.8% respectivamente, John Henry con el 5.4%, Stefano con un 4.3%, otras marcas tienen el 6.2% de preferencia y al final se encuentra la marca Dormel con el 1%.

Interpretación

Existe un posicionamiento de la marca Tommy Hilfiger como líder en el mercado, siendo ésta una marca extranjera se la considera por los diseños de la misma, en cuanto a marca nacional la mejor posicionada es la marca Inglesa, siguiendo muy de cerca Pinto, éstas marcas deben considerarse como referentes para el presente proyecto a fin de planificar las estrategias para un buen posicionamiento en el mercado.

Pregunta 9. ¿Conoce usted sobre camisas fabricadas con tela inteligente?

Tabla 18. Conoce el producto

Criterio	Fr	%
Si conozco	36	9.4
Conozco y las he escuchado	20	5.2
Solamente he escuchado	88	22.9
No conozco	240	62.5
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

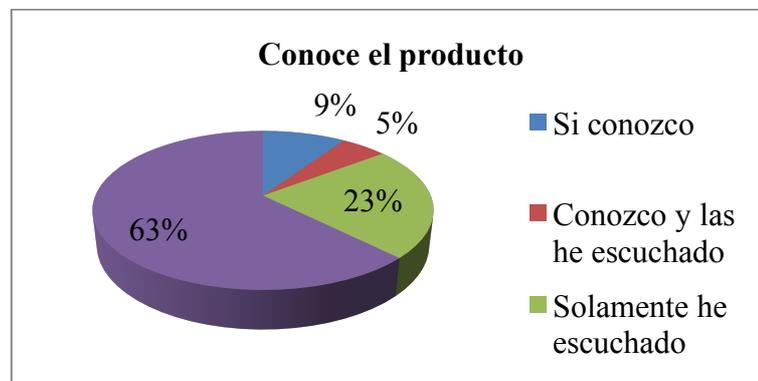


Gráfico 11. Conoce el producto

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

El 62.5% de los consultados dicen no conocer el producto, un 22.9% solamente lo han escuchado, mientras que apenas el 9.4% si conoce de las camisas fabricadas con tela inteligente y un 5.2% lo ha escuchado.

Interpretación

Existe un gran desconocimiento de parte del mercado por el producto que se propone en el presente estudio, si se suman aquellos que lo han escuchado entonces se habla de una gran oportunidad para promocionar el bien aplicando buenas y adecuadas estrategias de comunicación para lograr éxito en los segmentos dirigidos

Pregunta 10. ¿De existir un producto elaborado con tela inteligente, usted lo compraría?

Tabla 19. Intención de compra

Criterio	Fr	%
Si	198	51.6
No	16	4.2
Tal vez	170	44.2
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

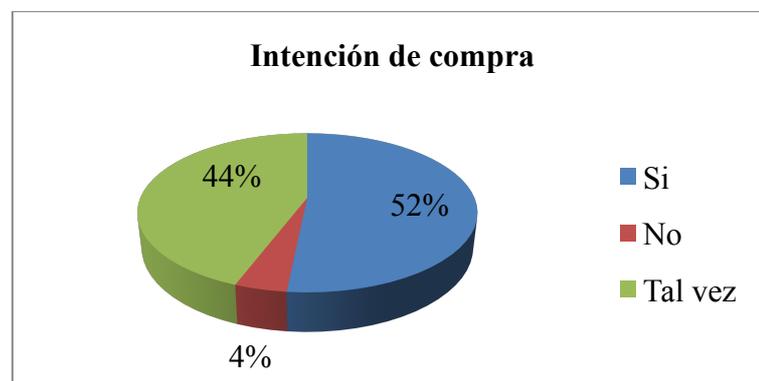


Gráfico 12. Intención de compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

El 51.6% de los encuestados manifiesta estar dispuesto a comprar el producto fabricado con tela inteligente, mientras que el 44.2% expone que tal vez lo compraría, y un porcentaje muy bajo el 4.2% dice que no lo compraría.

Interpretación

Es una clara oportunidad de mercado el grado de aceptación y expectativa que existiría por las camisas fabricadas con tela inteligente, más si se considera que aproximadamente el 95.8% del mercado estaría dispuesto a comprar estos productos.

Pregunta 11. ¿A través de qué medio recibe información sobre prendas de vestir?

Tabla 20. Medios para informarse de productos

Criterio	Fr	%
Redes sociales	314	81.9
Folletos	37	9.6
Correo electrónico	4	1.1
Televisión	12	3.2
Radio	4	1.1
Prensa	4	1.1
Otro	9	2
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

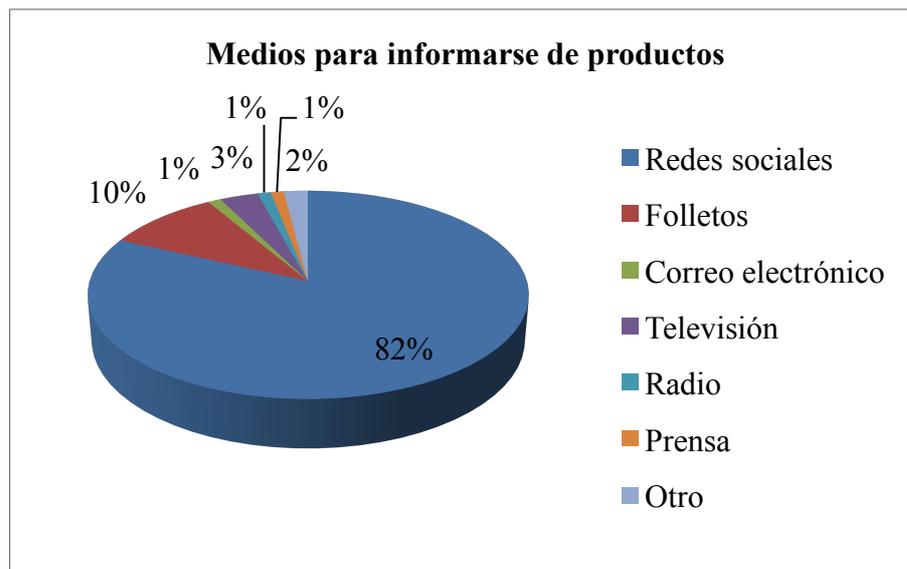


Gráfico 13. Medios para informarse de productos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

El 81.9% de los encuestados dice informarse por redes sociales de productos como prendas de vestir, le sigue con el 9.6% la información en folletos y en menor proporción están la televisión con el 3.2%, otros medios con el 2% y finalmente con el 1.1% están los medios radio, prensa y correo electrónico.

Interpretación

Se advierte que la forma más utilizada para enviar o recibir información sobre este tipo de productos son las redes sociales, mientras que los folletos tienen aún influencia, también se puede apreciar que los demás medios han perdido espacio para presentar información sobre prendas de vestir.

Pregunta 12. ¿Conoce de alguna empresa que venda camisas elaboradas con tela inteligente?

Tabla 21. Conoce empresa vendedora de estos productos

Criterio	Fr	%
Si	40	10.4
No	344	89.6
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

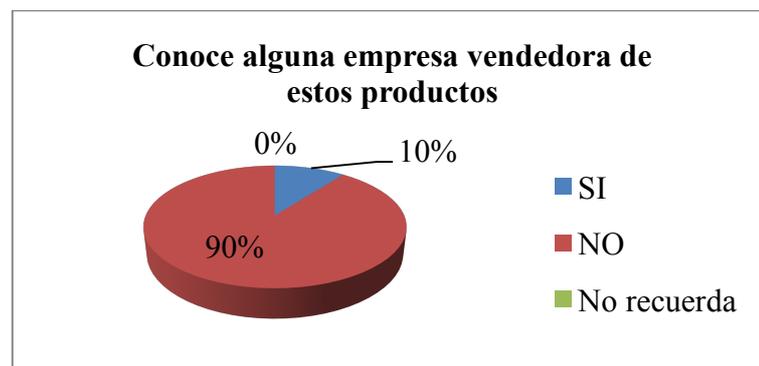


Gráfico 14. Conoce alguna empresa vendedora de estos productos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

El 89.6% manifiesta no conocer una empresa que comercialice estos productos con tela inteligente, mientras que apenas un 10.4% si los conoce.

Interpretación

Se traduce en una oportunidad el advertir que el mercado objetivo desconoce de alguna empresa que comercialice camisas de tela inteligente, sin embargo, hay que tener presente que si existe un porcentaje significativo que tienen ya conocimiento o sabe de empresas productoras o comercializadoras.

1.3.1. Demanda Potencial

La demanda potencial para el presente producto está definido por los hombres que gustan de vestir camisas, ya sean formales o informales, también llamadas casuales en sus distintas actividades de trabajo o para su diario vivir, este grupo reside en el D. M. de Quito, tienen una edad comprendida entre los 18 a 65 años, quienes se encuentran en los estratos A, B y C+, es decir que tienen los medios o recursos para comprar este tipo de artículos para satisfacer sus necesidades, siendo el mercado objetivo según la segmentación realizada con anterioridad de 290.579 hombres en el D. M. de Quito.

Por lo tanto, basado en los datos definidos de la población establecida, se determina la demanda potencial, conformada por todos los hombres que dicen, según la investigación tener la intención de compra, adicional se toma en cuenta la frecuencia de compra y la cantidad de productos comprados durante un año, en la Tabla 22 se expone el cálculo de la demanda actual (preguntas 1 y 2), demanda potencial (preguntas 1, 2, 3, 4, 6, 10) y su proyección a futuro, para lo cual se toman los resultados obtenidos en las preguntas 1, 2.

Tabla 22. Demanda potencial

Tamaño del Mercado	290.579 personas
Compran camisas	244.686 personas (84.2%)
Tipo de camisa	18% formal 51.1% semiformales
Preferencia producto nacional	61.5%
Demanda Potencial unidades	419.540
Demanda en dinero \$	5'309.280,67

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Las cifras han sido calculadas basadas en la información obtenida de la encuesta ejecutada en los distintos sectores del D. M. Quito, así se tiene que la cantidad de hombres que comprende el objeto de estudio en la ciudad es de 290.579 (hombres), de los cuales el 84.2% (244.686 hbts) si compran camisas, de las cuales el 18% son formales y el 51.1% son informales, la preferencia por la producción nacional representa el 61.5%, tanto en camisa formal como semiformales (27.085 y 76.890 hbts), estas personas compran con distinta frecuencia sus productos, la frecuencia de compra está en los rangos de 1 a 2, de 3 a 4, de 5 a 6, y más de 6, generando como resultado 419.540 unidades vendidas, si se las multiplica por los precios establecidos mediante la investigación ejecutada, se obtiene que la demanda potencial en unidades es de 419.540 unidades, mientras que la cantidad en dinero representa 5'309.280,67 dólares americanos.

Para la proyección de la demanda, no se considera el índice de la industria textil o manufacturera, porque su producción se destina a diferentes usos, por lo cual la materia prima es utilizada como semielaborados, elaborados, semi facturados, semi confeccionados, confeccionados, es decir aquellos compuestos por cualquier tipo de fibra textil, producidos para variados sectores productivos, por lo tanto y debido a que no existen estadísticas o registros precisos sobre la compra de camisas de vestir de hombre, se ha decidido utilizar como índice para la proyección al índice de crecimiento poblacional, considerando que la población en el país y por lo tanto en sus ciudades cada vez es mayor, incrementando respectivamente su demanda, y según las proyecciones emitidas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC, el índice está en 1.25% como estimación promedio de crecimiento poblacional, además se toma como referencia la pregunta de investigación sobre el uso y compra de camisas, así se tiene que la proyección sería:

Tabla 23. Proyección de la demanda

Año	Población	%	Consumo en Unidades	Camisas Promedio por persona	Precio promedio \$	Consumo en dinero \$
2020	244668	1.25	419540	1.7	12.655004	5309280.38
2021	247726	1.25	424776.4	1.7	12.655004	5375546.69
2022	250823	1.25	430086.1	1.7	12.655004	5442741.02
2023	253958	1.25	435462.2	1.7	12.655004	5510775.29
2024	257133	1.25	440905.4	1.7	12.655004	5579659.98
2025	260347	1.25	446416.7	1.7	12.655004	5649405.73

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.4. Análisis del Macro y Micro ambiente

1.4.1. Análisis del micro ambiente

Fuerzas Competitivas de Porter

Rivalidad entre Competidores

La rivalidad entre competidores en el sector textil es medio, ya que, al existir diversidad de telas en el mercado, las principales competencias son empresas internacionales que se dedican a la producción y la elaboración de productos terminados. Según la Revista Gestión (2014) menciona que existen “18.946 empresas textiles a lo largo del territorio nacional, este sector representa 29% del total de empresas manufactureras del país. 16.407, es decir, 87%, pertenecen a la industria de la confección, y el 13% son empresas de hilados y tejidos.”

Adicional a esto se encuentra microempresas y pymes siendo el 99% de empresas de este sector que se dedican a la producción local y prendas de vestir, en este contexto la ventaja será emplear materia prima de calidad, es decir producción de camisas con tecnología.

Por tanto, la rivalidad entre competidores es media, puesto que, aunque existe gran cantidad de competidores, pero la tecnología que se utilizará no tienen estas empresas o son muy pocas y por tanto en este ámbito hay mínima competencia directa, lo cual ofrece una ventaja competitiva a la nueva empresa y si bien existe una amenaza, la misma no es directa, por lo que se considera una rivalidad media.

Poder de Negociación de los Clientes

No existe un alto poder de negociación por parte de los clientes, sino contrariamente bajo, puesto que los mismos son participantes de un amplio mercado, lo cual no les otorga un poder de negociación, sin embargo, hay que tomar

en cuenta que los precios y características están regulados por el mercado mismo. Por tanto, la amenaza es baja.

Poder de Negociación con los Proveedores

En la ciudad de Quito es factible encontrar insumos, materiales y elementos de costura para la confección de camisas, que distribuyen a nivel nacional y están acorde a las necesidades y requerimientos de los clientes. En este contexto el poder de negociación de los proveedores es bajo ya que existe alta oferta de insumos. En cuanto a las telas inteligentes si bien existen pocos proveedores y a nivel internacional, los mismos trabajan bajo un mercado muy grande y por tanto establecen sus precios y restricciones en base a las fuerzas del mercado, sin establecer un poder sobre sus clientes, por lo que el poder de negociación es bajo.

Amenaza y entrada de nuevos Competidores

En la actualidad existen empresas que se dedican a la producción y diseño de camisas con tela inteligente, aunque la competencia no es significativa, sin embargo, la moda y las tendencias se han convertido en un mercado amplio. En este contexto la amenaza de entrada de nuevos competidores es media ya que las industrias textiles pueden incursionar en nuevas líneas de productos y servicios, así como realizar las inversiones necesarias para entrar a competir en este tipo de producto.

Hay que tomar en cuenta que las actuales políticas Estatales impulsan el desarrollo productivo y en este sentido se han abierto líneas de crédito para las empresas y el desarrollo de emprendimientos, promoviendo el acceso a financiamiento productivo para micro, pequeñas y medianas empresas (CFN , 2020, pág. 1), lo cual les otorga posibilidades de inversión para las actuales empresas y posibles nuevos competidores.

Por tanto, el ingreso de nuevos competidores tiene un riesgo medio debido a que para su ingreso se requiere una inversión, pero a su vez, la cantidad de industrias textiles y de apoyo a la inversión generan una amenaza intermedia.

Amenaza de productos sustitutos

Este tipo de productos es reemplazable, las personas cambian de tendencias y estilos, lo que implica nuevas formas de vestir que estén acorde a la dinámica y requerimientos de los clientes. Los principales productos sustitutos son las actuales camisas de tela no inteligente, los sacos de vestir o las camisetas de vestir, los cuales existen en gran cantidad y variedad en el mercado, sin embargo, al ser la tela inteligente un producto innovador y con amplias ventajas, los clientes solamente considerarían el uso de productos sustitutos en caso de no estar satisfechos con la calidad o con el precio.

De tal modo que la amenaza de productos sustitutos es baja ya que no todas las personas tienen su propia percepción de la moda y los productos que se adaptan a sus nuevas necesidades son altamente demandados.

Tabla 24. Fuerzas de Porter

Rivalidad entre Competidores	<p>Amenaza: Existen muchas industrias textiles, y en algún momento pueden incursionar en nuevas líneas de productos.</p> <p>Oportunidad: Pocas empresas que diseñen y elaboren camisas con tecnología inteligente</p>
Poder de Negociación de los Clientes	<p>Oportunidad: Amplio mercado de potenciales compradores</p> <p>Fortaleza: Tecnología de telas con mejores beneficios.</p>
Poder de Negociación con los Proveedores	<p>Fortaleza: Se dispone de diversos proveedores a nivel nacional e internacional con tecnología de telas</p>
Amenaza y entrada de nuevos Competidores	<p>Amenaza: No se requiere de una inversión demasiado alta para el ingreso y las mismas empresas competidoras pueden ingresar en el negocio.</p>
Amenaza e ingreso de productos sustitutos	<p>Oportunidad: Las tendencias de moda orientan la atención a los nuevos productos del mercado con mejor calidad y/o diseño</p>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.4.2. Análisis del macro ambiente

Político

La gobernanza de Ecuador se estableció con el movimiento Morenista dejando de lado consideraciones e interés del movimiento Correísta, en el que se mantienen opiniones diferentes con otro tipo de orientación política. Desde mayo del 2017 la gobernación del país depende del Presidente Lenin Moreno cuya ideología esta

direccionada a enfrentar y dejar en evidencia los actos de corrupción que fueron gestionados en el mandato anterior. Dada la situación económica a la que se enfrentó en el 2019 el panorama no fue alentador.

Las acciones y políticas se orientaron a fortalecer la industria interna y promover la matriz productiva, en este sentido se gestiona el plan nacional de desarrollo Toda una Vida, en el cual se establecieron objetivos y estrategias. En este enfoque se plantea de acuerdo al Plan Nacional de desarrollo:

La economía al servicio de la sociedad: el enfoque del sistema económico es social y solidario. La economía está al servicio de la población para garantizar los derechos y en ella interactúan los subsistemas públicos, privado, popular y solidario los tres requieren de incentivos y regulaciones del aparato público.

- Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario afianzando la dolarización.
- Objetivo 5: impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria.
- Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el desarrollo rural integral.

La matriz productiva es un reto para el país, lo que implica el cambio de acciones y el establecimiento de un modelo que este orientado a mejorar las condiciones productivas.

Oportunidad: Se apoya a la matriz productiva lo que conlleva al fortalecimiento de emprendimientos y microempresas a través de la apertura de líneas de crédito.

