

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
“INDOAMÉRICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y  
NEGOCIOS

TEMA:

---

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA DEDICADA A LA  
FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
ROPA CON DISEÑOS PERSONALIZADOS EN EL  
SECTOR NORTE DE QUITO AÑO 2018

---

Trabajo de investigación para la obtención del Título  
de Ingeniero en Administración de Empresas y  
Negocios

AUTORA:

Calle Ajila Ivonne Alexandra

DIRECTOR

Ing. Alcibar Pila

QUITO – ECUADOR

2019

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

Yo, Calle Ajila Ivonne Alexandra declaro ser la autora del trabajo de investigación titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CON DISEÑOS PERSONALIZADOS EN EL SECTOR NORTE DE QUITO AÑO 2018”, como requisito para optar al grado de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, 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, e la ciudad de Quito, a los dos días del mes de Agosto del 2019 firmo conforme:

Autora: Calle Ajila Ivonne Alexandra

Firma:

Número de cédula: 1722106570

Dirección: Sabanilla Oe5-346 y Machala

Correo Electrónico: [modelconejitaivo@hotmail.com](mailto:modelconejitaivo@hotmail.com)

Teléfono: 0992819978

## **CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CON DISEÑOS PERSONALIZADOS EN EL SECTOR NORTE DE QUITO AÑO 2018” presentado por Ivonne Calle, 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, julio del 2019

Ing. Alcibar Pila  
**DIRECTOR**

## **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 Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

---

CALLE AJILA IVONNE ALEXANDRA  
C-I 172210657-0

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Proyecto de aprobación de acuerdo con el reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito, .....del 2019

Para constancia firman:

F.....

**PRESIDENTE**

F.....

**VOCAL**

F.....

**VOCAL**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todas las personas que me apoyaron y acompañaron en esta travesía de aprendizaje, esfuerzo y enseñanzas, especialmente a mi madre Gloria Ajila que es mi mayor orgullo y ejemplo de mujer perseverante, exitosa y amorosa, a mi padre, hermanos, y hermana Natali Abad, por creer en mí.

Gracias a cada uno de mis maestros y compañeros por la paciencia y sabiduría compartida, sin lugar a duda esta ha sido una de mis mejores etapas.

**Gracias**

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro a mis padres y familia, ¡Lo que uno hace con Amor y el corazón siempre es una bendición! He aquí una prueba de ello.

**Ivonne Calle**

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xviii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xx
ABSTRACT .....	xxi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	3
ÁREA DE MARKETING.....	3
1.1 Definición del producto o servicio .....	3
1.1.1 Especificación del servicio o producto .....	4
1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona. ....	4
1.2 Definición de mercado .....	5
1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general .....	6
1.2.1.1 Categorización de sujetos .....	6
1.2.1.2 Estudio de Segmentación .....	7
1.2.1.3 Pan de muestreo .....	8
1.2.1.4 Diseño y recolección de información.....	10
1.2.1.5 Análisis e Interpretación .....	12
1.2.2 Demanda potencial.....	30
1.3 Análisis del Macro y Microambiente.....	33
1.3.1 Análisis del microambiente.....	33
1.3.1.1 5 fuerzas de Porter diamante de competitividad .....	34
1.3.2 Análisis del macroambiente .....	41
1.3.2.1 Matriz EFE .....	50



1.3.2.2	Matriz EFI .....	51
1.3.2.3	Matriz MPC.....	52
1.3.3	Proyección de la oferta.....	54
1.4	Promoción y publicidad que se realizará .....	55
1.4.1	Objetivos .....	56
1.4.2	Target .....	56
1.4.3	Estrategia: Qué y Cómo .....	57
1.4.4	Canales: online .....	57
1.4.5	Medios.....	57
1.4.6	Presupuesto .....	59
1.4.7	Evaluación.....	60
1.5	Demanda potencial insatisfecha .....	60
1.6	Sistema de distribución .....	61
1.7	Seguimiento de clientes.....	61
1.8	Mercados alternativos .....	62
CAPÍTULO II .....		63
2	ÁREA DE PRODUCCIÓN .....	63
2.1	Descripción del proceso .....	63
2.1.1	Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	63
2.1.1.1	Proceso de la gestión operativa .....	66
2.1.1.2	Proceso de producción .....	67
2.1.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	80
2.1.2.1	Instalaciones .....	80
2.1.2.2	Equipamiento .....	82
2.1.2.3	Personas .....	89
2.1.3	Tecnología a aplicar. ....	94
2.2	Factores que afectan el plan de operaciones .....	95
2.2.1	Ritmo de producción .....	95
2.2.2	Nivel de inventario promedio.....	96
2.2.3	Número de trabajadores .....	97

2.3	Capacidad de producción .....	97
2.3.1	Capacidad de producción actual.....	97
2.3.2	Capacidad de producción futura.....	99
2.4	Definición de recursos necesarios para la producción .....	100
2.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar. ....	100
2.5	Calidad .....	101
2.5.1	Método de Control de Calidad. ....	101
2.6	Normativas y permisos que afectan su instalación.....	103
CAPITULO III.....		106
3	ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	106
3.1	Análisis estratégico y definición de objetivos.....	106
3.2	Organización funcional de la empresa .....	107
3.2.1	Organigrama empresarial. ....	108
3.2.2	Descripción de cargos .....	111
3.3	Control de gestión .....	114
3.3.1	Indicadores de gestión.....	115
3.4	Necesidades de personal .....	117
CAPITULO IV.....		118
4	ÁREA JURÍDICO LEGAL.....	118
4.1	Tipo de empresa .....	118
4.1.1	Tipo de empresa de acuerdo con su forma jurídica.....	118
4.1.2	Tipo de empresa de acuerdo a su tamaño.....	118
4.1.3	Tipo de empresa de acuerdo a la actividad .....	118
4.2	Patentes y marcas .....	119
4.2.1	Licencias y permisos para funcionar. Detalle de documentos legales que se necesitan para iniciar las operaciones. ....	120
CAPITULO V.....		123

5	ÁREA FINANCIERA.....	123
5.1	Plan de inversiones.....	123
5.1.1	Activos fijos .....	123
5.1.2	Activos diferidos .....	124
5.1.3	Capital de trabajo .....	125
5.1.4	Inversión total.....	126
5.2	Plan de financiamiento.....	127
5.2.1	Forma de financiamiento.....	127
5.2.2	Cálculo del crédito requerido .....	127
5.3	Cálculo de costos y gastos .....	129
5.3.1	Detalle de costos .....	130
5.3.2	Proyección de costos .....	137
5.3.3	Detalle de gastos .....	137
5.3.4	Proyección de gastos .....	143
5.3.5	Proyección de la depreciación.....	144
5.4	Cálculo de ingresos .....	145
5.4.1	Proyección de ingresos.....	145
5.5	Flujo de caja .....	146
5.6	Punto de equilibrio .....	148
5.7	Estado de resultados proyectado .....	150
5.8	Evaluación financiera.....	151
5.8.1	Indicadores .....	151
5.8.1.1	Valor actual Neto .....	151
5.8.1.2	Tasa Interna de Retorno .....	152
5.8.1.3	Beneficio costo.....	153
5.8.1.4	Período de recuperación.....	154
5.8.2	Razones .....	155
5.8.2.1	Rentabilidad .....	155
5.8.2.2	Rentabilidad bruta .....	155
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	157

Conclusiones .....	157
Recomendaciones.....	159
BIBLIOGRAFÍA .....	160
ANEXOS .....	163

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Niveles del producto .....	4
Tabla 2. Categorización de sujetos .....	6
Tabla 3. Dimensión conductual .....	7
Tabla 4. Dimensión geográfica .....	7
Tabla 5. Dimensión demográfica .....	8
Tabla 6. Cuadro de necesidades .....	10
Tabla 7. Género .....	12
Tabla 8. Edad .....	13
Tabla 9. Estado civil.....	14
Tabla 10. ¿Le gusta a usted comprar ropa?.....	15
Tabla 11. ¿Con qué frecuencia compra usted ropa? .....	16
Tabla 12. ¿Cuándo usted realiza compras de ropa se fija en?.....	17
Tabla 13. ¿Le incomoda o no que otras personas se vistan con el mismo diseño y color de prenda que usted, es decir que no exista exclusividad? .....	18
Tabla 14. ¿Conoce usted algún almacén o tienda en Quito ya sea física o virtual que vendan ropa personalizada?.....	19
Tabla 15. ¿En qué o cuáles de las siguientes tiendas de ropa ha comprado usted? .....	20
Tabla 16. ¿Cómo califica al servicio recibido en la (s) tiendas de ropa seleccionada?.....	22
Tabla 17. ¿Ha cumplido sus expectativas la prenda de vestir que ha comprado? 23	
Tabla 18. ¿Le interesaría adquirir prendas de vestir personalizadas?.....	24
Tabla 19. ¿En qué lugar prefiere adquirir sus prendas de vestir? .....	25
Tabla 20. ¿Qué prendas de vestir usted adquiere con mayor frecuencia? .....	26
Tabla 21. ¿Cuánto pagó la última vez por su prenda de vestir?.....	27
Tabla 22. ¿Qué estilo de prendas de vestir son sus preferidas (Puede seleccionar más de 1)? .....	28
Tabla 23. ¿Qué mejoraría o cambiaría en las tiendas o almacenes de ropa existentes? .....	29
Tabla 24. Demanda en personas.....	31

Tabla 25. Demanda en cantidad de prendas de vestir .....	31
Tabla 26. Demanda anual de prendas de vestir .....	32
Tabla 27. Demanda anual proyectada .....	33
Tabla 28. Rangos para la valoración de las fuerzas según Porter .....	33
Tabla 29. Calificación cuantitativa de la competencia existente .....	35
Tabla 30. Calificación cuantitativa de los factores de poder de negociación de los clientes.....	36
Tabla 31. Calificación cuantitativa del poder de negociación de los proveedores .....	38
Tabla 32. Calificación cuantitativa de productos y bienes sustitutos.....	39
Tabla 33. Calificación cuantitativa de factores de amenaza de nuevos entrantes	41
Tabla 34. Factores para el Análisis interno .....	47
Tabla 35. Matriz EFE.....	50
Tabla 36. Matriz EFI.....	51
Tabla 37. Matriz de Perfil Competitivo .....	53
Tabla 38. Oferta anual de prendas de vestir .....	54
Tabla 39. Oferta anual proyectada .....	55
Tabla 40. Estrategias de publicidad .....	57
Tabla 41. Medios de comunicación .....	58
Tabla 42. Presupuesto de publicidad.....	59
Tabla 43. Demanda potencial insatisfecha.....	60
Tabla 44. Materia prima para elaboración de blazer para hombre.....	69
Tabla 45. Tiempos del proceso para elaboración de blazer para hombre .....	70
Tabla 46. Materia prima para elaboración de camisas para hombre.....	71
Tabla 47. Tiempos del proceso para elaboración de camisas para hombre .....	72
Tabla 48. Materia prima para elaboración de camisetas para hombre.....	73
Tabla 49. Tiempos del proceso para elaboración de camisetas para hombre .....	74
Tabla 50. Materia prima para elaboración de pantalones para hombre .....	75
Tabla 51. Tiempos del proceso para elaboración de pantalones para hombre.....	76
Tabla 52. Materia prima para elaboración de sweaters tejidos personalizados ....	78
Tabla 53. Tiempos de fabricación .....	79
Tabla 54. Distribución de la planta. ....	81

Tabla 55. Equipamiento para la producción .....	83
Tabla 56. Mobiliario.....	85
Tabla 57. Equipos de computación .....	86
Tabla 58. Accesorios de producción .....	87
Tabla 59. Enseres menores.....	88
Tabla 60. Personal para el proceso de confección de blazer para hombre.....	89
Tabla 61. Personal para el proceso de confección de camisas para hombre.....	90
Tabla 62. Personal para el proceso de confección de camisetas para hombre.....	91
Tabla 63. Personal para el proceso de confección de pantalones para hombre ....	92
Tabla 64. Personal del proceso de confección de sweaters tejidos para mujer.....	93
Tabla 65. Personal general de la empresa .....	94
Tabla 66. Ritmo de producción estimado .....	95
Tabla 67. Nivel de inventario promedio .....	96
Tabla 68. Número de trabajadores .....	97
Tabla 69. Capacidad de producción diaria.....	98
Tabla 70. Capacidad de producción máxima .....	98
Tabla 71. Capacidad de producción máxima futura.....	99
Tabla 72. Oferta del proyecto .....	99
Tabla 73. Capacidad de producción futura por cada prenda.....	100
Tabla 74. Proveedores.....	100
Tabla 75. Lista de chequeo.....	101
Tabla 76. Lista de satisfacción del cliente .....	102
Tabla 77. Análisis FODA.....	107
Tabla 78. Descripción del cargo del gerente.....	111
Tabla 79. Descripción del cargo de administrador.....	112
Tabla 80. Descripción del Diseñador /Asesor de imagen .....	113
Tabla 81. Costurera.....	113
Tabla 82. Descripción del cargo de marketing.....	114
Tabla 83. Indicadores de gestión – área administrativa .....	115
Tabla 84. Indicadores de gestión – área de producción .....	116
Tabla 85. Indicadores de gestión – área de marketing .....	116
Tabla 86. Necesidades del personal .....	117

Tabla 87. Requisitos necesarios para la obtención de la Patente Municipal.....	119
Tabla 88. Maquinaria y equipo .....	123
Tabla 89. Mobiliario.....	124
Tabla 90. Equipo de computación.....	124
Tabla 91. Activos diferidos .....	125
Tabla 92. Resumen de costos y gastos .....	125
Tabla 93. Plan de inversión .....	126
Tabla 94. Financiamiento del proyecto .....	127
Tabla 95. Tabla de amortización.....	128
Tabla 96. Materia prima para la confección de blazer .....	130
Tabla 97. Materia prima para la confección de camisas .....	131
Tabla 98. Materia prima para la confección de camisetas .....	131
Tabla 99. Materia prima para la confección de pantalones.....	132
Tabla 100. Materia prima para la confección de sweaters .....	132
Tabla 101. Costo total de Materia prima directa.....	132
Tabla 102. Mano de obra directa.....	133
Tabla 103. Mano de obra indirecta .....	133
Tabla 104. Materiales indirectos para la confección.....	134
Tabla 105. Servicios básicos .....	135
Tabla 106. Depreciación de maquinaria y equipos .....	135
Tabla 107. Costos de seguro y mantenimiento .....	136
Tabla 108. Resumen de los costos .....	136
Tabla 109. Proyección de costos .....	137
Tabla 110. Sueldos administrativos .....	137
Tabla 111. Servicios profesionales .....	138
Tabla 112. Gasto arriendo .....	138
Tabla 113. Servicios Básicos .....	138
Tabla 114. Suministros de limpieza .....	139
Tabla 115. Útiles de oficina .....	139
Tabla 116. Gasto de constitución .....	140
Tabla 117. Depreciaciones .....	140
Tabla 118. Seguro y mantenimiento .....	141



Tabla 119. Amortización de activos diferidos .....	141
Tabla 120. Resumen de gastos .....	141
Tabla 121. Gastos de venta .....	142
Tabla 122. Gastos proyectados .....	143
Tabla 123. Depreciaciones .....	144
Tabla 124. Proyección de las depreciaciones.....	144
Tabla 125. Cálculo del precio .....	145
Tabla 126. Proyección de ingresos .....	146
Tabla 127. Flujo de efectivo del proyecto.....	147
Tabla 128. Proyección del punto de equilibrio .....	149
Tabla 129. Estado de resultados proyectado .....	150
Tabla 130. Tasa de descuento .....	151
Tabla 131. Cálculo de la TIR .....	152
Tabla 132. Cálculo del beneficio costo .....	153

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género.....	12
Gráfico 2. Edad .....	13
Gráfico 3. Estado civil.....	14
Gráfico 4. ¿Le gusta a usted comprar ropa?.....	15
Gráfico 5. ¿Con qué frecuencia compra usted ropa? .....	16
Gráfico 6. ¿Cuándo usted realiza compras de ropa se fija en?.....	17
Gráfico 7. ¿Le incomoda o no que otras personas se vistan con el mismo diseño y color de prenda que usted, es decir que no exista exclusividad? .....	18
Gráfico 8. ¿Conoce usted algún almacén o tienda en Quito ya sea física o virtual que vendan ropa personalizada?.....	19
Gráfico 9. ¿En qué o cuáles de las siguientes tiendas de ropa ha comprado usted? .....	21
Gráfico 10. ¿Cómo califica al servicio recibido en la (s) tiendas de ropa seleccionada?.....	22
Gráfico 11. ¿Ha cumplido sus expectativas la prenda de vestir que ha comprado? .....	23
Gráfico 12. ¿Le interesaría adquirir prendas de vestir personalizadas?.....	24
Gráfico 13. ¿En qué lugar prefiere adquirir sus prendas de vestir? .....	25
Gráfico 14. ¿Qué prendas de vestir usted adquiere con mayor frecuencia? .....	27
Gráfico 15. ¿Cuánto pagó la última vez por su prenda de vestir?.....	28
Gráfico 16. ¿Qué estilo de prendas de vestir son sus preferidas? .....	29
Gráfico 17. ¿Qué mejoraría o cambiaría en las tiendas o almacenes de ropa existentes? .....	30
Gráfico 18. Diamante de competitividad .....	34
Gráfico 19. Inflación .....	42
Gráfico 20. Variación en el PIB .....	43
Gráfico 21. Número de empresas textil en el Ecuador período 2013-2017 .....	44
Gráfico 22. Evolución y participación del PIB de la industria manufacturera .....	45
Gráfico 23. PIB textil de países vecinos .....	45
Gráfico 24. Riesgo país .....	46

Gráfico 25. Desempleo.....	47
Gráfico 26. Mapa de procesos .....	56
Gráfico 27. Canal de distribución para el producto: Directo .....	61
Gráfico 28. Cadena de valor .....	65
Gráfico 29. Productos para hombre .....	69
Gráfico 30. Proceso de producción general - hombres.....	77
Gráfico 31. Productos para mujer .....	78
Gráfico 32. Flujograma del proceso de producción de los Sweater tejidos personalizados .....	80
Gráfico 33. Ubicación sugerida para el proyecto .....	81
Gráfico 34. Distribución de la planta.....	82
Gráfico 35. Organigrama estructural .....	108
Gráfico 36. Organigrama funcional .....	109
Gráfico 37. Organigrama posicional.....	110
Gráfico 38. Punto de equilibrio.....	148

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** " PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA CON DISEÑOS PERSONALIZADOS EN EL SECTOR NORTE DE QUITO AÑO 2018"

**AUTOR:** Calle Ajila Ivonne Alexandra

**TUTOR:** Ing. Alcibar Pila

El siguiente proyecto tuvo por objetivo determinar la viabilidad de crear una empresa que confeccione y comercialice ropa personalizada en la ciudad de Quito a través de un Plan de Negocios. Para lo cual se realizó un estudio de mercado dirigido a la población del sector de Ñaquito, lo cual permitió conocer la existencia de demanda y oferta y por ende de demanda insatisfecha, demostrando la existencia de interés por adquirir los productos que pretende comercializar la nueva empresa. De allí que se crean estrategias de promoción y publicidad. De igual forma se plantea el área de producción, partiendo de la descripción de cada uno de los procesos para la elaboración de cinco tipos de prendas de vestir: blazer, camisas, camisetas, pantalones para hombres para el caso de las mujeres se ha considerado como producto el sweater. Para cada uno de los productos se ha especificado el tiempo que tarda en la confección, desde que el cliente realiza el pedido hasta su entrega; con esto se pudo determinar que diariamente se pueden confeccionar 9 prendas de vestir a cargo de dos costureras. Resultados que permiten establecer una cobertura del 2% de la demanda insatisfecha y un total de 6 trabajadores. Por otro lado, se presenta el área de organización y gestión que consta de la estructura organizacional de la empresa y la especificación de los parámetros de control. En el área jurídica especifica que el nombre comercial de la empresa es NAT-IVO que se constituye como sociedad anónima, por lo cual deberá cumplir con todos los requisitos y normativas exigidas por los organismos competentes. Finalmente se presenta el área financiera que contiene el monto de la inversión, costos y gastos y la evaluación financiera que demuestra la viabilidad y factibilidad de la implementación del plan de negocios.

**DESCRIPTORES:** calidad, diferenciación, diseño, moda, personalización.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA**

**ABSTRACT**

**TEMA:** BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A CUSTOMIZATION AND COMMERCIALIZATION COMPANY OF CUSTOMIZED CLOTHES IN THE CITY OF QUITO FOR THE YEAR 2018"

**AUTOR:** Calle Ajila Ivonne Alexandra

**TUTOR:** Alcibar Pila

The following project aimed to determine the feasibility of creating a company that makes and sells personalized clothing in the city of Quito through a Business Plan. For which a market study was conducted I address the population of the Iñaquito sector, which allowed us to know the existence of demand and supply and therefore of unsatisfied demand, demonstrating the existence of interest in acquiring the products that the new company intends to market. Hence, promotion and advertising strategies are created. In the same way, the production area is proposed, based on the description of each of the processes for the elaboration of five types of clothing: blazer, shirts, shirts, pants for men in the case of women, it has been considered as product the sweater. For each of the products, the time it takes to make them has been specified, from the moment the customer places the order until delivery; With this it was determined that 9 garments can be made daily by two seamstresses. Results that allow to establish a coverage of 2% of the unsatisfied demand and a total of 6 workers. On the other hand, the area of organization and management that consists of the organizational structure of the company and the specification of the control parameters is presented. In the legal area it specifies that the commercial name of the company is NAT-IVO that is constituted as a public limited company, so it must comply with all the requirements and regulations required by the competent bodies. Finally, the financial area containing the amount of the investment, costs and expenses and the financial evaluation that demonstrates the viability and feasibility of the implementation of the business plan are presented.

**DESCRIPTORES:** quality, differentiation, design, fashion, personalization.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como objetivo la realización de un Plan de negocios para determinar la viabilidad de crear una empresa de confección y comercialización de ropa personalizada en la ciudad de Quito para el año 2018, tomando en cuenta que es un tema no explorado y puede ser de gran aporte para el desarrollo económico y social del país, considerándolo como un ejemplo de emprendimiento. En la actualidad en el mercado de la moda los clientes son cada vez más exigentes y desean prendas que los hagan sentir cómodos y sobre todo que sean únicas, lo que abre una oportunidad de negocio para ofrecer prendas de vestir personalizadas en un mercado en el que actualmente no existe esta alternativa.

El plan de negocio se desarrolló en los siguientes capítulos:

En el Capítulo I, se aborda el área de Marketing, en el cual se define el producto, mercado, a través de la investigación de campo, y análisis del marco y microambiente estos son algunos de los elementos que ayudan para determinar la demanda del proyecto.

En el capítulo II se establece el área de producción u operaciones dentro del cual se describe el proceso y la capacidad para producir de la empresa además se establecen los recursos y parámetros relacionados con la calidad para el control y desarrollo de la empresa.

En el capítulo III se presenta el área de organización y gestión, dentro del cual se encuentra el análisis estratégico, la definición de objetivos y la estructura organizacional de la empresa, y la necesidad de contar con el talento humano para el funcionamiento de esta.

En el capítulo IV se tiene el área jurídico - legal, donde se establece las normas, patentes, marcas y detalles de las licencias para la apertura y funcionamiento legal de la empresa.

En el capítulo V aborda el área financiera, donde se detalla el plan de inversión, el plan de financiamiento, el cálculo de costos, gastos, ingresos, flujo de caja, punto de equilibrio y evaluación financiera a través de distintos indicadores.

Para finalizar se presenta las conclusiones y recomendaciones finales del Plan de Negocio, las referencias, bibliografía y anexos.

# CAPÍTULO I

## ÁREA DE MARKETING

La presente investigación tiene como propósito elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa personalizada en la ciudad de Quito para el año 2018, el plan de negocios es “un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro” (Antonio, 2000). Un plan de negocios es un instrumento muy importante que se utiliza para plasmar una idea o iniciativa empresarial, y también sirve para comunicar las estrategias, planes y tácticas a sus administradores.

### 1.1 Definición del producto o servicio

Las prendas de vestir o más conocida como ropa cumple grandes funciones, por una parte, permite cubrir aquellas partes íntimas del cuerpo, y sirve también como un elemento para proteger a las personas de las condiciones meteorológicas, además de las funciones ya mencionadas, en la actualidad la ropa se fabrica con un sinnúmero de materiales, y existe la gama “inteligente”, vinculada a elementos de la tecnología para brindar una prestación adicional, la ropa es un elemento que se va creando en base a la moda o tendencias por lo tanto es variable, y se adapta fácilmente a las personas por lo cual el producto ofrecido en el plan de negocios corresponde a la creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa personalizada lo que nos diferencia de las empresas de ropa ya existentes, que ofrecen productos ya elaborados y su producción es en línea.



### **1.1.1 Especificación del servicio o producto**

La empresa “NAT-IVO” ofrece una gran variedad de prendas de vestir ya sean casual, formal, informal, elegante, deportiva, de fiesta, entre otros para todas las edades, además de garantizar una muy buena calidad y durabilidad del mismo con diseños únicos es decir de forma personalizada basadas en el gusto, comodidad del cliente y ajustado a la identidad de cada persona, donde el cliente será el protagonista de crear su propio diseño, seleccionar el tipo de tela, color y talla que desee y sobre todo que son productos que están a la moda, considerando que una prenda de vestir de diseñador tiene precios muy altos, debiendo esperar a que se generen ofertas cuando ya no estén de moda, de este modo se consigue ofrecer aquello que el cliente realmente desea y ofreciendo una diferenciación frente al resto.

**Tabla 1. Niveles del producto**

<b>DETALLE</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
<b>Nombre del Producto</b>	NAT-IVO
<b>Producto básico</b>	Vestimenta
<b>Producto aumentado</b>	Personalización
<b>Beneficios para el cliente</b>	Prendas de vestir exclusivas y de alta calidad, en las cuales el cliente decide el color, diseño, textura entre otros y además tiene asesoramiento profesional personalizado.
<b>Especificaciones</b>	Trajera casuales para hombres, y sweaters tejidos para mujeres.

**Elaborado por:** La autora

### **1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.**

Las personas huyen de las tendencias en las que la vestimenta se ve muy similar para todos, a manera de uniformidad, es aquí en donde la confección y comercialización de ropa personalizada se ofrece al cliente aplicando métodos de confección de calidad y exclusividad para crear prendas únicas, que se adapten el diseño de la persona, tomando en cuenta las tendencias de moda y las características

morfológicas (estudio de las formas) y recibirá asesoría profesional de diseñadores personalizando las prendas de vestir, siendo esto lo que diferenciara a la empresa “NAT-IVO” de la gran competencia de mercado, a través de la moda y atención personalizada.

Se ofrece además de la confección y comercialización de prendas personalizadas que el cliente tenga, una variedad de prendas de vestir que pueda obsequiar y dar como un regalo más personalizado en fechas especiales como: cumpleaños, Día de San Valentín, etc. a sus familiares o amigos.

En cuanto al precio será acorde al mercado, basándose en los costos de producción, pero manteniendo los beneficios económicos para los clientes y así lograr además un posicionamiento en el mercado.

## 1.2 Definición de mercado

- Para **Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz**, autores del libro "Marketing", un *mercado* está compuesto por un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio, los cuales comparten una necesidad o un deseo particular, el mismo que puede ser satisfecho mediante el intercambio de un bien por otro bien. (Kotler, 2010)
- Desde la perspectiva del economista **Gregory Mankiw**, autor del libro "Principios de Economía", un *mercado* es *"un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda.*

Según Philip Kotler, el mercado está compuesto por oferentes y demandantes de bienes y servicios, quienes comparten necesidades o deseos, pudiendo satisfacerlos mediante una relación de intercambio denominada venta, estos clientes son conocidos como reales o potenciales. (Kotler, 2010) *Del producto, y los vendedores, la oferta"* (Del libro: Principios de Economía, de Gregory Mankiw, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Pág. 41.)

Mercado es un conjunto de transacciones de bienes o servicios donde existen oferentes y demandantes con inquietudes o necesidades semejantes.

### 1.2.1 *Qué mercado se va a tocar en general*

Se actuará en el sector textil, en el segmento de elaboración de prendas de vestir, llamado moda o mercado de vestimentas, se ha seleccionado el sector noroeste de la ciudad de Quito debido a la gran cantidad de personas y la actividad comercial es muy elevada en esta zona, sin distinción de género, pero considerando a las personas que tienen edades que van desde el 1 año hasta los 40 años, personas que tengan el poder adquisitivo suficiente para adquirir este tipo de prendas de vestir, que gusten además de personalizar su vestimenta y tengan siempre presente la calidad de las mismas.

#### 1.2.1.1 **Categorización de sujetos**

Debido a la gran afluencia de personas presentes en un mercado, se requiere categorizar algunos aspectos; de esta manera se conoce de forma más acertada las necesidades, gustos y preferencias. En la siguiente tabla, se exponen los cuatro aspectos principales al momento de categorizar a los sujetos.

**Tabla 2. Categorización de sujetos**

<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUJETO</b>
¿Quién compra?	Hombres y mujeres de 15 a 40 años Empresas Grupos de amigos Familias Parejas
¿Quién usa?	Hombres y mujeres de 1 a 40 años Grupos de amigos Familias Parejas
¿Quién decide?	Hombres y mujeres de 15 a 40 años Empresas Grupos de amigos Familias

¿Quién influye?	Hombres y mujeres de 15 a 40 años Familiares Amigos Conocidos Grupos sociales
-----------------	---

Elaborado por: La autora

### 1.2.1.2 Estudio de Segmentación

Como se expuso en la identificación del mercado objetivo, aunque se considera a la PEA (población económicamente activa) de la parroquia Ñaquito de la ciudad de Quito, que se encuentren en edades comprendidas desde los 15 a 40 años, por lo tanto, se constituye en el mercado potencial de la empresa. Frente a lo señalado y para obtener una segmentación específica y correcta se toman en cuenta las siguientes dimensiones a) dimensión conductual, b) dimensión geográfica y c) dimensión demográfica.

**Tabla 3. Dimensión conductual**

VARIABLE	DESCRIPCION
Tipo de necesidad:	Social o pertenencia
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	Desconocida, marca nueva
Actitud frente al producto:	Positiva

Elaborado por: La autora

**Tabla 4. Dimensión geográfica**

VARIABLE	DESCRIPCION
<b>País</b>	Ecuador
<b>Región</b>	Sierra
<b>Ciudad urbana y rural</b>	<b>Quito</b>
<b>Tamaño</b>	2.239.191
<b>Parroquia</b>	<b>Ñaquito</b>
<b>Tamaño</b>	44.149

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: La autora

**Tabla 5. Dimensión demográfica**

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>POBLACIÓN</b>
<b>Sexo</b>	Hombres y mujeres	20.366 23.783 <b>Total= 44.149</b> Indistinto
<b>Estado civil</b>	Solteros, casados, unidos, separados, Divorciados, viudos.	38.715
<b>Edad</b>	1 a 40 años de Edad	27.439
<b>Socioeconómico PEA</b>	Medio- medio alto-alto	<b>25.814</b>

**Fuente:** INEC (2010)

**Elaborado por:** La autora

En síntesis, la población objetivo está compuesta por un total de 25.814 que es la PEA, de la parroquia Ñaquito ubicada al noroeste de la ciudad de Quito, según datos del INEC.

### **1.2.1.3 Pan de muestreo**

La población que forma parte de la investigación asciende a 25.814 personas, las cuales pertenecen a la PEA de la parroquia Ñaquito de la ciudad de Quito, sin embargo, a pesar de que se ha proyectado que la empresa funcione en esa parroquia, los segmentos de clientes pueden ser de diferentes partes de Quito, tomando en cuenta que este sector es muy visitado por personas nacionales y turistas de todas partes además de ser un sector empresarial.

Se ha escogido el método probabilístico para la determinación de la muestra de estudio, en mismo se realizará en el sector mencionado, a los residentes y personas que laboran o tienen alguna situación ya sea trabajo u otro motivo por el cual se encuentra en la zona de estudio, se ha escogido para la realización de la encuesta los centros comerciales de la zona, además de utilizar medios virtuales como

Google drive, que es una herramienta de gran utilidad en el levantamiento de información.

Para obtener la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_2^2 * P * Q * N}{Z_2^2 * P * Q + N e_2^2}$$

n= TAMAÑO DE LA MUESTRA

Z= NIVEL DE CONFIABILIDAD del 95%, correspondiente a un valor Z de 1.96.

P= PROBABILIDAD DE OCURRENCIA= 50%

Q= PROBABILIDAD DE NO OCURRENCIA =50%

N= POBLACION =25.814

e= ERROR DE LA MUESTRA (5% - 7%)

Con los datos mencionados anteriormente, se reemplaza en la fórmula de la muestra, y se obtiene la siguiente información:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(25.814)}{(1,96)^2(0,5)(0,5) + (25.814 - 1)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{24,791.76}{65.4929}$$

$$n = 378,54 = 379$$

La encuesta se realizó a 379 personas en la ciudad de Quito en el mes de septiembre del año 2018. En la tabla que se desarrolla a continuación, se describe el cuadro de necesidades relacionadas al proyecto establecido.

## Necesidades:

### OBJETIVO ESPECIFICO 1.

Desarrollar un estudio de mercado para conocer las preferencias de los consumidores al momento de elegir una prenda de vestir.

**Tabla 6. Cuadro de necesidades**

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Consumidor	Encuesta
Delimitar los precios que están dispuestos a pagar	Primaria	Análisis sectorial	Encuesta
Estudio de la demanda	Primaria	Proveedores	Base de datos
Aspectos que más valora al momento de adquirir una prenda de vestir	Primaria	Análisis sectorial	Encuesta
Costo de materiales	Secundaria	Proveedor	Proformas
Localización de la empresa	Primaria	Consumidor	Encuesta

**Elaborado por:** La autora

#### 1.2.1.4 Diseño y recolección de información

Los instrumentos necesarios para la recolección de información primaria y secundaria, como se mencionó anteriormente, son la aplicación de la encuesta y recabar información estadística por medio del INEC. La encuesta “son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado, dicho cuestionario está diseñado para obtener información específica” (Malhotra, 2008). Para establecer cómo se va a satisfacer las diferentes necesidades identificadas en el proyecto, a continuación, se describen los instrumentos requeridos.

**Necesidad 1.** Gustos y preferencias de los consumidores

Para identificar los gustos y preferencias de los consumidores en base a la ropa, se recurre a la aplicación de encuestas como instrumento, donde se plantea una pregunta al respecto.

Se puede identificar cuáles son las prendas de vestir de preferencia, basándose en la textura, colores, estilo, calidad, diseño.

**Necesidad 2.** Delimitar los precios que están dispuestos a pagar

A través de la encuesta, donde se plantea una pregunta de opción múltiple, se establecen los diferentes rangos de precios que podrían pagar los clientes.

De esta forma se puede establecer los precios de las prendas de vestir elaboradas en la empresa.

**Necesidad 3.** Estudio de la demanda

Se recaba información a través de la base de datos de los proveedores o la competencia.

**Necesidad 4.** Aspectos que más valora al momento de adquirir una prenda de vestir.

Por medio de una pregunta de opción múltiple, se esclarece los aspectos más valorados para el producto ofrecido, precio, calidad, moda, ubicación.

**Necesidad 5.** Costo de materiales

**Necesidad 6.** Localización de la empresa

En la encuesta aplicada a la muestra, se establece la pregunta referente a en qué lugar prefiere adquirir sus prendas de vestir.

El formato de la encuesta se encuentra al final de este documento como Anexo 1.



### 1.2.1.5 Análisis e Interpretación

La encuesta se aplicó a la PEA de la parroquia Iñaquito del DMQ con el objetivo de conocer los gustos y preferencias respecto a la creación de una empresa para producir y comercializar prendas de vestir personalizadas

#### 1. Género

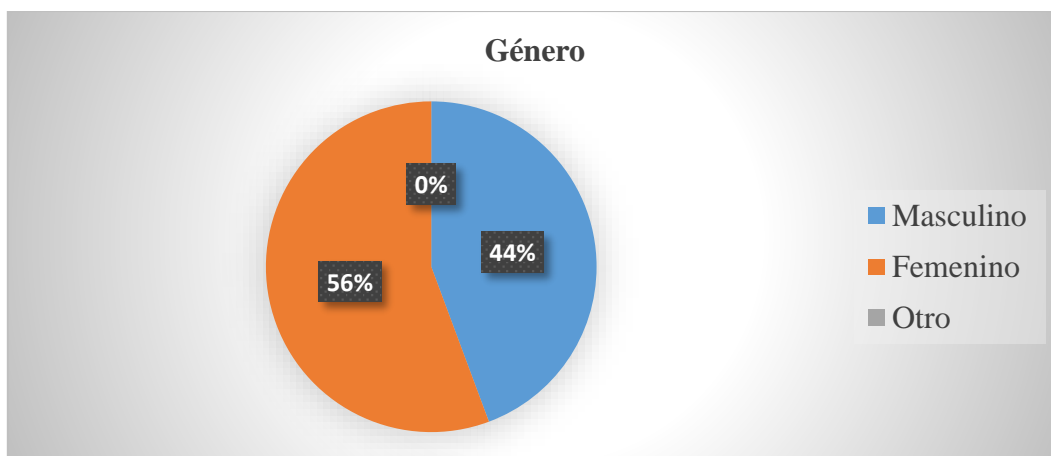
**Tabla 7. Género**

Género	Frecuencia	%
Masculino	168	44.20
Femenino	211	55.80
Otro	0	0
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 1. Género**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

#### **Análisis:**

El 55,8% de las encuestas corresponde al género femenino, el 44,2% corresponde al género masculino, mientras que otro obtuvo 0%.

### Interpretación:

Se entiende que existe un mayor número de personas de género femenino encuestadas.

## 2. Edad

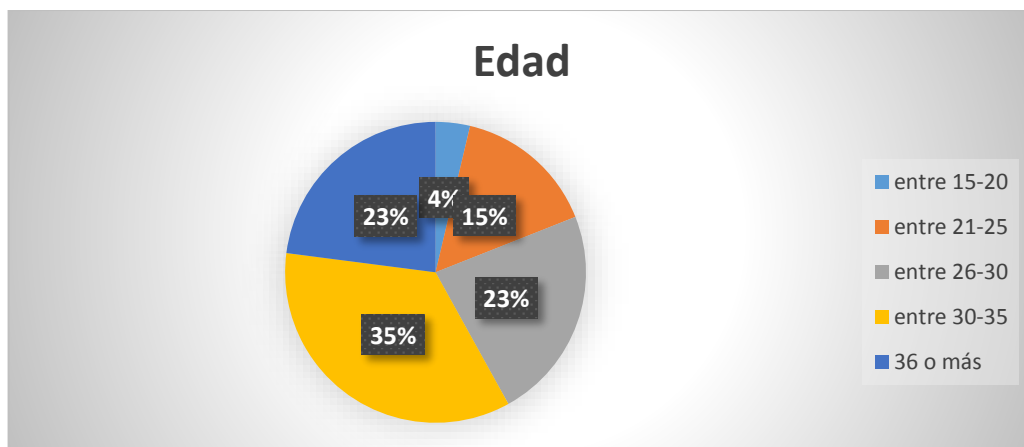
**Tabla 8. Edad**

Edad	Frecuencia	%
15-20	14	4
21-25	58	15
26-30	87	23
30-35	133	35
36 o más	87	23
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 2. Edad**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

### Análisis:

El porcentaje más alto en edad es de 35% que corresponde a personas de 30 a 35 años de edad, siguiendo con un 23% a personas entre 26 a 30 años de edad y con el mismo porcentaje del 23% a personas de 36 años en adelante, el 15% pertenece a personas de 21 a 25 años de edad y con el porcentaje más bajo del 4% a personas de 15 a 20 años de edad.

### Interpretación:

Esto es positivo para el plan de negocios ya que se puede deducir que son personas mayores de edad con poder adquisitivo y financiero.

### 3. Estado civil

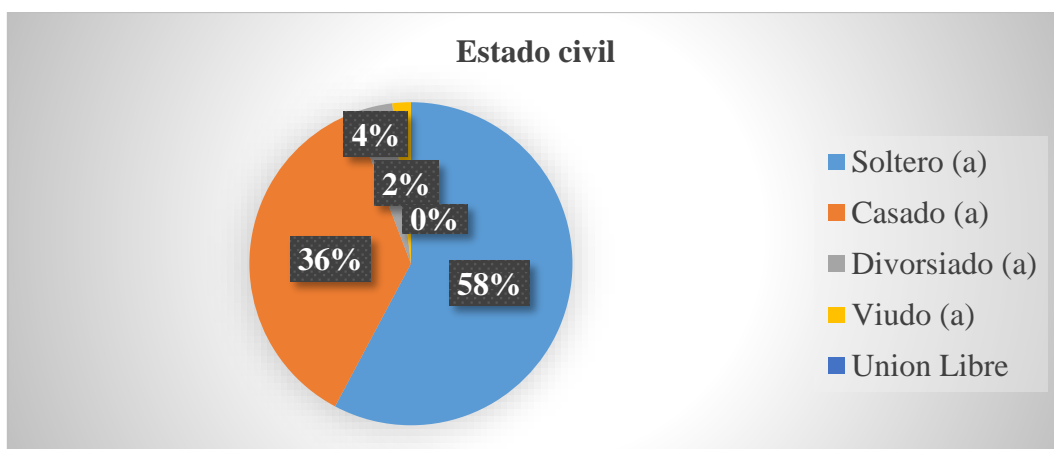
**Tabla 9. Estado civil**

Estado civil	Frecuencia	%
Soltero (a)	219	58
Casado (a)	138	36
Divorciado (a)	15	4
Viudo (a)	7	2
Unión Libre	0	0
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 3. Estado civil**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

### Análisis:

El estado civil con mayor porcentaje es de personas solteras con un 58%, siguiendo con un 36% a personas casadas y con porcentajes muy bajos como el 4% a personas divorciadas y el 2% personas viudas.

**Interpretación:**

Se deduce que las personas encuestadas solteros (as) tienen más inclinación por la confección de ropa personalizada.

**4. Pregunta 1: ¿Le gusta a usted comprar ropa?**

**Tabla 10. ¿Le gusta a usted comprar ropa?**

¿Le gusta a usted comprar ropa?	Frecuencia	%
Si	357	94
No	22	6
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 4. ¿Le gusta a usted comprar ropa?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Análisis:**

Se ve reflejado que del público encuestado el 94% le gusta comprar ropa y con un porcentaje de apenas el 6% no le gusta comprar ropa.

**Interpretación:**

Lo que es positivo para el plan de negocio.

**5. Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia compra usted ropa?**

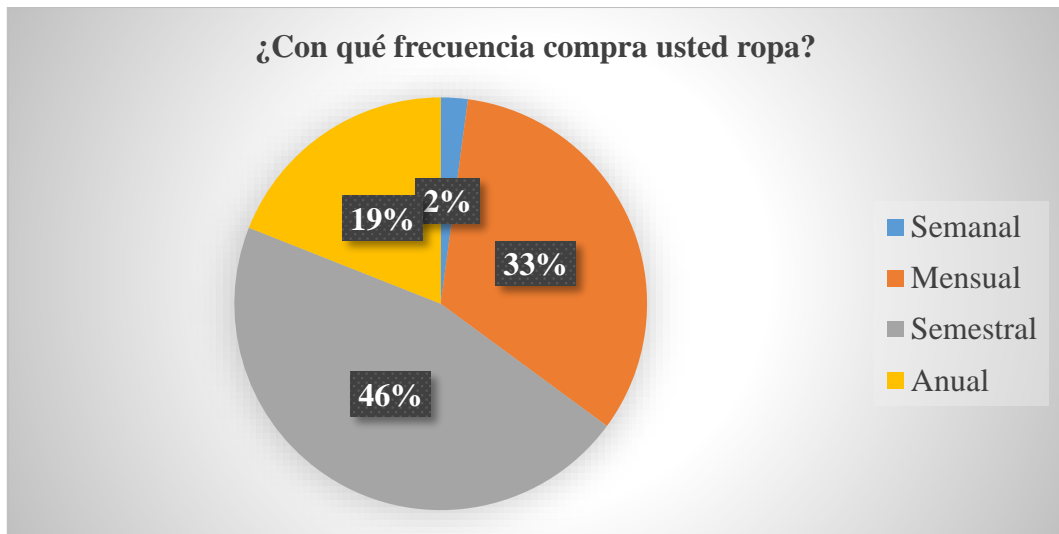
**Tabla 11. ¿Con qué frecuencia compra usted ropa?**

¿Con qué frecuencia compra usted ropa?	Frecuencia	%
Semanal	8	2
Mensual	125	33
Semestral	174	46
Anual	72	19
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 5. ¿Con qué frecuencia compra usted ropa?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Análisis:**

Se refleja que la mayoría de las personas adquiere su ropa semestralmente con un 46%, por otra parte, está el público que adquiere mensualmente con un porcentaje del 33% y como porcentajes más bajos está el anual con 19% y el semanal con 2%.

### Interpretación:

Esto puede ayudar a establecer temporadas para poder promocionar los productos y ofertas.

### 6. Pregunta 3: ¿Cuándo usted realiza compras de ropa se fija en?

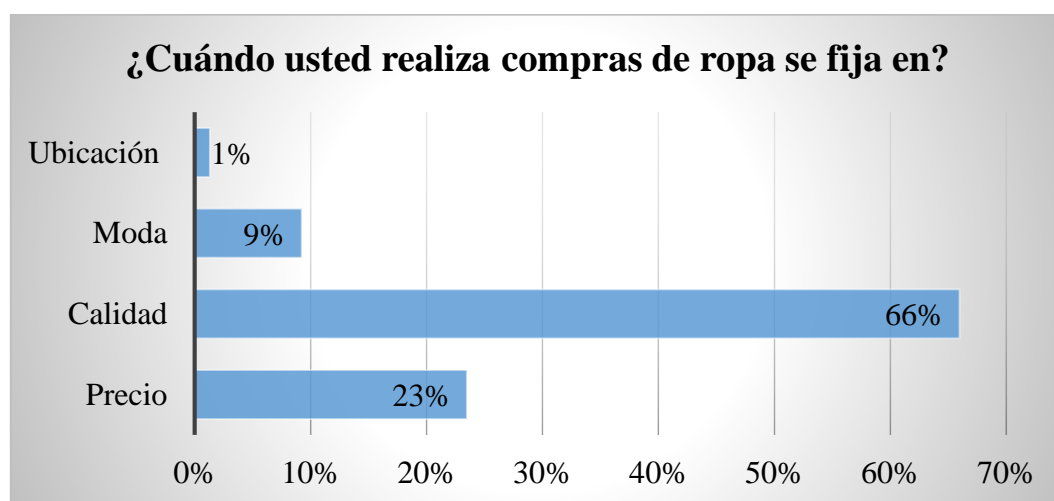
**Tabla 12.** ¿Cuándo usted realiza compras de ropa se fija en?

¿Cuándo usted realiza compras de ropa se fija en?	Frecuencia	%
Precio	89	23
Calidad	250	66
Moda	35	9
Ubicación	5	1
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 6.** ¿Cuándo usted realiza compras de ropa se fija en?



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

### Análisis:

Se puede analizar que el 66% del público se inclina más por la calidad de la prenda al momento de adquirirla, el 26% se fija en el precio, el 9% en moda y el 1% en la ubicación.

### Interpretación:

Esto sirve de gran ayuda en el plan de negocios para poder crear un enfoque en la calidad ya que para las personas es lo que más les interesa al momento de comprar ropa.

#### 7. Pregunta 4: ¿Le incomoda o no que otras personas se vistan con el mismo diseño y color de prenda que usted, es decir que no exista exclusividad?

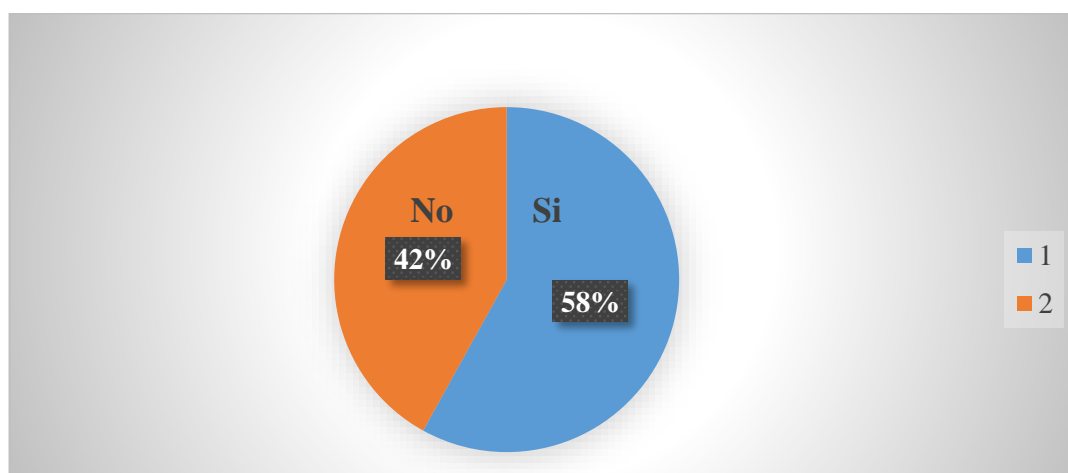
**Tabla 13. ¿Le incomoda o no que otras personas se vistan con el mismo diseño y color de prenda que usted, es decir que no exista exclusividad?**

¿Le incomoda o no que otras personas se vistan con el mismo diseño y color de prenda que usted, es decir que no exista exclusividad?	Frecuencia	%
Si	220	58
No	159	42
Total	379	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

**Gráfico 7. ¿Le incomoda o no que otras personas se vistan con el mismo diseño y color de prenda que usted, es decir que no exista exclusividad?**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

**Análisis:**

Aquí se refleja que al 58% del público objetivo si le incomoda que sean producidas en masa el mismo tipo de prenda de vestir, y con un porcentaje menor del 42, % les es indiferente se otros vistan igual.

**Interpretación:**

Con una gran oportunidad para el proyecto para enfocarse en la personalización de las prendas.

**8. Pregunta 5: ¿Conoce usted algún almacén o tienda en Quito ya sea física o virtual que vendan ropa personalizada?**

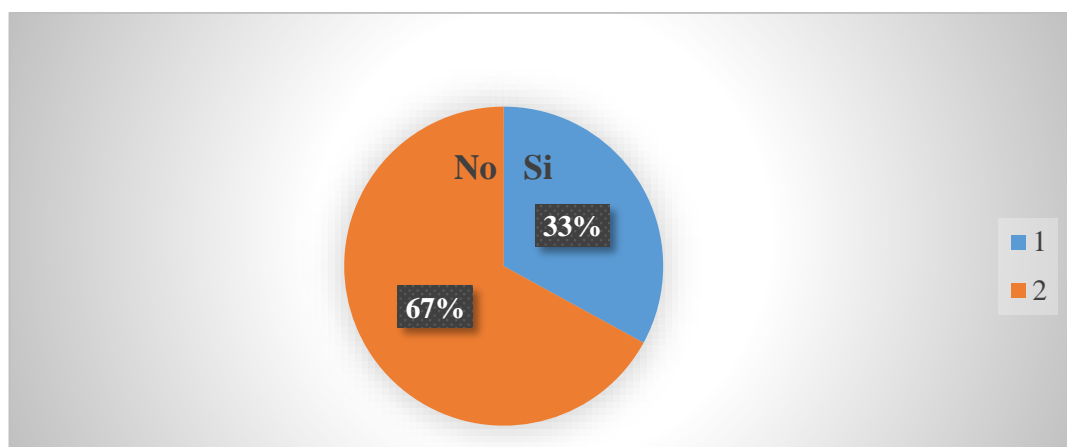
**Tabla 14. ¿Conoce usted algún almacén o tienda en Quito ya sea física o virtual que vendan ropa personalizada?**

¿Conoce usted algún almacén o tienda en Quito ya sea física o virtual que vendan ropa personalizada?	Frecuencia	%
Si	125	33
No	254	67
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 8. ¿Conoce usted algún almacén o tienda en Quito ya sea física o virtual que vendan ropa personalizada?**



**Fuente:** Investigación de campo



**Elaborado por:** La autora

**Análisis:**

Se puede observar que con el porcentaje más alto de 67% las personas encuestadas no tienen conocimiento de almacenes que fabriquen ropa personalizada, y el 33% si conoce o ha escuchado de algún lugar donde elaboren prendas personalizadas.

**Interpretación:**

Se puede visualizar que hay un gran mercado insatisfecho el cual se debe aprovechar ya que no existen muchos competidores en el mercado de ropa personalizada.

**9. Pregunta 6: ¿En qué o cuáles de las siguientes tiendas de ropa ha comprado usted?**

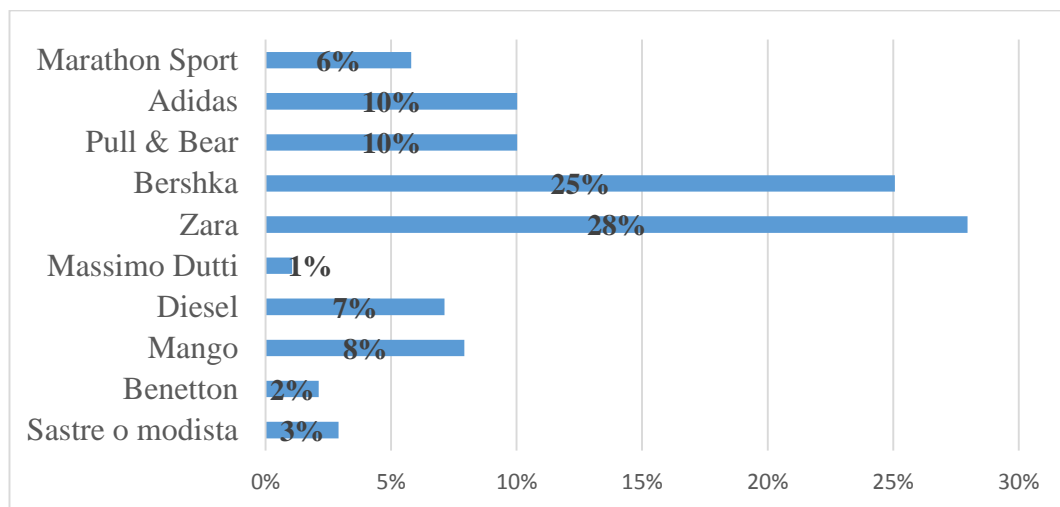
**Tabla 15. ¿En qué o cuáles de las siguientes tiendas de ropa ha comprado usted?**

¿En qué o cuáles de las siguientes tiendas de ropa ha comprado usted?	Frecuencia	%
Sastre o modista	11	3
Benetton	8	2
Mango	30	8
Diesel	27	7
Massimo Dutti	4	1
Zara	106	28
Bershka	95	25
Pull & Bear	38	10
Adidas	38	10
Marathon Sport	22	6
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 9. ¿En qué o cuáles de las siguientes tiendas de ropa ha comprado usted?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Análisis:**

Se observa en esta pregunta que la mayoría del público encuestado tiene preferencia por algunas marcas ya establecidas en el mercado, con mayor porcentaje con el 28% a Zara, con el 25% Bershka, mientras que con un mismo porcentaje del 10% se encuentra Adidas y Pull & Bear, con un porcentaje menor del 8% Mango, el 7% Diésel, el 6% Marathon sport y con porcentajes mínimos de 3% sastre o modista, el 2% Benetton y con apenas 1% Massimo Dutti.

**Interpretación:**

Estas marcas hacen producción en volumen, y no dan al cliente el beneficio de exclusividad o variedad en sus prendas.

**10. Pregunta 7: ¿Cómo califica al servicio recibido en la (s) tiendas de ropa seleccionada?**

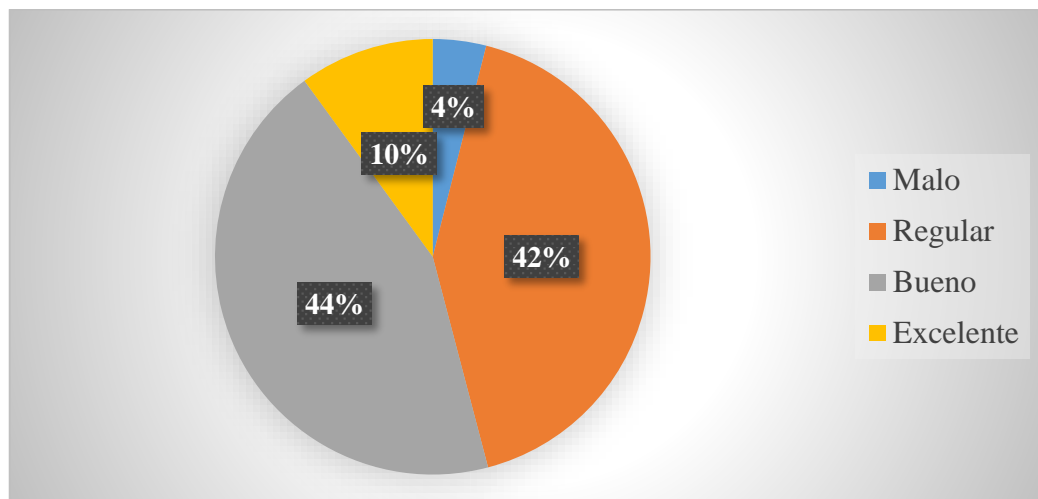
**Tabla 16. ¿Cómo califica al servicio recibido en la (s) tiendas de ropa seleccionada?**

¿Cómo califica al servicio recibido en la (s) tiendas de ropa seleccionada?	Frecuencia	%
Malo	15	4
Regular	159	42
Bueno	167	44
Excelente	38	10
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 10. ¿Cómo califica al servicio recibido en la (s) tiendas de ropa seleccionada?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Análisis:**

Se ve reflejado que el servicio al momento de vender alguna prenda es bueno con un porcentaje del 44% y regular con 42% los más altos porcentajes en esta pregunta.

**Interpretación:**

Se puede decir que el servicio al momento de vender u ofrecer no satisface la necesidad del consumidor dando oportunidad al proyecto.

**11. Pregunta 8: ¿Ha cumplido sus expectativas la prenda de vestir que ha comprado?**

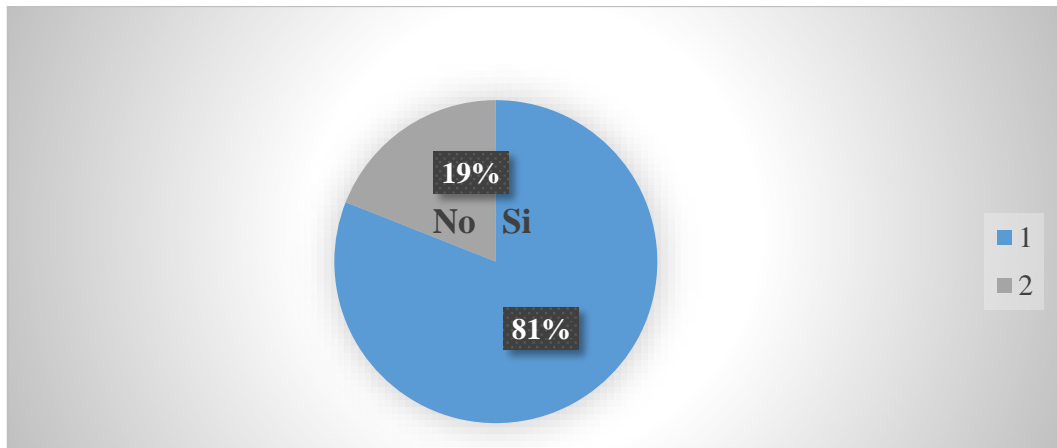
**Tabla 17. ¿Ha cumplido sus expectativas la prenda de vestir que ha comprado?**

¿Ha cumplido sus expectativas la prenda de vestir que ha comprado?	Frecuencia	%
Si	307	81
No	72	19
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 11. ¿Ha cumplido sus expectativas la prenda de vestir que ha comprado?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Análisis:**

Se refleja que el 81% de las personas encuestadas si están satisfechas con la adquisición de su prenda de vestir al momento de comprar y el 19% no está satisfecho con su prenda de vestir.

**Interpretación:**

La gran mayoría se encuentra conforme con sus prendas de vestir, sin embargo, es una oportunidad para la personalización de las prendas de vestir.

**12. Pregunta 9: ¿Le interesaría adquirir prendas de vestir personalizadas?**

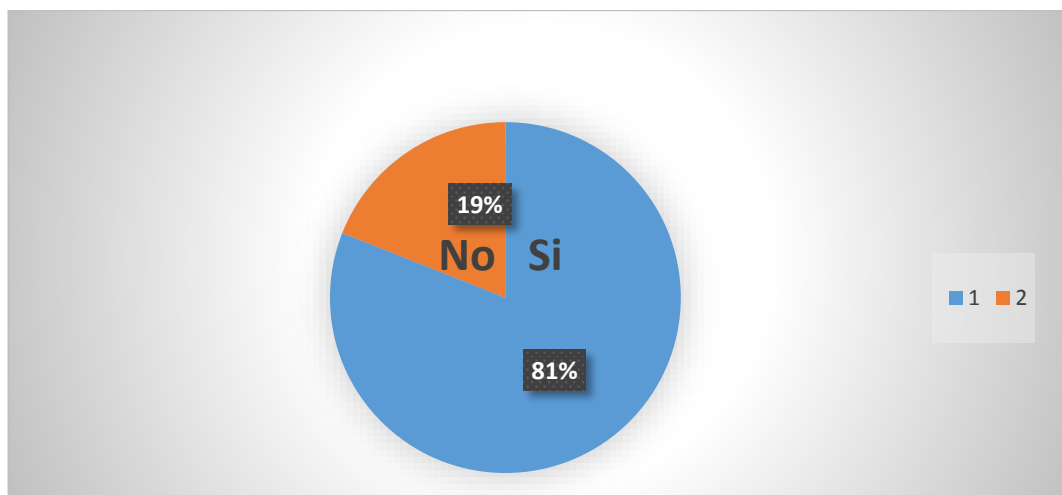
**Tabla 18. ¿Le interesaría adquirir prendas de vestir personalizadas?**

¿Le interesaría adquirir prendas de vestir personalizadas?	Frecuencia	%
Si	307	81
No	72	19
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 12. ¿Le interesaría adquirir prendas de vestir personalizadas?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

### **Análisis:**

Con mayor porcentaje del 81% tenemos que si están interesados en adquirir prendas personalizadas y con un porcentaje menor del 19% no tienen interés de adquirir el servicio ofertado.

### **Interpretación:**

Esto es positivo para el proyecto debido al gran interés o aceptación por parte del público tendría por la personalización de la ropa.

### **13. Pregunta 10: ¿En qué lugar prefiere adquirir sus prendas de vestir?**

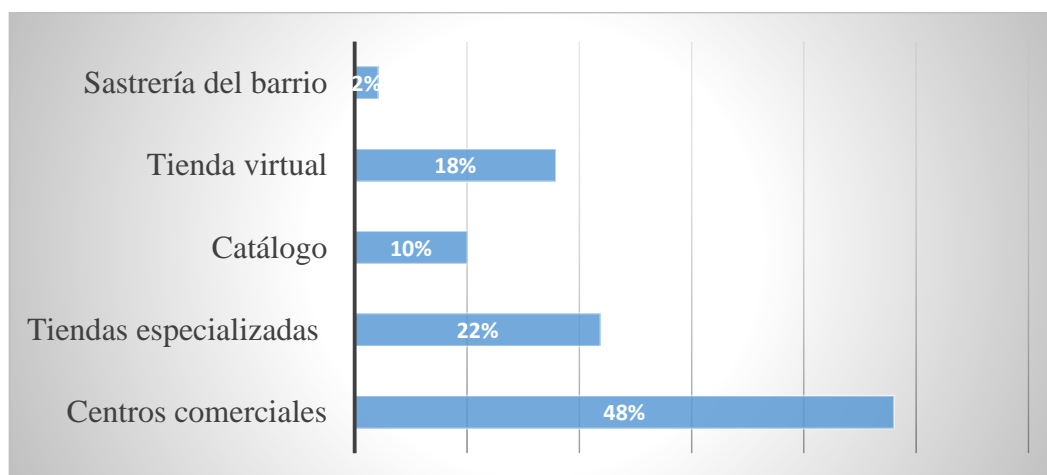
**Tabla 19. ¿En qué lugar prefiere adquirir sus prendas de vestir?**

¿En qué lugar prefiere adquirir sus prendas de vestir?	Frecuencia	%
Centros comerciales	182	48
Tiendas especializadas	83	22
Catálogo	38	10
Tienda virtual	68	18
Sastrería del barrio	8	2
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

### **Gráfico 13. ¿En qué lugar prefiere adquirir sus prendas de vestir?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Análisis:**

Con el porcentaje más alto del 48% prefiere adquirir sus prendas de vestir en centros comerciales, con el 22% en tiendas especializadas siguiendo con el 18% tiendas virtuales, y porcentajes más bajos con el 10% por catálogos y apenas el 2% en sastrerías o tiendas del barrio.

**Interpretación:**

La mayoría de las personas suelen ir a centros comerciales para adquirir sus prendas de vestir lo cual es positivo para el proyecto ya que la empresa estará ubicada en un sector estratégico como lo es el sector Ñaquito ya que es una zona muy comercial y con gran afluencia de personas.

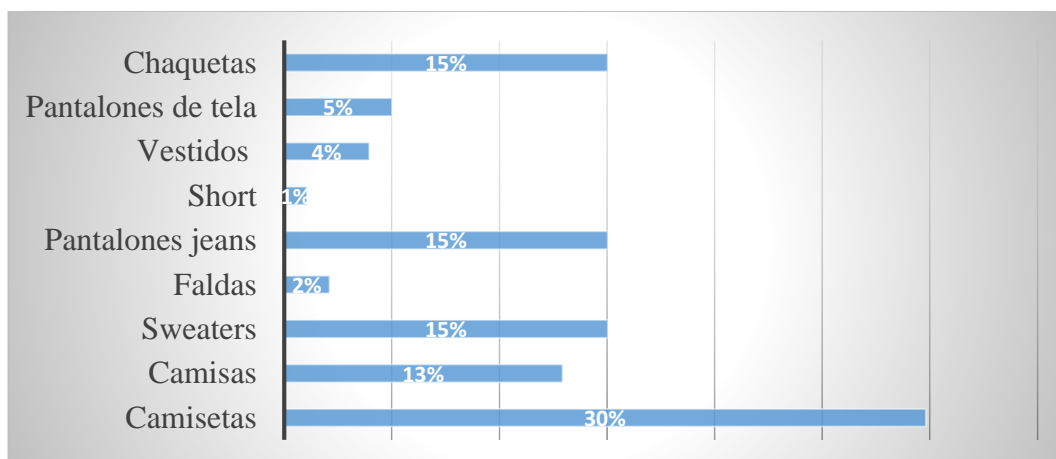
**11. Pregunta 11: ¿Qué prendas de vestir usted adquiere con mayor frecuencia?****Tabla 20. ¿Qué prendas de vestir usted adquiere con mayor frecuencia?**

¿Qué prendas de vestir usted adquiere con mayor frecuencia?	Frecuencia	%
Camisetas	113	30
Camisas	49	13
Sweaters	57	15
Faldas	8	2
Pantalones jeans	57	15
Short	4	1
Vestidos	15	4
Pantalones de tela	19	5
Chaquetas	57	15
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 14. ¿Qué prendas de vestir usted adquiere con mayor frecuencia?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Análisis:**

Podemos decir que con un porcentaje del 30% el público muestra más interés por la compra de camisetas, seguido con un porcentaje del 15% por la compra de chaquetas, pantalones jeans y sweaters, y con un 13% a camisas.