Económico

El panorama económico del Ecuador en el 2019 mantuvo un crecimiento desacelerado con tendencia a la estabilización. Situación que conlleva un nuevo enfoque económico dado por el incremento de exportaciones y el aumento del consumo de gastos final de los hogares. De acuerdo al Banco Central del Ecuador (2020, pág. 1) menciona que:

El año 2019 cerró con un crecimiento de 0,1% en la economía ecuatoriana, según los datos de las Cuentas Nacionales del cuarto trimestre de 2019, publicados por el Banco Central del Ecuador. De esta manera, por sumatoria de trimestres, el Producto Interno Bruto (PIB) totalizó USD 107.436 millones en términos corrientes y USD 71.909 millones en términos constantes.

Producto interno bruto

La riqueza de un país se refleja por el crecimiento, en este contexto el último trimestre del 2019 no fue alentador, en octubre del 2019 el paro nacional causo perdidas de alrededor de 800 millones. De tal modo que las condiciones para el 2020 no fueron alentadoras. De acuerdo al Banco Central del Ecuador (2020, pág. 1) “la economía del país se recuperará en el 2020 y registraría un crecimiento de 0,7%, por factores como el crecimiento de la actividad minera, de la que se esperan exportaciones por USD 600 millones; una recuperación en el sector de la construcción y por mayores exportaciones tradicionales.”, sin embargo la situación de la pandemia mundial tuvo efectos muy graves para la economía que aún no han sido medidos y reflejados en las cifras, pero hacen pensar que se puede estar en una recesión y con incertidumbre para los siguientes años.

Amenaza: Disminución del PIB, decrecimiento económico, incertidumbre a futuro lo cual disminuye las inversiones internas.

Inflación

Para el 2020 se prevé una inflación del 0.84%, lo cual permite mantener la estabilidad de la moneda y del valor del dinero. Este indicador es favorable para la economía y las empresas, pues permite un endeudamiento empresarial sin altos riesgos y no tener la posibilidad de devaluación alta, debido a que la moneda no depende de la economía interna y del manejo político y económico del país. Según lo manifestado anteriormente, no existen datos precisos y oficiales, sobre los efectos devastadores en la pandemia sobre el sector textil, a más de observar una constante disminución en las ventas, por lo tanto se aplica el porcentaje de inflación facilitado por el INEC.

Oportunidad: Moneda fuerte, bajos o casi nulos niveles de inflación, posibilidad de endeudamiento sin alto riesgo.

Social

En el contexto social, en los últimos meses se ha evidenciado una alerta migratoria generada por el descontento del pueblo a las medidas económicas establecidas por países vecinos. Según la Organización Civil Venezolanos en Ecuador (2020), existe alrededor de 28 347 personas. En promedio llegaban hasta 5000 personas y el 67% de ellas tenía como destino final Chile y Perú, el 83% de migrantes son profesionales (Organización Civil Venezolanos en Ecuador, 2020), este ámbito tiene ventajas y desventajas en el empleo de la población, pues reemplaza a profesionales ecuatorianos, pero por otro lado también incrementa mano de obra en muchos casos calificada y de menos costo.

Oportunidad: Mano de obra barata.

Otro de los aspectos a destacar y que está inmerso en la sociedad y en la salud pública es la pandemia, un problema que ha obligado a varios países del mundo a tomar decisiones que han obligado a reducir la comercialización y la exportación. En este contexto, conforme se incrementan los casos los países toman la decisión de mantener cuarentenas para enfrentar los rebrotes y frenar el contagio, lo cual ha

tenido efecto sobre la sociedad, las necesidades insatisfechas y el temor de la población que genera la disminución del consumo.

Amenaza: Pandemia mundial, disminución de consumo.

Tecnológico

La tecnología forma parte de la moda y la tendencia en las prendas de vestir, en los últimos años se han desarrollado nuevas alternativas para crear prendas que se adapten a las necesidades y requerimientos potencializando beneficios y ventajas. A esto se suma la tecnología en telas, que mediante nueva maquinaria permite llegar a nuevos mercados en los que se incorpora elementos que contribuyen a mejorar el bienestar del cuerpo reduciendo inconvenientes propios de una prenda de vestir (Ayora, 2016), esta tecnología gracias a la globalización y una fácil comunicación permiten acceder al país y por tanto utilizar la misma.

Oportunidad: Tecnología de telas al servicio del ser humano.

Tabla 25. Resumen del análisis macro ambiente

Análisis Macro Ambiente	
Político	Oportunidad: Se apoya a la matriz productiva lo que conlleva al fortalecimiento de emprendimientos y microempresas a través de la apertura de líneas de crédito.
Económico	Amenaza: Crecimiento desacelerado con tendencia a la estabilidad, menor probabilidad del retorno de capital en el tiempo establecido.
Social	Oportunidad: Mano de obra barata, generación de empleo. Amenaza: Pandemia mundial.
Tecnológico	Oportunidad: Tecnología de telas al servicio del ser humano.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Análisis de factores

Establecimiento de factores críticos externos

Los factores externos fueron establecidos de acuerdo al análisis de aspecto externo y del resumen de las oportunidades obtenidas del sector textil, así como aspectos que son amenaza que se convierten en aspectos críticos cuando no existen medidas que contribuyan a reducir su impacto. A continuación, se detalla:

Tabla 26. Factores críticos externos

OPORTUNIDADES	
O1	Pocas empresas que diseñen y elaboren camisas con tecnología inteligente. Amplio mercado de potenciales compradores
O2	Las tendencias de moda orientan la atención a los nuevos productos del mercado con mejor calidad y/o diseño
O3	Se apoya a la matriz productiva lo que conlleva al fortalecimiento de emprendimientos y microempresas a través de la apertura de líneas de crédito.
O4	Moneda fuerte, bajos o casi nulos niveles de inflación, posibilidad de endeudamiento sin alto riesgo.
O5	Mano de obra barata
O6	Tecnología de telas al servicio del ser humano.
AMENAZAS	
A1	Existen muchas industrias textiles, y en algún momento pueden incursionar en nuevas líneas de productos.
A2	No se requiere de una inversión demasiado alta para el ingreso y las mismas empresas competidoras pueden ingresar en el negocio.
A3	Disminución del PIB, decrecimiento económico, incertidumbre a futuro lo cual disminuye las inversiones internas.
A4	Pandemia Mundial, disminución de consumo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

La matriz de evaluación de factores externos es una herramienta que es utilizada para establecer e identificar las oportunidades y amenazas para posteriormente calificarlas de acuerdo al sector y la orientación para alinearlas a las estratégicas. Para lo cual se emplea la valoración y análisis.

Para la matriz de evaluación se establece la siguiente valoración considerando si cada una de las oportunidades responde muy bien o mal de la siguiente manera: (4) Respuesta muy bien, (3) Responde bien, (2) Responde promedio, (1) Responde mal. En este contexto las oportunidades tienen un peso y relevancia de acuerdo a la importación, por lo cual se ha ponderado considerando un peso total entre oportunidades y amenazas de 100% o 1.

Tabla 27. Matriz de evaluación de factores externos

OPORTUNIDADES	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
Pocas empresas que diseñen y elaboren camisas con tecnología inteligente	0,11	4	0,46
Amplio mercado de potenciales compradores	0,10	4	0,41
Las tendencias de moda orientan la atención a los nuevos productos del mercado con mejor calidad y/o diseño.	0,09	3	0,28
Se apoya a la matriz productiva lo que conlleva al fortalecimiento de emprendimientos y microempresas a través de la apertura de líneas de crédito.	0,08	3	0,24
Moneda fuerte, bajos o casi nulos niveles de inflación, posibilidad de endeudamiento sin alto riesgo.	0,09	4	0,37
Mano de obra barata para producción y prestación de servicios	0,08	3	0,24
AMENAZAS	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
Existen muchas industrias textiles, y en algún momento pueden incursionar en nuevas líneas de productos.	0,11	1	0,11
No se requiere de una inversión demasiado alta para el ingreso y las mismas empresas competidoras pueden ingresar en el negocio.	0,09	2	0,18
Disminución del PIB, decrecimiento económico, incertidumbre a futuro lo cual disminuye las inversiones internas.	0,11	1	0,11
Pandemia Mundial, disminución de consumo	0,11	1	0,11
	1,00		2,53

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Con los resultados obtenidos de las amenazas y oportunidades el valor total es de 2.53, por tanto, es un nivel promedio que ante a las oportunidades tiene una respuesta favorable, pero a su vez tiene amenazas importantes que especialmente se reflejan por la situación del país y mundial.

Factores críticos de éxito internos

Con respecto al análisis interno se evalúan las fortalezas y debilidades críticas del sector las mismas que se detallan a continuación:

Tabla 28. Factores críticos de éxito internos

FORTALEZAS
Tecnología de tela con mejores beneficios
Disponibilidad de diversos proveedores a nivel nacional e internacional
Estructura de la empresa que permite su operación adecuada
Producto de alta calidad

DEBILIDADES
Empresa nueva y por tanto sin experiencia en ámbitos desconocidos
Capacidad limitada de inversión
Capacidad limitada de producción

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

La matriz de evaluación de factores Internos (EFI) se establece al valorar los factores críticos para los cuales se establece pesos que son 0 poco importante, 1 muy importante además se considera la valoración que es:

Valoración: 4 Fortaleza mayor, 3 fortaleza menor, 2 debilidad menor, 1 debilidad mayor.

Tabla 29. La matriz de evaluación de factores internos (EFI)

FORTALEZAS	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
Tecnología de tela con mejores beneficios	0,17	4	0,67
Disponibilidad de diversos proveedores a nivel nacional e internacional	0,13	3	0,40
Estructura de la empresa que permite su operación adecuada	0,13	3	0,40
Producto de alta calidad	0,15	4	0,60
DEBILIDADES	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
Empresa nueva y por tanto sin experiencia en ámbitos desconocidos	0,15	2	0,30
Capacidad limitada de inversión	0,13	1	0,13
Capacidad limitada de producción	0,13	2	0,27
	1,00		2,77

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Las sumas de las fortalezas y debilidades es 2.77 en este contexto se considera la siguiente valoración:

(4) Respuesta superior, (3) Respuesta por encima del promedio, (2) El factor responde promedio, (1) La respuesta es pobre.

El resultado del análisis muestra que sector está en un factor promedio, lo que implica que no es fuerte ni débil. Es claro que por ser una empresa nueva tiene algunas debilidades, pero a su vez su estructura, calidad y producto previsto fortalece a la misma y le hace competitiva en el sector.

Matriz de MPC

Es una matriz diseñada para identificar a los competidores, para lo cual se establece un análisis preliminar que se realizó al mercado, en este proceso se identifican y plantean algunas consideraciones que sean evaluadas de acuerdo al impacto.

Tabla 30. Matriz MPC

Factores claves	Camisería Inglesa			Dormel		Jerome	
	Peso	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Participación de mercado	0,3	4	1,2	3	0,9	1	0,3
Diseño y tecnología	0,15	4	0,6	1	0,15	3	0,45
Posición Financiera	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,3
Calidad del producto	0,2	2	0,4	2	0,4	2	0,4
Lealtad del clientes	0,2	2	0,4	4	0,8	2	0,4
Total	1		3,05		2,7		1,85

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Por consiguiente, la valoración de establecer de acuerdo a los siguientes parámetros:

Los valores de las calificaciones son los siguientes: 1- menor debilidad, 3- menor fuerza, 4 – mayor fuerza.

Con estos parámetros se determina que el competidor más fuerte dentro de este segmento de mercado es CAMISERIA INGLESA una empresa que lleva varios años en el mercado, estableciendo en sus inicios una propuesta orientada al uso de tecnología lo que implica que es un competidor nacional de alto impacto.

1.4.1 Proyección de la oferta.

Según datos del INEC y sus proyecciones, como resultado de las comparaciones entre varios períodos, se obtuvo un promedio de la industria para el cálculo de oferta en el sector, a continuación, se observa en la Tabla 34 los índices de crecimiento.

Según los datos establecidos por el INEC, considerando además las condiciones actuales de los diferentes sectores productivos, se obtiene un promedio de crecimiento del 1,876 en la industria textil (INEC, 2020), por lo tanto se aplica el mismo indicador para la oferta de camisas, en las cuales no existe un valor definido, sin embargo pertenece a la industria manufacturera y textil.

A continuación, se enlistan las empresas más grandes, que confeccionan prendas de vestir a nivel nacional:

Tabla 31. Empresas fabricantes de prendas de vestir en la provincia de Pichincha

EMPRESA	PRODUCTOS
Confecciones FIBRAN S. A.	Vestimenta para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí.
Ecuacotton S.A.	Telas, tejidos y sacos
Indumentaria Hospitalaria y Hotelera	mandiles para médico, enfermera y pacientes; Conjuntos para médicos; Mantas; Sábanas; Fundas para almohada; Casacas
Industria palera Ponte Silva	Telas, sánas, cobertores, limpiones, manteles, mascarillas, overoles de bioseguridad, camisetas, piolas
Industria Textil Famitex y Famosa	Telas, mascarillas, prendas tejidas
Industria Textil NA-EZ	Ropa de trabajo, overoles, chalecos, mandiles, camisas, camisetas, chompas, chaquetas, pantalones, uniformes, ropa personal médico.
PASAMANERÍA S. A.	Ropa para bebé, niños, hombres y mujeres, ropa interior, camisetas, camisas
Ropa de trabajo CF proveedores	Camisas, Overoles, Mandiles, Chaquetas de Chef, Ternos hospitalarios, Lencería hospitalaria

Fuente: Empresas de Confecciones (Wanderber, 2014)

Elaborado por: El Autor

Si se toma que en el Ecuador las empresas consideradas más grandes son las que constan en la Tabla 32, siendo Pichincha la provincia que tiene su mayor concentración con el 55.7% de ellas.

Tabla 32. Ubicación de empresas textiles y confección por provincia

Provincia	Número de Empresas	Participación
Pichincha	128	55.7%
Guayas	71	30.9%
Azuay	14	6.1%
Tungurahua	7	3.0%
Imbabura	5	2.2%
Cotopaxi	2	0.9%
Chimborazo	1	0.4%
El Oro	1	0.4%
Manabí	1	0.4%
Total	230	100%

Fuente: Empresas de Confección (Wanderber, 2014)

Elaborado por: El Autor

En el D. M. Quito, las principales empresas productoras y comercializadoras de prendas de vestir, en especial de camisas son las anotadas en la Tabla 31, según la investigación realizada, se ha logrado encontrar su oferta en el año 2014.

Tabla 33. Empresas fabricantes de camisas en el D. M. Quito

Empresa	Número de puntos de venta	Cantidad camisas vendidas por mes	Unidades vendidas al año
Creaciones Gutiérrez	2	329	7.896
Camisería Inglesa	5	710	42.600
Dormel	6	320	23.040
Le Chateau	6	147	10.584
Jerome	3	116	4.186
Total		1622	88306

Fuente: Empresas de Confección (Wanderber, 2014)

Elaborado por: El Autor

Como se mencionó anteriormente, se tomó como base la información de las empresas fabricantes y se actualizó mediante las proyecciones utilizando los indicadores que reposan en los registros del INEC, el dato inicial se lo tomó de un trabajo de investigación anterior, por lo tanto las cifras no eran actuales, se toman los indicadores de crecimiento facilitados en el INEC y se hacen las propias proyecciones, por lo tanto se obtienen los siguientes cálculos y proyecciones sobre la oferta de camisas:

Tabla 34. Proyección de la oferta

Año	Índice	Oferta Unidades
2020	1.876	88.306
2021	1.876	89.963
2022	1.876	91.651
2023	1.876	93.370
2024	1.876	95.122
2025	1.876	96.906

Fuente: Empresas de Confección (Wanderber, 2014)

Elaborado por: El Autor

1.5. Demanda Potencial Insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha, se restan los valores de la demanda menos la oferta y se tiene como resultado los datos que constan en el siguiente cuadro:

Tabla 35. Demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	DPI /año Unidades	DPI/ día Unidades
2020	419540	88307	331233	920
2021	424776	89964	334812	930
2022	430086	91615	338471	940
2023	435462	93370	342092	950
2024	440905	95122	345783	961
2025	446416	96907	349509	971

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

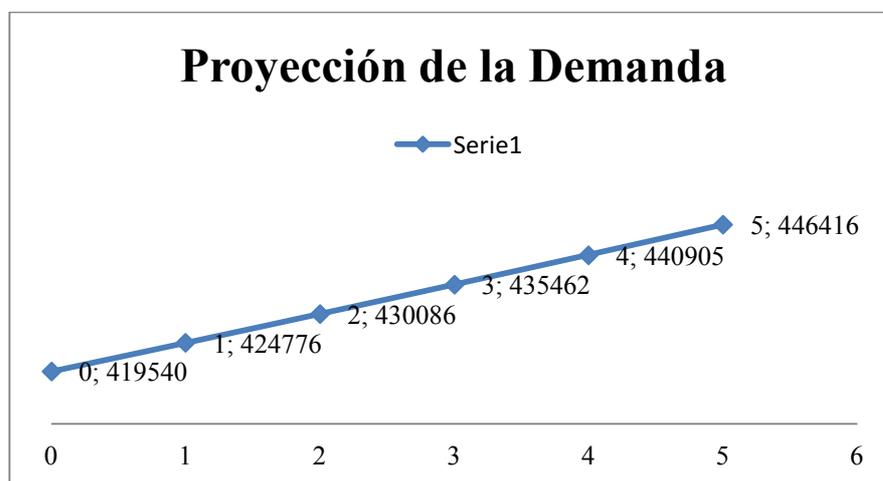


Gráfico 15. Proyección de la demanda

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Por lo tanto, se advierte que existe una demanda insatisfecha, lo que representa una gran oportunidad para el proyecto, aun considerando los momentos por los cuales atraviesa el mundo en torno a la pandemia y la consecuente disminución de las actividades productivas y comerciales.

1.6. Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)

Al ser una empresa nueva es indispensable que orienten acciones para dar a conocer a la empresa y sus productos, al igual que los beneficios que obtendrán al comprar camisas con telas inteligentes, acciones que permitirán incrementar paulatinamente la demanda de productos. No obstante, se brindará un servicio personalizado con asesoramiento para los caballeros, manteniendo productos de calidad acorde a la tendencia y moda actual, a su vez se pretenden establecer precios acordes al mercado. Acciones que permitirán que la empresa y los productos se posicionen en mercado quiteño y se puede aprovechar la tendencia actual de mercado.