**Interpretación:**

La empresa se enfocará en la confección de este tipo de prendas que tienen mayor porcentaje de compra.

**12. Pregunta 12: ¿Cuánto pagó la última vez por su prenda de vestir?**

**Tabla 21. ¿Cuánto pagó la última vez por su prenda de vestir?**

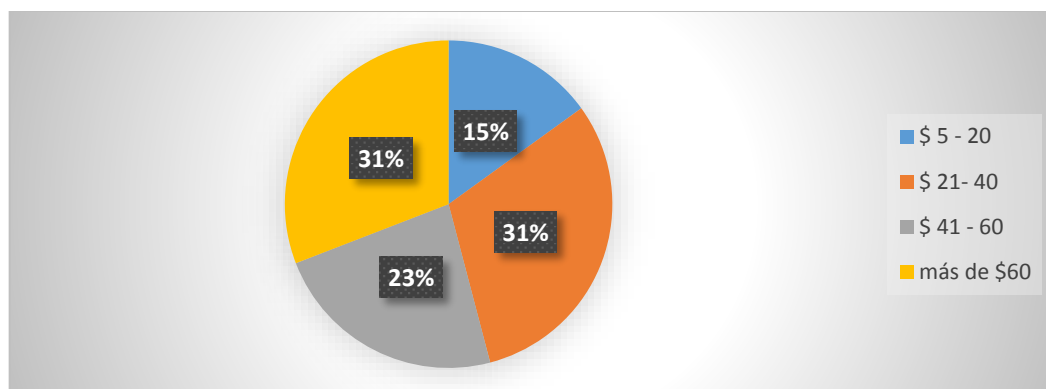
¿Cuánto pagó la última vez por su prenda de vestir?	Frecuencia	%
\$ 5 – 20	57	15
\$ 21- 40	117	31
\$ 41 – 60	88	23
más de \$60	117	31
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora



**Gráfico 15. ¿Cuánto pagó la última vez por su prenda de vestir?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Análisis:**

Se refleja que con un porcentaje del 31% las personas adquirieron su prenda de vestir con un costo entre los \$21 y \$40 dólares, y con el mismo porcentaje del 31% a un precio de más de \$60 dólares.

**Interpretación:**

Deduciendo que las personas están dispuestas a pagar desde \$21 dólares en adelante por sus prendas de vestir.

**13. Pregunta 13: ¿Qué estilo de prendas de vestir son sus preferidas?**

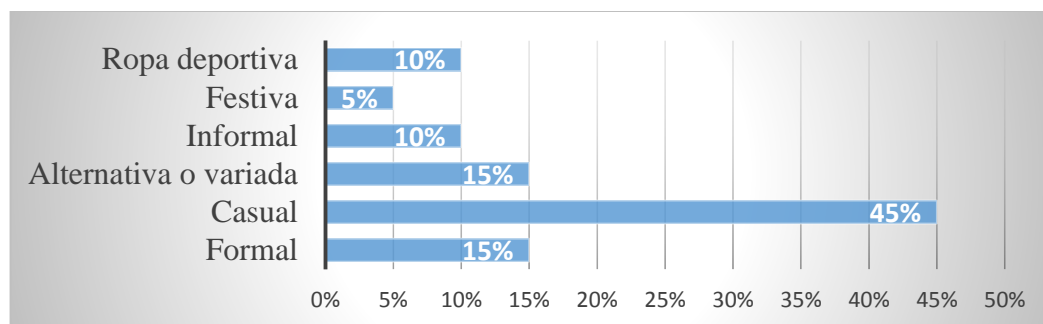
**Tabla 22. ¿Qué estilo de prendas de vestir son sus preferidas (Puede seleccionar más de 1)?**

¿Qué estilo de prendas de vestir son sus preferidas (Puede seleccionar más de 1)?	Frecuencia	%
Formal	57	15
Casual	170	45
Alternativa o variada	57	15
Informal	38	10
Festiva	19	5
Ropa deportiva	38	10
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 16. ¿Qué estilo de prendas de vestir son sus preferidas?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Análisis:**

Se refleja que las personas se inclinan más por el uso de ropa casual con un 45%, mientras que con el mismo porcentaje del 15% en prendas formales o variadas con un porcentaje menor del 10% en prendas de vestir informal y deportiva y con apenas el 5% en prendas de vestir festivas.

**Interpretación:**

La gran mayoría de personas utilizan ropa casual, por lo tanto, la empresa se enfocará en crear prendas de vestir casuales.

**14. Pregunta 14: ¿Qué mejoraría o cambiaría en las tiendas o almacenes de ropa existentes?**

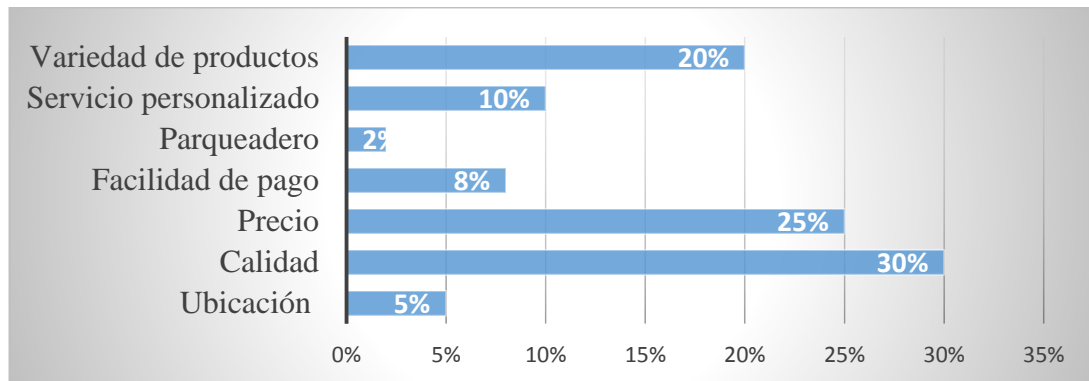
**Tabla 23. ¿Qué mejoraría o cambiaría en las tiendas o almacenes de ropa existentes?**

¿Qué mejoraría o cambiaría en las tiendas o almacenes de ropa existentes?	Frecuencia	%
Ubicación	27	5
Calidad	68	30
Precio	76	25
Facilidad de pago	30	8
Parqueadero	8	2
Servicio personalizado	113	10
Variedad de productos	57	20
Total	379	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 17. ¿Qué mejoraría o cambiaría en las tiendas o almacenes de ropa existentes?**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** La autora

### **Análisis:**

Se observa que las personas encuestadas están insatisfechas con la calidad de las prendas de vestir con un porcentaje del 30% y con el 25% inconformes con el precio pagado por las mismas.

### **Interpretación:**

Dándonos campo al servicio personalizado ofreciendo calidad y mejora en el diseño personalizado.

### **1.2.2 Demanda potencial**

La demanda potencial se refiere a todos los individuos interesados en adquirir un bien o servicio que ofrece una empresa, estas personas podrían convertirse en compradores efectivos, por lo que las organizaciones deben emplear acciones de marketing (Dvoskin, 2010).

Para obtener la demanda potencial de la empresa se toma como referencia los resultados de la encuesta aplicada a la PEA de la parroquia Ñaquito. En este cuestionario se indagó acerca del comportamiento del consumidor, tal es así que en la pregunta 1 se partió de conocer si le gusta o no realizar compras de ropa, en donde el 94% respondió de forma positiva. Mientras que en la pregunta 9, el 81% de los

encuestados manifiesta que si está interesado en adquirir las prendas de vestir personalizadas. Con estos valores porcentuales se procede a calcular la demanda potencial en número de personas.

**Tabla 24. Demanda en personas**

Detalle		Valor
PEA Iñaquito		25.814
Gusta comprar ropa	94%	24.265
Interés de comprar prendas de vestir	81%	19.655
<b>Demanda en personas</b>		<b>19.655</b>

Fuente: Pregunta 1 y 9 de la encuesta

Elaborado por: La autora

Se determinó que la demanda en número de clientes es de 19.655 personas. No obstante, se requiere conocer la demanda en cantidad de prendas de vestir o ropa personalizada que van a adquirir los clientes. Para esto se utilizó la pregunta 12 sobre el valor cancelado por la última prenda. Al mismo tiempo según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2013), se conoce que el gasto promedio mensual que destina una persona del sector urbano, para la compra de ropa y calzado es de \$58,00.

Por tanto, al tomar en cuenta los intervalos de la pregunta 12 se estableció que el consumo per cápita de la PEA de Iñaquito es de 9 prendas de vestir, las cuales se distribuyen conforme la siguiente tabla:

**Tabla 25. Demanda en cantidad de prendas de vestir**

Detalle	% según encuesta	Demanda calculada en personas	Número de prendas	Demanda en prendas
\$ 5 – 20	15%	2.948	5	14.741
\$ 21- 40	31%	6.093	2	12.186
\$ 41 – 60	23%	4.521	1	4.521
Más de \$60	31%	6.093	1	6.093
<b>Total</b>		<b>19.655</b>	<b>9</b>	<b>37.541</b>

Fuente: Pregunta 12 de la encuesta

Elaborado por: La autora

Después de conocer el número de prendas de vestir se requiere obtener la demanda anual, para lo cual se toma en cuenta la pregunta 2 sobre la frecuencia de compra. Con esto se obtiene lo siguiente:

**Tabla 26. Demanda anual de prendas de vestir**

Detalle	% según encuesta	Demanda calculada	Número de veces	Demanda Anual
Semanal	2%	751	52	39.042
Mensual	33%	12.388	12	148.661
Semestral	46%	17.269	2	34.537
Anual	19%	7.133	1	7.133
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>37.541</b>		<b>229.373</b>

**Fuente:** Pregunta 2 de la encuesta

**Elaborado por:** La autora

Por consiguiente, la demanda anual de prendas de vestir es de 229.373 unidades. Para proyectar la demanda se utiliza la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Quito. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2018) la ciudad de Quito muestra un crecimiento poblacional del 1,74%.

Para la proyección se emplea la siguiente fórmula de cálculo:

$$Dt = D(1 + i)^n$$

Dt = Demanda total

D = Demanda actual

i = Tasa de crecimiento

n = potencia relativa al número de años

Para el año 2019 el cálculo de la demanda es el siguiente:

$$Dt = 229.379 * (1 + 1,74\%)^1$$

$$Dt = 229.379 * (1 + 0,0174)^1$$

$$Dt = 233.364$$

**Tabla 27. Demanda anual proyectada**

<b>Años</b>	<b>Demanda proyectada (prendas)</b>
2019	233.364
2020	237.425
2021	241.556
2022	245.759
2023	250.035

**Fuente:** Resultados de proyección con tasa de crecimiento

**Elaborado por:** La autora

### **1.3 Análisis del Macro y Microambiente**

#### *1.3.1 Análisis del microambiente*

La evaluación del microambiente se realizó mediante el método de las 5 fuerzas según Porter, el cual permite dimensionar el nivel de las diversas fuerzas y su influencia en las decisiones estratégicas de la empresa (Porter, 2017).

En la siguiente tabla se muestra de manera más precisa los rangos para la valoración, cada factor se evaluó del 1 (cuando la fuerza es débil) al 5 (cuando es fuerte)

**Tabla 28. Rangos para la valoración de las fuerzas según Porter**

<b>Rango</b>	<b>Valor</b>
Entre 1	Bajo
Entre 2	Medio bajo
Entre 3	Medio
Entre 4	Medio alto
Entre 5	Alto

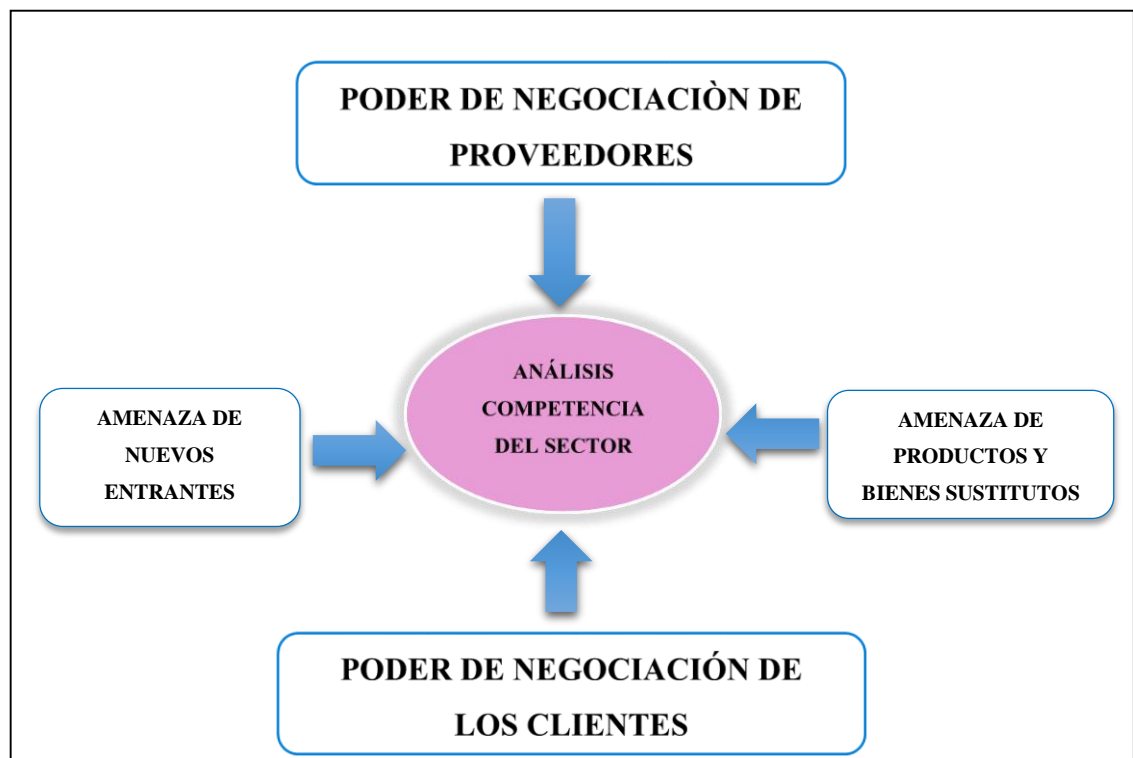
**Fuente:** (Francés, 2006)

**Elaborado por:** La autora

La valoración de cada factor es subjetiva, depende del enfoque del análisis, sin embargo, se pretende reflejar en dichos valores lo que se ha observado en el mercado a partir de la investigación, análisis y el conocimiento personal que se tiene del sector y los productos.

### 1.3.1.1 5 fuerzas de Porter diamante de competitividad

Gráfico 18. Diamante de competitividad



Elaborado por: La autora

- **Análisis de la competencia del sector:**

La competencia del sector es media ya que las empresas existentes como Zara, Bershka, Etafashion, entre otras, ya están posicionadas en el mercado, sin embargo, lo que diferencia a la empresa “NAT-IVO” es que ofrece asesoría profesional personalizada, variedad de productos en un solo tienda, exclusividad, calidad, y diseños únicos de ropa creados acorde a las necesidades y requerimientos de los clientes. Por lo tanto, se establece que es un factor o nivel alto de competencia. Sin embargo, la personalización permitirá superar este nivel.

**Tabla 29. Calificación cuantitativa de la competencia existente**

<b>Factores de la competencia</b>	<b>Calificación/5</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Total</b>
1.Calidad del Producto	3	20%	0,60
2.Variedad de diseños	3	20%	0,60
3.Diferenciación de productos	3	15%	0,45
4.Ubicación	3	15%	0,45
4.Posicionamiento de marca	4	20%	0,80
5.Estrategias publicitarias	4	10%	0,40
Total		<b>100%</b>	<b>3,30</b>
<b>3,30/5</b>			
<b>Rivalidad entre competidores existentes = Medio</b>			

**Fuente:** Factores tomados de: (Francés, 2006)

**Elaborado por:** La autora

- **Poder de negociación de los clientes:**

En el caso de la empresa “NAT-IVO”, el poder de negociación de los clientes es baja ya que confeccionara y elaborara prendas de vestir con diseños únicos es decir bajo pedido, y los futuros clientes tienen poco poder de negociación, ya que realizan compras de manera individual y personalizada, tiene un peso poco significativo en comparación con la producción total de la empresa.

1. Diferenciación del producto: la empresa NAT-IVO ofrece al cliente calidad y exclusividad al crear prendas únicas, que se adapte el diseño a la persona además se tomaran en cuenta las tendencias de moda y las características morfológicas y recibirá asesoría profesional de diseñadores personalizado lo cual poseerá un alto grado de diferenciación, lo que reduce el poder de negociación de los clientes.



2. Utilidades generadas por el comprador: las utilidades que genera cada cliente son bajas, ya que realizan compras de manera individual y personalizada, tiene un peso poco significativo en comparación con la producción total de la empresa lo que reduce el poder de negociación.
3. Impacto de la calidad del producto: la empresa NAT-IVO ofrece prendas de vestir personalizadas, hechos con materia prima de calidad lo que hace la diferencia frente a la competencia, lo cual aumenta el poder de negociación de la empresa ante el cliente.
4. Volumen de compras: el volumen de compras de los clientes es bajo ya que las prendas de vestir son personalizadas, lo que disminuye su poder de negociación.
5. Costos de cambio del producto: la confección y comercialización de prendas de vestir son bajo pedido y de forma personalizada, esto significa que el costo de cambio del producto para la empresa es alto, pero para el comprador no existen costos de cambio, lo que aumenta su poder de negociación.

**Tabla 30. Calificación cuantitativa de los factores de poder de negociación de los clientes**

<b>Factores del poder de negociación de los clientes</b>	<b>Calificación n/5</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Total</b>
1.Diferenciación del producto	2	30%	0,60
2.Utilidades generadas por el cliente	1	20%	0,20
3.Impacto de la calidad del producto	1	25%	0,25
4. Volumen de compras	1	15%	0,15
5.Costos de cambio del producto	2	10%	0,20
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>1,40</b>
<b>1,40/5</b>			
<b>Poder de negociación de los clientes= bajo</b>			

**Fuente:** Factores tomados de: (Francés, 2006)

**Elaborado por:** La autora

- **Poder de negociación de proveedores:**

La materia prima en este caso, la tela o apliques serán importadas de otros países como Colombia y Perú donde se puede negociar y adquirir a más bajo costo, el poder de negociación de los proveedores en el sector de la moda o la industria textil es medio ya que suelen estar vinculados a las decisiones de los compradores a través de las funciones de diseño y comercialización, ambas internalizadas en la organización de las grandes cadenas de distribución es decir existen varios proveedores.

1. Concentración de proveedores: hay varios proveedores de materia prima por lo que este factor reduce el poder de negociación de los proveedores.
2. Productos del proveedor diferenciados: los insumos o productos del proveedor no son altamente diferenciados frente al resto de proveedores lo que reduce la capacidad para negociar.
3. Importancia para el proveedor del volumen de ventas: el volumen de ventas realizado a la empresa en cuanto a variedad de insumos es alto, por lo que tendrá una capacidad menor para negociar.
4. Costo de cambio de un proveedor a otro: para la empresa no existen costos de cambio y además existen varios proveedores de insumos para la empresa lo que significa que el poder de negociación de los proveedores sea bajo.
5. Poder de la marca del proveedor: la materia prima de los proveedores es variada, no manejan marcas lo cual reduce su poder de negociación.

**Tabla 31. Calificación cuantitativa del poder de negociación de los proveedores**

<b>Factores del poder de negociación de proveedores</b>	<b>Calificación/5</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Total</b>
1. Concentración de proveedores	3	15%	0,45
2. Productos del proveedor diferenciados	4	40%	1,60
3. Importancia para el proveedor del volumen de ventas	3	20%	0,60
4. Costo de cambio de un proveedor a otro	1	10%	0,10
5. Poder de la marca del proveedor	1	15%	0,15
Total		<b>100%</b>	<b>2,90</b>
<b>2,90/5</b>			
<b>Poder de negociación de los proveedores=medio</b>			

**Fuente:** Factores tomados de: (Francés, 2006)

**Elaborado por:** La autora

- **Amenaza de productos y bienes sustitutos:**

Las marcas compiten cada vez más agresivamente en mejorar la calidad-precio de sus productos, ofreciendo a los compradores todo un abanico de posibilidades a la hora de comprar.

Por otra parte, las marcas tienen por lo general productos con ciclos de vida muy cortos, siguiendo las tendencias que tienden a cambiar rápidamente, por lo tanto, se puede concluir que la amenaza de sustitución es medio alta y es un factor que no puede ser descuidado.

La mayoría de las empresas de Moda en Ecuador ofrecen ropa ya elaborada, la diferencia es que NAT-IVO se encargara de diseñar de forma personalizada según lo que el cliente desee.

1. Tendencia a mejorar precios: los productos sustitutos suelen ofertar a menor precio por lo tanto la tendencia a mejorar precios es alta, pero la calidad y diseños personalizadas diferencia a la empresa NAT-IVO frente al resto.

2. Costo de cambios de un producto a otro: para los clientes no existen costos de cambio de un producto hacia otro por lo que el poder de amenaza de un producto sustituto es bajo.
3. Tendencia a mejorar costos: esto se considera o aplica cuando la elaboración de un producto cuesta menos que otro, los productos sustitutos tienen un costo bajo en su elaboración, por lo que el factor de amenaza en cuanto a mejorar los costos es bajo.
4. Tendencia o inclinación del cliente hacia otro producto sustituto: la inclinación de un cliente hacia un producto sustituto es baja ya que la empresa NAT-IVO ofrece prendas de vestir personalizadas, es decir ofrece prendas con diseños únicos.
5. Exclusividad de diseños: al ser una empresa que ofrece prendas de vestir personalizadas el factor de amenaza hacia productos sustitutos es bajo ya que las necesidades, gustos y preferencias de los clientes son diferentes.

**Tabla 32. Calificación cuantitativa de productos y bienes sustitutos**

<b>Factores de amenaza de productos y bienes sustitutos</b>	<b>Calificación/ 5</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Total</b>
1.Tendencia a mejorar precios	5	15%	0,75
2.Costo de cambios de un producto a otro	3	10%	0,30
3.Tendencia a mejorar costos	4	20%	0,80
4.Tendencia o Inclinación del cliente hacia otro producto sustituto	3	25%	0,75
5.Exclusividad de diseños	5	30%	1,50
Total		<b>100%</b>	<b>4,10</b>
<b>4,10/5</b>			
<b>Amenaza de productos sustitutos= medio alta</b>			

**Fuente:** Factores tomados de: (Francés, 2006)

**Elaborado por:** La autora

- **Amenaza de nuevos entrantes:**

Los nombres y la imagen de marca desempeñan un papel importante en este sector, por lo que es difícil que nuevas marcas tengan un éxito rápido en el mercado, la amenaza de nuevos entrantes en el mercado de la distribución minorista de ropa sigue siendo relativamente baja sin embargo en el país es un mercado muy llamativo debido a que no ha sido muy explotado.

Pero si se toma en cuenta que en el país existe gran demanda por los estudios de diseño de modas esto puede ser considerada como una amenaza alta.

1. Diferenciación del producto: la empresa NAT-IVO ofrece prendas de vestir personalizadas lo que la diferencia de las empresas ya existentes, sin embargo, el factor de amenaza de nuevos entrantes es alta ya que es un mercado muy llamativo ya que el país existe gran demanda por los estudios de diseño de modas.
2. Políticas gubernamentales (licencias, regulaciones): para los nuevos entrantes esta es una barrera ya que no todos cumplen con los requisitos necesarios para crear una empresa lo cual reduce la amenaza de nuevos entrantes.
3. Reacción de los competidores existentes: la industria textil es altamente competitiva, por lo cual las empresas existentes van a reaccionar y fortalecer más sus estrategias en cuanto al marketing, lo que hace que la amenaza de nuevos entrantes sea baja.
4. Demanda por los estudios de diseño de modas: la demanda por los estudios de diseño es alta en el país lo cual se considera como un factor de amenaza alto.

5. Acceso a canales de distribución: las empresas nuevas tienen las mismas oportunidades de ingresar a los mismos canales de distribución como por ejemplo supermercados, farmacias, tiendas, lo cual no se considera como una barrera de entrada.

**Tabla 33. Calificación cuantitativa de factores de amenaza de nuevos entrantes**

<b>Factores de amenaza de nuevos entrantes</b>	<b>Calificación/ 5</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Total</b>
1.Diferenciación del producto	2	20%	0,40
2.Políticas gubernamentales (subsidijs, licencias, regulaciones)	1	15%	0,15
3.Reacción de los competidores existentes	1	20%	0,20
4. Demanda por los estudios de diseño de modas	1	25%	0,25
5.Acceso a canales de distribución	1	20%	0,20
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>1,20</b>
<b>1,20/5</b> <b>Amenaza de nuevos entrantes = bajo</b>			

**Fuente:** Factores tomados de: (Francés, 2006)

**Elaborado por:** La autora

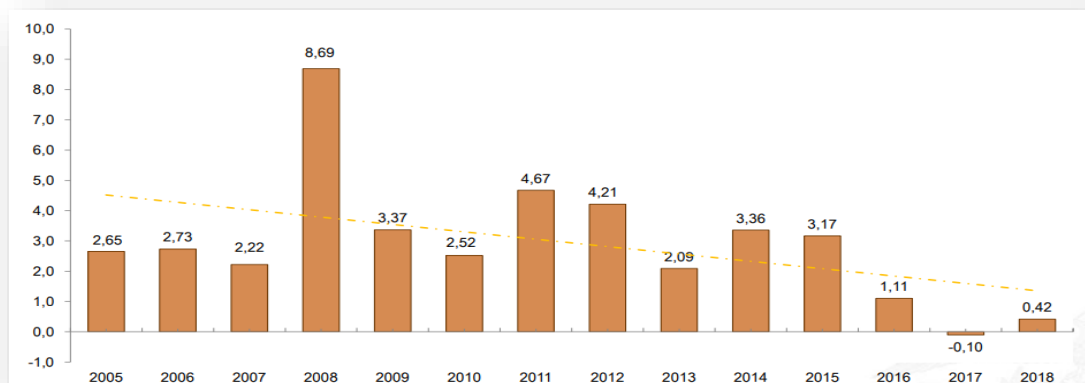
### ***1.3.2 Análisis del macroambiente***

El macro ambiente comprende los factores que rodean a la empresa, como los avances y cambios rápidos tecnológicos, políticas gubernamentales, la cultura de la población, tendencias sociales, demográficas, la fuerza de la naturaleza entre otros, algunos de estos factores son impredecibles y no se puede ejercer ningún control además puede afectar el entorno significativamente a través de las cuales la empresa puede aprovechar las oportunidades que ellas presentan y a la vez tratar de controlar las amenazas.

En el ámbito económico según el BCE dice que la inflación acumulada en octubre del 2018 aumento a 0,42% , en comparación con el 2017 que llego a ubicarse en un porcentaje negativo de -0.10% sin embargo los porcentajes de los dos últimos años es positivo en comparación del año 2005 al 2016, ya que la reducción de la inflación representa algo positivo porque existe mayor estabilidad en los precios, sin embargo hay que tomar en cuenta que si se extiende demasiado en el tiempo, puede invertirse completamente y ser negativa ya que puede indicar una contracción de la economía, al disminuir la oferta y obligando a que la demanda se mantenga o baje los precios.

Para el año 2018 registro un crecimiento del 1,9% alcanzando 26,471 millones de dólares.

### Gráfico 19. Inflación



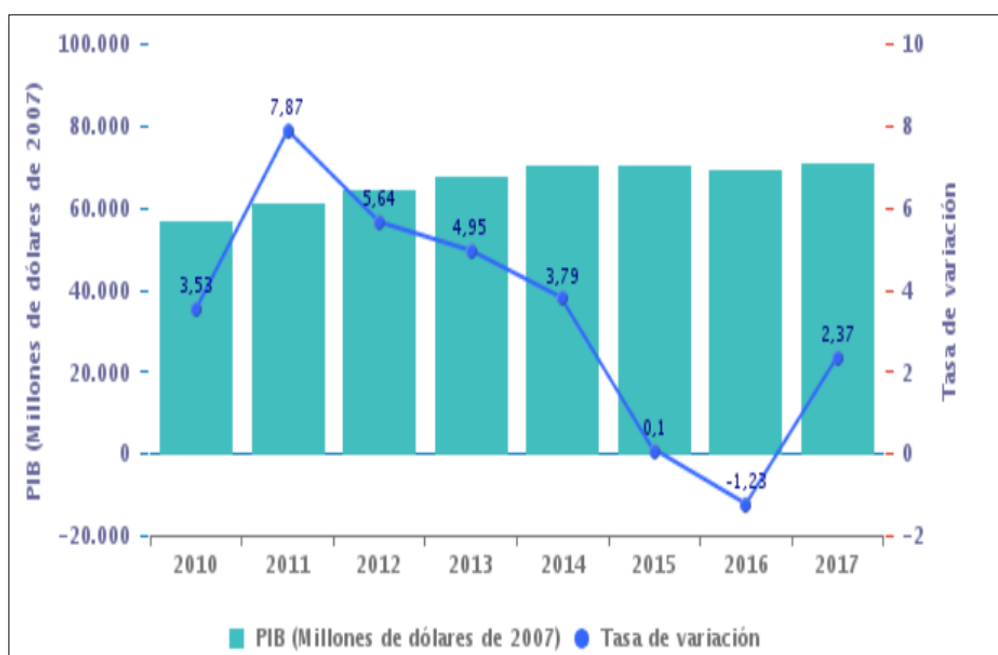
**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2018)

**Elaborado por:** La autora

El PIB (Producto Interno Bruto) en el año 2010 fue de 3,53%, entre el 2011 y 2010 el crecimiento fue de 7,87%, desde el año 2012 hasta el año 2015 fue poco a poco disminuyendo hasta alcanzar solamente un crecimiento del 0.1% en el 2015, para el año 2016 tuvo una contracción puesto que la variación fue del – 1.23% pero para el año 2017 se incrementó el crecimiento al 2,37%. Se estima que para finalizar el año 2018 el crecimiento del PIB sea de un 2,5% según el fondo monetario internacional.

El PIB del Ecuador en el año 2017 se estimaba alrededor de unos 100.000 millones de dólares, cerrando el año con una inflación del -0,20% y una tasa de desempleo de 4,6% según el INEC.

**Gráfico 20. Variación en el PIB**



**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2018)

**Elaborado por:** La autora

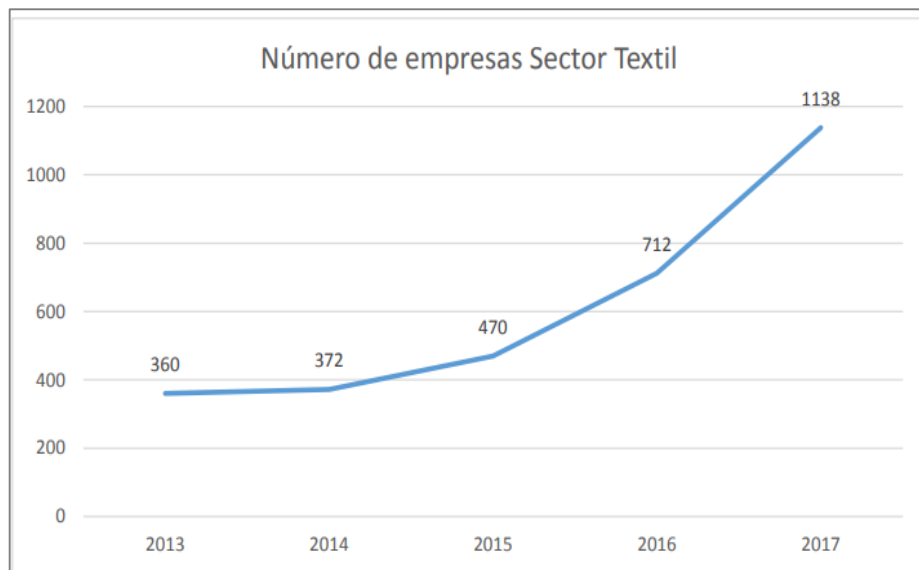
- **Sector textil en el Ecuador**

En el Ecuador el sector textil se encuentra concentrado en 5 provincias: Azuay, Guayas, Imbabura, Pichincha y Tungurahua, de las cuales Guayas y Pichincha son las que poseen mayor concentración de empresas textiles.

Las empresas que operan en el país se encuentran clasificadas según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), que es una adaptación realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, dentro de dicha clasificación el sector textil se encuentra encasillado en los códigos CIIU 13 destinado a la fabricación de productos textiles y el CIIU 14 para la fabricación de prendas de vestir.