Los medios de comunicación considerados para la publicidad serán:

- Página web
- Promoción digital
- Rotulación
- Punto de venta

Página web: será el primer vinculo de conexión con los clientes del cual se obtendrá información de la empresa y de los productos que se tendrán a disposición, de modo que cualquier medio comercial disponible lo direcciona a la página web, además se pretende posicionar a la empresa a través del buscador (Google), haciendo uso de Google Ads y posicionamiento CEO, para que sea la primera alternativa de búsqueda, de modo que puedan fácilmente acceder a la información

y si además buscan camisas de calidad o tela inteligente puedan encontrarlo como primera opción en Quito, fortaleciendo la competitividad de la empresa.

Promoción digital: La promoción digital es clave para difundir y posicionar productos en este sentido se considera a las redes sociales, Facebook e Instagram y mediante estos medios se llegará específicamente al público objetivo que está en busca de productos de calidad, diseño en su vestimenta y nuevos productos con mayor eficiencia, para ello se segmentará: hombres, entre 18 y 65 años a los que informará y comunicará las promociones de producto al igual que beneficios.

Rotulación: Se rotulará de manera estratégica la imagen de la empresa y los productos, mediante vallas, en sectores centrales de alto tráfico en la ciudad. Se hará hincapié constantemente en los beneficios de los productos y su diseño.

Punto de venta: El punto de venta, por su posición (ubicada dentro de un centro comercial en el centro norte de la ciudad) ya tendrá un medio de visualización hacia el público que asisten con alta demanda para sus compras. Es fundamental que este punto de venta sea muy llamativo, disponga de elementos decorativos y a su vez presente muy claramente el producto y sus ventajas mediante videos explicativos. A la vez el punto de ventas facilitará la comercialización del producto.

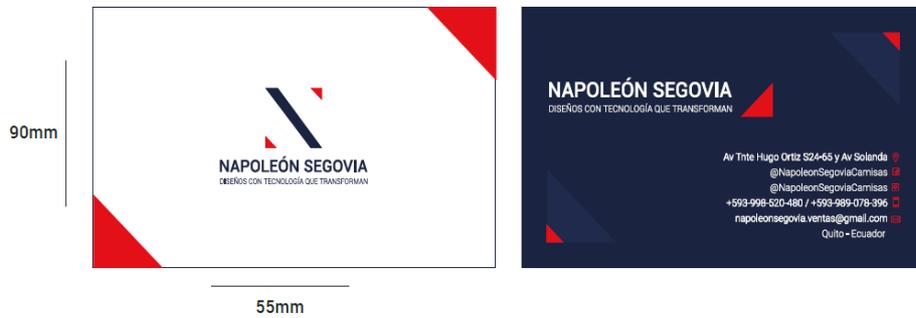
Con respecto al personal que se encargará de realizar las actividades de ventas y comercialización se designará a un jefe de ventas quien supervisa el avance de ventas planteadas.

Para la atención de los locales y las ventas digitales se contará con dos vendedores quienes serán el personal de apoyo.

Imagen Corporativa: La imagen corporativa de la empresa



Tarjetas de Presentación



Hoja Membretada



Empaque y merchandising



Camisas con tela inteligente



Gráfico 16. Imagen corporativa

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

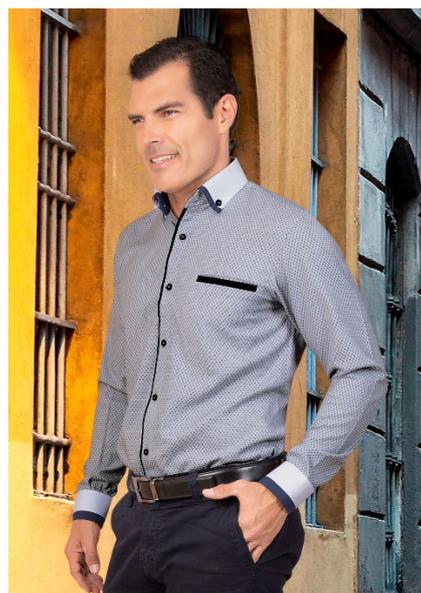


Tabla 36 Presupuesto de plan de medios

Detalle	Unidad de medida	Cant. mensual requerida	Valor unitario USD	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual USD	Valor anual USD
Publicidad						
Redes Sociales	Unidad	100	0,25	0,06%	25,00	300,00
Página Web	Unidad	1	254,00	58,49%	254,00	254,00
Flyers Publicitarios	Unidad	2	50,00	11,51%	50,00	50,00
Banners Publicitarios	Unidad	2	30,00	6,91%	40,00	480,00
Video Publicitario	Unidad	2	100,00	23,03%	100,00	100,00
Total			434,25	100,00%	469,00	1.184,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.7. Sistema de distribución a utilizar (Canales de Distribución)

La empresa en su primera fase de inserción al mercado, comercializará directamente sus productos mediante su punto de venta o mediante entrega directa, por lo cual no se requiere de intermediarios, ni distribuidores dando que la comercialización se centrará en Quito. Por tanto, el canal de distribución es directo: éste canal consiste en mantener una relación directa entre el fabricante (confección) y el consumidor final (cliente), de tal manera que la empresa dispondrá de un local en el centro histórico de la ciudad, sitio en el cual se expondrá y venderán las camisas a los clientes en general.

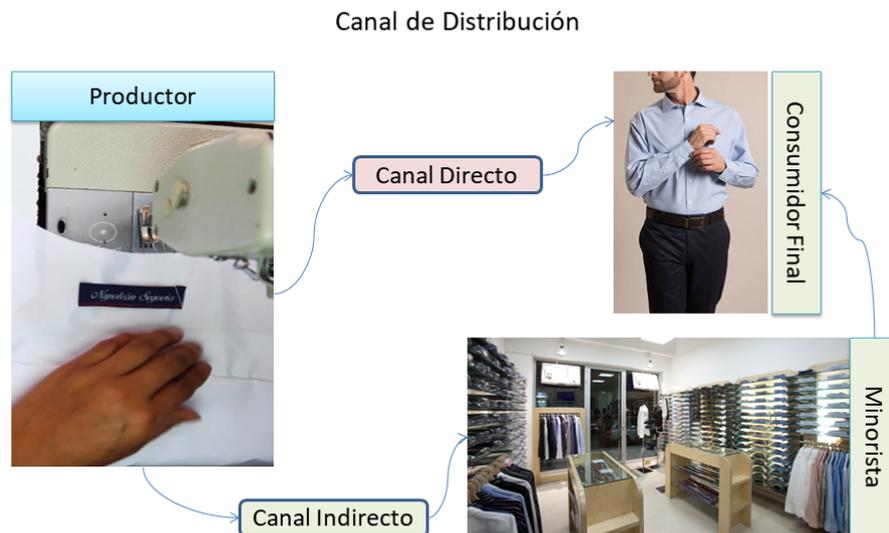


Gráfico 17. Canal de distribución

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

La estrategia de comercialización mediante su sistema de distribución es ubicarse en un lugar central para el segmento seleccionado, como es el sector norte de la ciudad de Quito y buscará asegurar las ventas a través del servicio personalizado, un asesor con conocimiento de moda, tendencias, colores, diseños y texturas que se adaptarán a los clientes que acudan a los locales.

1.8. Seguimiento de Clientes

La empresa contará con una base de datos de los clientes potenciales y clientes que adquieren los productos. En este contexto es importante determinar las acciones que se realizan como parte del proceso de venta.

Clientes potenciales: servicio de atención a clientes que tienen interés, pero no se deciden, tienen dudas del producto y no lo adquieren.

Clientes: promociones y productos nuevos como parte de la post venta para fidelizarlos y convertirlos en clientes constantes, para lo cual se utilizarán los datos del cliente para enviar información por Facebook, Instagram y en ciertos casos promoción directa por Whatsapp.

El seguimiento a clientes se realizará a través de una base de datos, ver Tabla 37, para ejecutar promoción personal direccionada y con amplias ventajas, además se utilizarán encuestas sobre percepción de servicio, calidad de producto. Con ello se podrá evidenciar el grado de satisfacción y se podrán tomar medidas correctivas para mejorar productos y servicio.

Tabla 37. Seguimiento a clientes

Cliente Nombre	Fecha Visita	Dirección	Correo electrónico	Producto (compra)	Precio	Comentario

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.9. Especificar mercados alternativos.

En una primera fase de introducción al mercado, se pretende comercializar con los propios puntos de venta, a un segmento específico y dentro de la ciudad. Actualmente en el mundo se ha probado la tecnología para la fabricación de prendas de vestir, así como los diseños y se ha verificado su aceptación, por lo que a futuro inclusive se aspira ampliar los puntos de ventas y ser distribuidores para algunas casas comerciales de productos variados.

Productos y mercados alternativos pueden ser la exportación a otros países en lo que se está incursionado con tela inteligente como es el caso de Colombia y Perú. Los productos alternativos serían camisetas vanguardistas, así como ropa de mujer con la nueva tecnología.

CAPITULO II

2. AREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1. Objetivos del estudio de producción

Establecer los requerimientos de producción/operaciones de la empresa para la implementación de sus procesos, aspectos técnicos, capacidad productiva, dimensionando los procesos productivos de la empresa y la viabilidad técnica de la misma.

2.2. Descripción del proceso

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Para Elwood S. Buffa, gestor de la gestión de producción y operaciones, profesor en la Universidad de California, el término producción es un sistema que contiene distintos medios que transforman los recursos, llamados entradas, en bienes y servicios, denominados salidas, que son útiles para quienes los adquieren o consumen, es decir sufren una transformación o conversión diferente de la forma original. (Buffa, 2013)

Para la fabricación de prendas de vestir es importante definir las distintas etapas de producción, generando valor en cada una de ellas mediante controles de calidad que garanticen dicha calidad al consumidor final, para lograrlo se inicia con la compra y pedido de materias primas a los proveedores, una vez que se tiene a disposición los materiales e insumos, se debe verificar la calidad, cantidad y condiciones de entrega de

esos rubros, una vez aceptada y verificada su condición, el siguiente paso es la especificación de producción, es decir que prendas se van a elaborar, selección de tallas y colores, partiendo del trazo o patrón de la prenda de vestir, luego sigue el tendido previo al corte, para luego realizar dicho corte en la tela seleccionada, en ésta sección se incluye en caso de requerir estampado o algún diseño en tela solicitado, se tiene en cuenta que cada elemento o parte de la camisa tiene su patrón.

Al tiempo que se verifican las condiciones de la materia prima e insumos, se preparan las máquinas y equipos para la confección, se verifican el estado y funcionamiento mediante un mantenimiento preventivo, el que se lo realizará de manera periódica cada semana, siendo el operario el responsable de hacerlo, en caso de surgir algún inconveniente o problema con la maquinaria o equipos de confección, se procede a elevar un informe sobre el asunto para que se realice su pronta reparación mediante un mantenimiento correctivo.

Una vez listas las partes que conforman la camisa, es decir, parte delantera, parte trasera, mangas, bolsillo y puños, se procede a unirlos en el área física de costura, luego se unen las partes delantera y trasera, posteriormente se adicionan las mangas, el cuello y finalmente los puños, con costura uniforme uniendo las tirillas del producto (tirilla es la parte que da firmeza al cuello y puños en la camisa), se procede a verificar la unión de las piezas o partes, que sea uniforme la costura y el acabado.

Para el acabado final de la prenda, se verifican costuras y terminaciones del producto, si existe algún defecto se devuelve al taller, de lo contrario pasa al planchado y se adicionan los botones.

Se adicionan etiquetas de la marca en la parte delantera del bolsillo y en la parte interior superior central de la espalda y se realiza una verificación final del producto, se doblan las prendas y se las empaqueta en bolsas plásticas, para luego almacenarlas

por colores y tallas, posteriormente se coloca en cajas y se procede a una inspección final con el producto acabado, se envía a punto de venta y se entrega a cliente.

A continuación, se detalla en la Tabla 38 las actividades descritas con tiempos de ejecución en la fabricación de camisas, en los tiempos se considera además el traslado de una estación a otra dentro de la producción.

Tabla 38. Proceso de confección

N°	Actividad	Material o Equipo	Tiempo
1	Preparación de máquinas y equipos	Herramientas para medición y corte de telas, máquinas de coser, etiquetadoras	15 min
2	Transporte de materias primas y materiales	Recipientes plásticos	10 min
3	Corte de piezas	Herramientas varias: tijeras, reglas sastre, moldes o patrones, tizas	60 min
4	Unión de piezas	Máquinas de coser	120 min
5	Etiquetado	Etiquetadora	60 min
6	Empacado	Cajas y cintas adhesivas	45 min
7	Bodegaje	Estanterías	30 min
8	Entrega punto de venta de empresa	Exhibidores empresa	10 min
	Entrega punto de venta intermediario	Vehículo	60 min

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

En el mapa de procesos se establecen los procesos estratégicos, operativos y de apoyo que se aplicarán y en los que se basa la organización para la fabricación de camisas con tela inteligente, dependiendo de las necesidades y requerimientos del cliente como de las tendencias del mercado.

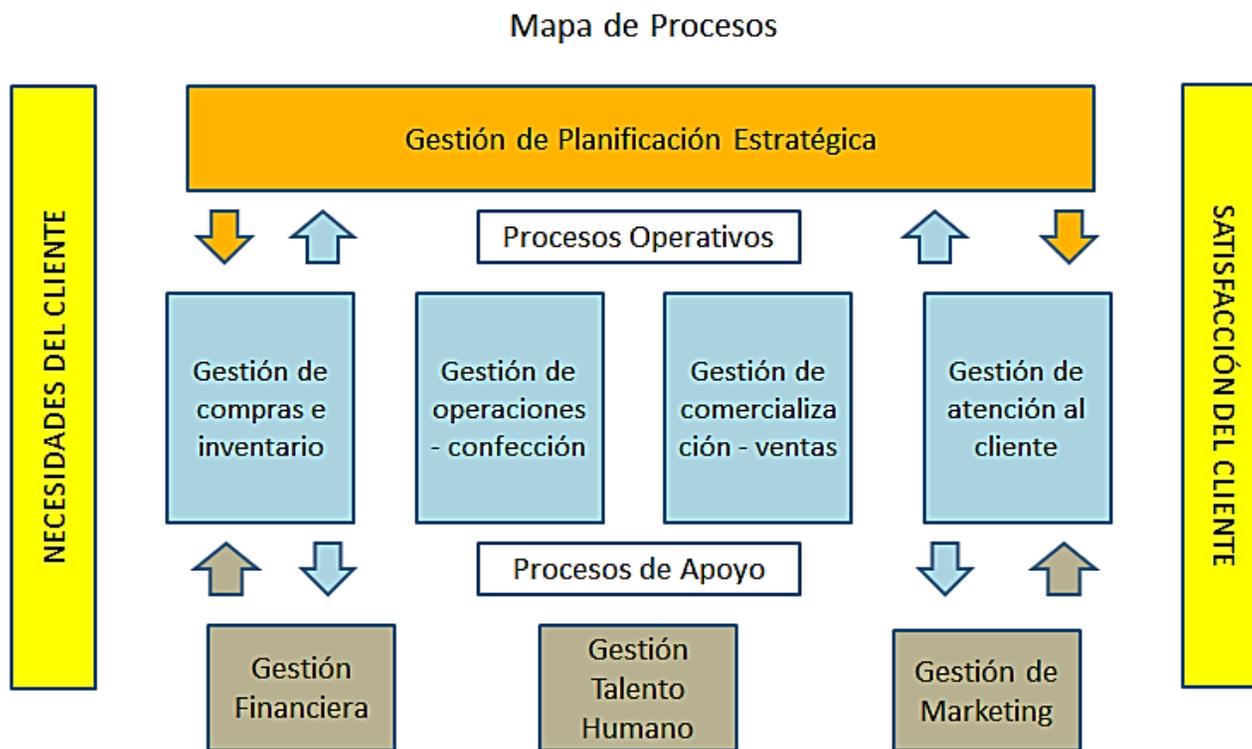


Gráfico 18. Mapa de procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

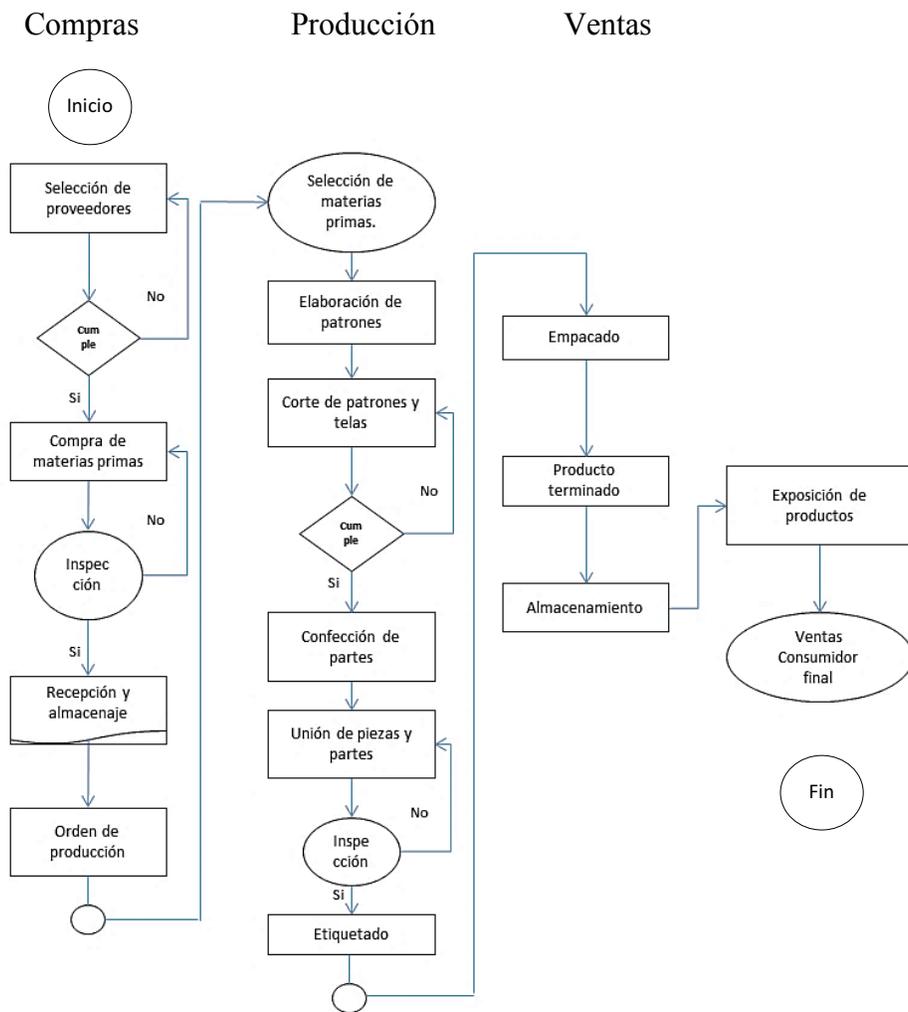


Gráfico 19. Flujograma de la producción de camisas con tela inteligente

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

La empresa tendrá espacios funcionales para las distintas áreas de bodega, producción y un espacio destinado a las ventas, en cada sección trabajarán las personas seleccionadas, quienes además son responsables por el manejo de las distintas máquinas y equipos, toda el área será aproximadamente en 120 m² de espacio, distribuida tal como se muestra en la figura siguiente.