**Gráfico 21. Número de empresas textil en el Ecuador período 2013-2017**



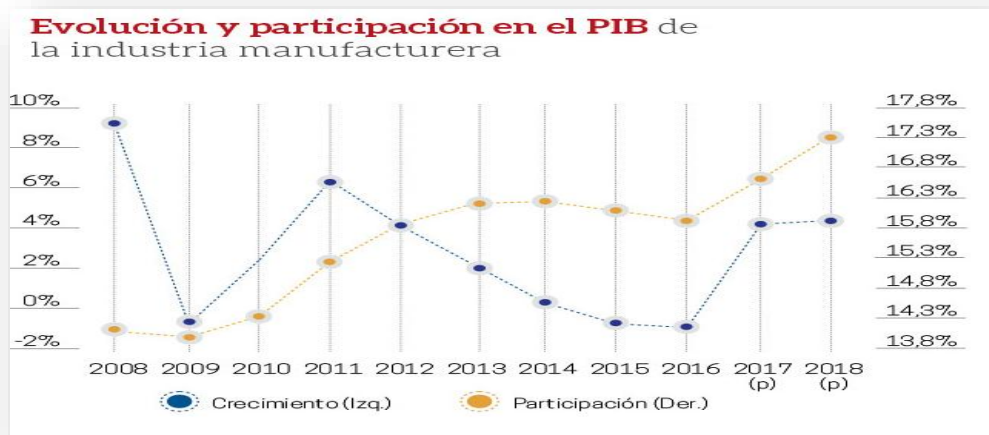
**Fuente:** (Superintendencia de Compañías, 2017)

**Elaborado por:** La autora

Según cifras de la Superintendencia de Compañías en el (2017) bajo la clasificación CIU 13 destinado a la fabricación de productos textiles y CIU 14 para la fabricación de prendas de vestir, se encuentra el registro de 1138 empresas, de las cuales 349 se dedican a la fabricación de productos textiles las cuales representan el 31% del total de empresas del sector, mientras que el 69% corresponde a un aproximado de 789 empresas que se dedican a la confección de prendas de vestir.

La provincia del Guayas tiene mayor número de empresas textiles en el país con un total de 442, seguida de Pichincha con 431.

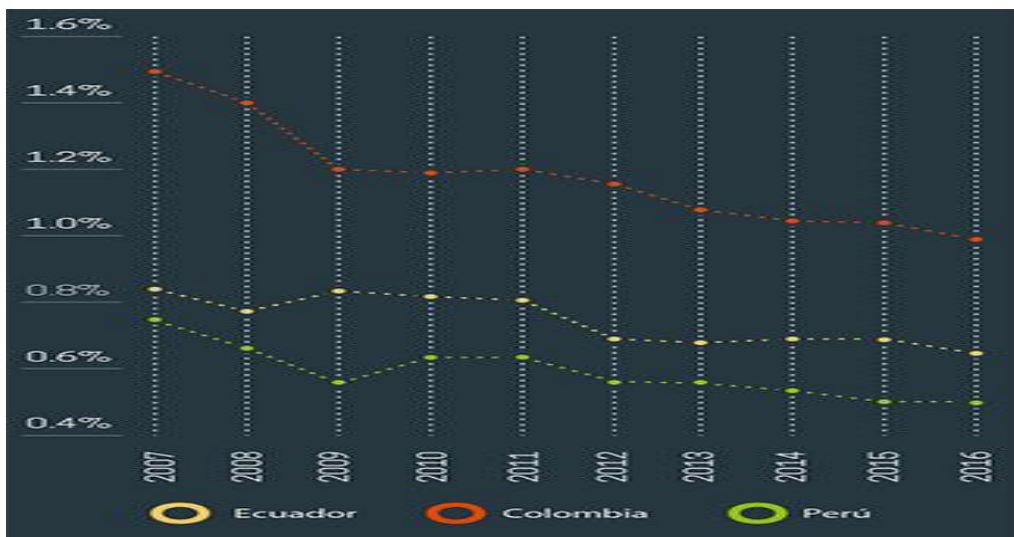
**Gráfico 22. Evolución y participación del PIB de la industria manufacturera**



**Fuente:** (Superintendencia de Compañías, 2017)  
**Elaborado por:** La autora

La tasa de crecimiento en la industria manufacturera según datos del INEC para el año 2018 es de 15,8% mientras que la Participación en la industria manufacturera para el mismo año es de 17.3%.

**Gráfico 23. PIB textil de países vecinos**



**Fuente:** (Superintendencia de Compañías, 2017)  
**Elaborado por:** La autora

Si se realiza una comparación frente a los vecinos se destacan algunas características importantes. En primer lugar, tanto en Colombia como en Ecuador y Perú la tendencia en la participación del sector es similar, de tal manera que su peso en el PIB es decreciente. La mayor reducción se da en Colombia, que tiene el mayor peso en este rubro, con una participación estimada de 1% en 2016. Perú tiene un peso de 0,5% y Ecuador 0,65%.

**Gráfico 24. Riesgo país**



**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2018)

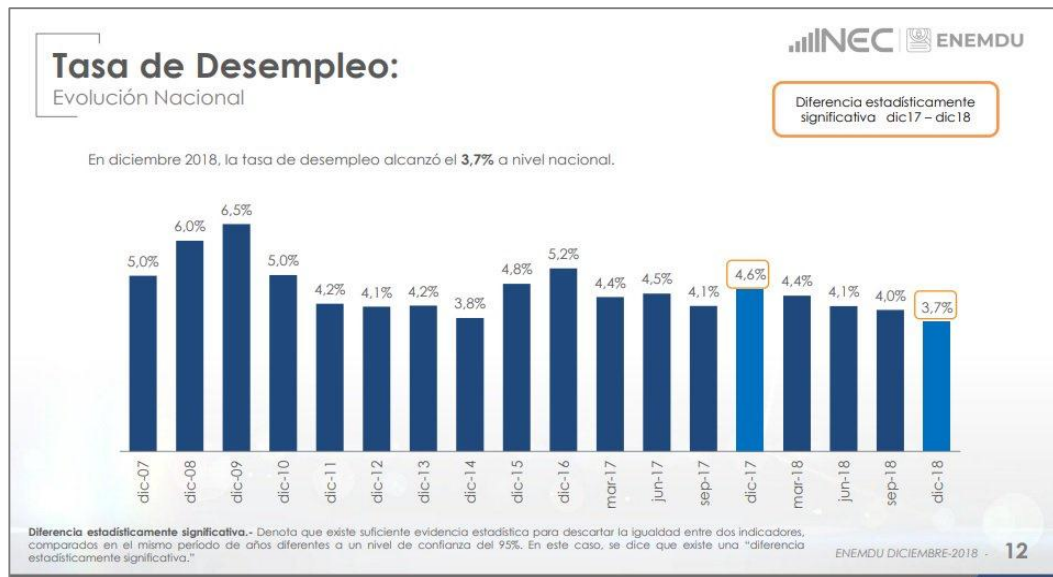
**Elaborado por:** La autora

El índice de riesgo país indica el grado de riesgo para un inversor extranjero.

En este caso en el período de un mes ha subido a un máximo de 543 puntos y bajado a un mínimo de 469 puntos, sin embargo, el rango es mucho menor al riesgo en comparación con el año 2015 que fue por sobre los 1400 puntos y para el 01 de octubre del mismo año alcanzó 1498 puntos de riesgo país, a pesar de que en comparación con el 2015 es menor el riesgo aún sigue siendo un valor alto y afecta la imagen de seguridad hacia la inversión extranjera.

Esto representa una ventaja para el proyecto ya que se limita a la industria extranjera y hay menor competitividad.

## Gráfico 25. Desempleo



**Fuente:** (Insituto Nacional de Estadística y Censos, 2018)

**Elaborado por:** La autora

Ecuador registró un desempleo de 3,7% en diciembre de 2018 frente al 4,6% del mismo mes de 2017. Así lo reveló este 16 de enero de 2019 el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Para realizar el análisis interno, se tomará en cuenta algunos factores claves para el éxito de un proyecto empresarial según Medina y Correa (2012), con el fin de poder determinar las debilidades y fortalezas de la futura empresa:

**Tabla 34. Factores para el Análisis interno**

Crterios	Descripción
<b>Proyecto empresarial</b>	
<b>Innovación del proyecto y elementos diferenciadores</b>	El proyecto se sustenta en la elaboración, confección y comercialización de un producto como lo es la ropa personalizada, es ahí donde destaca la diferenciación, por que el cliente es quien crea su propio diseño y puede seleccionar el color, tela, modelo, además la empresa

	contara con asesor de imagen para los clientes.
<b>Tecnología desarrollada o utilizada</b>	La elaboración de las distintas prendas de vestir son semi industrial por lo que no utilizaremos una tecnología demasiado desarrollada, lo que es una ventaja para la empresa inicialmente al no requerir una inversión muy alta.
<b>Necesidades de capital</b>	La inversión es baja en comparación de otros emprendimientos, por el hecho de que se puede trabajar sin stock, y de forma personalizada, lo que representa una fortaleza del proyecto.
<b>Alianzas estratégicas</b>	Se realizará alianzas estratégicas como auspiciantes en eventos corporativos, deportivos entre otros para promocionar la empresa, también se realizará alianzas con diseñadores para que puedan ofrecer variedad de diseños y modelos en cuanto a prendas de vestir.
<b>Técnicas</b>	
<b>Conocimiento del sector</b>	Se tiene conocimiento sobre la industria textil y se fortalecerá este conocimiento contratando asesores y empleados que sean profesionales en la industria de diseño de modas y tengan el conocimiento, la experiencia que se necesita para este proyecto.
<b>Conocimiento del producto o servicio</b>	Se cuenta con el conocimiento necesario a través del estudio de mercado que fue necesario para ver la viabilidad del proyecto.

<b>Capacidad de servicio</b>	La capacidad del servicio al ser una empresa que elabora prendas de vestir personalizadas para iniciar contara con 2 operarios los cuales a través del estudio realizado podrán cubrir con la demanda proyectada, en el caso que la demanda aumente se solucionara contratando operarios temporales o se crearan alianzas con otras empresas como sastres, costureros entre otros que cuenten con su propia maquinaria.
<b>De gestión</b>	
<b>Visión estratégica</b>	La visión estratégica propuesta es de tener un crecimiento al mediano y largo plazo en el mercado de la moda ofreciendo prendas personalizadas es decir un producto diferente al que la competencia ofrece.
<b>Capacidad de dirección</b>	Existe una preparación profesional y asesoramiento para dirigir la organización.
<b>Financieras</b>	
<b>Fondos Propios</b>	Si se cuenta con los fondos necesarios para cubrir la inversión total.
<b>Capacidad de crédito</b>	Si se presentaran imprevistos y los fondos propios no fuesen suficientes, se tiene accesos a créditos, para poder cubrir cualquier eventualidad o problema que se presente y concretar la inversión del negocio.

**Fuente:** (Medina Hernández, 2012)

**Elaborado por:** La autora

### 1.3.2.1 Matriz EFE

La matriz de Evaluación de factores externos se encarga de evaluar y resumir las Oportunidades y amenazas que están definidas por la auditoría externa.

**Tabla 35. Matriz EFE**

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN F: 3(menor) 4(mayor)</b>	<b>VALOR TOTAL PONDERADO</b>
1)	Crecimiento y desarrollo de nuevos mercados.	0.20	2	0.40
2)	Aprovechamiento de moda y tendencias.	0.10	4	0.40
3)	Disminución de ingreso de empresas extranjeras	0.05	3	0.15
4)	Facilidades de créditos gubernamentales	0.10	4	0.40
5)	Exportar	0.05	3	0.15

	<b>AMENAZAS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN F: 3(menor) 4(mayor)</b>	<b>VALOR TOTAL PONDERADO</b>
1)	Competencia informal	0.08	2	0.16
2)	Disminución de capacidad adquisitiva del consumidor	0.10	2	0.20
3)	Proveedores no confiables	0.15	4	0.60
4)	Incremento de impuestos en importación de material prima como: tela, estampados, etc.	0.07	3	0.21

5)	No cumplir las expectativas del cliente.	0.10	4	0.40
	<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3.07</b>

**Elaborado por:** La autora

La matriz EFE dio como resultado de 3.07/4 lo que representa que el mercado existente es competitivo, sin embargo, la empresa NAT-IVO tiene oportunidad de crecimiento y de formar parte de ese grupo de competencia por su valor agregado e innovación siempre y cuando tome en cuenta las amenazas existentes y aplique una gestión para fortalecer y aprovechar las oportunidades que se le presenten.

### 1.3.2.2 Matriz EFI

La matriz de Evaluación de Factores Internos se encarga de evaluar y resumir las fortalezas y debilidades que están definidas por la auditoría interna.

**Tabla 36. Matriz EFI**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN F: 3(menor) 4(mayor)</b>	<b>VALOR TOTAL PONDERADO</b>
1)	Exclusividad	0.23	4	0.92
2)	Productos de excelente calidad	0.12	3	0.36
3)	Precio de venta competitivo y facilidades de pago	0.10	4	0.40
4)	Puede trabajar sin stock	0.08	3	0.24
5)	Variedad	0.15	4	0.60

	<b>DEBILIDADES</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN D: 1(mayor) 2(menor)</b>	<b>VALOR TOTAL PONDERADO</b>
1)	Empresa desconocida para los clientes	0.05	2	0.10
2)	Materia prima limitada	0.06	3	0.18



3)	Falta de experiencia en el Mercado	0.05	2	0.10
4)	Pocos ingresos iniciales	0.07	2	0.14
5)	Capital limitado	0.09	3	0.27
	<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>3.31</b>

**Elaborado por:** La autora

A través de la matriz EFI se obtuvo como resultado un valor de 3.31/4, lo que representa que la empresa tiene fortalezas suficientes para enfrentarse a un mercado competitivo, sin embargo, debe tomar en cuenta las debilidades y crear un plan de acción para superarlas en el mediano y largo plazo y no sea un obstáculo para la empresa.

### 1.3.2.3 Matriz MPC

La matriz del perfil competitivo identifica a los principales competidores de la empresa, en este caso se realizará la comparación con empresas como Inditex (Zara, Bershka, Stradivarius, Massimo Dutti, Pull&Bear), Etafashion y Forever 21; tomando en cuenta factores que determinan el éxito y diferenciación de la empresa

**Tabla 37. Matriz de Perfil Competitivo**

Factores críticos	Peso	Marca propia		Inditex (Zara, Pull&Bear, Bershka, Massimo Dutti)		Etafashion		Forever 21	
		Calif.	Peso pond.	Calif.	Peso pond.	Calif.	Peso pond.	Calif.	Peso pond.
Grado de diferenciación	0.10	4	0.40	3	0.30	3	0.30	3	0.30
Exclusividad	0.15	4	0.60	2	0.30	1	0.15	2	0.30
Calidad de los productos	0.14	4	0.56	3	0.42	3	0.42	3	0.42
Asesoramiento de imagen personalizado	0.13	4	0.52	0	0	0	0	0	0
Capacidad tecnológica	0.14	2	0.28	4	0.56	3	0.42	4	0.56
Capacidad o eficiencia de la producción	0.10	2	0.20	4	0.40	4	0.40	4	0.40
Variedad de canales de distribución	0.12	1	0.12	4	0.48	4	0.48	3	0.36
Posicionamiento de marca	0.12	1	0.12	4	0.48	4	0.48	4	0.48
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.80</b>		<b>2.94</b>		<b>2.65</b>		<b>2.82</b>

*Nota.* 1 mayor debilidad, 2 menor debilidad, 3 menor fuerza, 4 mayor fuerza

**Elaborado por:** La autora

La matriz de perfil competitivo ejecutada en este proyecto dio como resultado, a la Empresa Inditex con 2.94 puntos, la empresa Forever 21 con 2.82 puntos y con una diferencia de apenas 2 milésimas a la marca de este proyecto con un 2.80 puntos dejando por debajo a la empresa Etafashion con un total de 2.65 puntos. A través de esta matriz se ha podido visualizar que la empresa NAT- IVO destaca por su exclusividad y sobre todo por su asesoramiento personalizado, sin embargo, hay una fuerte desventaja ante aspectos como posicionamiento de marca y variedad de canales de distribución.

### **1.3.3 Proyección de la oferta**

La oferta corresponde a las empresas que se dedican a la confección y comercialización de prendas de vestir, dentro de la parroquia Ñaquito. Al no encontrar datos exactos sobre la oferta se toma en cuenta los resultados de la encuesta, en donde se determinó que la competencia cubre el 33% de la población objetivo que equivale a 8.519 personas. Considerando el consumo per cápita de la parroquia y la frecuencia de compra se ha obtenido la siguiente oferta:

**Tabla 38. Oferta anual de prendas de vestir**

<b>Competencia</b>	<b>Oferta anual (prendas)</b>
Sastre o modista	2.982
Benetton	1.988
Mango	7.953
Diesel	6.959
Massimo Dutti	994
Zara	27.836
Bershka	24.853
Pull & Bear	9.941
Adidas	9.941
Marathon Sport	5.965
<b>Total</b>	<b>99.413</b>

**Fuente:** Cálculos a partir de los resultados de la encuesta

**Elaborado por:** La autora

La oferta actual de prendas de vestir es de 99.413 unidades. Para la proyección se utiliza la tasa de crecimiento del sector textil. Según el Banco Central del Ecuador (2018) el sector textil registró un crecimiento de 6,90% para el año 2018. La fórmula de cálculo que se utiliza es la siguiente:

$$O_t = O(1 + i)^n$$

O<sub>t</sub> = Oferta total

O = Oferta actual

i = Tasa de crecimiento

n = potencia relativa al número de años

Para el año 2019 el cálculo de la oferta es el siguiente:

$$O_t = 99.413 * (1 + 6,90\%)^1$$

$$O_t = 99.413 * (1 + 0,0690)^1$$

$$O_t = 106.273$$

**Tabla 39. Oferta anual proyectada**

Años	Oferta proyectada (prendas)
2019	106.273
2020	113.605
2021	121.444
2022	129.824
2023	138.782

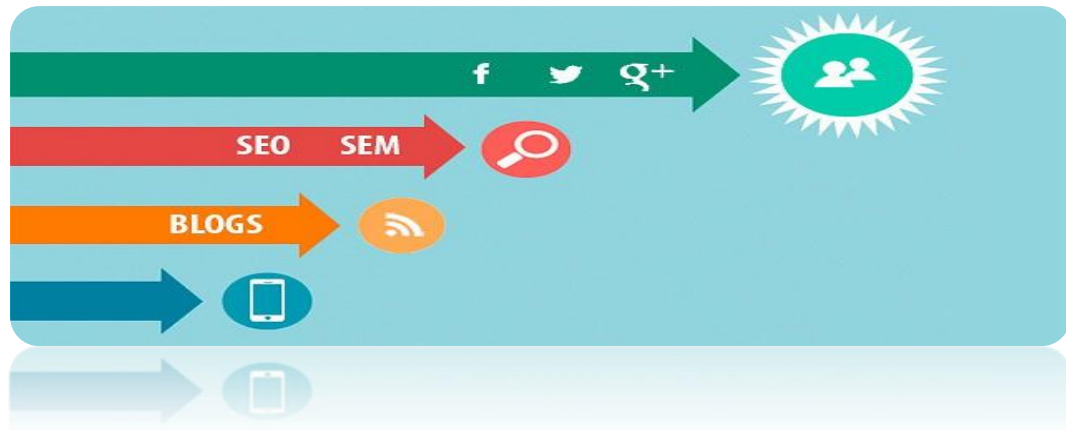
**Fuente:** Cálculo de oferta actual

**Elaborado por:** La autora

#### 1.4 Promoción y publicidad que se realizará

La empresa utilizará publicidad BTL ya que se basa en un canal más directo con los potenciales clientes y a bajos costos a través de redes sociales, además iniciará con un mercado selecto y a baja escala, pero se espera un crecimiento en las ventas con el transcurso del tiempo utilizando las plataformas y canales con mayor afluencia o captación de clientes.

**Gráfico 26. Mapa de procesos**



**Elaborado por:** La autora

### ***1.4.1 Objetivos***

Los objetivos publicitarios de la empresa NAT-IVO son:

- Llegar a todo el mercado a través de una campaña de publicidad masiva, para el mejoramiento de la imagen de la empresa.
- Posicionar la marca en los clientes potenciales, aplicando técnicas mercadológicas para volverla competitiva.
- Persuadir a los clientes potenciales a la compra del producto utilizando herramientas de marketing.

### ***1.4.2 Target***

- Los servicios que ofrece la empresa NAT-IVO están dirigidos a hombres y mujeres de 1 año hasta los 40 años con un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.

### 1.4.3 Estrategia: Qué y Cómo

**Tabla 40. Estrategias de publicidad**

<b>Objetivos</b>	<b>Estrategias</b>
Llegar a todo el mercado a través de una campaña de publicidad masiva.	Creación de página web de la empresa en redes sociales más utilizadas para llegar a más clientes y dar a conocer la empresa.
Posicionar la marca en los clientes potenciales.	Se establecerán alianzas estratégicas con empresas que necesitan estos productos, así como el auspicio en eventos, en los cuales se aprovechará para impulsar y posicionar la marca.
Persuadir a los clientes potenciales a la compra del producto.	A través de las redes sociales, y ventas directas.

**Elaborado por:** La autora

### 1.4.4 Canales: online

- Canales offline:
  - Gestión comercial directa (cara a cara)
  - Telefonía celular (WhatsApp)
- Canales online:
  - Publicidad (SEM, bajo costo) a través de redes sociales.
  - Internet

### 1.4.5 Medios

- Medios digitales
- Medios impresos

Como medio principal para llegar al público objetivo se utilizará a Facebook, WhatsApp, Instagram, mercado libre, entre otros, a fin de aprovechar la tecnología digital disponible en el medio.

**Tabla 41. Medios de comunicación**

<b>MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	
<b>TIPO</b>	<b>NOMBRE</b>
<b>INTERNET</b>	Redes sociales, página web
<b>INTERNET</b>	Catálogos virtuales

**Elaborado por:** La autora

### 1.4.6 Presupuesto

**Tabla 42. Presupuesto de publicidad**

<b>N</b>	<b>Descripción</b>	<b>Medios de comunicación</b>	<b>Responsable</b>	<b>Recursos</b>	<b>Periodicidad publicitaria</b>	<b>Presupuesto anual</b>
<b>1</b>	Diseño y creación de página web	internet	Responsable del área de Marketing	Humano, tecnológico, económico	una sola vez	\$ 600.00
<b>2</b>	Redes sociales	Internet	Responsable del área de Marketing	Humano, tecnológico, económico	Permanente durante el año	\$ 200,00
<b>3</b>	Eventos	Marketing	Gerente propietario.	Humano, tecnológico, económico	Permanente durante el año	\$300,00
<b>4</b>	Banner publicitario	Banner publicitario marketing	Gerente propietario.	Humano, tecnológico, económico	2 veces al año	\$100,00
<b>5</b>	Imprevistos 5%					\$60
<b>TOTAL, PRESUPUESTO ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>						<b>\$1260,00</b>

Elaborado por: La autora



### 1.4.7 Evaluación

Para la evaluación y control de la efectividad de la aplicación de la publicidad de la empresa NAT-IVO se realizarán análisis trimestrales, a través de encuestas a los clientes o futuros clientes, estos datos e información nos ayudarán a tener una idea más clara para poder mejorar las estrategias futuras y captar mayor número de clientes.

### 1.5 Demanda potencial insatisfecha

Una vez establecida la proyección de la demanda y oferta de la empresa NAT-IVO se obtiene la demanda insatisfecha del proyecta, la cual se muestra a continuación:

**Tabla 43. Demanda potencial insatisfecha**

Años	Demanda proyectada (prendas)	Oferta proyectada (prendas)	Demanda insatisfecha (prendas de vestir)
2018	229.373	99.413	129.960
2019	233.364	106.273	127.092
2020	237.425	113.605	123.819
2021	241.556	121.444	120.112
2022	245.759	129.824	115.935
2023	250.035	138.782	111.254

**Fuente:** Proyecciones anuales de oferta y demanda

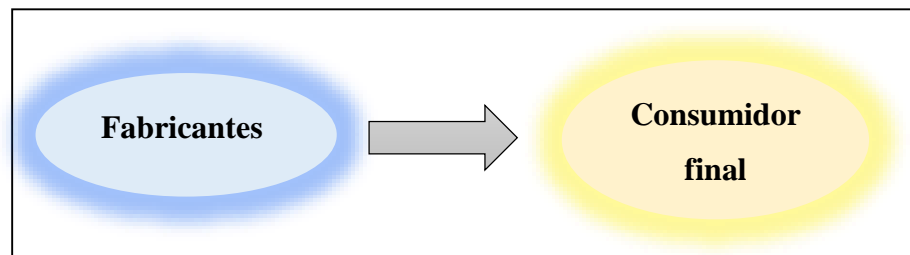
**Elaborado por:** La autora

Para el proyecto la demanda insatisfecha aumenta año a año, es decir que tiene una tendencia a incrementarse con el pasar de los años.

## 1.6 Sistema de distribución

La empresa inicialmente comenzará con una planta de producción, la misma que implica vender nuestros productos directamente al consumidor final sin hacer uso de intermediarios.

**Gráfico 27. Canal de distribución para el producto: Directo**



**Elaborado por:** La autora

## 1.7 Seguimiento de clientes

La empresa realizara el seguimiento de clientes a través de una base de datos que se actualizará de manera constante, ayudando a determinar las debilidades y fortalezas de la empresa y se puedan ejecutar planes correctivos necesarios, para seguir mejorando y llegar a cumplir las metas empresariales y personales de los clientes de forma más asertiva.

## **1.8 Mercados alternativos**

En caso de que las estimaciones realizadas, no se den en base a lo esperado del mercado, se procederá a crear ropa para grupos LGBTI.

En Argentina este nicho del mercado ya tiene nombre propio, y en marketing se habla del "Pink market" (mercado rosa). El consumo del grupo LGBTI crece y es el nuevo objetivo de las empresas, cada vez hay más productos y servicios para ese mercado debido a que la mayoría tiene alto poder adquisitivo, y les gusta gastar mucho en sí mismos, y la fidelidad a las marcas que sienten que los entienden y respetan.

Los grupos LGBTI con un porcentaje muy alto consumen: ropa, belleza, tecnología y salidas.

## CAPÍTULO II

### 2 ÁREA DE PRODUCCIÓN

El área de producción corresponde a la determinación de aspectos técnicos del proyecto, tomando en cuenta la elaboración de un producto de calidad con el menor costo posible. Se requiere planificar los pasos que se deben seguir, las inspecciones y los métodos, asignación de tiempos de elaboración, la programación, es decir el departamento operativo determina lo que se debe hacer en la empresa para que esta opere de manera óptima.

#### 2.1 Descripción del proceso

“EL proceso es cualquier fenómeno que presente cambio permanente en el tiempo o cualquiera operación que actividades continuas” (Chiavenato, 2001)

##### *2.1.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.*

La empresa NAT-IVO se dedicará a elaborar prendas personalizadas formales e informales. Principalmente se toma en cuenta 5 tipos de prendas: blazer, camisas, camisetas, pantalones y sweaters, para hombres y mujeres de 1 año hasta los 40 años de edad. Para la creación de estos diseños se toma en cuenta los gustos, necesidades y preferencias de los clientes, cumpliendo con expectativas de comodidad, exclusividad y alta calidad en cuanto a prendas de vestir personalizadas, para lo cual se requiere de algunas actividades.

Por lo tanto, se presenta la cadena de valor, esta es una herramienta que permite mostrar las ventajas competitiva de la empresa, en la que se distinguen tres actividades principales como de apoyo y primarias (Robben, 2016).

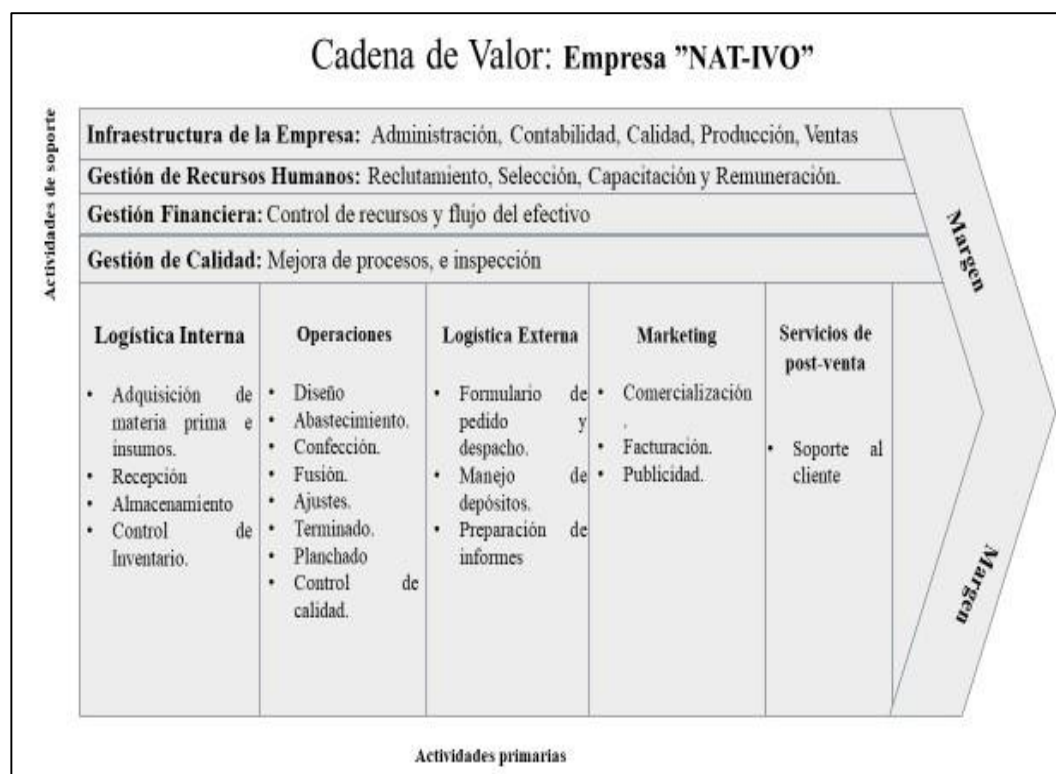
- **Actividades de apoyo:** Este tipo de actividad no representa una relación directa con la producción de las prendas de vestir ofertado por la empresa,

sino que permiten generar valor y ayudan al desarrollo de las actividades primarias. La empresa maneja los siguientes procesos:

- **Infraestructura de la empresa:** Procesos relacionados para llevar a cabo las actividades diarias de la empresa NAT-IVO. En las que consta la administración, contabilidad, calidad, producción y ventas.
  - **Gestión de recursos humanos:** Representa los procesos para la administración del personal de la empresa. Por lo que se efectúa reclutamiento, selección, capacitación y remuneración del personal.
  - **Gestión financiera:** Basado en procesos para el control y flujo del efectivo de la organización.
  - **Gestiona de calidad:** Relacionado con la mejora de procesos de producción y la inspección de los productos terminados, con la finalidad de entregar prendas de calidad.
- **Actividades primarias:** Estas actividades se relacionan directamente con la producción de las prendas de vestir, lo que permite ofertar prendas y obtener beneficios económicos. Los procesos que se emplean son los siguientes:
    - **Logística interna:** Se refiere a los procesos empleados para la adquisición de materia prima – insumos, recepción, almacenamiento y manejo de control de inventario.
    - **Operaciones:** Son procesos que permiten transformar la materia prima en productos terminados (prendas de vestir). Por lo tanto, inicia con el diseño, abastecimiento, confección, fusión, ajustes, terminado, planchado y control de calidad.

- **Logística externa:** Relacionado con procesos de pedido – despacho, gestión de depósitos, y preparación de informes.
- **Marketing:** Se refiere a los procesos para colocar los productos en el mercado a través de la publicidad para su respectiva comercialización, así como la entrega de facturas.
- **Servicios de post venta:** Enfocado en procesos para mantener una relación adecuada con los clientes con la finalidad de lograr lealtad; por lo que establece soporte al cliente para recepción de quejas, recomendaciones, etc.

**Gráfico 28. Cadena de valor**



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

La finalidad de estos procesos de secuencia es tomar en cuenta como objetivo específico las necesidades del cliente hasta su satisfacción a través de la confección y elaboración de las prendas de vestir personalizadas.

### 2.1.1.1 Proceso de la gestión operativa

A continuación, se detallan los procesos operativos presentados en el mapa.

Para realizar el proceso de producción de manera previa el administrador verificará que cada tarea como: diseño, abastecimiento, confección, fusión, ajustes, terminado, planchado y empacado se realice de la manera que ha sido especificada para controlar la calidad determinada de las prendas de vestir que el operario u operarios elaboren además el administrador verificara que los operarios, cuenten con los instrumentos de seguridad personal, y tengan todos los recursos y materia prima necesarios para elaborar la prenda personalizada requerida por los clientes.

Se identificaron 8 actividades generales en el proceso de producción para la confección y elaboración de ropa personalizada, las que se describen a continuación:

1. **Diseño:** el operario a través de un catálogo virtual procederá a mostrar al cliente algunos diseños para que pueda seleccionar la prenda de vestir que desee incluyendo el color y tipo de tela. En el caso que el cliente tenga o desee un modelo específico que no esté en el catálogo virtual, el diseñador procederá a diseñar la prenda de vestir a través de las especificaciones que el cliente le describa, o también el cliente puede llevar su propio diseño a través de una fotografía. Para finalizar con este proceso de diseño el modista se encargará de tomar las medidas corporales exactas del comprador para confeccionar la prenda de acuerdo con dichos parámetros.
2. **Abastecimiento:** solicitar materia prima e insumos necesarios para la elaboración de la prenda de vestir, el administrador realizará la gestión directa con el proveedor y procederá a elaborar una orden de compra para dejar evidencia formal del pedido; este documento se pone en conocimiento del operario para que pueda recibir la materia prima e insumos, debiendo verificar la calidad, estado y características de cada uno de los insumos o materiales que el proveedor este por entregar ,una vez recibido el pedido el operario deberá registrar en el sistema detalladamente lo que se compró.

3. **Confección:** el operario una vez establecido el diseño y adquirido la materia prima necesaria procederá a la elaboración de la prenda a través de una serie de pasos en secuencia como la elaboración de patrón, (a través de un molde se procede a realizar el tizado y corte de la tela con el diseño requerido por el cliente), verificación de corte según patrón utilizado.
4. **Fusión:** una vez cortada la tela el operario procede a unir las partes de la prenda hasta que tenga la forma deseada a través de una máquina de coser.
5. **Ajustes:** el operario procederá a realizar una prueba previa al cliente para realizar los últimos ajustes o modificaciones de la prenda de vestir.
6. **Terminado:** el operario procederá a colocar las etiquetas con talla, color, marca del producto, especificaciones básicas.
7. **Planchado:** el operario procederá a verificar si la prenda está en óptimas condiciones para poder planchar y empacar la prenda para que pueda ser despachada.
8. **Control de calidad:** el administrador es quien se encargará de verificar que la prenda cumpla con todos los estándares de calidad establecidos por la empresa para poder ser entregada al cliente.

#### **2.1.1.2 Proceso de producción**

Descripción de productos estrella de la empresa NAT-IVO:

A través de la encuesta y estudio de mercado realizado se pudo determinar que las prendas con mayor demanda en el caso de los hombres son los trajes casuales y en el caso de las mujeres sweaters tejidos; por lo tanto, la empresa NAT-IVO a determinado a estas prendas como producto estrella de esta.



- **Hombres:** traje casual personalizado incluye tres prendas principales:
  1. **Blazer:** Es una chaqueta sport que puede lucir casual o formal dependiendo del diseño y materiales con que se fabrica o según las prendas con que se combine. Esta prenda presenta cortes más modernos que varían según las tendencias del momento, un diseño de blazer puede estar de moda hoy y en cinco meses lucir anticuado, a diferencia del traje o saco que su corte es más contemporáneo, el blazer es una versión más casual para combinar con ropa sport y resaltar los trajes para hacerlos más versátiles.

Se confecciona en diversidad de materiales dependiendo de la temporada: lana, lino, gabardina, algodón, seda, franela, y poliéster. El uso de estos materiales permite utilizar mayor variedad en colores, incluso telas brillantes y llamativas o con estampados de todo tipo: lisos, rayados, cuadriculados, florales, entre otros, pueden llevar forro o no llevar, los bolsillos pueden elaborarse con o sin solapa e incluso como bolsillos de jeans (tipo parche), suelen tener abertura posterior central y en algunos casos confeccionarse sin abertura, y se puede colocar botones de metal, madera, a veces de plástico e incluso puede llevar zipper o broches.

2. **Pantalones:** formales, casuales, jeans.

3. **Camisas/camisetas:** depende de los gustos y preferencias del cliente.

Estas cuatro prendas de vestir mencionadas anteriormente, dependiendo de la ocasión se puede utilizar para dar un estilo casual, moderno o un poco más formal, es una prenda netamente casual.

## Gráfico 29. Productos para hombre



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** La autora

Para la elaboración de las prendas como blazer, pantalones, camisas o camisetas personalizadas se requiere de los siguientes materiales:

- **Blazer**

**Tabla 44. Materia prima para elaboración de blazer para hombre**

<b>Materia Prima</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>
Tela: lana, lino, gabardina, algodón, seda, franela, polyester, otros.	100%	metros	1 ½
Hilo: acrílico, nylon, poliéster	20%	carrete	1
Accesorios: botones, cierres, apliques	5%	unidad	10

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** La autora

Proceso de confección de blazer para hombres:

1. Selección del diseño de la prenda de vestir
2. Selección de materia prima y materiales para confección
3. Toma de medidas

4. Elaboración de patrón
5. Corte de tela: a través de un molde se procederá a realizar el corte de la tela con el diseño requerido por el cliente.
6. Verificación de corte según patrón utilizado
7. Cosido de prenda: se procede a unir las partes de la prenda hasta que tenga la forma deseada a través de una máquina de coser
8. Ajustes de prenda
9. Lavado en seco de la prenda
10. Colocación de Etiquetas: Se procede a colocar la etiqueta de la marca Etiqueta con información de talla/ color / forma de lavado/ material.
11. Planchado
12. Empacado y almacenado: empacar en la presentación correspondiente.

**Tabla 45. Tiempos del proceso para elaboración de blazer para hombre**

<b>N.º</b>	<b>Actividad</b>	<b>Acción</b>	<b>Tiempo</b>
<b>1</b>	Selección del diseño de la prenda de vestir	Seleccionar a través de un catálogo o diseñar el traje solicitado por el cliente	15 minutos.
<b>2</b>	Diseñar	En caso de que el cliente no desee algunas de las prendas ofrecidas a través del catálogo, se procederá a diseñar la prenda	30 minutos
<b>3</b>	Selección de materia prima y materiales para confección	Seleccionar color, material, apliques, accesorios.	10 minutos
<b>4</b>	Toma de medidas.	Con una cinta métrica proceder a la toma de medidas	8 minutos
<b>5</b>	Elaboración del patrón	Elaboración de moldes de la prenda	20 minutos
<b>6</b>	Cortar la tela	A través de un molde se procede a dar forma de lo requerido y se corta la tela	40 minutos.
<b>7</b>	Verificación de corte según patrón utilizado	Que las partes estén simétricas, uniformes.	15 minutos

<b>8</b>	Cosido de prenda	Unir todas las partes de la tela hasta obtener el diseño deseado de la prenda seleccionado por el cliente.	35 minutos
<b>9</b>	Etiquetas	Se procede a colocar las etiquetas con talla, color, marca del producto, especificaciones básicas	5 minutos
<b>10</b>	Ajuste de prenda	Realizar una prueba previa al cliente para realizar los últimos ajustes o modificaciones del traje casual	15 minutos
<b>11</b>	Lavado de prenda	Se procede a lavar en seco a la prenda	30 minutos
<b>12</b>	Planchado	Se plancha el traje para que quede liso	10 minutos
<b>13</b>	Empacado y almacenado	Empacar	5 minutos
<b>Total</b>			<b>3:58</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

- **Camisas**

**Tabla 46. Materia prima para elaboración de camisas para hombre**

<b>Materia prima</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>
Tela: lana, lino, dacrón, docoma, algodón, seda, franela, polyester, etc.	100%	metros	1 ½
Hilo: acrílico, nylon, poliéster	20%	carrete	1
Accesorios: botones, cierres, apliques; etc.	8%	unidad	10

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

Proceso de confección de camisas para hombres:

1. Selección del diseño de la prenda de vestir
2. Selección de materia prima y materiales para confección
3. Toma de medidas
4. Elaboración de patrón

5. Corte de tela: a través de un molde se procederá a realizar el corte de la tela con el diseño requerido por el cliente.
6. Verificación de corte según patrón utilizado
7. Cosido de prenda: se procede a unir las partes de la prenda hasta que tenga la forma deseada a través de una máquina de coser
8. Colocación de Etiquetas: Se procede a colocar la etiqueta de la marca
9. Etiqueta con información de talla/ color / forma de lavado/ material.
10. Ajustes de prenda
11. Lavado en seco de la prenda
12. Planchado
13. Empacado y almacenado: empacar en la presentación correspondiente.

**Tabla 47. Tiempos del proceso para elaboración de camisas para hombre**

<b>N.º</b>	<b>Actividad</b>	<b>Acción</b>	<b>Tiempo</b>
<b>1</b>	Selección del diseño de la prenda de vestir	Seleccionar a través de un catálogo o diseñar el traje solicitado por el cliente	15 minutos
<b>2</b>	Selección de materia prima y materiales para confección	Seleccionar color, material, apliques, accesorios.	10 minutos
<b>3</b>	Toma de medidas	Con una cinta métrica proceder a la toma de medidas	5 minutos
<b>4</b>	Elaboración del patrón	Elaboración de moldes de la prenda	15 minutos
<b>5</b>	Cortar la tela	A través de un molde se procede a dar forma de lo requerido y se corta la tela	20 minutos.
<b>6</b>	Verificación de corte según patrón utilizado	Que las partes estén simétricas, uniformes.	15 minutos
<b>7</b>	Cosido de prenda	Unir todas las partes de la tela hasta obtener el diseño deseado de la prenda seleccionado por el cliente.	30 minutos
<b>8</b>	Etiquetas	Se procede a colocar las etiquetas con talla, color, marca del producto, especificaciones básicas	5 minutos

9	Ajuste de prenda	Realizar una prueba previa al cliente para realizar los últimos ajustes o modificaciones del traje casual	15 minutos
10	Lavado de la prenda	Se procede a lavar en seco la prenda	10 minutos
11	Planchado	Se plancha el traje para que quede liso	10 minutos
12	Empacado y almacenado	Empacar	5 minutos
Total			2:35

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

- **Camiseta**

**Tabla 48. Materia prima para elaboración de camisetas para hombre**

Materia Prima	Porcentaje	Unidad	Cantidad
Tela: lana, lino, pique, algodón, seda, franela, polyester, etc.	100%	metros	¾
Hilo: acrílico, nylon, poliéster,	20%	carrete	1
Accesorios: estampados, cierres; etc.	5%	unidad	2

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

Proceso de confección de camisetas para hombres:

1. Selección del diseño de la prenda de vestir
2. Selección de materia prima y materiales para confección
3. Toma de medidas
4. Elaboración de patrón
5. Corte de tela: a través de un molde se procederá a realizar el corte de la tela con el diseño requerido por el cliente.
6. Verificación de corte según patrón utilizado
7. Cosido de prenda: se procede a unir las partes de la prenda hasta que tenga la forma deseada a través de una máquina de coser
8. Colocación de Etiquetas: Se procede a colocar la etiqueta de la marca
9. Etiqueta con información de talla/ color / forma de lavado/ material.

10. Ajustes de prenda
11. Lavado en seco
12. Planchado
13. Empacado y almacenado: empacar en la presentación correspondiente.

**Tabla 49. Tiempos del proceso para elaboración de camisetas para hombre**

<b>N.º</b>	<b>Actividad</b>	<b>Acción</b>	<b>Tiempo</b>
<b>1</b>	Selección del diseño de la prenda de vestir	Seleccionar a través de un catálogo o diseñar el traje solicitado por el cliente	10 minutos.
<b>2</b>	Selección de materia prima y materiales para confección	Seleccionar color, material, apliques, accesorios.	10 minutos
<b>3</b>	Toma de medidas	Con una cinta métrica proceder a la toma de medidas	5 minutos
<b>4</b>	Elaboración del patrón	Elaboración de moldes de la prenda	10 minutos
<b>5</b>	Cortar la tela	A través de un molde se procede a dar forma de lo requerido y se corta la tela	15 minutos.
<b>6</b>	Verificación de corte según patrón utilizado	Que las partes estén simétricas, uniformes.	5 minutos
<b>7</b>	Cosido de prenda	Unir todas las partes de la tela hasta obtener el diseño deseado de la prenda seleccionado por el cliente.	15 minutos
<b>8</b>	Etiquetas	Se procede a colocar las etiquetas con talla, color, marca del producto, especificaciones básicas	5 minutos
<b>9</b>	Ajuste de prenda	Realizar una prueba previa al cliente para realizar los últimos ajustes o modificaciones del traje casual	15 minutos
<b>10</b>	Lavado de la prenda	Se procede a lavar en seco la prenda	10 minutos
<b>11</b>	Planchado	Se plancha el traje para que quede liso	5 minutos
<b>12</b>	Empacado y almacenado	Empacar	5 minutos
<b>Total</b>			<b>1:50</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

- **Pantalones**

**Tabla 50. Materia prima para elaboración de pantalones para hombre**

<b>Materia Prima</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>
Tela: lana, lino, algodón, seda, franela, polyester, jeans, etc.	100%	metros	1 4/9
Hilo: acrílico, nylon, poliéster, entre otros.	20%	carrete	1
Accesorios: botones, cierres, apliques; etc.	5%	unidad	4

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

Proceso de confección de pantalones para hombres:

1. Selección del diseño de la prenda de vestir
2. Selección de materia prima y materiales para confección
3. Toma de medidas
4. Elaboración de patrón
5. Corte de tela: a través de un molde se procederá a realizar el corte de la tela con el diseño requerido por el cliente.
6. Verificación de corte según patrón utilizado
7. Cosido de prenda: se procede a unir las partes de la prenda hasta que tenga la forma deseada a través de una máquina de coser
8. Colocación de Etiquetas: Se procede a colocar la etiqueta de la marca
9. Etiqueta con información de talla/ color / forma de lavado/ material.
10. Ajustes de prenda
11. Planchado
12. Empacado y almacenado: empacar en la presentación correspondiente.



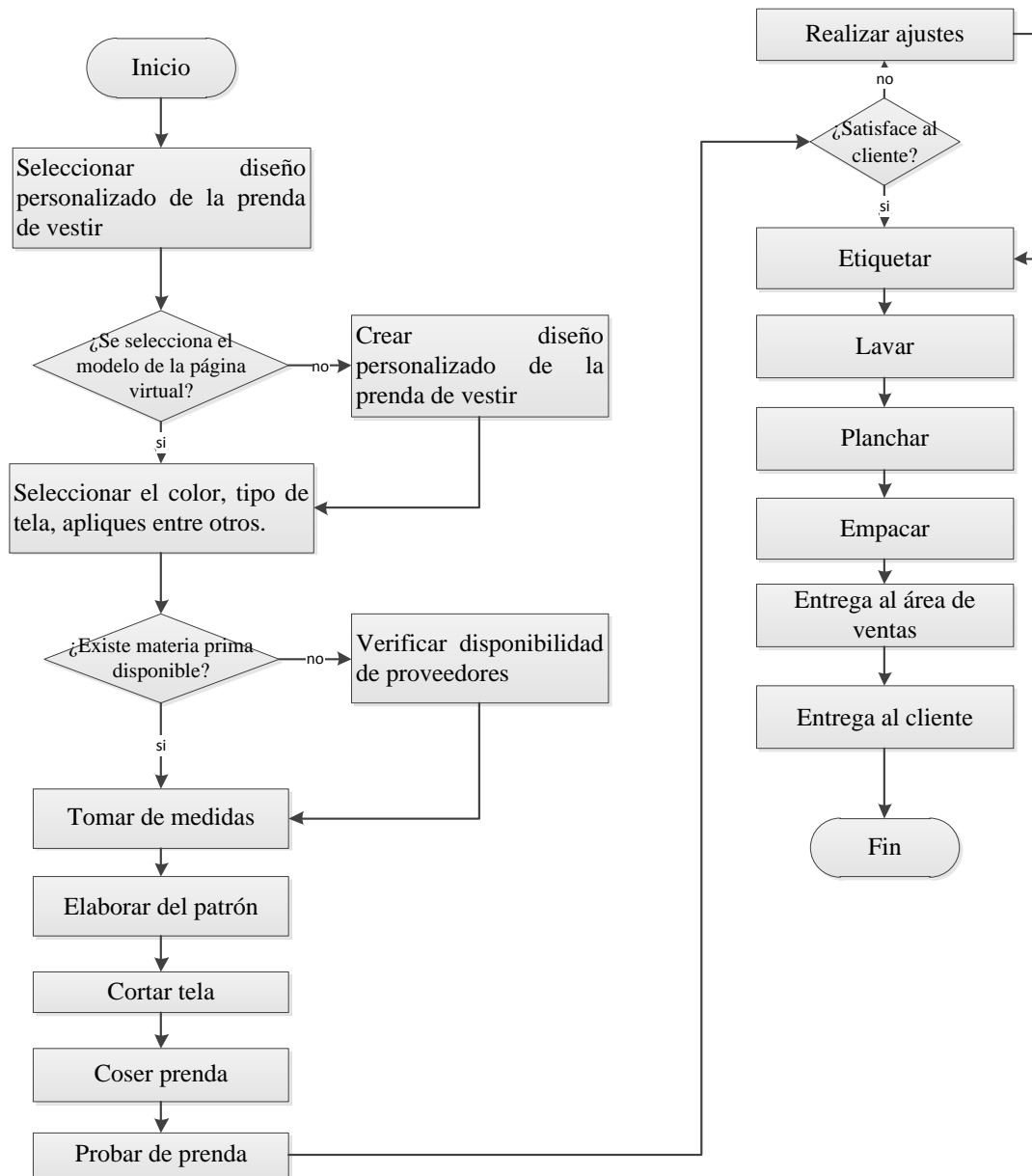
**Tabla 51. Tiempos del proceso para elaboración de pantalones para hombre**

<b>N.º</b>	<b>Actividad</b>	<b>Acción</b>	<b>Tiempo</b>
<b>1</b>	Selección del diseño de la prenda de vestir	Seleccionar a través de un catálogo o diseñar el traje solicitado por el cliente	15 minutos.
<b>2</b>	Selección de materia prima y materiales para confección	Seleccionar color, material, apliques, accesorios.	10 minutos
<b>3</b>	Toma de medidas	Con una cinta métrica proceder a la toma de medidas	5 minutos
<b>4</b>	Elaboración del patrón	Elaboración de moldes de la prenda	15 minutos
<b>5</b>	Cortar la tela	A través de un molde se procede a dar forma de lo requerido y se corta la tela	20 minutos.
<b>6</b>	Verificación de corte según patrón utilizado	Que las partes estén simétricas, uniformes.	5 minutos
<b>7</b>	Cosido de prenda	Unir todas las partes de la tela hasta obtener el diseño deseado de la prenda seleccionado por el cliente.	30 minutos
<b>8</b>	Etiquetas	Se procede a colocar las etiquetas con talla, color, marca del producto, especificaciones básicas	5 minutos
<b>9</b>	Ajuste de prenda	Realizar una prueba previa al cliente para realizar los últimos ajustes o modificaciones del traje casual	15 minutos
<b>10</b>	Planchado	Se plancha el traje para que quede liso	10 minutos
<b>11</b>	Empacado y almacenado	Empacar	5 minutos
		Total	2:15

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 30. Proceso de producción general - hombres**



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** La autora

- **Mujeres:** sweaters tejidos personalizados estos se confeccionarán y elaborarán de acuerdo con los gustos y requerimientos de nuestros consumidores en donde además podrán seleccionar el modelo, color, medidas y tipo de lana que se utilizará para crear y elaborar sus propios diseños.

**Gráfico 31. Productos para mujer**



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** La autora

La elaboración de los sweaters será a través de máquinas especializadas en tejidos, su tiempo de elaboración dependerá de la demanda de los clientes.

**Tabla 52. Materia prima para elaboración de sweaters tejidos personalizados**

<b>Materia prima</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>
Lana: Seda	100%	Rollos	1 ½
Riata	10%	Rollos	5 metros
Accesorios	5%	Unidad	4
Hilo	10%	Carrete	1

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** La autora

Proceso de confección de elaboración y confección de sweaters tejidos personalizados.

1. Ingreso del cliente: selección del diseño del sweater (catálogo virtual)
2. Selección de materia prima y materiales para confección
3. Toma de medidas

4. Elaboración de patrón
5. Cosido del sweater
6. Se procede a unir las partes de la prenda hasta que tenga la forma deseada a través de una máquina de coser
7. Aplicación de accesorios: botones, cierres, cadena, estoperoles
8. Colocación de Etiquetas
9. Se procede a colocar la etiqueta de la marca
10. Etiqueta con información de talla/ color / forma de lavado/ material.
11. Lavado en seco: se procede a lavar en seco a la prenda
12. Empacado y almacenado: empacar en la presentación correspondiente.

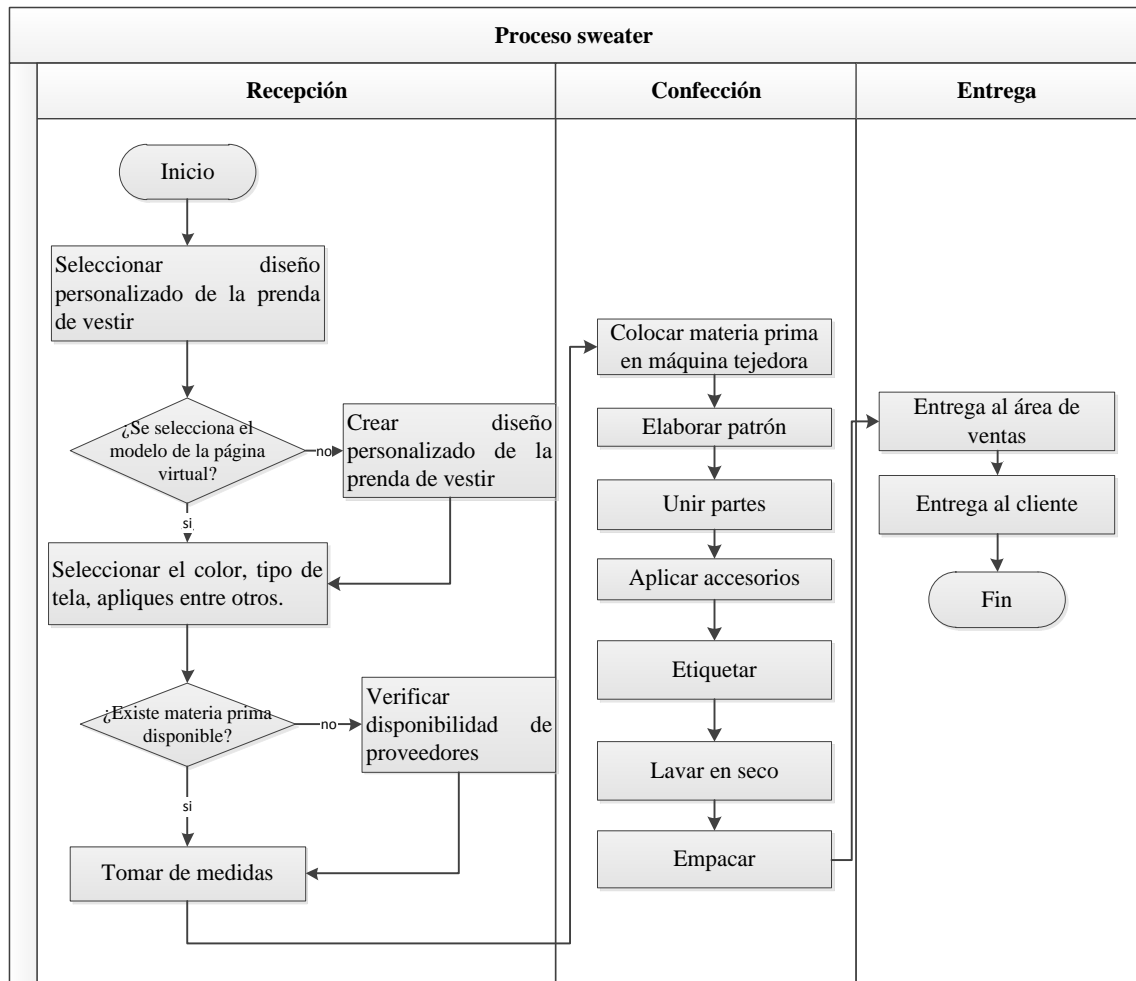
**Tabla 53. Tiempos de fabricación**

N.º	Actividad	Acción	Tiempo
1	Selección del diseño del sweater	Seleccionar a través de un catálogo o diseñar el traje solicitado por el cliente.	15 minutos.
2	Selección de materia prima y materiales para confección	Tipo de lana, color.	10 minutos.
3	Toma de medidas	Con una cinta métrica proceder a la toma de medidas.	5 minutos
4	Elaboración del patrón	Programación de la máquina tejedora.	20 minutos
5	Cosido del sweater	Se procede a unir las partes de la prenda hasta que tenga la forma deseada a través de una máquina de coser	15 minutos.
6	Aplicación de accesorios	Botones, cierres, cadena, estoperoles	10 minutos
7	Etiquetas	Se procede a colocar las etiquetas con talla, color, marca del producto, especificaciones básicas	1 minutos
8	Lavado del sweater	Se procede a lavar en seco al sweater	30 minutos
9	Empacar	Empacar	3 minutos
10	Almacenar	Entregar al área de ventas para que proceda a ser la Entrega al cliente	2 minutos
		Total	1:36

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico 32. Flujograma del proceso de producción de los Sweater tejidos personalizados**



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** La autora

### 2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

#### 2.1.2.1 Instalaciones

Para llevar a cabo la propuesta de confección y elaboración de ropa personalizada, es necesario contar con un espacio físico y adecuado para la producción y venta directa de los productos, la ubicación del local ha sido pensada dentro de la parroquia Ñaquito de la ciudad de Quito, tomando en cuenta que es un sector comercial y estratégico al que acuden personas de toda la ciudad.

### Gráfico 33. Ubicación sugerida para el proyecto



Fuente: (Google Maps, 2019)

Elaborado por: La autora

La distribución de espacios para cada gestión de los 100 m<sup>2</sup> sería la siguiente:

**Tabla 54. Distribución de la planta.**

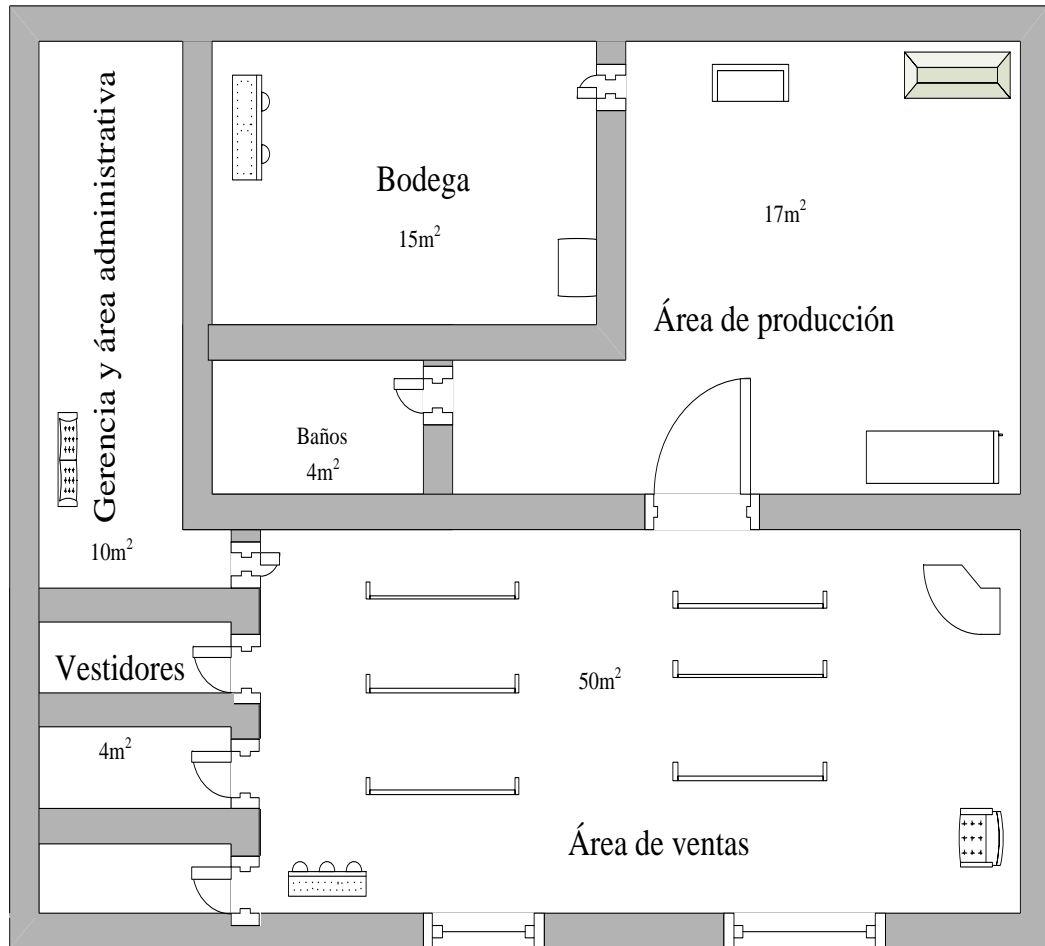
Área	Metros cuadrados
Producción	17
Bodega	15
Gerencia y Administrativa	10
Vestidores	4
Baños	4
Ventas	50
<b>Total</b>	<b>100</b>

Fuente: Revisión de disponibilidad de local

Elaborado por: La autora

En el siguiente gráfico se puede visualizar la distribución sugerida para la empresa:

**Gráfico 34. Distribución de la planta**





**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora





### 2.1.2.2 Equipamiento

A continuación, se detallan los equipos requeridos para el proceso de producción, administración y ventas del producto de la empresa “NAT-IVO”, son requeridos los siguientes bienes:

**Tabla 55. Equipamiento para la producción**

Actividad	Equipo	Especificaciones	Costo
Diseño y trazo		Mesa de madera de 1,4 metros de altura para el diseño y trazo del molde de la prenda (2)	\$100
Corte		(8) Tijeras - Dentadas (3) - Aplique (2) - De Costura (3)	\$100
Costura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Máquinas overlock (2)</li> <li>• Máquina Semi industrial (1)</li> <li>• Máquinas Rectas (2)</li> <li>• Máquina recubridora (2)</li> <li>• Maquina Singer Recta Industrial (1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Máquina especializada en la realización de bordes</li> <li>• Máquinas de motor y capacidad de costura superior</li> <li>• Máquinas de coser tela y otro tipo de material de hilo</li> <li>• Realizan puntadas abiertas, rectas y al revés</li> <li>• Diseño exclusivo de Singer. Lubricación completamente automática con filtro de aceite. Largo de puntada de fácil ajuste por el nuevo dial de ajuste de la presión del prensante a través del tornillo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$600</li> <li>• \$200</li> <li>• \$650</li> <li>• \$950</li> <li>• \$464</li> </ul>



		graduado. Devenado de bobina en el tambór con motor y mueble.	
Máquinas De Tejer Stoll		Agujas Groz-Beckert (Alemania), cama o frontura de diseño y origen alemán, alimentadores directos de Hilo, doble motor servo, panel full táctil y puerto USB de alta velocidad. (1)	\$5.000
Pedrería Y Estoperoles Equipo Para Colocar Ultrasónica		Máquina de aplicación de pedrería y estoperol a través de ultrasonido y temperatura de dos discos, para combinar diferentes tamaños, materiales y colores; semiautomático, incluye indicador láser. Velocidad de aplicación: 20-120 piezas por minuto. Aplica: pedrería, estoperol octagonal, estoperol plano. (1)	\$ 3.798
Estampado		Máquina estampadora de gorras, camisetas, blusas, etc. (1)	\$520
Planchado		Planchas eléctricas de gran potencia (3)	\$100
Subtotal			14.682,00
Imprevistos			2% 293,64
Total			<b>14.975,64</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

Para el proceso de producción la empresa contara con los equipos detallados en la tabla anterior, los mismos que serán necesarios para cumplir con las actividades como la confección y elaboración de las prendas de vestir personalizadas.

Cabe destacar que la capacidad de producción que se tiene a través de estos equipos de alta tecnología lo que en un futuro cercano permite el incremento de la capacidad de producción y abastecer a los clientes de manera más eficiente.

**Tabla 56. Mobiliario**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Escritorios de oficina	unidad	4	250	1.000,00
Exhibidor	unidad	3	130	390,00
Juego sala	unidad	1	450	450,00
Mesa para reuniones	unidad	1	100	100,00
Maniqués niño – niña	unidad	3	80	240,00
Maniqués hombre – mujer	unidad	6	150	900,00
Estanterías	unidad	3	40	120,00
Espejos	unidad	8	125	1.000,00
Muebles de sala Puff	unidad	2	140	280,00
Puff	unidad	8	35	280,00
Repisas	unidad	15	20	300,00
Lámparas	unidad	5	133,19	665,95
Ropero móvil	unidad	10	20	200,00
Televisor	unidad	2	700	1.400,00
Caja registradora	unidad	1	1140	1.140,00
Cámaras de seguridad (kit de 4)	unidad	1	243	243,00
Teléfono		4	100	400,00
<b>Subtotal</b>				<b>9.108,95</b>
Imprevistos 2%				182,18
<b>Total</b>				<b>9.291,13</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

En la tabla anterior se tiene los artículos mobiliarios requeridos para el proceso de producción (maniqués, repisas, estanterías). La gestión administrativa y gerencia contara con escritorios de oficina, para la planificación, manejo, control de la organización y los muebles básicos además de la caja registradora para el área de ventas. Además, se requerirá teléfonos para manejar la comunicación con los proveedores y consumidores.

**Tabla 57. Equipos de computación**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Computador portátil (Laptop)	unidad	2	600,00	1.200,00
Computador de escritorio	unidad	3	850,00	2.550,00
Impresora multifuncional	unidad	1	900,00	900,00
Subtotal				<b>4.650,00</b>
Imprevistos <b>2%</b>				93,00
<b>Total</b>				<b>4.743,00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

Para la gestión administrativa, producción y ventas se requieren 3 computadoras de escritorio, así como también una impresora multifuncional.