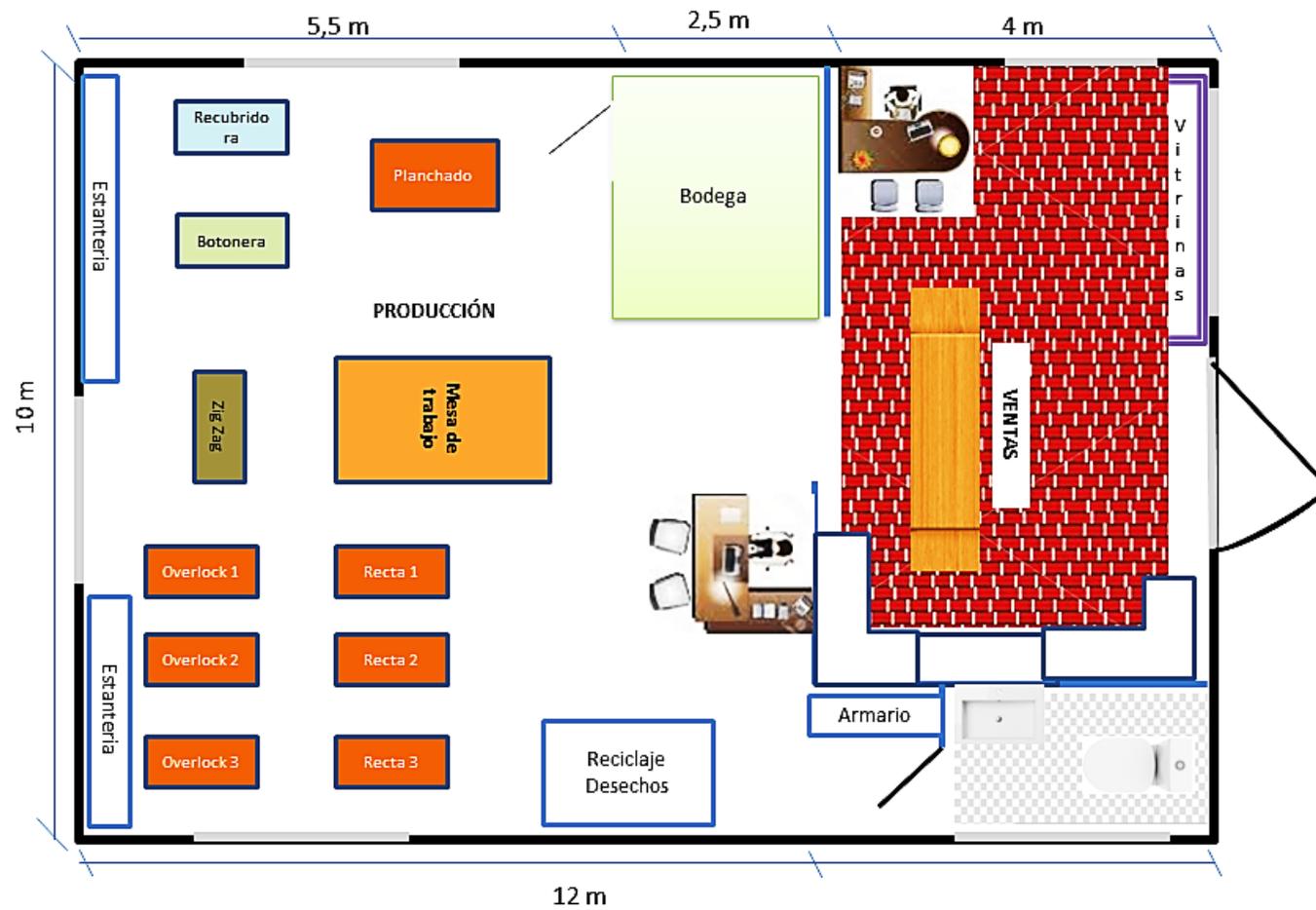


Gráfico 20. Distribución de planta

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: El Autor

A continuación, se observan en la Tabla 39, la descripción de máquinas, muebles y enseres que utilizará la empresa para sus operaciones en el mercado.

Tabla 39. Descripción de máquinas, muebles y enseres

Actividad	Equipo	Cant.	Velocidad nominal	Costo Unidad	Marca
Producción	Máquina de coser Overlock	3	4 horas	494,99	Jontex
	Máquina de coser recta	3	4 horas	380,00	Jontex
	Máquina de coser en zigzag	1	4 horas	476,00	Saga Sg-20u93
	Máquina Botonera	1	4 horas	990,00	Jontex
	Máquina Recubridora	1	4 horas	690,00	Jontex
	Máquina ind. ojaladora	1	4 horas	1.790,00	Jontex
	Plancha a vapor industrial	2	2 horas	95,00	Oster
Muebles y enseres	Mesa de trabajo	1	6 horas	250,00	
	Mesa de planchado	1	6 horas	150,00	
	Sillas de trabajo	5	8 horas	175,00	Pika
	Estanterías	2	24 horas	1000,00	Ochoa Hnos.
	Escritorios	2	8 horas	200,00	JY Modulares
	Sillas escritorio	4	8 horas	140,00	JY Modulares

Fuente: Mercado Libre (MERCADOLIBRE, 2020)

Elaborado por: El Autor

Los equipos de oficina son importantes en toda empresa, ayudan como complemento para la comercialización, y de un vínculo entre administración, producción y ventas.

Tabla 40. Descripción de equipos de oficina

Actividad	Equipo	Cant.	Velocidad nominal	Costo
Equipo de computación	Computador	1	Intel i5	550,00
	Impresora	1	Canon G3101	200,00
	Teléfono	1	Sonic	35,00

Fuente: Mercado Libre (MERCADOLIBRE, 2020)

Elaborado por: El Autor

A continuación, se observa el requerimiento de personal para la producción de camisas con tela inteligente, basado en la cantidad de producción que se desea tener, se incluyen el tiempo por actividad y las horas-hombre que se dedicarán al día y mes.

Tabla 41. Personas por actividad

Actividad	Tiempo	No. Personas	Horas-Hombres día y mes
Ingreso y preparación de personal	10 min	5	0.83 h / 4.5 h
Recepción de materias primas	30 min	1	0.5 h / 11 h
Producción	360 min	3	6 h / 660 h
Control de calidad	30 min	1	0.5 h / 11 h
Etiquetado y empaçado	30 min	2	0.5 h / 22 h
Almacenamiento	20 min	1	0.5 h / 11 h
Total	480 min		

Fuente: Recursos Humanos (Chiavenato, 2020)

Elaborado por: El Autor480/8

2.2.3. Tecnología a aplicar.

La tecnología inicia por la tela, debido a que ésta mantiene el calor corporal, permite la transpiración y eliminación de la misma, permitiendo a la persona mantenerse seca, disminuyendo el riesgo de bacterias, además la tela protege de los rayos UV, en definitiva y en futuro cercano las telas serán capaces de interactuar con el medio ambiente, así como brindar mayores beneficios a los propietarios de las prendas de vestir como las camisas.

El diseño es otro aspecto que se ve beneficiado en éste sector, debido al desarrollo de computadores cada vez con mayor capacidad y potencia, que apoyan y facilitan la fabricación de prendas de vestir, según la CIAI, tal es el caso que existen ya en el mercado telas que facilitan información de sus clientes en tiempo real o asincrónico, mediante la integración de electrodos que forman parte de la tela, funcionando como sensores y envían datos sobre algún aspecto específico. Aunque su origen ha sido para la industria militar, la sociedad civil se ve beneficiada ahora de estas materias primas para ser transformadas en otros productos con agregación de valor. (CIAI, 2017)

En cuanto a las máquinas necesarias para la producción, es un segmento que se innova periódicamente, sin embargo, no es necesario adquirir máquinas de última generación, basta con las existentes en el mercado.

2.3. Factores que afectan el plan de operaciones

2.3.1. Ritmo de producción.

La producción estará a cargo de 3 operarios, fabricando 22 camisas al día, los mismos que trabajarán en cada una de las actividades descritas.

El ritmo mensual de producción está en relación directa con las capacidades de las máquinas y equipos de producción, especialmente de la máquina de coser recta. Los tiempos promedios tienen una holgura de entre 5 a 10 minutos en relación al tiempo normal, esto debido a un posible imprevisto como cambios de hilos, problemas con tipos de costuras y adaptación de las mismas según la confección requerida. Los tiempos están referidos a cada operario y se considera la jornada de 8 horas de trabajo.

Tabla 42. Ritmo de producción

ACTIVIDAD	Nº Personas	Tiempo Promedio	Tiempo Normal	Ritmo de Trabajo
Elaboración de patronos	2	30 min	25 min	Medio
Corte de telas bajo patronos	3	30 min	25 min	Medio
Confección de partes de camisa	3	60 min	50 min	Medio
Unión de piezas de camisa	3	120 min	110 min	Medio
Control de calidad	1	45 min	40 min	Alto
Etiquetado	3	60 min	50 min	
Empacado	3	30 min	25 min	Bajo

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

2.3.2. Nivel de inventario promedio.

La producción diaria será de 22 camisas, logrando en el mes un promedio de 330 prendas, que cumplan con los estándares establecidos en el sector de la confección. Esto debido a que en el inicio de operaciones de la empresa serán bajas, tanto por la situación de emergencia sanitaria, así como también la dificultad de ingresar con un producto nuevo en el mercado, sin embargo, una vez que el producto sea reconocido, la producción se incrementará en un 10% para el siguiente año, dependiendo de las condiciones del mercado y el incremento de la demanda.

Tabla 43. Nivel de inventario

Operario	Unidades al día	Unidades al mes	Unidades al año	Materia Prima mes	Materia Prima año
1	7	110	1.320	495 m tela	5940 m
2	7	110	1.320	8 conos de hilo	96 conos de hilo
3	8	110	1.320	5940 botones	71.280 botones
Total	22	330	3.960		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

2.3.3. Número de trabajadores.

Para llevar a cabo la producción antes mencionada, es necesario contar con la colaboración de varias personas, a continuación, se detallan los trabajadores necesarios., con sus funciones y características.

Tabla 44. Número de trabajadores

Actividad	Nº Trabajadores	Nº Trabajadores siguiente año	Cargo
Producción	3	4	Operarios
Administración	1	1	Gerente
Ventas	1	1	Vendedor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Al inicio de las operaciones se requieren de 3 operarios con experiencia en sastrería, que manejen y sepan el uso de máquinas, equipos y herramientas propias de la confección de prendas de vestir, se los incorporará bajo la modalidad de relación de dependencia y contarán con todos los beneficios de ley, para el siguiente año de funcionamiento y bajo la expectativa de incrementar la oferta del producto, se incorporará 1 operario más, mientras que para los siguientes años, dependerá de la situación de la empresa para incorporar mayor personal.

2.4. Capacidad de producción

2.4.1. Capacidad de Producción Futura.

La capacidad de producción de la empresa está limitada por la actividad en la máquina de coser recta, debido a que es la que define el ritmo de producción, sin embargo al contar con tres operarios, quienes trabajarán en igualdad de condiciones y obligaciones, se estima entonces para la proyección el índice de crecimiento de la industria textil del 1,876% que consta en la Tabla 45 de la proyección de la oferta; para una mejor apreciación se expone el siguiente cuadro de producción futura.

Tabla 45. Producción futura

Año	Capacidad Actual Anual (u)	Capacidad Futura Anual (u)	Demanda insatisfecha unidades	Porcentaje
2020	3.960		331.233	1,20%
2021	1,876% (74)	4.034	334.812	1,20%
2022	1,876% (76)	4.110	338.471	1,21%
2023	1,876% (77)	4.187	342.092	1,22%
2024	1,876% (79)	4.266	345.783	1,23%
2025	1,876% (80)	4.346	349.509	1,24%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

A partir del segundo año de operaciones, se prevé un crecimiento del 1,876%, debido a la limitación del espacio físico y de la inversión que se requiere para la compra de nuevas máquinas, esto puede variar si se optimiza el rendimiento y capacidad de las máquinas, en un inicio se las ocupará al 37.5%, es decir que se las ocupa en promedio 3 horas, lo que corresponde al horario de trabajo normal, por lo tanto se puede aprovechar para elevar su desempeño hasta alcanzar su capacidad diseñada o al menos aproximarse a la misma.

2.5. Definición de recursos necesarios para la producción

2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Las materias primas son provistas por fabricantes y distribuidores locales, aunque no existen en gran cantidad, existen los suficientes como para no sufrir de desabastecimiento, así se tiene que no se dependerá de un solo proveedor, sino que se tendrá una base de datos que permita a la empresa planificar sus operaciones de manera regular.

Tabla 46. Materias primas

Materia Prima	Proveedor	Localización	Grado de sustitución	Producto sustituto
Telas inteligentes	Lafayette	Quito, Isla Floreana #112 e Isla Santa Fe	Bajo	Telas comunes
Hilos	Enkador	Av. Mariscal Sucre S18-52 y Angamarca	Medio	Hilos plásticos
Insumos	Insumoda	Isla Pinzón N43-4	Bajo	Insumos artesanales
Botones	Botoperla S.A.	Diego de Vázquez y Calle Once	Bajo	Botones artesanales
Etiquetas	Giovitex	Alberto Larrea E4-64 y Fidel Arteta	Medio	Etiquetas estampadas y textiles
Empaques	SigamaPlast	Pasaje Ek Recuerdo S/N e Ignacio Fernández Salvador	Medio	Empaques plásticos y de polipropileno

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

2.6. Calidad

2.6.1. Método de Control de Calidad.

Para llevar un control de calidad en la producción de camisas, se ha pensado como alternativa, el uso de un check list, o lista de verificación, la cual la aplicará el administrador del establecimiento, pudiendo hacerlo también el mismo empleado.

Tabla 47. Check list para producción de camisas

CONTROL DE CALIDAD PRODUCCIÓN DE CAMISAS			
Referencia:			
Inspección:			
Fecha de inspección:			
Artículo	Criterio	Cumple	No cumple
Tela	Color		
	Textura		
	Cantidad		
Patrón	Talla		
	Diseño		
Espalda	Talla		
	Diseño		
Frente	Talla		
	Diseño		
Mangas	Talla		
	Diseño		
	Costura		
Puños	Talla		
	Diseño		
	Costura		
Cuello	Talla		
	Diseño		
	Costura		
Botones	Color		
Ensamblaje partes	Costura		
	Terminado		
Empacado	Caja		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Además del check list, se utilizará como método de control, un cuadro de tolerancias en la confección de las prendas de vestir, este método permitirá verificar tanto las dimensiones, así como la confección y acabado de los productos, considerando las tallas XS, S, M, L, XL.

Tabla 48. Control de tolerancias para producción de camisas

Ítem-cód.	Descripción	cm
A	Largo de camisa medido desde base de cuello	+/- 2
B	Ancho pieza frontal de camisa medido de costura a costura	+/- 0.5
C	Ancho pieza posterior de camisa medido de costura a costura	+/- 0.5
D	Largo manga medido de borde a costura	+/- 1
E	Ancho de manga medido de borde a costura	+/- 1
F	Cuello medido de borde a costura	+/- 0.5
G	Puños medido de centro hasta abertura	+/- 0.5
H	Bolsillo medido desde 1/3 del largo de camisa	+/- 0.5
I	Etiqueta	+/- 0.5

Fuente: (SHUAN, 2013)

Elaborado por: El Autor

2.7. Normativas y permisos que afectan su instalación.

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional

Para mantener la seguridad tanto del cliente interno, así como del cliente externo dentro de la empresa, se deben observar y respetar la normativa legal vigente para el funcionamiento de estos establecimientos, a continuación, se exponen los criterios que deben considerarse para el efecto.

Según establece la Constitución de la República del Ecuador, en su art. 326 numeral 5, en el cual se establece que las personas que trabajan tienen derecho a hacerlo en un ambiente de trabajo seguro, idóneo y adecuado, en el cual pueda desarrollar sus funciones y actividades de manera segura, garantizando la salud, higiene, seguridad y

bienestar (ASAMBLEA-NACIONAL, 2013). Por lo tanto se adoptarán dichas normativas, incluyendo las BPM, señaladas en la Tabla 48, así que, desde el ingreso de los empleados se observará en primer lugar la puntualidad, el uso de adecuado de vestimenta apropiada que facilite el desenvolvimiento de la persona, luego para el inicio del proceso de producción, las materias primas, insumos, máquinas y equipos de producción tendrán su espacio definido, según constan en el plano de las instalaciones, llevando un orden tanto en su clasificación, como en el uso de las mismas, la disposición está planteada según las actividades de confección, almacenamiento y ventas, antes y al final de cada jornada, los puestos de trabajo serán aseados y los desperdicios ubicados en la zona asignada, además se hará una revisión del estado de máquinas, equipos y herramientas, si alguno de éstos tuviere un desperfecto o deterioro fuera de la normal, así como el desgaste natural de su uso, entonces se procede a informar al administrador de suceso, incluyendo la posible solución al problema.

Para la eliminación de los desechos, se respetarán los horarios en que la Empresa Municipal de Aseo-EMASEO, realiza los recorridos por el sector, debido a que son desechos comunes y representan mayor contaminación. Sobre la seguridad del local, éste dispone de varias ventanas, que facilitan la circulación de aire, renovando el mismo, así como disminuyendo la necesidad del uso excesivo de luminarias; también se dispone del sanitario y facilidades para que los empleados dispongan sus pertenencias de manera segura dentro del local, así también se establece una zona para la recepción del o de los clientes.

En cuanto a la salud ocupacional, la empresa aplicará de igual manera la normativa legal vigente, es decir, el empleado gozará de condiciones adecuadas para su desempeño laboral, de tal manera que el daño de una máquina, equipo a instrumento de producción que ponga en riesgo la salud o integridad del empleado, será sujeto de mantenimiento, revisión y reparación inmediata de los mismos. A continuación, se exponen algunas normativas, que se tendrán en cuenta para el trabajo diario de la confección.

Tabla 49. Normativas para instalación

Criterio	Normativa	Condición
Higiene	ARCSA – Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria	Permiso de funcionamiento
Seguridad Ambiental	Ministerio del Ambiente	Permiso anual
Funcionamiento	Patente Municipal	Permiso anual
Impuestos	SRI	RUC o RISE
Funcionamiento	LUAE Actividades económicas (Municipio y Bomberos)	Licencia Única de Actividades Económicas

Fuente: Control Sanitario (ARCSA, 2015)

Elaborado por: El Autor

Adicional a esto se aplicarán las BPM de manufactura, establecidas por las entidades gubernamentales como el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador, a continuación, el detalle que se considera para el sector de la confección.

Tabla 50. Buenas prácticas de manufactura sector confección textil

N°	Buenas Prácticas de Manufactura
1	Seleccionar los materiales requeridos para las operaciones textiles de acuerdo a la ficha técnica de cada producto.
2	Seleccionar los productos químicos requeridos para los tratamientos de las materias textiles, siguiendo las indicaciones de la ficha técnica de cada producto.
3	Almacenar los productos textiles en cualquier fase del proceso de fabricación, asegurando su conservación mediante el acondicionamiento correspondiente.
4	Seleccionar el material solicitado de acuerdo a las características indicadas en las órdenes de movimiento de materiales y productos, para su carga o descarga en cualquier etapa del proceso.
5	Transportar los productos y unidades de carga a los sitios requeridos, siguiendo las instrucciones de procedimiento y órdenes recibidas.
6	Abastecer de materias primas y materiales a las líneas de producción conforme la ficha de producción y el manual de procedimiento.
7	Retirar los residuos generados en los procesos productivos a las zonas previstas para dicho fin, conforme la ficha de producción y el manual de procedimiento.
8	Realizar el mantenimiento de primer nivel de los equipos de transporte, cumpliendo las disposiciones de seguridad y salud establecidas para su uso.
9	Adoptar las medidas de seguridad establecidas para la prevención de riesgos laborales y de la salud en el trabajo conforme normas internacionales y reglamentos internos.

Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador

Elaborado por: El Autor

CAPITULO III

3. AREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. Objetivo del capítulo

Determinar el área de organización y gestión que se requerirá para la implementación de la empresa considerando aspectos administrativos y de talento humano.

3.2. Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1. Visión de la Empresa.

Ser en el siguiente quinquenio, un referente en la confección textil de la moda masculina, mediante el diseño y fabricación de productos basados en materias primas inteligentes, que aumenten la comodidad y seguridad en el vestir de sus clientes, asegurando calidad, diseño y estilo en cada producto elaborado.

3.2.2. Misión de la Empresa:

Fabricar camisas de calidad, que cumplan con las necesidades de nuestros clientes en cuanto a prendas de vestir, confeccionados mediante procesos y controles que exigen los estándares de calidad, diseño y confort, utilizando materiales inteligentes, diseñando estilos propios y originales, mejorando la imagen del consumidor, aprovechando el

desarrollo tecnológico de la industria textil y de la confección, con honestidad, seriedad, transparencia y responsabilidad, brindando comodidad y bienestar a nuestros clientes.

3.2.3. *Objetivos y estrategias*

Objetivos estratégicos son la declaración de qué resultados se desean lograr como organización para cumplir con la misión. Las estrategias son las directrices que ayudan a elegir las acciones adecuadas para alcanzar las metas de la organización. Para un buen desempeño de la empresa en el mercado de la confección masculina, se han planteado la consecución de objetivos estratégicos, los mismos que se basan en el análisis tanto del macro entorno, así como del micro entorno de la empresa presente.

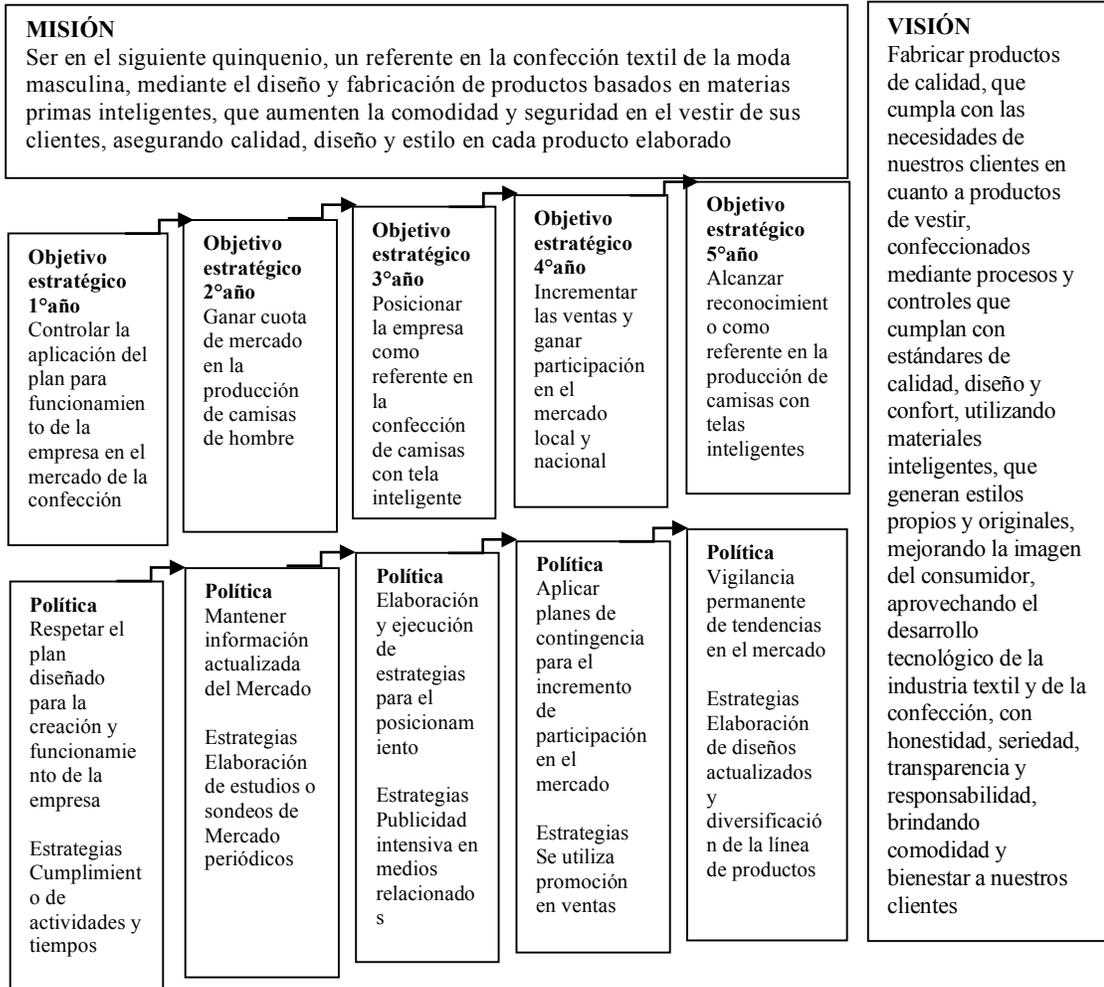


Gráfico 21. Objetivos estratégicos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

3.3. Organización funcional de la empresa

3.3.1. Organización Interna

La empresa para su desempeño organizacional utiliza una estructura vertical, denominada también jerárquica, desde la administración hasta los niveles operativos, consta de los puestos que cumplen las actividades productivas y de comercialización, necesarios para su funcionamiento.

EMPRESA NAPOLEÓN SEGOVIA

Organigrama Estructural

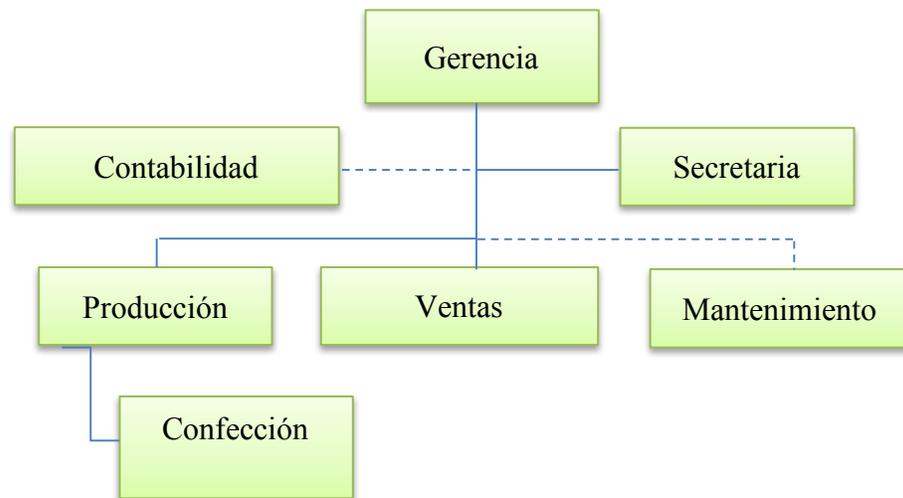


Gráfico 22. Organigrama estructural empresa NS

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

La empresa está dirigida por una Gerencia, quien administra todas las operaciones y planes de la misma, cuenta con una secretaria, quien colabora en actividades administrativas necesarias para el desempeño administrativo y comercial del negocio,

se advierte el área de producción, en donde se encuentran los operarios quienes fabrican los productos, luego el área de Comercialización, encargada de las ventas y finalmente se observa como un área adjunta Mantenimiento, la cual junto al Asesor Contable son temporales, o en su defecto tienen relación únicamente cuando se requieran sus servicios. A continuación, se observa el organigrama funcional de la empresa, con las funciones en las distintas áreas o actividades mencionadas en la organización estructural.

EMPRESA NAPOLEÓN SEGOVIA

Organigrama Funcional

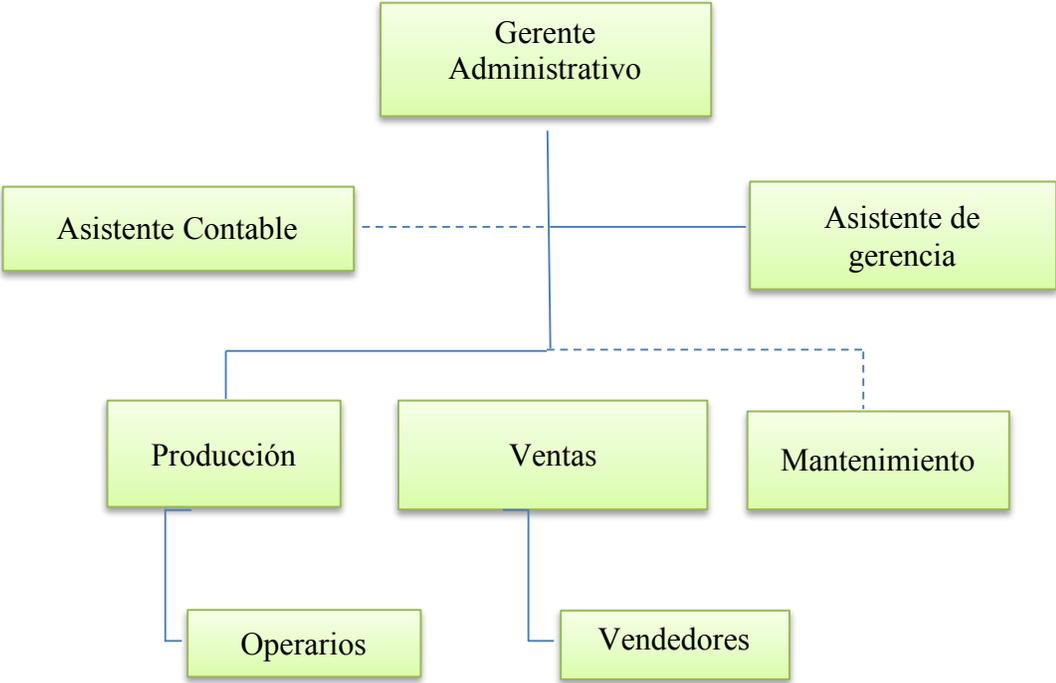


Gráfico 23. Organigrama funcional empresa NS

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: El Autor

3.3.2. Descripción de puestos.

Tal como lo dice Idalberto Chiavenato, quien menciona que las necesidades de la empresa en cuanto a la descripción y especificación de cargos, está en relación directa con las responsabilidades, tareas y deberes de la persona que las ejecuta, por lo tanto dicha persona debe estar preparada para ejercer dichas actividades. (Chiavenato, 1999)

En las siguientes tablas se describen los puestos y requerimientos para en cada caso para su desempeño.

Tabla 51. Descripción del puesto de administrador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	Administrador
<i>Jefe inmediato superior</i>	NA
<i>Supervisa a</i>	Todo el personal y todas las áreas

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Planificar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades de la organización

III FUNCIONES:

-
- Representar legalmente a la empresa ante terceros.
 - Planificar planes y estrategias para el desempeño de la empresa
 - Dirigir las operaciones y actividades productivas
 - Ejecutar la planificación para el alcance de los objetivos planificados
 - Controlar las actividades productivas y comerciales de la empresa
 - Tomar decisiones en beneficio de la organización
 - Contratar el talento humano necesario para el funcionamiento de la organización
 - Establecer las estrategias para los vínculos y negociaciones con proveedores y clientes
 - Manejo efectivo de la organización en búsqueda del logro y cumplimiento de los objetivos planificados

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Ing. Administración de Empresas
<i>Experiencia</i>	Mínimo dos años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	Capacidad de dirección y comunicación
<i>Formación</i>	Contabilidad, RRHH, Mercadeo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 52. Descripción del puesto de secretaria

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	Secretaria
<i>Jefe inmediato superior</i>	Administrador
<i>Supervisa a</i>	N/A

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Apoya a Gerencia en aspectos y actividades administrativas y comunicación, busca y maneja información, redacta informes solicitados por el Administrador, registra y ordena información interna y externa, lleva registros de clientes, proveedores, se desempeña con rapidez, honorabilidad y lealtad.

III FUNCIONES

-
- Organiza información y actividades para gerencia
 - Apoya a gerencia en actividades de administración y comunicación de la empresa
 - Organiza y maneja información de archivo e inventarios
 - Organiza y maneja información digital, registros de productos, clientes y proveedores.
 - Atiende llamadas y requerimientos vía telefónica o medios digitales
 - Recibe y despacha facturas o registros de información interna y externa

- Conoce información y responsabilidades de puestos y otros miembros de la empresa
- Comunica acuerdos o directrices, canalizando medios de comunicación
- Organiza actividades de gerencia, mediante una agenda de trabajo
- Revisa y registra documentación contable como facturas, notas de pedido, pagos
- Elabora actividades de secretariado, despacho y atención de clientes y proveedores
- Utiliza materiales de oficina de forma eficiente

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Tecnólogo
<i>Experiencia</i>	Mínimo dos años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	Capacidad de comunicación, atención al cliente, organización y ejecución de calendarios y cronogramas, manejo de software para gestión de actividades relacionadas al puesto, experiencia en relaciones interpersonales
<i>Formación</i>	Conocimiento y manejo de actividades administrativas y sus procesos.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 53. Descripción del puesto de operario

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	Operario
<i>Jefe inmediato superior</i>	Administrador
<i>Supervisa a</i>	N/A

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Realiza diseños y patrones para la confección de prendas de vestir de hombre, utiliza herramientas propias de la confección y sastrería, informa de necesidades de materias primas y repuestos o accesorios para la confección, corta, confecciona y da el acabado a las prendas de vestir.

III FUNCIONES:

-
- Instala y maneja equipos, máquinas y herramientas para la confección de prendas de vestir.
 - Corta, elabora patrones y confecciona prendas de vestir de hombre.
 - Maneja procesos de confección, elaboración y ensamblaje de partes de prendas de vestir
 - Adecúa y mantiene su espacio de trabajo en óptimas condiciones para su desempeño.
 - Realiza mantenimiento preventivo de máquinas y equipos de confección
 - Ejecuta órdenes de trabajo cumpliendo con requerimientos de producción

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Bachiller
<i>Experiencia</i>	Mínimo dos años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	Capacidad de comunicación y ejecución de órdenes de trabajo. Trabajo en equipo.
<i>Formación</i>	Conocimiento y manejo de procesos de confección de prendas de vestir

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 54. Descripción del puesto de vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	Vendedor
<i>Jefe inmediato superior</i>	Administrador
<i>Supervisa a</i>	N/A

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Atender y asistir a los clientes internos y externos de la empresa en la compra venta de productos y prendas de vestir, genera y mantiene buenas relaciones con los clientes, apoya en procesos comerciales y vela por la integridad de los recursos de la empresa.

III FUNCIONES:

-
- Atiende procesos de atención para la compra venta de productos confeccionados.
 - Elabora pedidos y facturas de compra de productos
 - Maneja información sobre pedidos y requerimientos de inventario para ventas
 - Maneja precios y estrategias de ventas
 - Identifica necesidades de los clientes y promociona productos de la empresa
 - Mantiene y respeta cultura e imagen de la empresa

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Tecnólogo
<i>Experiencia</i>	Mínimo dos años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	Capacidad de comunicación asertiva y buen manejo de relaciones con el cliente. Trabajo en equipo.
<i>Formación</i>	Conocimiento y manejo de técnicas de ventas y atención al cliente.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 55. Descripción del asesor o auxiliar contable

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	Asesor Contable
<i>Jefe inmediato superior</i>	Administrador
<i>Supervisa a</i>	N/A

II NATURALEZA DEL PUESTO:

Elabora archivos de control, producción, ingresos y egresos contables, registra transacciones contables, ventas y compras, maneja información financiera sobre nómina, liquidación de impuestos y seguridad social de los colaboradores de la empresa.