Además, se requieren algunos accesorios y bienes menores, tal como se detalla a continuación:

**Tabla 58. Accesorios de producción**

Descripción		Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Tijeras		unidad	5	9,00	45,00
Tizas		unidad	10	1,00	10,00
Hilos		carrete	20	2,00	40,00
Agujas		docena	12	0,80	9,60
Agujas de máquinas		unidad	12	3,00	36,00
Alfileres		caja	40	1,25	50,00
Botones metal (1000 unid)		caja	1	20,00	20,00
Botones plástico (1000 unid)		caja	18	10,00	180,00
Cierres		unidad	513	0,40	205,25
Broches		caja	40	1,50	60,00
Etiquetas (millar)		unidad	2,3	180,00	415,63
Cinta métrica		unidad	3	1,00	3,00
Papel de molde		unidad	5	4,00	20,00
Reglas		unidad	5	4,00	20,00
Desbaratador		unidad	4	1,50	6,00
Libreta de notas		unidad	4	1,50	6,00
Abre ojal		unidad	5	1,25	6,25
Bobinas de distintos colores		unidad	12	2,00	24,00
Lápices		unidad	6	0,40	2,40
Elásticos		unidad	10	0,80	8,00
Encajes		unidad	12	0,40	4,80
Subtotal					<b>1.171,93</b>
Imprevistos 2%					23,44
<b>Total</b>					<b>1.195,36</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

**Tabla 59. Enseres menores**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Ambientales	Unidad	4	3,00	12,00
Jabón líquido	Frascos	2	2,50	5,00
Papel higiénico	Paquete (rollos)	18	14,70	264,60
Toallas	Unidad	4	6,00	24,00
Fundas de basura	Docena	12	1,00	12,00
Trapeadores	Unidad	2	7,00	14,00
Escobas y recogedor	Unidad	2	6,00	12,00
Basureros	Unidad	4	10,00	40,00
Desinfectante	Frascos	2	4,75	9,50
Cloro	Frascos	5	0,80	4,00
Subtotal				<b>397,10</b>
Imprevistos 2%				7,94
<b>Total</b>				<b>405,04</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

### 2.1.2.3 Personas

En el siguiente cuadro se puede observar el personal requerido para el proceso de producción de la ropa personalizada:

**Tabla 60. Personal para el proceso de confección de blazer para hombre**

ACTIVIDAD	TIEMPO	Nº DE PERSONA	HORAS HOMBRE
En caso de que el cliente no desee algunas de las prendas ofrecidas a través del catálogo, se procederá a diseñar la prenda	30 minutos.	1 Operario	1.00
Seleccionar materia prima y materiales para confección	10 minutos	1 Operario	0.12
Elaborar patrón de confección	15 minutos	1 Operario	0.17
Cortar la tela	60 minutos.	1 Operario	0.13
Verificar corte según patrón utilizado	15 minutos	1 Operario	0.18
Coser la prenda (unir las partes de la prenda y añadir las etiquetas)	40 minutos	1 Operario	1.30
Ajuste de prenda	15 minutos	1 Operario	0.18
Lavar en seco	30 minutos	1 Operario	
Planchar	10 minutos	1 Operario	0.15
Empacar	3 minutos	1 Operario	0.10
Almacenar	2 minutos	1 Operario	
<b>Total horas</b>	3: 50 / 3:20		

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

El tiempo estimado para el proceso de confección y elaboración de blazer es de 3:20 tres horas con veinte minutos, para el cual se requerirá de un operario el que tomando en cuenta que son 8 horas laborables diarias podría realizar 2 blazer por día.

**Tabla 61. Personal para el proceso de confección de camisas para hombre**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>N° DE PERSONA</b>	<b>HORAS HOMBRE</b>
En caso de que el cliente no desee algunas de las prendas ofrecidas a través del catálogo, se procederá a diseñar la prenda	30 minutos	1 Operario	1.00
Selección de materia prima y materiales para confección	10 minutos	1 Operario	0.12
Elaborar el patrón	10 minutos	1 Operario	0.17
Cortar la tela	20 minutos	1 Operario	0.13
Verificación de corte según patrón utilizado	15 minutos	1 Operario	0.18
Coser la prenda	30 minutos	1 Operario	1.30
Ajuste de prenda	15 minutos	1 Operario	0.18
Lavar en seco	10 minutos	1 Operario	
Planchar	10 minutos	1 Operario	0.15
Empacar	3 minutos	1 Operario	0.10
Almacenar	2 minutos	1 Operario	0.05
<b>Total horas</b>	2:35 / 2:05		

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 62. Personal para el proceso de confección de camisetas para hombre**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>N° DE PERSONA</b>	<b>HORAS HOMBRE</b>
En caso de que el cliente no desee algunas de las prendas ofrecidas a través del catálogo, se procederá a diseñar la prenda	30 minutos	1 Operario	1.00
Selección de materia prima y materiales para confección	10 minutos	1 Operario	0.12
Elaborar el patrón	10 minutos	1 Operario	0.17
Cortar la tela	15 minutos	1 Operario	0.13
Verificar corte según patrón utilizado	5 minutos	1 Operario	0.18
Coser la prenda	20 minutos	1 Operario	1.30
Ajuste de prenda	15 minutos	1 Operario	0.18
Lavar en seco	10 minutos	1 Operario	
Planchar	5 minutos	1 Operario	0.15
Empacar	3 minutos	1 Operario	0.10
Almacenar	2 minutos	1 Operario	
<b>Total horas</b>	2:05 / 1:35		

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora



**Tabla 63. Personal para el proceso de confección de pantalones para hombre**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>N° DE PERSONA</b>	<b>HORAS HOMBRE</b>
En caso de que el cliente no desee algunas de las prendas ofrecidas a través del catálogo, se procederá a diseñar la prenda	30 minutos	1 Operario	1.00
Seleccionar materia prima y materiales para confección	10 minutos	1 Operario	0.12
Elaborar el patrón	15 minutos	1 Operario	0.17
Cortar la tela	20 minutos	1 Operario	0.13
Verificar corte según patrón utilizado	5 minutos	1 Operario	0.18
Coser la prenda	30 minutos	1 Operario	1.30
Ajuste de prenda	15 minutos	1 Operario	0.18
Planchar	10 minutos	1 Operario	0.15
Empacar	3 minutos	1 Operario	0.10
Almacenar	2 minutos	1 Operario	
<b>Total horas</b>	2:20 / 1:50		

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 64. Personal del proceso de confección de sweaters tejidos para mujer**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>N° DE PERSONA</b>	<b>HORAS HOMBRE</b>
Selección de materia prima y materiales para confección	15 minutos	1 Operario	0.12
Elaboración del patrón	20 minutos	1 Operario	0.17
Verificar según patrón utilizado que las partes del sweater estén tengan simetría	5 minutos	1 Operario	0.18
Coser el sweater	15 minutos	1 Operario	1.30
Aplicar etiquetas	1 minutos	1 Operario	
Aplicación de accesorios	5 minutos	1 Operario	0.18
Lavar en seco	30 minutos	1 Operario	
Empacar	3 minutos	1 Operario	0.10
Almacenar	2 minutos	1 Operario	
<b>Total horas</b>	1:36		

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

Para el proceso de elaboración de sweaters tejidos se requerirá de un operario, y según la capacidad de producción instalada se podrá producir 6 sweater por día, tomando en cuenta que son 8 horas diarias laborables.

Dado que el proceso de producción para cada lote dura aproximadamente 171 minutos, es requerido 2 operarios, ya que el tiempo para elaborar tan solo 1 prenda de vestir personalizada es en promedio una hora con ochenta y nueve minutos. La capacidad en un día de trabajo para un operario es la elaboración de 7,71 prendas como la empresa contará con 2 operarios la capacidad de elaboración será de 9 prendas diarias.

Cabe notar que existe un tiempo de espera o tiempo muerto que corresponde a la prueba de la prenda de vestir por parte del cliente, una vez se haya realizado se procede a su terminado final, este espacio de tiempo está considerado entre 12 a 24 horas.

**Tabla 65. Personal general de la empresa**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>N° PERSONAS</b>	<b>TIEMPO PROMEDIO</b>	<b>TIEMPO NORMAL</b>	<b>RITMO DE TRABAJO</b>
Gerencia	1	8	8	Alto
Área administrativa	1	8	8	Alto
Área de confección	2	8	8	Alto
Área de ventas	1	8	8	Alto
Diseñador /Asesor de imagen	1	8	8	Alto

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

Para la gestión administrativa y ventas de la empresa se requiere un administrador que también se encargara de supervisar el proceso de producción y control de calidad de la prenda de vestir.

### **2.1.3 Tecnología a aplicar.**

La maquinaria que se utilizará en la empresa NAT-IVO para el proceso de confección y elaboración de las prendas personalizadas contará con tecnología de punta lo cual permitirá un proceso continuo fácil de manejar o manipular y cumplir con los estándares de calidad exigidos por los clientes.

## 2.2 Factores que afectan el plan de operaciones

### 2.2.1 Ritmo de producción

La producción se realizará en la jornada de trabajo normal 8 horas diarias.

**Tabla 66. Ritmo de producción estimado**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>N° PERSONAS</b>	<b>TIEMPO PROMEDIO</b>	<b>TIEMPO DE TRABAJO</b>	<b>RITMO DE TRABAJO</b>
Elaboración del patrón	1 Operario	15 minutos	15 minutos	ALTO
Cortar la tela	1 Operario	20 minutos.	35 minutos.	ALTO
Verificación de corte según patrón utilizado	1 Operario	15 minutos	50 minutos	ALTO
Cosido de prenda	1 Operario	40 minutos	90 minutos	ALTO
Ajuste de prenda	1 Operario	15 minutos	105 minutos	ALTO
Etiquetas	1 Operario	15 minutos	120 minutos	ALTO
Planchado	1 Operario	10 minutos	130 minutos	ALTO
Empacado y almacenado	1 Operario	5 minutos	135 minutos	ALTO

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

De acuerdo con el ritmo de producción se determinó que el tiempo promedio para la elaboración de una prenda de vestir que fue de 1 hora con 89 minutos.

### 2.2.2 Nivel de inventario promedio.

Los niveles de inventario están en base a la capacidad que tienen los equipos instalados y la demanda diaria del producto.

**Tabla 67. Nivel de inventario promedio**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Blazer</b>		
Telas:		
Lana	metros	12,5
Lino	metros	7,7
Gabardina	metros	12,5
Algodón	metros	27,9
Seda	metros	3,8
franela	metros	3,8
Poliéster	metros	27,9
Hilo	carrete	60,0
<b>Subtotal</b>		0,0
<b>0</b>		0,0
Telas:		0,0
Lana	metros	13,5
Lino	metros	12,8
Dacrón	metros	4,5
Docoma	metros	4,5
Algodón	metros	12,8
Seda	metros	13,5
Franela	metros	1,9
Polyester	metros	14,1
Hilo	carrete	40,0
Subtotal		0,0
<b>0</b>		0,0
Telas:		0,0
Lana	metros	3,2
Lino	metros	3,0
Pique	metros	1,6
Algodón	metros	4,5
Seda	metros	3,0
Franela	metros	1,9
Polyester	metros	1,9
Hilo	carrete	20,0
Subtotal		0,0
<b>0</b>		0,0
Telas:		0,0

Lana	metros	5,6
Lino	metros	5,6
Algodón	metros	6,2
Seda	metros	4,3
Franela	metros	6,8
Polyester	metros	16,7
Jeans	metros	16,7
Hilo	carrete	40,0
Subtotal		0,0
<b>Sweaters</b>		0,0
Lana	metros	22,4
Seda	metros	9,6
Hilo	carrete	20,0
Riata	metros	106,9

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

### 2.2.3 *Número de trabajadores*

A continuación, se detalla el número de trabajadores general de la empresa:

**Tabla 68. Número de trabajadores**

No. Trabajadores	Cargo	Fijos o variables
1	Gerente	Fijo
1	Administrador	Fijo
2	Costureras	Fijo
1	Diseñador /Asesor de imagen	Fijo
1	Ejecutivo de ventas	Fijo

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

## 2.3 **Capacidad de producción**

### 2.3.1 *Capacidad de producción actual*

Para determinar la capacidad de producción en la confección y elaboración de prendas de vestir personalizadas se toma en cuenta la capacidad instalada, el tiempo de confección de cada uno, y se considera además que se labora 8 horas diarias 5 días a la semana como se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 69. Capacidad de producción diaria**

Producto	Tiempo de elaboración	N.º Prendas diarias
Blazer	3,20	2,5
Camisas	2,05	3,9
Camisetas	1,35	5,9
Pantalones	1,50	5,3
Sweaters	1,36	5,9
<b>Total</b>	<b>9,46</b>	<b>24</b>
<b>Promedio</b>	<b>1,89</b>	<b>4,71</b>
Número de trabajadores	2	
<b>Total prendas en el día</b>	<b>9</b>	

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

Teniendo un máximo de producción en elaboraríamos un total de 24 prendas, sin embargo, se toma en cuenta que la empresa contará con 2 trabajadores, razón por la cual se ha establecido que el total de prendas que se pueden confeccionar en el día es de 9 unidades. A continuación, se realiza una distribución por cada uno de los tipos de prendas y se obtiene la capacidad semanal, mensual y anual.

**Tabla 70. Capacidad de producción máxima**

Producto	N.º Prendas diarias	N.º Prendas semanal	N.º Prendas mensuales	N.º Prendas anual
Blazer	3	15	60	720
Camisas	2	10	40	480
Camisetas	1	5	20	240
Pantalones	2	10	40	480
Sweaters	1	5	20	240
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>45</b>	<b>180</b>	<b>2.160</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

### 2.3.2 Capacidad de producción futura

Para la proyección de la capacidad de producción futura se toma en cuenta el porcentaje de la tasa de crecimiento del sector textil del año 2018 que es 6,9%, obteniendo el siguiente resultado:

**Tabla 71. Capacidad de producción máxima futura**

<b>Años</b>	<b>Producción futura</b>
2019	2.309
2020	2.468
2021	2.639
2022	2.821
2023	3.015

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

Tomando como base los datos de la demanda insatisfecha el porcentaje que cubre la capacidad de producción máxima en el año 2019 es del 2% y al quinto año de vida útil del proyecto es del 3%.

**Tabla 72. Oferta del proyecto**

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Demanda insatisfecha	127.092	123.819	120.112	115.935	111.254
Oferta del proyecto	2.309	2.468	2.639	2.821	3.015
% cobertura de la DI	2%	2%	2%	2%	3%

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora



La cantidad de producción por cada una de las prendas en los cinco años proyectados se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 73. Capacidad de producción futura por cada prenda**

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Blazer	770	823	880	940	1.005
Camisas	513	549	586	627	670
Camisetas	257	274	293	313	335
Pantalones	513	549	586	627	670
Sweaters	257	274	293	313	335
<b>Total</b>	<b>2.309</b>	<b>2.468</b>	<b>2.639</b>	<b>2.821</b>	<b>3.015</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

## 2.4 Definición de recursos necesarios para la producción

### 2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

**Tabla 74. Proveedores**

<b>Empresa Proveedora</b>	<b>Material</b>
Textiles La Escala S. A	Tela, botones, estampados, cinta, encaje, hilos, orillos, zippers, etc.
El Globo	Tela, botones, estampados, cinta, encaje, hilos, zippers, orillos, artículos de sastrería.
Distribuidora Boston S. A	Botones, agujas, entre otros.
Textil Padilla	Telas

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

Dentro de los proveedores de materia prima como alternativas están empresas reconocidas en el sector según la tabla anterior.

## 2.5 Calidad

### 2.5.1 Método de Control de Calidad.

Producción se encargará de realizar pruebas de calidad y control en base a la confección de las prendas de vestir donde se tomará en cuenta detalles como:

- Diseño, medidas, calidad de la tela, talla, verificación de dimensiones, uso de botones, aplicación de accesorios, limpieza, comodidad, los mismos que se consideraran como factores determinantes para el éxito de la comercialización de las prendas de vestir personalizadas, para ello es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos para poder evaluar si se cumplen o no los requerimientos de los clientes y su satisfacción frente al producto ofertado.
- Verificación de tener el material requerido y que este en óptimas condiciones.
- Higiene del espacio de producción e instalaciones de la empresa: mesas, equipos, ventanas, vitrinas, etc.
- Tiempo correcto determinado para cada una de las actividades.
- Tiempo de entrega del producto.

Para cumplir con el control adecuado de calidad se llenarán fichas como la siguiente tabla:

**Tabla 75. Lista de chequeo**

LISTA DE CHEQUEO			
Orden de Prod.	Lote:		
Responsable:	Fecha:		
Tipo de prenda de vestir			
Novedades previstas al chequeo:			
LISTA DE EVALUACIÓN			
DETALLE	CUMPLE	NO CUMPL E	OBSERVACIONES
Diseño de la prenda			
Color de la prenda			

Tela de la prenda			
Asesoramiento			
Talla			
Verificación de dimensiones			
Materia prima sin defectos de fábrica			
Cantidad de botones			
Cantidad de accesorios			
Limpieza			
Ajuste de prenda según medidas			
<b>FIRMA EVALUADOR</b>		<b>FIRMA RESPONSABLE</b>	

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 76. Lista de satisfacción del cliente**

LISTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE					
Nombre:			Fecha:		
Tipo de prenda de vestir adquirida:					
LISTA DE EVALUACIÓN					
DETALLE	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Conformidad con diseño de prenda.					
Ajuste y medidas de prenda					
Tiempo de entrega					
Precio de prenda					
Calidad en la confección					
Conformidad con asesoramiento					
Satisfacción con prenda de vestir					
Sugerencias					

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

## **2.6 Normativas y permisos que afectan su instalación**

Para el funcionamiento de locales comerciales es necesario tener el permiso de bomberos

A continuación, se detalla los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de la empresa NAT- IVO:

- Presentar solicitud del permiso del Municipio.
- Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.
- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- El propietario debe cumplir las condiciones estipuladas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento. (Bomberos Quito, 2018)

### **Seguridad y Salud en el Trabajo**

La Dirección de Seguridad y Salud en el Trabajo surge como parte de los derechos del trabajo y su protección. El programa existe desde que la ley determinara que “los riesgos del trabajo son de cuenta del empleador” y que hay obligaciones, derechos y deberes que cumplir en cuanto a la prevención de riesgos laborales. (Ministerio de Trabajo, 2018)

Para el correcto funcionamiento, la empresa debe cumplir con los requisitos estipulados y establecidos por la ley del Ecuador, que están en función de la entidad que controla:

Para la puesta en marcha del proyecto es necesario crear una microempresa la que puede figurar como persona natural obligada a llevar contabilidad por el nivel de ingresos que se estima o como compañía limitada, para esto se requiere obtener el registro único de contribuyentes (RUC), en el Servicio de Rentas Internas y con

este documento empezar la vida legal de la empresa y el registro de esta en la Superintendencia de Compañías.

Aplicación de la Norma INEN 1875:2004

Objetivo: establece los requerimientos que deben satisfacer las etiquetas que se emplean para tipificación de las prendas de vestir.

Alcance: Implementa además las etiquetas a emplear en la ropa de hogar.

Definiciones:

- Etiqueta: Pedazo de papel, cartulina u otro material parecido que se pega o sujeta sobre una cosa para indicar lo que es, lo que contiene u otra información relacionada con ella, e el caso de las prendas de vestir se utiliza para identificar diferentes características propias del producto.
- Prenda de vestir: Se trata de productos confeccionados con distintas clases de tejidos para cubrirse el cuerpo y abrigarse.

## APLICACIÓN DE LA NORMA ISO 45001 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

La ISO 45001 es la última norma de Sistemas de Gestión de la Seguridad y la Salud en el trabajo, la misma que reemplazara a la actual OHSAS 18001. Contar con un sistema de gestión de la seguridad y la salud en el trabajo sólido y eficiente le aporta un enfoque más general en la gestión de los riesgos de Seguridad y Salud y permite una mayor previsión para la empresa, es decir todos sus colaboradores.

La ISO 45001 cuenta con beneficios tales como:

1. Protección de los trabajadores: tiene un enfoque amplio y estructurado que ayuda a la identificación de peligros y la gestión de riesgos además de contribuir con un ambiente más saludable y seguro, así como la reducción de accidentes laborales y los problemas de salud consecuencia del trabajo dentro de la empresa.
2. Reducción de riesgos: este enfoque ayuda a traducir los resultados de riesgo en planes de acción adecuados para la evaluación, verificación, inspección, revisión legal e investigación de accidentes, con el fin de proteger a los

trabajadores, reducir los riesgos y controlar las amenazas que pueden ser causa de accidentes.

3. Cumplimiento legal: aplicar esta norma en el marco de la ley puede ayudar a reducir las quejas, pagar primas de seguro más bajas, evitar consecuencias financieras y la publicidad negativa.

## **CAPITULO III**

### **3 ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

#### **3.1 Análisis estratégico y definición de objetivos**

Dentro del proceso estratégico que define el área de organización y gestión se encuentra la visión y misión de la empresa y se plantea la creación de un organigrama estructural y funcional, además deberá contar con indicadores que permitan evaluar el desempeño de la organización, con el fin de formular una estrategia para la toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos.

##### **3.1.1 Visión de la Empresa**

Ser una empresa líder en el diseño y fabricación de prendas de vestir personalizadas, aplicando estándares de calidad que cumplan con la exigencia y obtengan la satisfacción plena de sus clientes, siendo reconocidos por sus procesos de manufactura, diseño y organización en el ámbito local y nacional.

##### **3.1.2 Misión de la Empresa**

Diseñar y elaborar prendas de vestir personalizadas de la más alta calidad, plasmando la identidad propia de cada uno de nuestros clientes, logrando plena satisfacción de sus necesidades, contribuyendo al desarrollo económico y social del país, observando procesos y normativas legales que cumplan y aporten en beneficio del sector económico.

### 3.1.3 Análisis FODA

A través del estudio y análisis del macro y microentorno, realizados en el primer capítulo se pudo establecer las siguientes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

**Tabla 77. Análisis FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Exclusividad</li><li>• Calidad</li><li>• Puede trabajar sin stock</li><li>• Precio de venta competitivo y facilidades de pago</li><li>• Variedad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Empresa desconocida para los clientes</li><li>• Existencia de materia prima limitadas o temporales</li><li>• Falta de experiencia</li><li>• Pocos ingresos iniciales</li><li>• Capital limitado</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Crecimiento y desarrollo de nuevos mercados</li><li>• Aprovechamiento de moda y tendencias</li><li>• Crear fuentes de trabajo</li><li>• Innovar</li><li>• Exportar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia desleal mediante la copia de diseños.</li><li>• Aumento de la demanda por productos industriales.</li><li>• Proveedores no confiables</li><li>• Incremento de impuestos en importación de materia prima como (Tela, estampados etc.)</li><li>• No cumplir las expectativas del cliente</li></ul>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

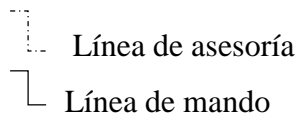
### 3.2 Organización funcional de la empresa

A continuación, se presenta mediante el organigrama estructural y organigrama funcional, la organización interna de la empresa NAT-IVO:

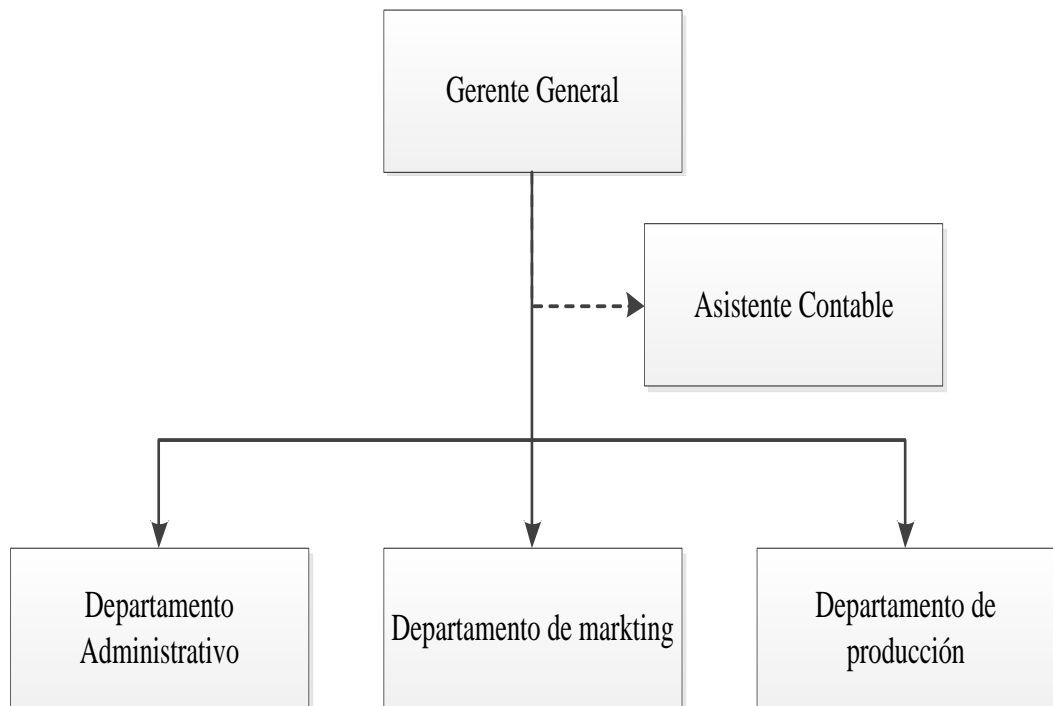


### 3.2.1 Organigrama empresarial.

Los organigramas de una empresa, está estructurada en base a líneas que definen el tipo de autoridad que tiene en la empresa, así, por ejemplo:



**Gráfico 35. Organigrama estructural**

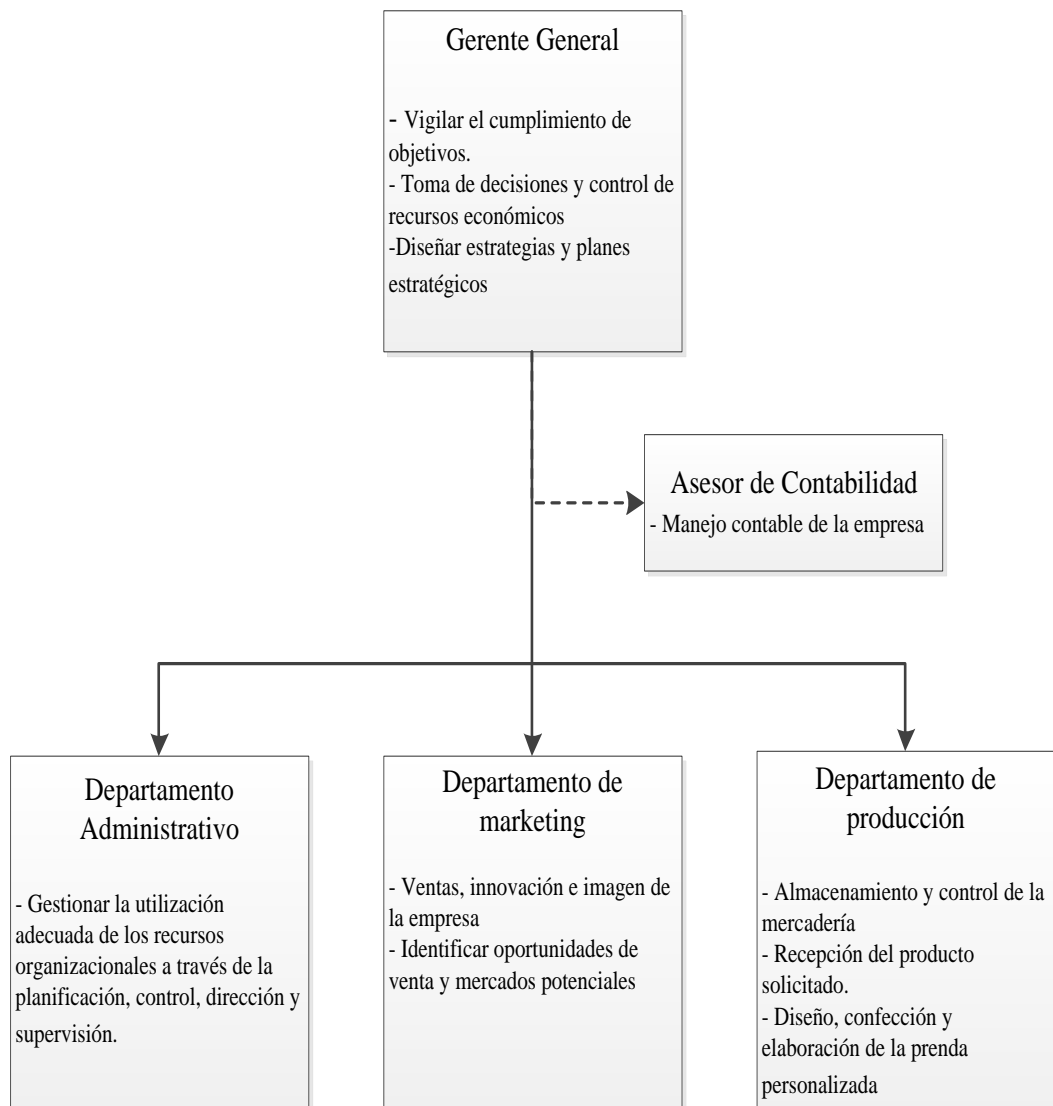


**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

Un organigrama estructural es una representación gráfica de la empresa, con los distintos departamentos que la compone, iniciando desde los niveles jerárquicos altos y finaliza con los de nivel bajo. Básicamente se dividen por bloques o departamentos dependiendo de las funciones que realizan u otros criterios.

**Gráfico 36. Organigrama funcional**

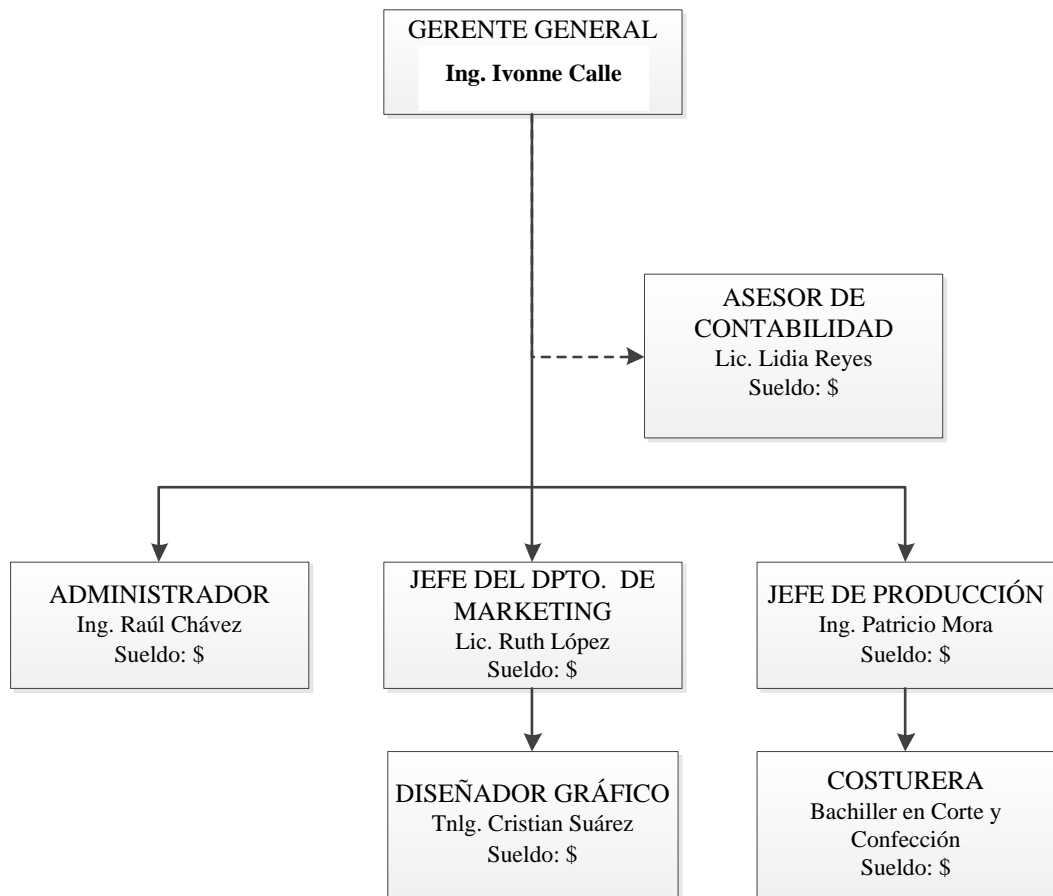


**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

El organigrama funcional, es una estructura que muestra las funciones que deben cumplir cada uno de los departamentos de la empresa, además de detallar la interrelación con cada unidad. Este tipo de organigramas es muy útil para ejecutar acciones en el personal, tales como capacitaciones y representar a una organización de manera general.

**Gráfico 37. Organigrama posicional**



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** La autora

El organigrama posicional, sirve para representar de forma objetiva la distribución del personal en los diferentes departamentos, indicando el número de cargos, denominación del puesto, los niveles jerárquicos, nombre de la persona a cargo del dpto. y de ser necesario la remuneración que percibe de acuerdo con las funciones.

### 3.2.2 Descripción de cargos

A continuación, se presenta la descripción de cargos de la empresa NAT-IVO:

**Tabla 78. Descripción del cargo del gerente**

<b>I INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Gerente
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR</b>	No tiene
<b>SUPERVISA A</b>	Todas las áreas de la empresa
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Se encarga de la planeación, dirección, coordinación y control de todas las actividades que se generan en la empresa, con el fin de asegurar la eficiencia en las operaciones y de la misma manera implementar planes estratégicos para mejorarlos.	
<b>III FUNCIONES</b>	
Planear, organizar y coordinar varias funciones de la empresa. Control de la parte financiera de la empresa. Toma de decisiones.	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Ingeniero comercial, Ingeniero en Administración de empresas
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de dos años.
<b>HABILIDADES</b>	Liderazgo, comunicación, autocontrol, capacidad de negociación, trabajo en equipo, pensamiento crítico.
<b>FORMACIÓN</b>	Tercer Nivel

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 79. Descripción del cargo de administrador**

<b>I INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Administrador
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>SUPERVISA A</b>	Área Administrativa
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
<p>Se encarga de coordinar, supervisar y controlar la ejecución de los procedimientos administrativos y contables que rigen el funcionamiento interno de la organización.</p> <p>Capacidad para tomar decisiones adecuadas para enfrentar cualquier situación adversa que se presente.</p>	
<b>III FUNCIONES</b>	
<p>Se encarga de gestionar la utilización adecuada de los recursos organizacionales. Coordinación de los esfuerzos y los recursos de una empresa hacia una o varias metas colectivas.</p> <p>Gestiona el presupuesto de la empresa, procurando las mayores ganancias con la inversión óptima de recursos financieros, materiales y humanos.</p> <p>Desarrolla planes para la consecución de objetivos y establece líneas estratégicas de acción.</p>	
<b>IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, Ingeniería comercial.
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de dos años dentro de esta área.
<b>HABILIDADES</b>	Liderazgo, compromiso, responsabilidad, capacidad para tomar decisiones, facilidad de comunicación, manejo de estrategias.
<b>FORMACIÓN</b>	Tercer Nivel

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 80. Descripción del Diseñador /Asesor de imagen**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA:</b>	
<b>PUESTO</b>	Diseñador /Asesor de imagen
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>SUPERVISA A</b>	Costureras
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Crear diseños personalizados acorde a los gustos y preferencia del cliente, pasa satisfacer sus necesidades	
<b>III. FUNCIONES</b>	
Se enfoca en el uso adecuado de maquinarias y equipos. Actualizarse en las tendencias de moda. Cumplir con los requerimientos del cliente. Asesorar al cliente en colores y modelos, de acuerdo con la temporada.	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO</b>	Diseñador de moda
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de dos años dentro de esta área
<b>HABILIDADES</b>	Compromiso, ética, trabajo en equipo, responsable, buena comunicación y orientación al logro de metas.
<b>FORMACIÓN</b>	Tercer Nivel

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

**Tabla 81. Costurera**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Costurera
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>SUPERVISA A</b>	Ninguno
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Confeccionar las prendas de acuerdo con las indicaciones especificadas por el diseñador de modas.	
<b>III, FUNCIONES</b>	
Revisar que la prenda cumpla con los requerimientos señalados en la orden de pedido.	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO</b>	Modista
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de dos años dentro de esta área
<b>HABILIDADES</b>	Compromiso, ética, trabajo en equipo, responsable, buena comunicación y orientación al logro de metas.
<b>FORMACIÓN</b>	Técnica

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

**Tabla 82. Descripción del cargo de marketing**

<b>I. INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
<b>PUESTO</b>	Jefe Área de Marketing
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente
<b>SUPERVISA A</b>	Área de Marketing
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Se encarga de planificar y dirigir la política que presenta la empresa en cuanto a productos, precios, promoción, publicidad se refiere. Diseña varios planes enfocados a la necesidad que tiene la empresa mejorando así la competitividad y rentabilidad de esta.	
<b>III. FUNCIONES</b>	
Diseño, seguimiento y ejecución del plan de marketing Desarrollo de varias campañas publicitarias que enfocan la promoción del producto Interacción constante con los clientes Presentación de informes	
<b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TÍTULO PROFESIONAL</b>	Ingeniero en Marketing, Ingeniero en Administración de Empresas e Ingeniero Comercial.
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima de dos años dentro de esta
<b>HABILIDADES</b>	Trabajo en equipo, Creatividad, Ingenio, Habilidades técnicas.
<b>FORMACIÓN</b>	Tercer Nivel

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

### **3.3 Control de gestión**

Los indicadores de control de gestión de la empresa NAT-IVO se describen a continuación:

### 3.3.1 Indicadores de gestión

**Tabla 83. Indicadores de gestión – área administrativa**

INDICADORES									
"NAT-IVO"		Área Administrativa					Página 1		
Nombre del proceso	Código	Nombre del indicador	Descripción	Fórmula	Unidad de medida	Frecuencia	Meta	Herramientas de control	Responsable
Evaluación de desempeño	123	Efectividad en el cumplimiento de objetivos	Realizar una evaluación de objetivo cumplidos, tareas realizadas y otros	Objetivo cumplido/objetivos propuestos	Porcentaje (%)	Trimestral	80%	Evaluaciones de desempeño trimestrales	Gerente General

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora



**Tabla 84. Indicadores de gestión – área de producción**

INDICADORES									
"NAT-IVO"		Área de Producción					Página 1		
Nombre del proceso	Código	Nombre del indicador	Descripción	Fórmula	Unidad de medida	Frecuencia	Meta	Herramientas de control	Responsable
Producción de prendas	1234	Producción	Producción de prendas de vestir personalizadas	Producción real/ producción programada	Porcentaje (%)	Semanal	10%	Planificación de la producción	Jefe de área de producción

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

**Tabla 85. Indicadores de gestión – área de marketing**

INDICADORES									
"NAT-IVO"		Area de Marketing				Página 1			
Nombre del proceso	Código	Nombre del indicador	Descripción	Fórmula	Unidad de medida	Frecuencia	Meta	Herramientas de control	Responsable
Ventas de prendas personalizadas	12345	Ventas	Revisar el informe de ventas realizadas mensualmente.	Ventas reales/ ventas planificadas	Porcentaje (%)	Mensual	60%	Planificaciones de ventas	Analista de mercadeo

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

### 3.4 Necesidades de personal

Especificar cuánto personal necesitará hasta un horizonte de duración del proyecto.

**Tabla 86. Necesidades del personal**

<b>NECESIDADES DEL PERSONAL</b>	
<b>Gerencia:</b>	La parte Gerencial de la empresa será manejada solo por una persona.
<b>Contabilidad:</b>	En contabilidad la empresa se encargará de contratar a una persona que mensualmente proporcionará toda la información necesaria del manejo de la empresa.
<b>Área de Marketing:</b>	El Área de Marketing será manejada por una sola persona.
<b>Área de Producción:</b>	En cuanto al Área de Producción que es la encargada de confeccionar las prendas de vestir personalizadas se encontrara a cargo de 2 personas. Una persona para el diseño y aseria de imagen.
<b>Área Administrativa:</b>	El Área Administrativa será manejada por una sola persona quien será la encargada de ver la planificación, dirección, organización y control de la empresa.

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

## **CAPITULO IV**

### **4 ÁREA JURÍDICO LEGAL**

#### **4.1 Tipo de empresa**

La empresa “NAT-IVO” se dedicará a la confección y elaboración de ropa personalizada de acuerdo con los gustos y preferencias de nuestros consumidores donde podrán seleccionar el modelo, color, medidas y tipo de tela que se utilizara para crear y elaborar sus propios diseños de ropa ofreciéndoles de esta manera exclusividad y comodidad a nuestros clientes.

##### ***4.1.1 Tipo de empresa de acuerdo con su forma jurídica***

“NAT-IVO”, se constituirá como una sociedad anónima ya que posee responsabilidad limitada al patrimonio aportado y sus titulares son aquellos que participan con el capital social por medio de acciones.

##### ***4.1.2 Tipo de empresa de acuerdo a su tamaño***

“NAT-IVO”, es una microempresa ya que posee 6 trabajadores de planta destinados a diferentes áreas como marketing, producción y administración y cuenta con un empleado subcontratado por la empresa que se encarga de la parte contable de la misma. Todos los accionistas trabajan en la empresa desempeñando actividades diferentes. Al ser una microempresa cuenta con poca maquinaria y herramienta.

##### ***4.1.3 Tipo de empresa de acuerdo a la actividad***

“NAT-IVO”, es una empresa del sector de la industria textil o manufacturera ya que su característica principal es la de transformar la materia prima mediante varios procedimientos, para crear prendas de vestir personalizadas.

## 4.2 Patentes y marcas

La marca se procederá a realizar en las oficinas del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI, 2015).

1. Elaboración de casillero en línea
2. Pago de tasas de trámite (\$400 USD)
3. Duración de 10 años

La siguiente tabla muestra los requisitos necesarios para la obtención de la Patente Municipal.

**Tabla 87. Requisitos necesarios para la obtención de la Patente Municipal**

Obtención de la Patente Municipal
Formulario de inscripción de patente (Descargar de la página electrónica <a href="http://www.gob.ec/Formulaios">www.gob.ec/Formulaios</a> de descarga)
Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos
Copia de cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrador o del representante legal en el caso de ser persona jurídica.
Copia del RUC en el caso que lo posea.
Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en caso de ser persona jurídica.
Copia de la escritura de constitución en caso de personas jurídicas.
En caso de personas jurídicas, copia del nombramiento vigente del representante legal.
Pago del tributo en instituciones financieras que mantienen convenio con el Municipio.

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

**4.2.1 Licencias y permisos para funcionar. Detalle de documentos legales que se necesitan para iniciar las operaciones.**

- **Emisión de Permisos de Funcionamiento**

**Descripción:**

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

**Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:**

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA [arcsa.gob.ec](http://arcsa.gob.ec), con su usuario y contraseña
- Una vez registrado, se debe obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones: IE-D.2.2-PF-01 Obtención Permiso de funcionamiento
- Llenar el formulario adjuntando con los requisitos del establecimiento.
- Realizar el pago respectivo.

La cuenta habiente para el pago de permisos de funcionamiento es:

- Cuenta del ARCSA – Banco del Pacífico N° 07465068.
- RUC del ARCSA: 1768169530001.

El banco del Pacífico remitirá la información de pago a la agencia, por lo que la orden de pago Generada y pagada NO tendrá que ser escaneada ni cargada en la página de permisos.

Si su pago fue realizado en BANECUADOR B.P. donde no exista una agencia del Banco Pacífico, usted deberá escanear la papeleta del depósito

y subir la información de su pago al Sistema Automatizado de Permisos de Funcionamiento.

- Validado el pago, usted podrá imprimir su permiso de funcionamiento y factura.

Recuerde que los siguientes requisitos serán verificados en línea con las instituciones pertinentes, por lo que no requiere adjuntar la siguiente documentación:

- Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
  - Número de Registro Único de Contribuyentes.
  - Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.
  - Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo, si fuera el caso.
- Registro Único del Contribuyente: “Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria.” (SRI, 2017)

Los requisitos para obtener el ruc son:

- Original y copia simple de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
  - Original y copia simple del nombramiento del representante legal con reconocimiento de firmas o protocolizado, para el caso de las Empresas Unipersonales y Civiles Comerciales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil.
  - RUC 01-A, debidamente lleno y firmado por el Representante Legal
- Permiso de funcionamiento: "El Permiso de Funcionamiento es el

documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.” (Control Sanitario, 2016)

- Permiso de Bomberos: “Es la autorización que el cuerpo de bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca en la actividad” (Cuerpo de Bomberos Ambato, 2015).

## CAPITULO V

### 5 ÁREA FINANCIERA

A continuación, se presenta el plan de inversión, financiamiento, cálculo, proyección de ingresos, egresos y evaluación financiera que verifica la factibilidad del proyecto para la creación de una empresa dedicada a la confección y elaboración de prendas de vestir personalizadas.

#### 5.1 Plan de inversiones

##### 5.1.1 Activos fijos

Representan los bienes tangibles de la empresa, que generalmente se emplean para la puesta en marcha del negocio. Entre las cuales están la maquinaria y equipo, mobiliario, equipo de computación, entre otros.

**Tabla 88. Maquinaria y equipo**

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Máquinas overlock	unidad	2	600,00	1.200,00
Máquina Semi industrial	unidad	1	200,00	200,00
Máquinas Rectas	unidad	2	650,00	1.300,00
Máquina recubridora	unidad	2	950,00	1.900,00
Maquina Singer Recta Industrial	unidad	1	464,00	464,00
Máquinas De Tejer Stoll	unidad	1	5.000,00	5.000,00
Máquina de aplicación de pedrería y estoperol	unidad	1	3.798,00	3.798,00
Máquina estampadora	unidad	1	520,00	520,00
Planchas eléctricas de gran potencia	unidad	3	100,00	300,00
Subtotal				<b>14.682,00</b>
Imprevistos 2%				293,64
Total				<b>14.975,64</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora



**Tabla 89. Mobiliario**

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Mesa de madera 1,4 m	unidad	2	100,00	200,00
Escritorios de oficina	unidad	4	250,00	1.000,00
Exhibidor	unidad	3	130,00	390,00
Juego sala	carrete	1	450,00	450,00
Mesa para reuniones	docena	1	100,00	100,00
Maniqués niño – niña	unidad	3	80,00	240,00
Maniqués hombre – mujer	caja	6	150,00	900,00
Estanterías	unidad	3	40,00	120,00
Espejos	unidad	8	125,00	1.000,00
Muebles de sala Puff	caja	2	140,00	280,00
Puff	unidad	8	35,00	280,00
Repisas	unidad	15	20,00	300,00
Lámparas	unidad	5	133,19	665,95
Ropero móvil	unidad	10	20,00	200,00
Televisor	unidad	2	700,00	1.400,00
Caja registradora	unidad	1	1140,00	1.140,00
Cámaras de seguridad (kit de 4)	unidad	1	243,00	243,00
Teléfono	unidad	4	100,00	400,00
Subtotal				<b>9.308,95</b>
Imprevistos 2%				186,18
<b>Total</b>				<b>9.495,13</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 90. Equipo de computación**

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Computador portátil (Laptop)	unidad	2	600,00	1.200,00
Computador de escritorio	unidad	2	850,00	1.700,00
Impresora multifuncional	unidad	1	900,00	900,00
Subtotal				<b>3.800,00</b>
Imprevistos 2%				76,00
<b>Total</b>				<b>3.876,00</b>

**Nota.** El equipo de computación se distribuirá para cada uno de los departamentos de la empresa, pues, permite realizar un trabajo mas eficaz y eficiente.

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

### 5.1.2 Activos diferidos

Los activos diferidos representan un mecanismo de pago anticipado como la adecuación de instalaciones, software, etc.

**Tabla 91. Activos diferidos**

<b>Detalle</b>	<b>Valor Total</b>
Software de diseño	800,00
Adecuación de instalaciones	3.000,00
<b>Total</b>	<b>3.800,00</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

### 5.1.3 Capital de trabajo

Representa la capacidad de la organización para ejecutar sus actividades, considerando los costos y gastos del proyecto.

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{Ca}{365} * n_d$$

Donde

Ca = Costo anual

nd = número de días de desfase

365 = días del año

**Tabla 92. Resumen de costos y gastos**

<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
<b>Costo de producción</b>	
Materia Prima Directa	12.191,34
Mano de Obra Directa	11.726,18
Costos Indirectos de fabricación	37.327,92
<b>Gastos</b>	
Gastos administrativos	44.914,45
Gastos de ventas	12.355,00
Gastos financieros	3.869,67
<b>Total costos y gastos</b>	<b>122.384,57</b>

*Nota.* Para el cálculo del número de períodos se considera 3 meses de operación.

**Fuente:** Costos del proyecto

**Elaborado por:** La autora

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{122.384,57}{365} * 90$$

$$\text{Capital de trabajo} = 30.177,02$$

Para la puesta en marcha del proyecto se requiere un capital de trabajo de \$30.177,02, calculado para los tres primeros meses de la puesta en marcha del proyecto.

#### 5.1.4 Inversión total

En la siguiente tabla se detalla la inversión inicial, donde se identifica las necesidades básicas requeridas para el departamento de producción, administración y ventas de la empresa NAT-IVO.

Para la puesta en marcha del proyecto se requerirá una inversión aproximada de \$38.624,65.

**Tabla 93. Plan de inversión**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR (USD)</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Maquinaria y equipo	14.975,64
Mobiliario	9.495,13
Equipo de computación	3.876,00
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	
Software de diseño	800,00
Adecuación de instalaciones	3.000,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>30.177,02</b>
<b>TOTAL</b>	<b>62.323,79</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Del total requerido para iniciar con el proyecto, cerca del 48,42% corresponde a capital de trabajo inicial, el que ha sido calculado para cubrir los costos y gastos de los 3 primeros meses de operación de la empresa NAT-IVO, un 45,48% será invertido en la compra de bienes propios de la empresa, y un 6,10% restante se requiere para la adecuación de instalaciones y software requerido.

## 5.2 Plan de financiamiento

### 5.2.1 Forma de financiamiento

De la inversión total, con un porcentaje del 34,42% corresponderá al aporte de los socios y el 65,58% con préstamo bancario, como se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 94. Financiamiento del proyecto**

Detalle	Valor	Préstamo		Recursos propios	
		%	Valor	%	Valor
Maquinaria y equipo	14.975,64	70	10.482,95	30	4.492,69
Mobiliario	9.495,13	60	5.697,08	40	3.798,05
Equipo de computación	3.876,00	100	3.876,00	0	0,00
Software de diseño	800,00		0,00	100	800,00
Adecuación de instalaciones	3.000,00	40	1.200,00	60	1.800,00
Capital de trabajo	30.177,02	65	19.615,06	35	10.561,96
<b>Total</b>	<b>62.323,79</b>	<b>65,58%</b>	<b>40.871,09</b>	<b>34,42%</b>	<b>21.452,70</b>

**Fuente:** Formas de financiamiento.

**Elaborado por:** La autora

Tanto el aporte de los socios y el préstamo se va a utilizar para financiar los gastos iniciales, que incluyen los de constitución y pre-operación además de los bienes propios requeridos.

### 5.2.2 Cálculo del crédito requerido

El monto del crédito es de \$40.871,09, el cual se solicita a BanEcuador que ofrece a una tasa de interés anual de 10,21% a 60 pagos mensuales que se cancelará por cinco años. Respecto al cálculo del interés y la cuota se obtiene de la siguiente manera

$$\begin{aligned}\text{Interés} &= \text{Capital} * \text{interés} * \text{tiempo} \\ \text{Interés} &= 40.871,09 * (0,1021/12) * 1 \\ \text{Interés} &= \mathbf{347,74}\end{aligned}$$

$$\text{Cuota} = \frac{\text{Monto del crédito} * \text{interés}}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

$$\text{Cuota mensual} = \frac{40.871,09 * \left(\frac{0,1021}{12}\right)}{1 - \left(1 + \left(\frac{0,1021}{12}\right)\right)^{-60}}$$

**Cuota = 872,62**

La tabla de amortización se detalla a continuación:

**Tabla 95. Tabla de amortización**

<b>Monto del crédito</b>	40.871,09
<b>Tasa de interés (anual)</b>	10,21%
<b>Nº de pagos mensuales</b>	60
<b>Pago mensual</b>	872,62

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>Nº PAGO</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>SALDO</b>
0				40.871,09
1	347,74	524,87	872,62	40.346,21
2	343,28	529,34	872,62	39.816,87
3	338,78	533,84	872,62	39.283,03
4	334,23	538,39	872,62	38.744,64
5	329,65	542,97	872,62	38.201,68
6	325,03	547,59	872,62	37.654,09
7	320,37	552,25	872,62	37.101,85
8	315,67	556,94	872,62	36.544,90
9	310,94	561,68	872,62	35.983,22
10	306,16	566,46	872,62	35.416,76
11	301,34	571,28	872,62	34.845,48
12	296,48	576,14	872,62	34.269,33
13	291,57	581,04	872,62	33.688,29
14	286,63	585,99	872,62	33.102,30
15	281,65	590,97	872,62	32.511,33
16	276,62	596,00	872,62	31.915,33
17	271,55	601,07	872,62	31.314,25
18	266,43	606,19	872,62	30.708,07
19	261,27	611,34	872,62	30.096,72
20	256,07	616,55	872,62	29.480,18
21	250,83	621,79	872,62	28.858,38
22	245,54	627,08	872,62	28.231,30
23	240,20	632,42	872,62	27.598,88
24	234,82	637,80	872,62	26.961,09

25	229,39	643,23	872,62	26.317,86
26	223,92	648,70	872,62	25.669,16
27	218,40	654,22	872,62	25.014,95
28	212,84	659,78	872,62	24.355,16
29	207,22	665,40	872,62	23.689,76
30	201,56	671,06	872,62	23.018,71
31	195,85	676,77	872,62	22.341,94
32	190,09	682,53	872,62	21.659,41
33	184,29	688,33	872,62	20.971,08
34	178,43	694,19	872,62	20.276,89
35	172,52	700,10	872,62	19.576,79
36	166,57	706,05	872,62	18.870,74
37	160,56	712,06	872,62	18.158,68
38	154,50	718,12	872,62	17.440,56
39	148,39	724,23	872,62	16.716,33
40	142,23	730,39	872,62	15.985,94
41	136,01	736,61	872,62	15.249,33
42	129,75	742,87	872,62	14.506,46
43	123,43	749,19	872,62	13.757,27
44	117,05	755,57	872,62	13.001,70
45	110,62	762,00	872,62	12.239,70
46	104,14	768,48	872,62	11.471,22
47	97,60	775,02	872,62	10.696,21
48	91,01	781,61	872,62	9.914,59
49	84,36	788,26	872,62	9.126,33
50	77,65	794,97	872,62	8.331,36
51	70,89	801,73	872,62	7.529,63
52	64,06	808,55	872,62	6.721,08
53	57,19	815,43	872,62	5.905,64
54	50,25	822,37	872,62	5.083,27
55	43,25	829,37	872,62	4.253,90
56	36,19	836,43	872,62	3.417,48
57	29,08	843,54	872,62	2.573,93
58	21,90	850,72	872,62	1.723,21
59	14,66	857,96	872,62	865,26
60	7,36	865,26	872,62	0,00
	<b>11.486,05</b>	<b>40.871,09</b>	<b>52.357,14</b>	

**Fuente:** Tabla de Amortización

**Elaborado por:** La autora

### 5.3 Cálculo de costos y gastos

Para el funcionamiento de la empresa, se tiene que desembolsar cierta cantidad de dinero para poder producir u ofertar los bienes o servicios que se pretende insertar en el mercado, a continuación, se muestra el detalle de todos los costos y gastos:

### 5.3.1 Detalle de costos

Los costos son todos los que se relacionan de manera directa o indirecta en la elaboración u operatividad de la empresa. Este rubro está conformado por la materia prima, costos indirectos de fabricación, mano de obra directa y costos directos.

- **Materia Prima**

La materia prima se compone de todos los materiales, implementos, que se necesita para la confección de ropa personalizada. A continuación, se presenta la materia prima que se requiere para la elaboración de 5 tipos de prendas.

**Tabla 96. Materia prima para la confección de blazer**

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Telas:				
Lana	metros	150,1	1,80	270,16
Lino	metros	92,4	1,55	143,16
Gabardina	metros	150,1	1,18	177,10
Algodón	metros	334,8	2,30	770,06
seda	metros	46,2	1,29	59,57
franela	metros	46,2	1,00	46,18
poliéster	metros	334,8	1,18	395,08
Hilo	carrete	720,0	2,00	1.440,00
<b>Subtotal</b>				<b>3.301,32</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Para la confección de un blazer, se incurre en un costo de \$3.301,32 dólares, valor que incluye todos los costos de materia prima directa.

**Tabla 97. Materia prima para la confección de camisas**

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Telas:				
lana	metros	161,6	1,80	290,94
lino	metros	153,9	1,55	238,60
dacrón	metros	53,9	1,40	75,43
docoma	metros	53,9	1,00	53,88
algodón	metros	153,9	2,30	354,05
seda	metros	161,6	1,29	208,51
franela	metros	23,1	1,00	23,09
polyester	metros	169,3	1,18	199,81
Hilo	carrete	480,0	2,00	960,00
Subtotal				<b>2.404,30</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

El costo de confeccionar camisas es de \$ 2.404,30 dólares, cantidad que contiene el desembolso de los diferentes tipos de lana e hilos.

**Tabla 98. Materia prima para la confección de camisetas**

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Telas:				
lana	metros	38,5	1,80	69,27
lino	metros	36,6	1,55	56,67
pique	metros	19,2	1,12	21,55
algodón	metros	53,9	2,30	123,92
seda	metros	36,6	1,29	47,16
franela	metros	23,1	1,00	23,09
polyester	metros	23,1	1,18	27,25
Hilo	carrete	240,0	2,00	480,00
Subtotal				<b>848,91</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Para la elaboración de camisetas personalizadas se requiere de \$ 848, 91/ dólares. Este costo resulta de la compra o adquisición de materia prima como telas e hilos.



**Tabla 99. Materia prima para la confección de pantalones**

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Telas:				
lana	metros	67,0	1,80	120,53
lino	metros	67,0	1,55	103,79
algodón	metros	74,4	2,30	171,13
seda	metros	52,1	1,29	67,19
franela	metros	81,8	1,00	81,84
polyester	metros	200,9	1,18	237,05
jeans	metros	200,9	1,50	301,33
Hilo	carrete	480,0	2,00	960,00
Subtotal				<b>2.042,85</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Para la elaboración de los pantalones se necesitan distintos tipos de telas e hilos, cuyo costo de materiales o materia prima directa es de \$ 2.042, 85/ dólares.

**Tabla 100. Materia prima para la confección de sweaters**

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
lana	metros	269,4	1,80	484,90
seda	metros	115,5	1,29	148,93
Hilo	carrete	240,0	2,00	480,00
Riata	metros	1282,8	1,76	2.257,73
Subtotal				<b>3.371,56</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Para confeccionar sweaters, se incurre en un costo de 3.371,56 dólares.

**Tabla 101. Costo total de Materia prima directa**

Descripción	Valor total
Imprevistos 2%	<b>222,40</b>
<b>TOTAL</b>	<b>12.191,34</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Para confeccionar, blazers, camisas, camisetas, pantalones, sweaters, se requiere un total de materia prima, cuyo costo es de 12.191,34 dólares, cantidad que incluye un 2% adicional, para costos imprevistos.

- **Mano de obra directa**

La mano de obra directa está constituida por el personal que encargara de la confección de las prendas de vestir, es decir personal de la parte operativa de la empresa. En el caso del presente proyecto, son las personas, bajo la denominación de costureras.

**Tabla 102. Mano de obra directa**

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Total	IESS Patronal 11,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Valor mensual total	Valor Anual Total
Costureras	2	395,18	790,36	88,13	65,86	32,83	977,18	11.726,18
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>395,18</b>	<b>790,36</b>	<b>88,13</b>	<b>65,86</b>	<b>32,83</b>	<b>977,18</b>	<b>11.726,18</b>

*Nota.* Se consideró la tabla de salarios mínimos sectoriales al 2019.

**Fuente:** (Ministerio del Trabajo, 2019)

**Elaborado por:** La autora

El costo de la mano de obra directa es de 11.726,18 dólares.

- **Costos indirectos de fabricación**

Son aquellos costos que debe cubrir la empresa, para la fabricación de las prendas de vestir, a parte de los costos que ya se mencionó anteriormente, ya que de manera indirecta influyen en el proceso operativo.

**Tabla 103. Mano de obra indirecta**

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Total	IESS Patronal 11,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Valor mensual total	Valor Anual Total
Diseñador	1	450,00	450,00	50,18	37,50	32,83	570,51	6.846,10
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>450,00</b>	<b>450,00</b>	<b>50,18</b>	<b>37,50</b>	<b>32,83</b>	<b>570,51</b>	<b>6.846,10</b>

*Nota.* Se consideró la tabla de salarios mínimos sectoriales al 2019.

**Fuente:** (Ministerio del Trabajo, 2019)

**Elaborado por:** La autora

Se considera costo indirecto, a la mano de obra indirecta, que es el diseñador o asesor de imagen, ya que de manera indirecta las actividades que realiza son importantes para la elaboración de las prendas, el costo es de 6.846,10 dólares al año.

- **Materiales indirectos**

**Tabla 104. Materiales indirectos para la confección**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Tijeras	unidad	5	9,00	45,00
Tizas	unidad	10	1,00	10,00
Hilos	carrete	20	2,00	40,00
Agujas	docena	12	0,80	9,60
Agujas de máquinas	unidad	12	3,00	36,00
Alfileres	caja	40	1,25	50,00
Botones metal (1000 unid)	caja	1	20,00	20,00
Botones plástico (1000 unid)	caja	18	10,00	180,00
Cierres	unidad	513	0,40	205,25
Broches	caja	40	1,50	60,00
Etiquetas (millar)	unidad	2,31	180,00	415,63
Cinta métrica	unidad	3	1,00	3,00
Papel de molde	unidad	5	4,00	20,00
Reglas	unidad	5	4,00	20,00
Desbaratador	unidad	4	1,50	6,00
Libreta de notas	unidad	4	1,50	6,00
Abre ojal	unidad	5	1,25	6,25
Bobinas de distintos colores	unidad	12	2,00	24,00
Lápices	unidad	6	0,40	2,40
Elásticos	unidad	10	0,80	8,00
Encajes	unidad	12	0,40	4,80
<b>Subtotal</b>				<b>1.171,93</b>
Imprevistos 2%				23,44
<b>Total</b>				<b>1.195,36</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Son costos necesarios para la confección de las prendas de vestir, ya que son materiales que se utilizan en el proceso, en este caso se necesita un total de \$ 1.195,36 dólares, rubro que incluye un valor para imprevistos de 2%.

- **Servicios Básicos**

Los servicios básicos, son necesarios para el funcionamiento de la empresa, a fin de tener una infraestructura adecuada e idónea para la realización de las actividades.

**Tabla 105. Servicios básicos**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Agua potable	m3	500	0,95	475,00
Energía eléctrica	Kw/h	24.000	0,12	2.880,00
<b>Subtotal</b>				<b>3.355,00</b>
Imprevistos 2%				67,10
<b>Total</b>				<b>3.422,10</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

El costo por servicios básicos es de 3.422,10 dólares anuales, de igual forma se toma un 2% para situaciones imprevistas no contemplados.

- **Depreciación**

El rubro por depreciaciones refiera a la cantidad monetaria, que resulta de la disminución o desgaste de algún bien material o maquinaria, este valor resta, ya que el valor inicial desciende por el uso o el transcurrir del tiempo.

**Tabla 106. Depreciación de maquinaria y equipos**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo</b>	<b>Vida útil Años</b>	<b>Depreciación anual</b>
Maquinaria y equipo	Unidad	14.975,64	10	1.497,56
<b>Total</b>		<b>14.975,64</b>		<b>1.497,56</b>

**Nota.** La tabla completa del cálculo de las depreciaciones de todos los activos están en el inciso 5.3.5.

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

La maquinaria y equipos, necesarios para la operatividad de los procesos, tienen una depreciación anual de \$ 1.497,56/ dólares.

- **Seguro y mantenimiento**

Este componente del costo indirecto resulta de la necesidad de mantenimiento y seguro que debe poseer o realizarse a la maquinaria y equipos de la empresa, a fin de mantener en buen estado y garantizar la vida útil de los mismos.

**Tabla 107. Costos de seguro y mantenimiento**

Detalle	Unidad de medida	Costo	Porcentaje	Costo total
Maquinaria y equipo	Unidad	14.975,64	3%	449,27
<b>Total</b>		<b>14.975,64</b>		<b>449,27</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

A consecuencia del seguro y mantenimiento de maquinarias y equipos, se incurre en un costo de \$ 449,27 dólares.

**Tabla 108. Resumen de los costos**

Detalle	Valor total
<b>Costos Directos</b>	
Materia Prima Directa	12.191,34
Mano de Obra Directa	11.726,18
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	
Mano de obra Indirecta	6.846,10
Materiales indirectos	1.195,36
Servicios básicos	3.422,10
Depreciación	1.497,56
Seguro y mantenimiento	449,27
<b>Total</b>	<b>37.327,92</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

El costo total para la elaboración de prendas de vestir personalizadas es de \$ 37.327,92 dólares.

### 5.3.2 Proyección de costos

En la siguiente tabla se muestra la proyección de los costos, durante la vida útil del proyecto que es de 5 años. Estos son los principales rubros que se relacionan de manera directa e indirecta en la confección de las prendas de vestir personalizadas, considerando la tasa de inflación que según el Banco Central de Ecuador (2018) es de 0,27%.