III FUNCIONES:

- Registra facturas, notas y pedidos para la contabilidad de la empresa
- Mantiene registro de pagos de obligaciones, sueldos e impuestos de la gestión de la empresa.
- Elabora nómina y registro de transacciones para liquidación de impuestos y pagos a la seguridad social.
- Organiza información contable de la empresa, por categorías, líneas de productos o requerimientos de gerencia.
- Identifica posibles errores o riesgos contables producto del giro del negocio
- Plantea acciones de mejora para un mejor desempeño contable de la empresa

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	Contador CPA
<i>Experiencia</i>	Mínimo dos años en cargos similares
<i>Habilidades</i>	Capacidad de comunicación asertiva, manejo de relaciones interpersonales. Trabajo en equipo. Confidencialidad
<i>Formación</i>	Conocimiento y gestión de procesos contables y financieros

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

3.4. Control de gestión

3.4.1. Indicadores de gestión.

Los indicadores de gestión están relacionados con la administración, la producción y la comercialización de los productos de la empresa, a continuación, se pone de manifiesto los principales indicadores, disponibles en la Tabla 56

Tabla 56. Indicadores de gestión

ÁREA	INDICADOR	FORMULA	INTERPRETACIÓN
Administración	<i>Cumplimiento de producción</i>	$\frac{\text{Producción sin defectos}}{\text{Producción Planificada}} \times 100\%$	Se mide la calidad de productos sin defectos dispuestos para la venta
Producción	<i>Calidad</i>	$\frac{\text{Producción sin defectos}}{\text{Producción Planificada}} \times 100\%$	Mide la cantidad de productos que cumplen estándares de calidad
Comercialización	<i>Ventas</i>	$\frac{\text{Ventas realizadas}}{\text{Ventas programadas}} \times 100\%$	Mide eficiencia en Ventas
	<i>Satisfacción del cliente</i>	$\frac{\text{Quejas atendidas}}{\text{Quejas recibidas}} \times 100\%$	Mide grado de satisfacción de reclamos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

3.5. Necesidades de personal

La empresa de confecciones Napoleón Segovia NS, inicia su gestión con 5 empleados de planta, de los cuales tres son operarios en confección, un vendedor y un gerente, planificando para el siguiente año de funcionamiento el incremento de 1 (un) operario extra, con lo cual se incrementará la producción actual en un 30% aproximadamente, alcanzando los objetos propuestos tanto en producción como en la comercialización de sus productos. Sin embargo, también se dispondrá un asesor contable y una persona para el mantenimiento preventivo y correctivo de las máquinas y equipos, quienes mediante un contrato de prestación de servicios ocasionales estarán ligados a la organización.

Tabla 57. Personal de empresa

Empleado	Cantidad	Sueldo	Tipo de contrato
<i>Administrador</i>	1	\$ 1.000,00	Tiempo completo
<i>Secretaria</i>	1	\$ 400,00	Tiempo completo
<i>Operarios</i>	3	\$ 400,00	Tiempo completo
<i>Vendedor</i>	1	\$ 400,00	Tiempo completo
<i>Asesor contable</i>	1	\$100,00	Tiempo parcial

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

CAPITULO IV

4. AREA JURIDICO LEGAL

4.1. Objetivos del estudio jurídico legal

Determinar la forma jurídica y requerimientos legales para la implementación del nuevo negocio respetando la normativa legal vigente

4.2. Determinación de la forma jurídica

Debido a los problemas actuales derivados de la emergencia sanitaria a nivel mundial, siendo el Ecuador uno de los más afectados, su gobierno ha decidido facilitar e impulsar el emprendimiento a nivel general, en tal virtud la empresa Napoleón Segovia, funcionará como una Sociedad por Acciones Simplificada, en vista que estará constituida por su creador como único propietario, éste sistema permite constituir a una o personas naturales o jurídicas en compañías legalmente constituidas, no tiene costo y es sujeto de crédito.

Según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador, los requisitos para constituir una Sociedad por Acciones Simplificada – SAS, son los siguientes:

Tabla 58. Requisitos para constituir una S.A.S.

N°	REQUISITO
1	Certificado electrónico del accionista (Firma Electrónica – Ver Anexo 1).
2	Reserva de la denominación (Ver Anexo 1).
3	Contrato privado o escritura.
4	Nombramiento(s).
5	Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es: <ul style="list-style-type: none">a. Tipo de solicitanteb. Nombre completoc. Número de identificaciónd. Correo electrónicoe. Teléfono convencional y/o teléfono celularf. Provinciag. Ciudadh. Dirección
6	Copia(s) de cédula o pasaporte.

Fuente: Sociedad por Acciones Simplificadas. (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, 2020)

Elaborado por: El Autor

Los pasos que se deben seguir para constituir este tipo de compañías es el siguiente:

Tabla 59. Pasos para constituir una S.A.S.

N°	PASOS
1	Crear la reserva de denominación <ol style="list-style-type: none">Ingresar al portal www.supercias.gob.ecIngresar al Portal de Trámites - Sector Societario.Ingresar usuario y Clave (Si no lo tiene ver Anexo 1), escoja la opción Reserva de Denominación (Ver anexo 1).Ingresar a la Opción Constitución.Siga los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía S.A.S. f. Terminado el proceso imprima su Reserva.
2	Descargar formato de documentos: contrato, nombramientos, formularios de registro. <ol style="list-style-type: none">Ingrese al portal www.supercias.gob.ecIngrese a Guías del Usuario y descargue los formatos y documentos requeridos.Llene la información solicitada en los documentos descargados
3	Enviar a la cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente, los documentos obligatorios. <ol style="list-style-type: none">Solicitud de Constitución.Un archivo PDF que contenga Contrato Privado / Escritura + Reserva debidamente firmado electrónicamente.Un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente.Un archivo PDF que contenga los formularios de registro de los accionistas y administradores y la copia de las respectivas cédulas o pasaportes.

-
- 4 Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante
 - 5 El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. de no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del contrato o escritura y del o los nombramientos según sea el caso
 - 6 Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes.
-

Fuente: Sociedad por Acciones Simplificadas. (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, 2020)

Elaborado por: El Autor

4.3. Patentes y Marcas

Necesidad de protección legal Procesos de tramitación

Para el funcionamiento legal de la empresa Napoleón Segovia, es necesario legalizar la misma ante los distintos organismos que rigen las actividades comerciales, legales, sanitarias entre otras, especialmente a nivel gubernamental y municipal, de tal manera que se obtendrá la Patente Municipal, consiste en el impuesto que deben pagar todos quienes ejerzan una actividad económica en el D. M. de Quito.

En cuanto a la marca, en un inicio se registrará la empresa con su dominio legal, mientras que el registro de la marca del producto se lo hará en el SENADI, siendo ésta

entidad la única que concede derechos y beneficios al registrar una marca de un bien o servicio, asignándolos a su creador o propietario.

Para el registro de la marca, se presentará una solicitud de registro, junto a éste registro se debe presentar una Búsqueda Fonética, la cual garantiza que no existen marcas, signos, símbolos entre otros parecidos o similares, previamente registrados.

Formulario de solicitud para búsqueda fonética

Este formulario se lo puede descargar del portal virtual del SENADI (IEPI, 2019), en el cual se ingresa a su plataforma, luego se debe completar y subir la solicitud, para lo cual se crea un casillero virtual, en el que consta la documentación digital y virtual en el sistema, luego debe cancelarse la tasa administrativa de \$ 208,00 dólares americanos en la cuenta de la institución en el Banco del Pacífico, como resultado se obtiene el número de registro o trámite del proceso, llamado expediente, éste proceso culmina con la resolución de aceptación o rechazo de la solicitud, si es positiva se emite el título de registro de la marca.

4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Para el desempeño legal de la empresa Napoleón Segovia, se deben obtener los siguientes permisos y licencias:

- Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas en el Distrito Metropolitano Quito (LUAE)
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud
- Registro Único de Contribuyentes RUC.
- Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura CBPM.

Para el funcionamiento de las empresas en el D. M. de Quito, también se necesitan permisos, certificados o ciertos documentos que garanticen la legalidad y verificación de los entes reguladores de las actividades económicas, a continuación, en la Tabla 60, se advierten los documentos, su denominación y la entidad que otorga el documento para el desempeño de la actividad de confección de camisas.

Tabla 60. Permisos y documentos

Documento	Permiso	Institución que otorga
<i>Patente municipal</i>	Permiso de Funcionamiento	I. Municipio de Quito
<i>Registro Sanitario</i>	Permiso de Funcionamiento	Agencia Nacional de regulación, Control y Vigilancia Sanitaria
<i>Registro Único de Contribuyentes</i>	RUC	Servicio de Rentas Internas del Ecuador SRI
<i>Registro de funcionamiento</i>	LUAE	I. Municipio de Quito
<i>Certificado de Funcionamiento</i>	Permiso de Funcionamiento para locales en Quito	Cuerpo de Bomberos de Quito

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

CAPITULO V

5. AREA FINANCIERA

5.1. Objetivos del estudio de financiero

Verificar la viabilidad financiera de la nueva empresa mediante proyecciones de los estados financieros y la medición de indicadores financieros de viabilidad y rentabilidad.

5.2. Plan de inversiones

Según la Corporación Financiera Nacional-CFN (CFN, 2018), cualquier plan o proyecto de inversión, ya sea una empresa o emprendimiento de cualquier tamaño, requiere o necesita de una serie de recursos y actividades para su funcionamiento, los cuales dependerán del tamaño de la organización que se desea iniciar, sus características e incluso de los fines que persigue.

Para el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA, 2021), de procedencia española, la planificación del aspecto financiero es de suma importancia, además de ser continuo, se parte de cero, por lo tanto requiere de mucho esfuerzo, constancia, continuidad, rigurosidad, y por supuesto mucho sacrificio para respetar las reglas o restricciones a nivel financiero para el logro de las metas de la empresa u organización.

Para el buen desempeño de la empresa Napoleón Segovia, debe cumplir con las siguientes actividades financieras, las cuales constan a continuación:

Tabla 61. Plan de inversiones

Cant.	Descripción	Valor unitario USD	Total USD	TOTALES USD
	ACTIVOS FIJOS			13.900,97
	Muebles y enseres		4.685,00	
1	Mesa de trabajo	250	250,00	
5	Sillas de trabajo	175	875,00	
2	Estanterías	1000	2.000,00	
2	Escritorios	500	1.000,00	
4	Sillas escritorio	140	560,00	
	Maquinaria y equipos		4.970,97	
3	Máquina de coser Overlock	494,99	1.484,97	
3	Máquina de coser recta	380	1.140,00	
1	Máquina de coser en zigzag	476	476,00	
1	Máquina Botonera	990	990,00	
1	Máquina Recubridora	690	690,00	
2	Plancha a vapor industrial	95	190,00	
	Herramientas		148,00	
12	Agujas maquinas rectas	1,00	12,00	
6	Agujas máquina overlock.	1,00	6,00	
6	Agujas máquina de coser en zigzag	1,00	6,00	
12	Agujas máquina botonera	1,00	12,00	
6	Agujas máquina Recubridora	1,00	6,00	
12	Cinta métrica	1,50	18,00	
12	Tijeras	3,25	39,00	
6	Reglas	1,50	9,00	
2	Basureros para producción	20,00	40,00	
	Equipos de Oficina		1.107,00	
1	Teléfonos	35,00	35,00	
1	Teléfono celular	150,00	150,00	
1	Cámaras de seguridad	900,00	900,00	
1	Dispensador de agua	22,00	22,00	
	Equipos de computación		2.990,00	
2	Computadora portátil	500,00	1.000,00	
2	Impresora Epson L410	350,00	700,00	
1	Programa contable	1.200,00	1.200,00	
3	UPS regulador voltaje	30,00	90,00	
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN			2.292,50
	Constitución jurídica S.A.S.	20,00	20,00	
	Permisos Legales		348,00	
1	Proceso y Trámite de registro de marca	208,00	208,00	
1	Permiso de Cuerpo de Bomberos	40,00	40,00	
1	Permiso LUAE	100,00	100,00	

Cant.	Descripción	Valor unitario USD	Total USD	TOTALES USD
	Instalaciones y remodelaciones		1.924,50	
	Adecuaciones		1.672,00	
10	Divisiones de gypsum	10,00	100,00	
4	Puertas de aluminio	150,00	600,00	
1	Baño y lavabo de manos	100,00	100,00	
4	Pintura decoración	18,00	72,00	
1	Mano de obra de adecuaciones	800,00	800,00	
	Material eléctrico		252,50	
10	Focos Led	3,25	32,50	
1	Cableado energía eléctrica	100,00	100,00	
8	Toma corrientes	10,00	80,00	
8	Interruptores	5,00	40,00	
	CAPITAL DE TRABAJO			32.287,84
	COSTO DE PRODUCCIÓN		18.054,42	
	Sueldos mano de obra directa	1.695,74	5.087,22	
	Materiales indirectos	95,85	287,55	
	Materia Prima	3.082,55	9.247,65	
	Servicios básicos de producción	144,00	432,00	
	Arriendos	1.000,00	3.000,00	
	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		11.130,68	
	Sueldos Administrativos	3.457,83	10.373,48	
	Servicios básicos	74,00	222,00	
	Suministros de oficina	53,50	160,50	
	Útiles de limpieza	124,90	374,70	
	GASTOS DE VENTAS		3.102,74	
	Publicidad	469,00	1.407,00	
	Sueldos de personal de ventas	565,25	1.695,74	
	TOTAL INVERSIÓN INICIAL			48.481,31

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se determina que para los activos como son: muebles y enseres, equipos de computación, maquinaria y equipos, y herramientas se invertirá USD \$ 13.900,97; los gastos de constitución generan un valor de USD \$ 2.292,50; donde se incluyen la inscripción de la escritura, actas y asesoramiento legal; patentes y permisos y gastos de instalación para la adecuación de la Planta. El capital de trabajo está determinado con un valor de USD \$ 32.287,84 los mismos que están provisionados para los pagos de sueldos, materia prima, arriendos y servicios básicos de los primeros tres meses iniciales del negocio.

5.3. Plan de Financiamiento

Para los autores Arturo Castro y José Morales (CASTRO&MORALES, 2014), en su libro *Palneación Financiera*, manifiestan que uno de los principales objetivos de un plan financiero, es el de cuantificar y obtener los resultados financieros, que la empresa utilizará, y a los cuales debe ajustarse, especialmente en sus presupuestos de operación, debido a que constituyen un elemento de gestión, que permite manejar la información de las operaciones de la empresa.

Tabla 62. Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Efectivo	\$ 48.481,31	100%	
Recursos propios	\$ 48.481,31		100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. Es esta tabla se muestra que para el financiamiento del proyecto NAPOLEÓN SEGOVIA se estableció un aporte del 100% del accionista que van a conformar esta empresa, es decir, que como capital propio se contará con el 100% de la inversión del proyecto.

5.4. Cálculo de costos y gastos

5.4.1. Detalle de Costos

Para los costos que tendrá la empresa que se dividen en costos operativos de Mano de Obra directa como indirecta, también se detalla el valor del costo asignado de los insumos utilizados para la producción y empaclado del producto terminado con sus respectivos valores, mensuales y anuales, como se detallan en la siguiente tabla;

Tabla 63. Detalle de los costos

Descripción	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
Materia Prima					
Tela	Metro	495	5,85	2.895,75	34.749,00
Hilo	Carrete	8	8,50	68,00	816,00
Botones	unidad	5.940	0,02	118,80	1.425,60
			Totales	3.082,55	36.990,60
Materiales indirectos					
Empaque para camisas (cajas)	Unidad	495	0,10	49,50	594,00
Etiquetas	Unidad	495	0,05	24,75	297,00
Mascarillas	cajas	1	15,00	15,00	180,00
Cofias	Unidad	44	0,15	6,60	79,20
			Totales	95,85	1.150,20
Mano de Obra Directa					
Operario 1	Unidad	1	565,25	565,25	6.782,96
Operario 2	Unidad	1	565,25	565,25	6.782,96
Operario 3	Unidad	1	565,25	565,25	6.782,96
			Totales	1.695,74	20.348,88
Arriendos					
Alquiler local	Unidad	1	1.000,00	1.000,00	12.000,00
			TOTAL	1.000,00	12.000,00
Servicios básicos de producción					
Agua	Mts 2	600	0,04	24,00	288,00
Energía eléctrica	Kw / hr	3.000	0,04	120,00	1.440,00
			TOTAL	0,08	144,00
Depreciaciones de equipos y herramientas					
Maquinaria y equipos	Unidad	1	4.970,97	41,42	497,10
Herramientas	Unidad	1	148,00	2,47	29,60
			Totales	43,89	526,70
Mantenimiento de equipos y herramientas					
Maquinaria y equipos	Unidad	1	4.970,97	12,43	149,13
Herramientas	Unidad	1	148,00	0,37	4,44
			Totales	12,80	153,57
Seguros de equipos y herramientas					
Maquinaria y equipos	Unidad	1	4.970,97	12,43	149,13
Herramientas	Unidad	1	148,00	0,37	4,44
			Totales	12,80	153,57

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.4.2. Proyección de Costos

Tabla 64. Proyección de los costos

Descripción	Costo mensual	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materia Prima	3.082,55		36.990,60	36.990,60		37.004,66	37.004,66
Materiales indirectos	95,85		1.150,20	1.150,20		1.150,64	1.150,64
Mano de Obra Directa	1.695,74		20.348,88	20.348,88		20.356,61	20.356,61
Servicios básicos de producción	144,00		1.728,00	1.728,00		1.728,66	1.728,66
Arriendos	1.000,00	12.000,00		12.000,00	12.000,00		12.000,00
Depreciaciones de equipos y herramientas	43,89		526,70	526,70		526,70	526,70
Seguros de equipos y herramientas	12,80		153,57	153,57		153,63	153,63
Mantenimiento de equipos y herramientas	12,80		153,57	153,57		153,63	153,63
	6.087,63	12.833,84	60.217,68	73.051,52	12.833,95	60.240,56	73.074,51

Descripción	Costos		Total año 3	Costos		Total año 4	Costos		Total año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materia Prima		37.018,72	37.018,72		37.032,79	37.032,79		37.046,86	37.046,86
Materiales indirectos		1.151,07	1.151,07		1.151,51	1.151,51		1.151,95	1.151,95
Mano de Obra Directa		20.364,35	20.364,35		20.372,09	20.372,09		20.379,83	20.379,83
Servicios básicos de producción		1.729,31	1.729,31		1.729,97	1.729,97		1.730,63	1.730,63
Arriendos	12.000,00		12.000,00	12.000,00		12.000,00	12.000,00		12.000,00
Depreciaciones de equipos y herramientas		526,70	526,70	526,70		526,70	526,70		526,70
Seguros de equipos y herramientas		153,69	153,69	153,74		153,74	153,80		153,80
Mantenimiento de equipos y herramientas		153,69	153,69	153,74		153,74	153,80		153,80
	12.834,07	60.263,45	73.097,52	12.834,19	60.286,35	73.120,54	12.834,30	60.309,26	73.143,57

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestra la proyección anual de costos para los próximos 5 años, utilizando el promedio de la tasa de inflación anual de los últimos 5 años hasta el 2020, (Anexo 1) es de 0,84% de acuerdo a los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en su boletín técnico de diciembre 2020. (INEC, 2020)

5.4.3. Detalle de Gastos

Tabla 65. Detalle de gastos administrativos

Detalle	Unidad de medida	Cant. mensual requerida	Valor unitario USD	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual USD	Valor anual USD
Sueldos de personal						
Gerente	Unidad	1	3.357,83	97%	3.357,83	40.293,92
Auxiliar Contable	Unidad	1	100,00	3%	100,00	1.200,00
		TOTAL	3.457,83	100%	3.457,83	41.493,92
Servicios Básicos						
Agua	Mts 2	50	0,04	3%	2,00	24,00
Energía eléctrica	Kw / hr	150	0,04	8%	6,00	72,00
Internet	megas	1.800	0,02	49%	36,00	432,00
Teléfono	Minutos	1	30,00	41%	30,00	360,00
		TOTAL	30,10	100%	74,00	888,00
Útiles de Limpieza						
Trapeador	Unidad	3	12,00	29%	36,00	432,00
Desinfectantes	Unidad	6	4,40	21%	26,40	316,80
Escoba	Unidad	3	3,60	9%	10,80	129,60
Pala	Unidad	3	3,00	7%	9,00	108,00
Jabón Líquido	Unidad	6	4,20	20%	25,20	302,40
Papel Higiénico	Unidad	5	0,50	2%	2,50	30,00
Tachos para basura	Unidad	6	2,50	12%	15,00	180,00
		TOTAL	30,20	100%	124,90	1.498,80
Suministros de oficina						
Factureros	Unidad	2	12,00	45%	24,00	288,00
Esferos	Unidad	4	0,35	3%	1,40	16,80
Lapiceros	Unidad	4	0,40	3%	1,60	19,20
Clips	Caja	3	1,50	8%	4,50	54,00
Carpetas archivadoras	Unidad	4	3,50	26%	14,00	168,00
Resmas de papel	Unidad	2	4,00	15%	8,00	96,00
		TOTAL	21,75	100%	53,50	642,00
Depreciación bienes Adm.						
Muebles y enseres	Unidad	1	4.685,00	53%	39,04	468,50
Equipos de Oficina	Unidad	1	1.107,00	13%	9,23	110,70
Equipos de computación	Unidad	1	2.990,00	34%	83,06	996,67
		TOTAL	8.782,00	100%	131,32	1.575,87
Gastos de constitución						
Constitución jurídica S.A.S.	Unidad	1				20,00
Instalaciones y remodelaciones	Unidad	1				1.924,50
Permisos Legales	Unidad	1				348,00
		Total Gastos de constitución				2.292,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se detalla los rubros de los gastos que corresponden al área administrativa, y los gastos constitutivos.

Tabla 66. Detalle de los gastos de ventas

Detalle	Unidad de medida	Cant. mensual requerida	Valor unitario USD	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual USD	Valor anual USD
Publicidad						
Redes Sociales	Unidad	100	0,25	0,06%	25,00	300,00
Página Web	Unidad	1	254,00	58,49%	254,00	254,00
Flyers Publicitarios	Unidad	2	50,00	11,51%	50,00	50,00
Banners Publicitarios	Unidad	2	30,00	6,91%	40,00	480,00
Video Publicitario	Unidad	2	100,00	23,03%	100,00	100,00
Total Gastos de Ventas			434,25	100,00%	469,00	1.184,00
Sueldos de personal de ventas						
Vendedor	Unidad	1	565,25	100%	565,25	6.782,96
TOTAL			565,25	100%	565,25	6.782,96

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se detalla los rubros de los gastos que corresponden a la promoción y publicidad de la empresa, y personal de ventas.

5.4.4. Proyección de Gastos

Tabla 67. Proyección de los gastos

Descripción	Costo mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Gastos Administrativos	3.710,23	44.522,72		44.522,72	44.539,64		44.539,64
Depreciación bienes Adm	131,32	1.575,87		1.575,87	1.575,87		1.575,87
Gastos de constitución	2.292,50	2.292,50		2.292,50			
Gastos de Venta	1.034,25		12.410,96	12.410,96		12.415,68	12.415,68
Total	7.168,30	48.391,09	12.410,96	60.802,05	44.539,64	12.415,68	58.531,18

Descripción	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Gastos Administrativos	44.556,56		44.556,56	44.573,50		44.573,50	44.573,50		44.573,50
Depreciación bienes Adm	1.575,87		1.575,87	1.575,87		1.575,87	1.575,87		1.575,87
Gastos de constitución									
Gastos de Venta		12.420,39	12.420,39		12.425,11	12.425,11		12.429,84	12.429,84
Total	46.132,43	12.420,39	58.558,82	46.149,36	12.425,11	58.574,48	46.149,53	12.429,84	58.579,37

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestra la proyección anual de los gastos para los próximos 5 años, utilizando el promedio de la tasa de inflación anual de los últimos 5 años hasta el 2020, (Anexo 2) que es 0,84% de acuerdo a los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en su boletín técnico de diciembre 2020. (INEC, 2020)

5.4.5. Mano de obra

Tabla 68. Nómina del personal

Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	SBU	Ingresos otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1	Napoleón Segovia	Gerente	\$ 2.500,00	\$ -	\$ 2.500,00	\$ -	\$ 236,25	\$ 236,25	\$ 2.263,75
2	Norma Álvarez	Auxiliar contable	\$ 100,00		\$ 100,00				\$ 100,00
3	Roberto Vera	Operario 1	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ -	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20
4	Julio Poma	Operario 2	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ -	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20
5	Jorge Garzón	Operario 3	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ -	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20
6	Sandra Mancero	Secretaria-Vendedora	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ -	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20
Total			\$ 4.200,00	\$ -	\$ 4.200,00	\$ -	\$ 387,45	\$ 387,45	\$ 3.812,55

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestra la nómina del personal que conforman el área administrativa, producción y ventas de la empresa.

Tabla 69. Provisiones beneficios sociales de ley

Provisiones	Patronal	SECAP	IECE	Fondo		Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
	11,15%	0,5%	0,5%	XIII	XIV				
Gerente	\$ 278,75	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 208,33	\$ 33,33	\$ 208,25	\$ 104,17	\$ 857,83	\$ 3.357,83
Auxiliar contable									\$ 100,00
Operario 1	\$ 44,60	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 165,25	\$ 565,25
Operario 2	\$ 44,60	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 165,25	\$ 565,25
Operario 3	\$ 44,60	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 165,25	\$ 565,25
Secretaria	\$ 44,60	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 165,25	\$ 565,25
Total	\$ 457,15	\$ 20,50	\$ 20,50	\$ 341,65	\$ 166,65	\$ 341,53	\$ 170,83	\$ 1.518,81	\$ 5.718,81
Costo Mensual de la mano de Obra									\$ 5.718,81

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestran los rubros que la empresa debe adicionar a la nómina, correspondientes a los beneficios sociales y remuneraciones de Ley de los trabajadores de la empresa.

5.4.6. Depreciación

La depreciación del valor de los activos es la estimación del coste de la inversión que disminuyen su valor inicial ya sean estos por el desgaste, uso, o vejez, para lo cual se establece una cuantía porcentual periódica anual con la finalidad de reservar y reponer estos bienes.

Tabla 70. Depreciación

Detalle del bien	Vida útil años	Valor en USD	% de Depreciación	Depreciación anual en USD
Muebles y enseres	10	4.685,00	10%	468,50
Equipos de Oficina	10	1.107,00	10%	110,70
Equipos de computación	3	2.990,00	33,33%	996,67
Maquinaria y equipos	10	4.970,97	10%	497,10
Herramientas	5	148,00	20%	29,60
Total		13.900,97		2.102,56

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestra la estimación de la depreciación que se realizará de acuerdo a las normas contables establecidas para el efecto.

Tabla 71. Proyección de depreciación

Detalle del bien	Años				
	1	2	3	4	5
Muebles y enseres	468,50	468,50	468,50	468,50	468,50
Equipos de Oficina	110,70	110,70	110,70	110,70	110,70
Equipos de computación	996,67	996,67	996,67		
Maquinaria y equipos	497,10	497,10	497,10	497,10	497,10
Herramientas	29,60	29,60	29,60	29,60	29,60
Total	2.102,56	2.102,56	2.102,56	1.105,90	1.105,90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestra la proyección de la depreciación de los activos intangibles de la empresa para los próximos 5 años.

5.5. Cálculo de Ingresos

5.5.1. Estimación de los costos de producción

Para el cálculo de los ingresos se establecen los elementos que conforman los costos de producción, los mismos que se los calcula de acuerdo a la cantidad de camisas que se producirán al mes, y de esta manera se establece el costo unitario, tal como se detalla a continuación:

Tabla 72. Cálculo del costo unitario en la confección de cada camisa

Descripción	Costos mensuales	Unidades producidas	Costo unitario
Materia Prima	\$ 3.082,55	330	9,3411
Materiales indirectos	\$ 95,85	330	0,2905
Mano de Obra Directa	\$ 1.695,74	330	5,1386
Servicios básicos de producción	\$ 144,00	330	0,4364
Arriendos	\$ 1.000,00	330	3,0303
Depreciaciones de equipos y herramientas	\$ 43,89	330	0,1330
Seguros de equipos y herramientas	\$ 12,80	330	0,0388
Mantenimiento de equipos y herramientas	\$ 12,80	330	0,0388
Costo unitario del producto	\$ 6.087,63		18,45

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestra el costo de producción en la confección de cada camisa, el mismo se establece en USD \$ 18,45.

5.5.2. Estimación de los ingresos mensuales

Tabla 73. Estimación de los ingresos mensuales

PRODUCTO	Unidad de medida	Costo unitario mensual	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Productos elaborados	Precio de venta unitario
			%	\$			
Camisas	1	\$ 18,45	116,80%	\$ 21,55	\$ 13.197,97	330,00	\$ 39,99
Total	1	\$ 18,45			\$ 13.197,97	330,00	\$ 39,99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestra una estimación de ingreso mensual con el costo unitario de producción de cada camisa, estableciendo los precios acordes a los vigentes en el mercado local, los mismos que establecerán el margen de utilidad que se obtendrá en cada unidad de producción.

5.5.3. Proyección de los ingresos

Tabla 74. Proyección de ingresos

PRODUCTO	Cant.	Precio unitario	Total año 1	Cant.	Precio unitario	Total año 2	Cant.	Precio unitario	Total año 3	Cant.	Precio unitario	Total año 4	Cant.	Precio unitario	Total año 5
Camisas	3.960	\$39,99	\$158.376	4.034	\$39,99	161.348	4.110	\$39,99	164.377	4.187	\$39,99	167.462	4.266	\$40,00	170.605
TOTALES	3.960	39,99	158.376	4.034	39,99	161.348	4.110	39,99	164.377	4.187	39,99	167.462	4.266	40,00	170.605

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestra la proyección anual de los ingresos para los próximos 5 años, con un incremento del 1,876% que corresponde al índice de crecimiento de la industria textil, de acuerdo a las estadísticas publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2020), y la variación del precio se estima en base al promedio de inflacionario de los últimos 5 años que se calcula en el 0,04% de acuerdo al boletín técnico de diciembre 2020. (INEC, 2020)

De acuerdo a las cifras detalladas en la Tabla 74, la estimación de ventas para el periodo 1 es de 3.960 camisas, los mismos que generarán un ingreso total de USD \$158.376; con la proyección estimada para el periodo 5 las ventas serán de 4.266 camisas, los mismos que generarán un ingreso total de USD \$170.605.

5.6. Flujo de Caja

En la siguiente tabla se procede a presentar el flujo de caja, donde se detalla la distribución y movimientos de los dineros que percibirá la empresa proyectados para los 5 próximos periodos.

Tabla 75. Flujo de caja efectivo

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A INGRESOS OPERACIONALES		158.375,68	161.348,35	164.376,80	167.462,10	170.605,31
Camisas		158.375,68	161.348,35	164.376,80	167.462,10	170.605,31
B EGRESOS OPERACIONALES	48.481,31	129.458,50	129.503,13	129.547,78	129.592,45	129.620,37
Costo de producción		72.524,82	72.547,82	72.570,83	72.593,84	72.616,87
Gasto de Venta		12.410,96	12.415,68	12.420,39	12.425,11	12.429,84
Gastos Administrativos		44.522,72	44.539,64	44.556,56	44.573,50	44.573,66
Muebles y enseres	-4.685,00					
Maquinaria y equipos	-4.970,97					
Equipos de Oficina	-1.107,00					
Equipos de computación	-2.990,00					
Herramientas	-148,00					
Gastos de constitución	-2.292,50					
Capital de trabajo	32.287,84					
C FLUJO OPERACIONAL (A-B)	48.481,31	28.917,19	31.845,21	34.829,02	37.869,65	40.984,94
D INGRESOS NO OPERACIONALES						
E EGRESOS NO OPERACIONALES		9.720,30	10.781,71	11.863,34	12.965,57	14.094,86
15% Participaciones trabajadores		4.022,19	4.461,40	4.908,97	5.365,06	5.832,36
25% Impuesto a la Renta		5.698,11	6.320,31	6.954,37	7.600,51	8.262,51
F FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	-	-9.720,30	-10.781,71	-11.863,34	-12.965,57	-14.094,86
G FLUJO NETO GENERADO (C-F)	48.481,31	19.196,89	21.063,50	22.965,68	24.904,08	26.890,08
H SALDO INICIAL DE CAJA	32.287,34	-16.193,47	3.003,42	24.066,92	47.032,60	71.936,68
I SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	16.193,47	3.003,42	24.066,92	47.032,60	71.936,68	98.826,76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

En esta tabla se detalla el flujo de caja que es un informe financiero que permite analizar la variación de los flujos de efectivo en un periodo de tiempo, en el mismo se determinan valores positivos en todos los periodos, por lo que demuestra valores

razonables en base a la inversión inicial del dinero invertido, los ingresos y egresos con sus respectivos saldos al final del periodo proyectado.

5.7. Punto de equilibrio

Para la determinación del cálculo del punto de equilibrio se considera los valores estimados del primer periodo tanto para costos, gastos fijos y variables, como también los ingresos de la compañía.

Tabla 76. Datos para el cálculo del punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	Costo fijo	Costo variable	Costo total
Costos	\$ 12.833,84	\$ 60.217,68	\$ 73.051,52
Gastos de Administración	\$ 46.098,59	\$ -	\$ 44.522,72
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 12.410,96	\$ 12.410,96
SUMAN	\$ 58.932,42	\$ 72.628,64	\$ 129.985,20
Ingresos totales			\$ 158.375,68
Unidades de producto			3.960
Precio unitario de venta			\$ 39,99
Costo Variable Unitario			\$ 18,34

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Punto de equilibrio en unidades de producto

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{(\text{Precio de venta Unitario} - \text{Costo de venta unitario})}$$

$$PE = \frac{58.932,42}{39,99 - 18,34}$$

$$PE = \frac{61.224,92}{21,65}$$

$$PE = 2.722$$

Punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - (\text{Costo Variable unitario} / \text{Precio de venta Unitario})}$$

$$PE = \frac{58.932,42}{1 - (18,34/39,99)}$$

$$PE = \frac{61.224,92}{0,54}$$

$$PE = 108.848,80$$

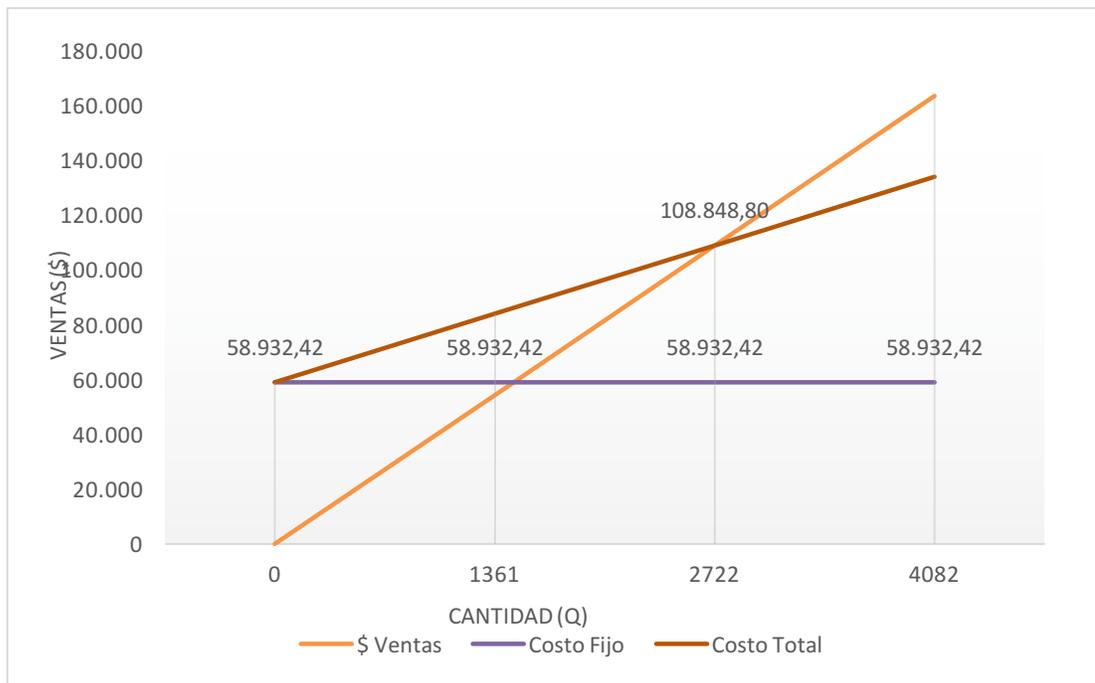


Gráfico 24. Punto de equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

En esta figura se detalla que, para alcanzar el punto de equilibrio, se deberá vender 2.722 camisas al año, generando un ingreso de USD \$ 108.848,80, lo que le permitirá a la empresa, ni perder, ni ganar.

5.8. Estados de Pérdidas y Ganancias

Tabla 77. Estado de pérdidas y ganancias

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	158.375,68	161.348,35	164.376,80	167.462,10	170.605,31
Venta de Camisas	158.375,68	161.348,35	164.376,80	167.462,10	170.605,31
(-) Costo de producción	73.051,52	73.074,51	73.097,52	73.120,54	73.143,57
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	85.324,17	88.273,83	91.279,28	94.341,56	97.461,75
(-) Gastos de venta	12.410,96	12.415,68	12.420,39	12.425,11	12.429,84
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	72.913,21	75.858,16	78.858,89	81.916,45	85.031,91
(-) Gastos Administrativos	46.098,59	46.115,51	46.132,43	46.149,36	46.149,53
(=) UTILIDAD NETA OPERACIONAL	26.814,62	29.742,65	32.726,46	35.767,09	38.882,38
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	26.814,62	29.742,65	32.726,46	35.767,09	38.882,38
(-) 15% Participaciones trabajadores	4.022,19	4.461,40	4.908,97	5.365,06	5.832,36
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	22.792,43	25.281,25	27.817,49	30.402,02	33.050,02
(-) 25% Impuesto a la Renta	5.698,11	6.320,31	6.954,37	7.600,51	8.262,51
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	17.094,32	18.960,94	20.863,12	22.801,52	24.787,52

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se detalla el estado de resultados proyectado, por lo que se puede observar que en su primer año de operaciones tiene una utilidad razonable, y para los siguientes años demuestra una tendencia al alza positiva, por el incremento normal de la producción, y del precio, los valores son estables y demuestran que existe buena rentabilidad para el nuevo plan de negocios.

5.9. Evaluación Financiera

Dentro de los análisis financieros se consideran los siguientes métodos para evaluar proyectos como las más comunes, cabe mencionar que tienen sus limitantes, pros y contras, por esta razón, se sugiere realizar por lo menos tres para que la decisión sea basada en los resultados o tendencias más constantes.

5.9.1. Indicadores.

Los cinco indicadores financieros de rentabilidad que se utilizan con mayor frecuencia para evaluar proyectos de inversión son: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación de inversión y el índice de rentabilidad.

Como primer elemento de análisis, se deben de calcular los flujos de efectivo o utilidades netas del proyecto; cabe mencionar que, todos los elementos numéricos para los cálculos deben estar a valor presente.

Una vez que los flujos de efectivo son determinados se puede escoger el indicador de rentabilidad que se desea analizar para tomar decisiones a través de su resultado.

A continuación, se presentan los indicadores y que se puede esperar de cada uno de ellos

1) Valor Actual Neto (VAN)

Es la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo; esencialmente mide cuánto valor es creado o adicionado por llevar a cabo cierta inversión.

VPN > 0, se acepta

VPN = 0, decisión del inversionista

VPN < 0, no se acepta

Para evaluar un proyecto de inversión con base en el VPN, se deben de considerar los criterios de análisis del indicador.

Para el cálculo del VAN, se debe establecer la Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR), que no es más que el rendimiento económico que está dispuesto a recibir el inversionista por el valor dado en el proyecto.

Para el cálculo de la TMAR de acuerdo al autor Gabriel Baca Urbina, (Urbina, 2016) se ha considerado el promedio de la tasa de inflación de los últimos 5 años en base a las cifras oficiales del INEC, (Anexo 1) las mismas que dan un promedio de 0,04% (INEC, 2020), ya que al considerar este parámetro se asegura que no perderá su valor adquisitivo el capital invertido; y además se debe considerar la tasa de interés pasivas efectivas referenciales por plazo vigente hasta enero del 2021, el mismo que se encuentra en 8% (Anexo 2) de acuerdo a la información económica del Banco Central del Ecuador” (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2021)

Con el siguiente cálculo se obtiene:

TMAR = Tasa de inflación + Tasa de interés pasiva efectiva referencial por plazo

$$TMAR = 0,04\% + 8,00\% = 8,04\%$$

Con estos datos se procede a realizar el cálculo del VAN con la siguiente formula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+k)^t} - I_0$$

$$VAN = \frac{FINE\ 1}{(1+i)} + \frac{FINE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FINE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FINE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FINE\ 5}{(1+i)^5} - Inv. In.$$

Tabla 78. Cálculos formula VAN

Años	Flujo de caja	(1 + i) n	Flujos actualizados
0	-48.481,31		
1	\$ 19.196,89	1,08038	\$ 17.768,64
2	\$ 21.063,50	1,1672	\$ 18.045,86
3	\$ 22.965,68	1,2610	\$ 18.211,67
4	\$ 24.904,08	1,3624	\$ 18.279,50
5	\$ 26.890,08	1,4719	\$ 18.268,78
Total de flujo			\$ 90.574,44
VAN =	FLUJOS ACTUALIZADOS - INVERSIÓN		
VAN =	\$ 90.574,44	\$ 48.481,31	
VAN =	\$ 42.093,13		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestra el cálculo del valor actual neto, el mismo que se ha determinado en valor positivo, lo que representa que el proyecto de inversión de la compañía NAPOLEÓN SEGOVIA, es viable, recuperando lo invertido y generando ganancia.

2) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el autor (Sevilla, 2020) “Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero”.

Este concepto se lo aprecia desde el punto de vista matemático, y desde el análisis financiero se tendrá que, la TIR no es nada más ni nada menos, que la tasa de rentabilidad promedio anual que el proyecto paga a los inversionistas por invertir sus fondos allí.

Si la TIR es mayor que la TMAR, se acepta el proyecto.

Si la TIR es menor que la TMAR, se rechaza el proyecto

Para calcular la TIR se utiliza los flujos netos de efectivo y la ecuación siguiente:

$$AN = -I_0 \sum_{T=0}^n \frac{Ft}{(1+i)^t}$$

$$= -I_0 + \frac{F1}{(1+TIR)} + \frac{F2}{(1+TIR)^2} + \frac{F3}{(1+TIR)^3} + \frac{F4}{(1+TIR)^4} + \frac{F5}{(1+TIR)^5} = 0$$

Tabla 79. Cálculo formula TIR

Año	Flujo Neto Caja	(1+i)^t
0	-48.481,31	-48.481,31
1	19.196,89	14.205,72
2	21.063,50	11.534,41
3	22.965,68	9.306,29
4	24.904,08	7.467,93
5	26.890,08	5.966,97
TIR	35,13%	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se determina la Tasa Interna de Retorno de acuerdo con la fórmula aplicada en la hoja de cálculo excel, obteniendo una TIR del 35,13 %, siendo mayor al TMAR del 9,23%, por lo tanto se establece una rentabilidad positiva a 5 años que ofrece al proyecto frente a los riesgos financieros.

3) Costo beneficio

Es el indicador que ayuda a generar un comparativo de los ingresos y costos a valor presente, con el fin de obtener un resultado que diga que tanto cuesta y así tener buenos resultados.

Por cada unidad invertida, se espera la misma unidad y un excedente. Se actualizan los ingresos y costos, además de añadir la inversión, y después de hacer el cálculo que marca la fórmula, se espera un rendimiento mayor a la unidad

La fórmula de la relación costo-beneficio es:

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{Vi}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{Ci}{(1+i)^n}}$$

Calculando Valor Actual de los ingresos y egresos netos (VAI) (VAC) se tiene;

Tabla 80. Calculando valor actual de los ingresos y egresos netos (VAI) (VAC)

Años	Ingresos	Ingresos Actualizados	Costos	Costos Actualizados
1	158.375,68	146.592,57	131.561,06	121.772,95
2	161.348,35	138.232,91	131.605,70	112.751,31
3	164.376,80	130.349,97	131.650,35	104.398,05
4	167.462,10	122.916,56	131.695,02	96.663,65
5	170.605,31	115.907,05	131.722,93	89.490,87
Total		653.999,06		525.076,84
C/B=	INGRESOS ACTUALIZADOS			
	EGRESOS ACTUALIZADOS			
	653.999,06			
C/B=	525.076,84			
C/B=	1,25			

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. De acuerdo con el resultado se ha determinado en esta tabla, el costo – beneficio del proyecto será rentable, ya que el índice es de 1,25 es decir se obtendrá un beneficio de \$ 0,25 centavos por cada dólar invertido.

4) Período de Recuperación

Este instrumento permite medir el tiempo en el que se recupera el costo de la inversión inicial, tomando en cuenta la inversión inicial, y los flujos de efectivo netos. Para este caso los flujos de ingresos no son iguales, se sumarán los flujos que se han generado hasta que se igualen a la inversión inicial, para mejor ilustración se expone en la Tabla 81.

Tabla 81. Período de recuperación

Periodo	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	0,00	19.196,89	21.063,50	22.965,68	24.904,08	26.890,08
Flujo acumulado	-48.481,31	-29.284,42	-8.220,92	14.744,76	39.648,84	66.538,92
PRI anterior al cambio de signo		2		Años	Meses	Días
Flujo acumulado periodo 1		8.220,92		2	12 x 0,36	
Flujo de Caja periodo 2		22.965,68		2	4,30	
Flujo acumulado p 1 / Flujo Caja p 2		0,36		2	4	30 x 0.30
PRI		2,36		2	4	9

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. En esta tabla se muestra el cálculo de recuperación de la inversión de la compañía NAPOLEÓN SEGOVIA., el mismo que se ha determinado en 2 años 4 meses y 9 días, por lo que se representa un negocio rentable para los dueños del proyecto.

a) Razones Financieras

1) Índice de Rentabilidad

Para conocer si una inversión tiene beneficio o pérdida en un ciclo o periodo determinado, calculamos el índice de rentabilidad, el mismo que se expresa en porcentaje del costo inicial de la inversión, tal beneficio se define con los ingresos obtenidos adicionando la ganancia por la venta recibida de dicha inversión.

Rentabilidad neta sobre ventas = (Utilidad Neta / Ventas Netas) * 100

Tabla 82. Índice de rentabilidad.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	26.814,62	29.742,65	32.726,46	35.767,09	38.882,38
Ventas	158.375,68	161.348,35	164.376,80	167.462,10	170.605,31
Resultado	16,93%	18,43%	19,91%	21,36%	22,79%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota. De acuerdo a este indicador se observa que la variación porcentual anual al alza de los 5 periodos proyectados estableciendo un resultado sostenible, lo que determina que existe una rentabilidad neta sobre las ventas para el primer periodo del 1,93%.

CONCLUSIONES

- Mediante la aplicación de las encuestas se pudo conocer que existe un 51,6% de aceptación directa y un 44,2% posible compra, los cuales suman un 95.8% como intención de compra de camisas de tela inteligente en la ciudad de Quito, esto debido al alto porcentaje de hombres que prefiere vestir de manera semiformal o formal.
- Gracias al aprendizaje adquirido durante la investigación y estudio de este proyecto, se ha obtenido información importante sobre el producto, maquinaria, los diferentes procedimientos de producción que ejecutan las empresas en general. De esta manera se pudo graficar flujogramas que facilitan la optimización del proceso, tiempos y movimientos, recursos, generando calidad total, permitiendo partir con una producción del 30% de la capacidad diseñada de la maquinaria.
- Tener muy claro sobre la normativa, leyes y requisitos que son necesarios para poner en marcha el proyecto dentro del marco legal vigente con la nueva modalidad de empresas S.A.S. Se determinaron los valores en los que se incurren para afrontar los gastos de creación de la empresa, con el objetivo de plasmar en realidad la idea del negocio.
- Al calcular los diferentes indicadores financieros, la conclusión es que la TIR es mayor que la TMAR lo que hace que este proyecto sea viable y atractivo para la inversión en la zona en la que se ha realizado el estudio y a futuro extender la cobertura a otros sectores de la provincia de Pichincha y el país, además de establecer la rentabilidad del 16,93% en el primer año de funcionamiento, incrementándose al 18,43 para el siguiente año y en la misma proporción según los índices de crecimiento de la misma industria y sector.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que una vez que el negocio esté operativo y vaya posicionándose poco a poco en el mercado, se analice la posibilidad de realizar un Plan de Marketing más a profundidad para que se puedan identificar nuevas tendencias, gustos y preferencias, nuevos nichos de mercado y tener una mayor cobertura, así como un mayor posicionamiento de la marca en la ciudad de Quito y el país.
- Después de toda la investigación y estudios realizados, el proyecto es viable a pesar de circunstancias externas que se están viviendo desde marzo 2020 hasta la fecha, por esta razón, se sugiere diseñar un proceso administrativo que se acople al proyecto y que permita una gestión administrativa técnica y profesional para ser rentable, con responsabilidad social y empresarial.
- Con el paso del tiempo y según como vaya creciendo la empresa en producción y cobertura de mercado, sería recomendable introducir nuevos diseños de camisas y de otras prendas de vestir que sean complemento para que el hombre de toda clase de condición vista de manera elegante, es decir una mayor variedad de prendas y accesorios que estén alineados al último grito de la moda.
- Siempre será importante y necesario que una vez que el proyecto esté operativo, una persona profesional, capacitada y experimentada esté al frente de la gestión y administración de la empresa para que afronte los problemas que se presenten, analice e identifique los diferentes escenarios, tome decisiones de calidad y que resuelva estas situaciones conflictivas que se pueden presentar originadas por las amenazas, así como también tenga el criterio profesional suficiente como para identificar oportunidades y aprovecharlas en favor de la empresa para fortalecer su presencia en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2015). Quito : ARSA .
- Ayora, A. (2016, 09 12). *Tejidos inteligentes: La tecnología detrás de las prendas*. From <https://www.desnivel.com/material/material-noticias/tejidos-inteligentes-la-tecnologia-detras-de-las-prendas/>
- Banco Central del Ecuador . (2020). *Economía Ecuatoriana* . Ecuador: Banco Central del Ecuador .
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2021, Enero). *Tasas Vigentes*. From documentos/Estadisticas/SectorMonFinTasasInteres: <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- BBVA. (2021, Enero 4). *www.bbva.es*. Retrieved Enero 10, 2021 from <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/fondos-inversion/plan-de-inversion.html>
- Buffa, E. S. (2013). *Administración de la Producción*. Madrid: Orbis.
- Caldas, M., & Hidalgo, M. (2019). *Empresa e iniciativa emprendedora 360* . España : Editex.
- Camara de Industrias de Guayaquil. (2019). Plan de Prosperidad. *Revista Industrias*, 7.
- CASTRO&MORALES. (2014). *PLANEACIÓN FINANCIERA*. México: Patria.
- CFN . (2020, 07 12). *Ecuador recibirá \$260 millones del Banco Mundial para financiar créditos a micro, pequeñas y medianas empresas*. From Financiamiento : <https://www.cfn.fin.ec/ecuador-recibira-260-millones-del-banco-mundial-para-financiar-creditos-a-micro-pequenas-y-medianas-empresas/>
- CFN. (2018, Febrero 20). *www.cfn.fin.ec*. Retrieved Enero 2, 2021 from <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/02/PLAN-DE-INVERSIONES.pdf>
- Chiavenato, I. (2020). *Recursos Humanos*. Sao Paulo: Editorial ATLAS.
- Chicaiza, S. (2010). Marketing Estrategico. In S. Chicaiza, *Marketing* (pp. 17, 18). Barcelona: siglo XXI
- CIAI, C. I. (2017, mayo 30). *Moda Argentina*. Retrieved noviembre 25, 2020 from <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/tecnologia-de-alta-costura/>
- Directo al Paladar . (2018). *Directo al Paladar* . From Lo nuevo en tecnología para el 2018: <https://www.directoalpaladar.com.mx/publicidad-y-diseno/lo-nuevo-de-tecnologia-para-la-cocina-de-este-2018>
- El Comercio. (2019, Enero 15). *El Comercio*. Retrieved Junio 20, 2019 from El Comercio: https://www.elcomercio.com/app_public.php/actualidad/incentivo-cocinas-induccion-subsidio-ecuador.html
- El Telégrafo. (2019, Mayo). *El Telégrafo*. Retrieved Junio 16, 2019 from Ecuador extiende emergencia por el flujo migratorio de venezolano: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/emergencia-migratorio-venezolano>
- El Universo. (2018, 07 03). *Creditos para emprendedores y PYMES en el Ecuador. Creditos para emprendedores y PYMES en el Ecuador*.
- IEPI. (2019). *Portal Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual*. Retrieved Enero 15, 2021 from <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/programas-servicios/>

INEC. (2010). *ecuadorencifras.proyecciones*. From <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>

INEC. (2010). *Resultados del Censo 2010*. Quito: INEC .

INEC. (2011). *Encuesta de estratificación del nivel socioeconómico. Ecuador*. . From https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/1112_20_NSE_Presentacion.pdf

INEC. (2019, 12 12). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. From Pirámide : <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/#:~:text=La%20encuesta%20refleja%20que%20los,%20C9%25%20en%20nivel%20D>.

INEC. (2020, Diciembre). *Boletín técnico 12-2020-IPC.pdf*. From [documentos/web-inec/Inflacion/2020/Diciembre-2020](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Diciembre-2020): https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Diciembre-2020/Boletin_tecnico_12-2020-IPC.pdf

INEC. (2020, Julio 20). *ECUADOR EN CIFRAS*. Retrieved Noviembre 19, 2020 from [ecuadorencifras: https://www.ecuadorencifras.gob.ec//historicos-ipi-m/](https://www.ecuadorencifras.gob.ec//historicos-ipi-m/)

LAFAYETTE. (2020, Octubre 1). *LAFAYETTE FASHION*. Retrieved Noviembre 25, 2020 from <https://uniformelafayette.com/tecnologias/>

Leonardo Pineda, M. J. (2012). *Prospectiva y vigilancia tecnológica en la cadena fibra-textil-confecciones*. España: Universidad del Rosario.

Méndez, G. (2015). *Moda y modales: Todo lo que necesitas saber para influir y triunfar en* . España .

MERCADOLIBRE. (2020). *Mercadolibre.com.ec*. Retrieved Diciembre 13, 2020 from [https://listado.mercadolibre.com.ec/maquina-de-coser-overlock#D\[A:maquina%20de%20coser%20overlock\]](https://listado.mercadolibre.com.ec/maquina-de-coser-overlock#D[A:maquina%20de%20coser%20overlock])

Ministerio del Ambiente. (2012). From <http://www.ambiente.gob.ec/ecuador-un-pais-con-superavit-ecologico/>

Ordóñez, M. (2014). Los dos lados de la tela . *Revista gestión* , 52-60.

Organización Civil Venezolanos en Ecuador. (2020). *Migración* . Ecuador : Organización Civil Venezolanos en Ecuador.

Rivera, J., & De Garcillán, R. (2007). *Dirección de marketing* . España : ESIC .

Sevilla, A. (2020, 1 14). <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>. From <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Sinclair, R. (2014). *Textiles and Fashion: Materials, Design and Technology*. Estados Unidos : Textile Institute .

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, V. Y. (2020, Noviembre 27). www.supercias.gob.ec. Retrieved Enero 02, 2021 from <https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>

topanta, s. (2017). *competencia. ekos*, 40.

Urbina, G. B. (2016). *Ingeniería Financiera*. México: PATRIA.

Villavicencio, M. (2019). *Geografía De La República Del Ecuador*. Ecuador : HardPress Publishing.

Wanderber, D. V. (2014, 04). *Repositorio Universidad Politécnica Salesiana sede Quito*. Retrieved 11 18, 2020 from <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6899>