**Tabla 109. Proyección de costos**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	12.191,34	12.224,26	12.257,26	12.290,36	12.323,54
Mano de Obra Directa	11.726,18	11.757,84	11.789,59	11.821,42	11.853,34
Costos indirectos de fabricación					
Mano de obra Indirecta	6.846,10	322,40	322,40	322,40	322,40
Materiales indirectos	1.195,36	1.198,59	1.201,83	1.205,07	1.208,33
Servicios básicos	3.422,10	3.431,34	3.440,60	3.449,89	3.459,21
Depreciación	1.497,56	1.497,56	1.497,56	1.497,56	1.497,56
Seguro y mantenimiento	449,27	450,48	451,70	452,92	454,14
<b>Total</b>	<b>37.327,92</b>	<b>30.882,48</b>	<b>30.960,95</b>	<b>31.039,63</b>	<b>31.118,52</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

### 5.3.3 Detalle de gastos

**Tabla 110. Sueldos administrativos**

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Total	IESS Patronal 11,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Valor mensual total	Valor Anual Total
Gerente	1	1.100,00	1.100,00	122,65	91,67	32,83	1.347,15	16.165,80
Administrador	1	780,00	780,00	86,97	65,00	32,83	964,80	11.577,64
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>1.880,00</b>	<b>1.880,00</b>	<b>209,62</b>	<b>156,67</b>	<b>65,67</b>	<b>2.311,95</b>	<b>27.743,44</b>

*Nota.* La nómina de sueldos mensuales del personal de la empresa está detallada en el Anexo 2.

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Los sueldos administrativos, son gastos que se requiere para la funcionalidad de la parte administrativa y organizativa de la empresa, por el personal que laborarán en las oficinas de la empresa. En este caso son el gerente y el administrador, cuyo gasto asciende a un total de \$ 27.743,44 dólares al año, que incluye el pago de beneficios sociales, bonificaciones y otros que la ley estipula.

**Tabla 111. Servicios profesionales**

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Contador	mensual	12	62,50	750,00
Imprevistos 2%				15,00
<b>Total</b>				<b>765,00</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Este gasto, es necesario para realizar actividades de carácter administrativo, eventualmente, mismo que no requiere involucrarse dentro de la nómina, puesto que son servicios que se necesitan cada cierto periodo de tiempo. El desembolso total por este servicio es de \$ 765 dólares. Adicional a ello, se toma un 2% para imprevistos.

**Tabla 112. Gasto arriendo**

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Arriendo	mensual	12	780,00	9.360,00
Imprevistos 2%				187,20
<b>Total</b>				<b>9.547,20</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

El gasto por arriendo es de \$ 9.547,20 dólares. Esto es el local o establecimiento donde se realizará todas las actividades operativas y administrativas.

**Tabla 113. Servicios Básicos**

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Agua Potable	m3	240	0,95	228,00
Energía eléctrica	Kw/h	1800	0,12	216,00
Internet	Paquete	12	98	1.176,00
Plan de telefonía celular	Minutos	6000	0,08	480,00
<b>Subtotal</b>				<b>2.100,00</b>
Imprevistos 2%				42,00
<b>Total</b>				<b>2.142,00</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Los servicios básicos, son necesarios para la operatividad de la empresa, este se relaciona con las áreas administrativas y para situaciones no contempladas que

puede suscitarse en cualquier momento (2%), el total de gasto es de \$ 2.142,00 dólares.

**Tabla 114. Suministros de limpieza**

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Ambientales	unidad	4	3,00	12,00
Jabón líquido	Frascos	2	2,50	5,00
Papel higiénico	Paquete (rollos)	18	14,70	264,60
Toallas	unidad	4	6,00	24,00
Fundas de basura	docena	12	1,00	12,00
Trapeadores	unidad	2	7,00	14,00
Escobas y recogedor	unidad	2	6,00	12,00
Basureros	unidad	4	10,00	40,00
Desinfectante	frascos	2	4,75	9,50
Cloro	frascos	5	0,80	4,00
<b>Subtotal</b>				<b>397,10</b>
Imprevistos 2%				7,94
<b>Total</b>				<b>405,04</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Son los materiales que se necesitan para mantener el orden y limpieza de las áreas departamentales de la empresa. El gasto total de suministros de limpieza es de \$ 405,04 dólares, considerando otros gastos por imprevistos.

**Tabla 115. Útiles de oficina**

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Resmas de papel	unidad	9	5,00	45,00
Bolígrafos	paquete	4	3,50	14,00
Folders	unidad	5	3,50	17,50
Carpetas	unidad	6	0,30	1,80
Grapadora	unidad	3	15,00	45,00
Perforadora	unidad	3	6,00	18,00
<b>Subtotal</b>				<b>141,30</b>
Imprevistos 2%				2,83
<b>Total</b>				<b>144,13</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora



Los útiles de oficina, se compone de todos los materiales que se requiere para efectuar actividades de documentación, gestión, trámites, tomar apuntes y organización de los papeles de oficina. El gasto total, incluye el 2% para imprevistos, esto es \$ 144,13/ dólares.

**Tabla 116. Gasto de constitución**

<b>Detalle</b>	<b>Valor Total</b>
Trámite de constitución	500,00
Permisos municipales	150,00
Otros permisos	100,00
<b>Subtotal</b>	<b>750,00</b>
Imprevistos 2%	15,00
<b>Total</b>	<b>765,00</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Los gastos de constitución son desembolsos que se realizan al iniciar la legalización de la empresa, en tal razón se cancela solo el primero año de ejercicio fiscal. Estos gastos se requieren para obtener, permisos, trámites para el funcionamiento de la empresa, bajo la normativa y leyes vigentes. Tomando en cuenta, el 2% para gastos imprevistos, el gasto total es de \$ 765,00 dólares.

**Tabla 117. Depreciaciones**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo</b>	<b>Vida útil Años</b>	<b>Depreciación anual</b>
Mobiliario	unidad	9.495,13	10	949,51
Equipo de computación	unidad	3.876,00	3	1.292,00
<b>Total</b>		<b>13.371,13</b>		<b>2.241,51</b>

**Nota.** La tabla completa del cálculo de las depreciaciones de todos los activos están en el inciso 5.3.5.

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

El gasto por depreciaciones resulta del desgaste físico del mobiliario y equipos de computación, que se utilizan para realizar actividades administrativas o de oficina, esto depende de la vida útil del bien o material, en este caso se incurre en un gasto de \$ 2.241,51 dólares.

**Tabla 118. Seguro y mantenimiento**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Costo total</b>
Mobiliario	unidad	9.495,13	3%	284,85
Equipo de computación	unidad	3.876,00	3%	116,28
<b>Total</b>		<b>13.371,13</b>		<b>401,13</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Es un gasto necesario para mantener en óptimas condiciones los bienes y equipos de las áreas administrativas. Esto a fin de asegurar el cumplimiento de actividades, el gasto total por seguro y mantenimiento es de \$ 401,13 dólares.

**Tabla 119. Amortización de activos diferidos**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Costo total</b>
Software de diseño	unidad	800,00	20%	160,00
Adecuación de instalaciones	unidad	3.000,00	20%	600,00
<b>Total</b>		<b>3.800,00</b>		<b>760,00</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Los gastos por amortización de activos diferidos son desembolsos pagados por anticipado, estos se van amortizando de acuerdo al tiempo que se va utilizando o consumiendo, según la realidad de la empresa. Estos contribuyen en la operatividad de la empresa. El total de gasto por el rubro es de \$ 760,00 dólares.

**Tabla 120. Resumen de gastos**

<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
Sueldos administrativos	27.743,44
Servicios profesionales	765,00
Gasto arriendo	9.547,20
Servicios básicos	2.142,00
Suministros de aseo y limpieza	405,04
Útiles de oficina	144,13
Gastos de constitución	765,00
Depreciación	2.241,51
Seguro y mantenimiento	401,13
Amortización de activos diferidos	760,00
<b>Total</b>	<b>44.914,45</b>

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

Los gastos, son valores no recuperables, pero fundamentales para llevar a cabo operaciones administrativas, financieras, contables, es decir todo lo concerniente a las oficinas de la empresa, el gasto administrativo total es de \$44.914,45 dólares.

### **Gastos de Venta**

Los gastos de venta constituyen rubros necesarios para la comercialización del producto, venta o asesoramiento, estos incluyen sueldos de ventas, publicidad, promociones, eventos, redes sociales, banners publicitarios, e imprevistos y más.

**Tabla 121. Gastos de venta**

<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
Sueldos personal ventas	11.147,50
Publicidad	1.207,50
<b>Total</b>	<b>12.355,00</b>

*Nota.* La nómina de sueldos mensuales del personal de la empresa está detallada en el Anexo 2.

**Fuente:** Inversión total del proyecto

**Elaborado por:** La autora

El total de gastos de venta es de \$12.355 dólares.

### **Gastos financieros**

Los gastos financieros, es el monto que se cancela a consecuencia del financiamiento en la entidad bancaria, cantidad que considera la tasa de interés, dependiendo del monto y el tiempo. Capital más el interés. Este se obtiene aplicando la siguiente formula:

$$Cuota\ anual = \frac{Monto\ de\ crédito * Tasa\ de\ Interés}{1 - (1 + tasa\ de\ interés)^{-60}}$$

Se cancelará una cuota anual de \$872,62 dólares.

En el primero año se cancelará un interés total de \$3.869,67 dólares.

### 5.3.4 Proyección de gastos

En la siguiente tabla se muestra la proyección de los gastos, durante la vida útil del proyecto que es de 5 años. Estos son los principales rubros que se relacionan con los gastos administrativos, de venta y financieros. Para la proyección se toma en cuenta la tasa de inflación del 2018, que es de 0,27% (Banco Central del Ecuador , 2018).

**Tabla 122. Gastos proyectados**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Gastos administrativos</b>					
Sueldos administrativos	27.743,44	27.818,35	27.893,46	27.968,77	28.044,28
Servicios profesionales	765,00	767,07	769,14	771,21	773,30
Gasto arriendo	9.547,20	9.572,98	9.598,82	9.624,74	9.650,73
Servicios básicos	2.142,00	2.147,78	2.153,58	2.159,40	2.165,23
Suministros de aseo y limpieza	405,04	406,14	407,23	408,33	409,43
Útiles de oficina	144,13	144,52	144,91	145,30	145,69
Gastos de constitución	765,00				
Depreciación	2.241,51	2.241,51	2.241,51	949,51	949,51
Seguro y mantenimiento	401,13	401,13	401,13	401,13	401,13
Amortización de activos diferidos	760,00	760,00	760,00	760,00	760,00
<b>Subtotal</b>	<b>44.914,45</b>	<b>44.259,47</b>	<b>44.369,78</b>	<b>43.188,40</b>	<b>43.299,31</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
Sueldos personal ventas	11.147,50	11.177,60	11.207,78	11.238,04	11.268,38
Publicidad	1.207,50	1.209,14	1.212,40	1.215,68	1.218,96
<b>Subtotal</b>	<b>12.355,00</b>	<b>12.386,74</b>	<b>12.420,18</b>	<b>12.453,72</b>	<b>12.487,34</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Interés anual	3.869,67	3.163,18	2.381,08	1.515,28	556,83
<b>Subtotal</b>	<b>3.869,67</b>	<b>3.163,18</b>	<b>2.381,08</b>	<b>1.515,28</b>	<b>556,83</b>
<b>Total</b>	<b>61.139,13</b>	<b>59.809,39</b>	<b>59.171,05</b>	<b>57.157,40</b>	<b>56.343,48</b>

Fuente: Inversión total del proyecto

Elaborado por: La autora

Al primer año se tiene un total en gastos de \$61.139,13 dólares. La variación o disminución de los gastos ocurre debido a que a partir del segundo año ya no se cancela el rubro de gastos de constitución que se efectuó únicamente para la puesta en marcha del proyecto. Asimismo, varía porque disminuye el pago del interés.

### 5.3.5 Proyección de la depreciación

La siguiente tabla muestra, la cantidad de desgaste o disminución del valor del bien. Estos elementos se utilizan, tanto en el área operativa, así como también en la administrativa. Para el cálculo de la depreciación se obtiene a través del método de línea recta, en el que se considera los años de vida útil. Por lo tanto, la depreciación anual de los activos resulta de la división entre el costo para los años de vida útil.

**Tabla 123. Depreciaciones**

<b>ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES</b>	<b>COSTO</b>	<b>VIDA UTIL ANOS</b>	<b>DEP. ANUAL</b>
Maquinaria y equipo	14.975,64	10	1.497,56
Mobiliario	9.495,13	10	949,51
Equipo de computación	3.876,00	3	1.292,00
<b>Total</b>	<b>28.346,77</b>		<b>3.739,08</b>

Fuente: Inversión total del proyecto

Elaborado por: La autora

**Tabla 124. Proyección de las depreciaciones**

<b>ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>VALOR DE SALVAMENTO</b>
Maquinaria y equipo	1.497,56	1.497,56	1.497,56	1.497,56	1.497,56	7.487,82
Mobiliario	949,51	949,51	949,51	949,51	949,51	4.747,56
Equipo de computación	1.292,00	1.292,00	1.292,00			0,00
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>	<b>3.739,08</b>	<b>3.739,08</b>	<b>3.739,08</b>	<b>2.447,08</b>	<b>2.447,08</b>	<b>12.235,38</b>

Fuente: Inversión total del proyecto

Elaborado por: La autora

Se tiene un valor de salvamento de \$ 12.253,38, que, dentro de los estados financieros, se considera como un ingreso. Estos están proyectado a los 5 años de vida útil del proyecto.

## 5.4 Cálculo de ingresos

La demanda insatisfecha del proyecto al 2019 es de 127.092 prendas, de esta cifra se estima cubrir el 2% corresponde a 2.309 prendas, para el segundo, tercer y cuarto año se cubrirá 2%, mientras que para quinto año se espera cubrir el 3%, esto se calculó en el estudio técnico del proyecto.

El costo individual se obtiene de dividir el costo total para la producción de cada prenda, añadiendo un 12% de margen de utilidad, con el que se conoce el precio de venta.

**Tabla 125. Cálculo del precio**

Detalle	Costo total	Producción (unidades)	Costo individual (unidad)	Margen de utilidad		Precio de venta
Blazer	42.366,05	770	55,04	12%	6,61	61,65
Camisas	20.569,75	513	40,09	12%	4,81	44,90
Camisetas	3.631,37	257	14,15	12%	1,70	15,85
Pantalones	17.477,39	513	34,06	12%	4,09	38,15
Sweaters	14.422,49	257	56,21	12%	6,75	62,96
<b>Total</b>	<b>98.467,05</b>	<b>2.309,04</b>	<b>199,56</b>	<b>0,60</b>	<b>23,95</b>	<b>223,51</b>

**Fuente:** Obtención de precios al 2019.

**Elaborado por:** La autora

### 5.4.1 Proyección de ingresos

En la siguiente tabla se muestra la proyección de los ingresos de cada prenda (blazer, camisas, camisetas, pantalones, sweaters), considerando 5 años de vida útil del proyecto. Para la proyección utiliza la inflación de 0,27% para el año 2018 (Banco Central del Ecuador , 2018).

**Tabla 126. Proyección de ingresos**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Blazer</b>					
Número unidades	770	823	880	940	1.005
Precio	61,65	61,82	61,98	62,15	62,32
<b>Subtotal</b>	<b>47.449,98</b>	<b>50.860,98</b>	<b>54.517,19</b>	<b>58.436,23</b>	<b>62.637,00</b>
<b>Camisas</b>					
Número unidades	513	549	586	627	670
Precio	44,90	45,02	45,14	45,26	45,38
<b>Subtotal</b>	<b>23.038,12</b>	<b>24.694,24</b>	<b>26.469,42</b>	<b>28.372,21</b>	<b>30.411,78</b>
<b>Camisetas</b>					
Número unidades	257	274	293	313	335
Precio	15,85	15,90	15,94	15,98	16,02
<b>Subtotal</b>	<b>4.067,13</b>	<b>4.359,50</b>	<b>4.672,89</b>	<b>5.008,81</b>	<b>5.368,87</b>
<b>Pantalones</b>					
Número unidades	513	549	586	627	670
Precio	38,15	38,25	38,35	38,46	38,56
<b>Subtotal</b>	<b>19.574,67</b>	<b>20.981,83</b>	<b>22.490,13</b>	<b>24.106,86</b>	<b>25.839,82</b>
<b>Sweaters</b>					
Número unidades	257	274	293	313	335
Precio	62,96	63,13	63,30	63,47	63,64
<b>Subtotal</b>	<b>16.153,19</b>	<b>17.314,39</b>	<b>18.559,05</b>	<b>19.893,19</b>	<b>21.323,24</b>
<b>Total</b>	<b>110.283,09</b>	<b>118.210,94</b>	<b>126.708,69</b>	<b>135.817,30</b>	<b>145.580,71</b>

**Fuente:** Ingresos proyectados (inflación 0,27% del 2018).

**Elaborado por:** La autora

Al primer año se tiene un ingreso total de \$110.283,09 dólares. La variación de los ingresos se presenta por el aumento del número de prendas y precio en función de la tasa de inflación.

## **5.5 Flujo de caja**

En la siguiente tabla se detalla el cálculo del flujo de caja de efectivo del proyecto:

**Tabla 127. Flujo de efectivo del proyecto**

<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		110.283,09	118.210,94	126.708,69	135.817,30	145.580,71
(+) VRAF (Valor residual de activos fijos)						12.235,38
(+) KTr (Valor total de capital de trabajo)						30.177,02
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>110.283,09</b>	<b>118.210,94</b>	<b>126.708,69</b>	<b>135.817,30</b>	<b>187.993,11</b>
Activos Fijos	28.346,77					
Activos Diferidos	3.800,00					
Capital de trabajo	30.177,02					
<b>EGRESOS</b>						
Costo de ventas (-dep)		35.830,36	29.384,91	29.463,38	29.542,06	29.620,96
Gastos Administrativos (-dep)		42.672,94	42.017,96	42.128,27	42.238,88	42.349,79
Gastos de Ventas		12.355,00	12.386,74	12.420,18	12.453,72	12.487,34
<b>Subtotal</b>		<b>90.858,30</b>	<b>83.789,61</b>	<b>84.011,84</b>	<b>84.234,66</b>	<b>84.458,09</b>
Gastos financieros		3.869,67	3.163,18	2.381,08	1.515,28	556,83
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>94.727,97</b>	<b>86.952,79</b>	<b>86.392,92</b>	<b>85.749,95</b>	<b>85.014,93</b>
<b>FLUJO ECONÓMICO</b>	<b>-62.323,79</b>	<b>15.555,12</b>	<b>31.258,15</b>	<b>40.315,77</b>	<b>50.067,36</b>	<b>102.978,18</b>
(-) Pago de préstamo		6.601,75	7.308,25	8.090,35	8.956,14	9.914,59
(-) 15% participación utilidades		1.772,41	4.127,86	5.486,50	7.143,04	8.717,81
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>-62.323,79</b>	<b>7.180,96</b>	<b>19.822,04</b>	<b>26.738,92</b>	<b>33.968,17</b>	<b>84.345,78</b>

**Fuente:** Flujo de caja proyectado

**Elaborado por:** La autora



## 5.6 Punto de equilibrio

Se utiliza al punto de equilibrio para verificar el nivel de ventas que cada año cubre los costos y gastos del proyecto. Para el cálculo del punto de equilibrio se utiliza las siguientes fórmulas:

$$PE \text{ USD} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}} = \text{USD}$$

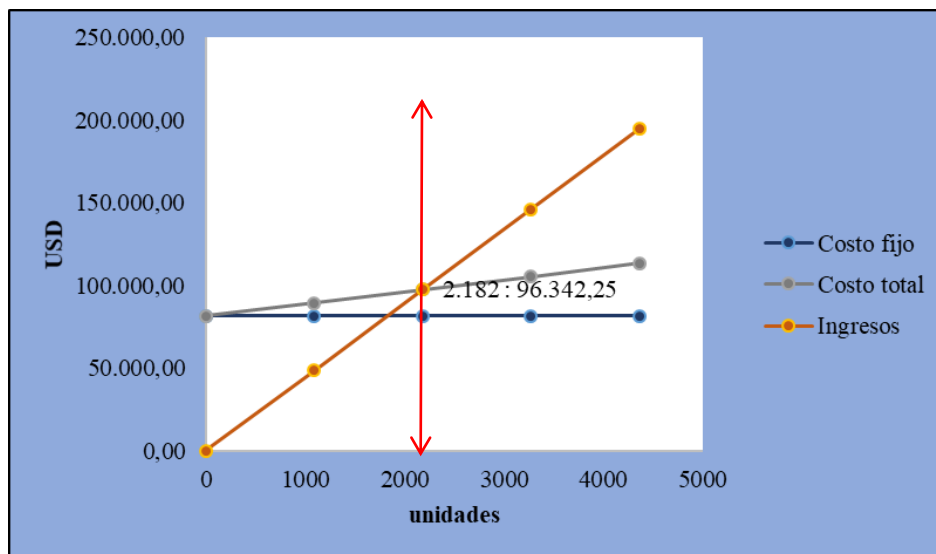
$$PE \text{ Unidades} = \frac{\text{Costo Fijo total}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

A continuación, se presenta el cálculo del punto de equilibrio en dólares y cantidades para el primer año:

$$PE \text{ USD} = \frac{81.658,24}{1 - \frac{16.808,81}{110.283,09}} = \text{USD } 96.342,25$$

$$PE \text{ Unidades (prendas)} = \frac{81.658,24}{44,70 - 7,28} = 2.182$$

**Gráfico 38. Punto de equilibrio** Insertar líneas que demuestren el punto de equilibrio



**Fuente:** Punto de equilibrio

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 128. Proyección del punto de equilibrio**

Años	Ventas Totales	Costos Fijos	Costos Variables	Producción unidades	Costo Total	Pto. Equilibrio USD.	Precio de Venta unit.	Costo variable unitario	Pto. Equilibrio Unid.
		Fijos	Variables			$CF/1-(CV/VT)$			$CF/(p_{vu}-cv_u)$
1	110.283,09	81.658,24	16.808,81	2.309	98.467,05	96.342,25	44,70	7,28	2.182
2	118.210,94	73.837,68	16.106,08	2.468	89.943,76	85.484,88	44,82	6,53	1.928
3	126.708,69	73.232,30	16.149,57	2.639	89.381,87	83.929,47	44,94	6,12	1.886
4	135.817,30	71.251,70	16.193,17	2.821	87.444,87	80.896,84	45,06	5,74	1.812
5	145.580,71	70.470,92	16.236,89	3.015	86.707,82	79.317,34	45,19	5,38	1.771

**Fuente:** Proyección para 5 años del punto de equilibrio.

**Elaborado por:** La autora

En el primer año el punto de equilibrio es de \$98.342,25 y 2.182 prendas, lo que indica que para cubrir los egresos del proyecto se necesita vender esta cantidad y cifras de las prendas ofertadas por la empresa.

## 5.7 Estado de resultados proyectado

Los valores para los 5 años de vida útil del proyecto se tomaron de la proyección de ingresos, costos, y gastos anteriormente calculados en función de la tasa de inflación del 0,27%.

Y en el I.R (Impuesto a la renta) no se efectúa ningún pago debido a que en la Ley de Fomento Productivo se detalla la exoneración del pago de este tributo para las inversiones, pues, para las entidades ubicadas en Quito y Guayaquil será de 8 años a partir de la puesta en marcha de las actividades de nuevas empresas o emprendimientos (Zumba, 2019). A este beneficio del no pago de I.R se rige la empresa NAT-IVO debido a que es un nuevo emprendimiento y se ubica en la parroquia Ñaquito de la ciudad de Quito.

**Tabla 129. Estado de resultados proyectado**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	110.283,09	118.210,94	126.708,69	135.817,30	145.580,71
(-) Costo de venta	37.327,92	30.882,48	30.960,95	31.039,63	31.118,52
Materia Prima Directa	12.191,34	12.224,26	12.257,26	12.290,36	12.323,54
Mano de Obra Directa	11.726,18	11.757,84	11.789,59	11.821,42	11.853,34
Costos Indirectos de fabricación	13.410,40	6.900,38	6.914,09	6.927,85	6.941,64
<b>(=) Utilidad bruta en ventas</b>	<b>72.955,17</b>	<b>87.328,46</b>	<b>95.747,74</b>	<b>104.777,68</b>	<b>114.462,19</b>
(-) Gastos administrativos	44.914,45	44.259,47	44.369,78	43.188,40	43.299,31
(-) Gastos de ventas	12.355,00	12.386,74	12.420,18	12.453,72	12.487,34
<b>(=) Utilidad operacional</b>	<b>15.685,72</b>	<b>30.682,25</b>	<b>38.957,77</b>	<b>49.135,56</b>	<b>58.675,54</b>
(-) Gastos financieros	3.869,67	3.163,18	2.381,08	1.515,28	556,83
<b>(=) Utilidad antes de participación</b>	<b>11.816,05</b>	<b>27.519,07</b>	<b>36.576,69</b>	<b>47.620,28</b>	<b>58.118,71</b>
(-) 15% participación utilidades	1.772,41	4.127,86	5.486,50	7.143,04	8.717,81
<b>(=) Utilidad antes del impuesto</b>	<b>10.043,64</b>	<b>23.391,21</b>	<b>31.090,19</b>	<b>40.477,24</b>	<b>49.400,90</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>	<b>10.043,64</b>	<b>23.391,21</b>	<b>31.090,19</b>	<b>40.477,24</b>	<b>49.400,90</b>

**Fuente:** Estado de Resultados proyectado

**Elaborado por:** La autora

## 5.8 Evaluación financiera

La evaluación financiera se realiza con el objeto de determinar el nivel de rentabilidad económica de la inversión que se realiza en el presente proyecto. Para ellos se utilizarán los siguientes indicadores:

### 5.8.1 Indicadores

#### 5.8.1.1 Valor actual Neto

El valor actual neto (VAN) permite actualizar los flujos de efectivo futuros al presente, esto a fin de determinar la viabilidad del proyecto, si el  $VAN > 0$  el proyecto es rentable,  $VAN < 0$  no es aceptable ya que la inversión que se realizó en el proyecto es mayor a los ingresos obtenidos por la venta, y en caso de que el  $VAN = 0$  también es considerada rentable. Para su cálculo se requiere del costo de capital (TMAR), mismo que se obtiene considerando la sumatoria de las siguientes tasas:

**Tabla 130. Tasa de descuento**

Detalle	Porcentaje
Tasa Pasiva	5,43%
Riesgo País	8,26%
Tasa de Inflación	0,27%
<b>Costo de capital</b>	<b>13,96%</b>

Fuente: (BCE, 2018); (BCE, 2018)

Elaborado por: La autora

Formula:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^n \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

Donde:

FNC = Flujos Netos de Caja

I= Inversión realizada en el año 0

i = Tasa de descuento

n = número de años

$$VAN = - 62.323,79$$

$$VAN = \frac{6.301,30+15.263,12+18.067,02+20.140,14+43.883,49}{(1+0,1396)^5}$$

$$VAN = 41.331,28$$

El VAN del proyecto es de \$ 41.331,28 lo cual significa que es aceptable ya que generar ingresos superiores que permite cubrir los gastos y costos, por ende, recuperar la inversión realizada.

### 5.8.1.2 Tasa Interna de Retorno

Es un indicador, que se utiliza para que el resultado del VAN tenga un valor a 0, esto para determinar el porcentaje de rentabilidad que tendrá el proyecto, tras a ver realizado la inversión. La fórmula que se emplea para calcular este indicador es la siguiente:

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM}$$

Esto es:

Tm= tasa menor

TM = tasa mayor

VAN Tm= Valor actual neto con tasa menor

VAN TM= Valor actual neto con tasa mayor

**Tabla 131. Cálculo de la TIR**

AÑO	FNC	VAN CON Tm	VAN CON TM
		32%	49%
0	-62.323,79	-62.323,79	-62.323,79
1	7.180,96	5.440,12	4.819,44
2	19.822,04	11.376,28	8.928,44
3	26.738,92	11.625,78	8.083,23
4	33.968,17	11.188,62	6.891,71
5	84.345,78	21.047,17	11.485,03
<b>Total</b>		<b>-1.645,81</b>	<b>-22.115,94</b>

**Fuente:** Cálculo de la TIR

**Elaborado por:** La autora

$$\text{TIR} = 0,32 + (0,49 - 0,32) \frac{1.641,85}{1.641,85 - 22.115,94}$$

$$\text{TIR} = 31\%$$

Al tener un costo de capital 13,96% y TIR de 31%, se determina que el proyecto es rentable, puesto que la TIR es mayor que el costo de capital, lo cual significa que el retorno de la inversión es mayor.

### 5.8.1.3 Beneficio costo

La relación costo beneficio es un indicador que mide el nivel de rentabilidad de un proyecto, de acuerdo a la unidad monetaria destinado en inversión, la fórmula que se aplica para su cálculo es el siguiente:

$$B/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

**Tabla 132. Cálculo del beneficio costo**

Años	Ingresos	Ingresos Actualizados	Egresos	Egresos Actualizados
1	110.283,09	96.773,51	98.467,05	86.404,92
2	118.210,94	91.023,34	89.943,76	69.257,40
3	126.708,69	85.614,84	89.381,87	60.393,76
4	126.708,69	75.127,10	87.444,87	51.847,11
5	145.580,71	75.742,85	86.707,82	45.112,41
<b>Total</b>	<b>627.492,11</b>	<b>424.281,64</b>	<b>451.945,36</b>	<b>313.015,61</b>

**Fuente:** Cálculo del Costo beneficio del proyecto.

**Elaborado por:** La autora

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$B/C = \frac{424.281,64}{313.015,61}$$

$$B/C = 1,36$$

Se determinó que de la relación costo beneficio se obtuvo USD 1,36, esto quiere decir que por cada dólar invertido en la producción de ropa personalizada se genera una ganancia adicional de USD 0,36 ctvs.

#### 5.8.1.4 Período de recuperación

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que mide en cuanto tiempo se va a recuperar el total de la inversión, es decir el plazo en periodos de tiempo que se requiere para que los flujos de caja de la inversión, recuperen la inversión inicial del proyecto, mismo que se puede obtener en años, meses e incluso por días.

$$PRI = a + \frac{I_0 - b}{ft}$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en la que se recupera la inversión

$I_0$  = Inversión inicial del proyecto

b = Flujo de Efectivo Acumulado del año anterior en el que se recupera la inversión.

$F_t$  = Flujo de efectivo Actualizado del año en el que se recupera la inversión.

$$PRI = 4 + \frac{62.323,79 - 2.552,21}{43883,49}$$

$$PRI = 4 + 1,4783691$$

$$PRI = 5,47$$

La inversión que se realiza para la producción de ropa personalizada se recuperará dentro de 5 años, a partir del tiempo en el cual el proyecto empezará a generar ganancias.

## 5.8.2 Razones

### 5.8.2.1 Rentabilidad

La rentabilidad, es aquella utilidad que recibe el inversionista por concepto de las ventas de prendas de vestir personalizadas dentro de un determinado periodo de tiempo, esto luego de haber descontado todos los gastos, que se incurrió para su producción.

La rentabilidad del proyecto se obtiene de la siguiente forma:

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} * 100$$

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{10.043,64}{110.283,09} * 100$$

$$\text{Margen de utilidad} = 9,11\%$$

Según los resultados obtenidos, se pudo determinar que en el primer año de vida útil del proyecto se obtiene un margen de utilidad de 9,11%, con respecto a las ventas, esto significa que los socios o inversionistas recibirán un valor de USD 9,13 como beneficio por haber invertido en el plan de negocios para la producción de prendas de vestir personalizadas. Dinámica que va en tendencia de crecimiento para los siguientes años.

### 5.8.2.2 Rentabilidad bruta

La Rentabilidad bruta es la diferencia entre los ingresos egresos que obtiene empresa NAT-IVO, valor bruto que es el beneficio que recibirá los inversionistas por la comercialización o venta de prendas personalizadas en la ciudad de Quito



La rentabilidad bruta del proyecto se obtiene de la siguiente forma:

$$\text{Rentabilidad bruta sobre las ventas} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Brutas}} * 100$$

$$\text{Rentabilidad bruta sobre las ventas} = \frac{72.955,17}{110.283,09} * 100$$

$$\text{Rentabilidad bruta sobre las ventas} = 66,15\%$$

La rentabilidad bruta en ventas del presente proyecto es de 66,15%, lo cual implica que, por cada dólar invertido para la confección y comercialización de prendas de vestir personalizadas, los socios recibirán por utilidad la cantidad en porcentaje mencionado, esto es para el primer año de vida útil del proyecto. Situación que se mantiene en crecimiento para los siguientes años de operatividad de la empresa.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- Respecto a la encuesta aplicada a 379 personas de la muestra obtenida de la PEA en la parroquia Ñaquito del DMQ, se identificó que el 94% le gusta realizar compras de ropa, y un 81% está interesado en adquirir las prendas de vestir personalizadas. Por lo que la demanda anual de prendas de vestir al 2019 es de 229.373 unidades y la oferta de 99.413 unidades, generando una demanda insatisfecha de 129.960 unidades, en el que se estima captar un 2% según la capacidad de la empresa, esta información permitió conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales, denotando que existe una gran parte de la población que adquiriría las prendas ofertadas por la empresa NAT-IVO, evidenciando que este tipo de proyecto es rentable.
- En cuanto al estudio del área de producción se determinó los procesos para la gestión operativa y producción de las prendas de vestir, factores que afectan a la producción, capacidad, entre otros. Asimismo, se determinó que la empresa se ubicará en la parroquia Ñaquito debido a que es una zona comercial que cuenta con todos los servicios y requerimientos para el desarrollo de las actividades, por lo que la distribución de la planta es de 100 m<sup>2</sup>, equipamiento necesario, incluso contará con 6 trabajadores de planta y 1 contador bajo servicios profesionales. Con este estudio se determinó que para la puesta en marcha del proyecto desde la parte operativa cuenta con lo necesario, esto significa que es factible.
- En cuanto al área de organización y gestión se detalló el direccionamiento estratégico de la empresa como la misión, y visión, incluyendo el análisis FODA, incluso se presentó organigramas de tipo estructural, funcional y posicional, así como definición de funciones y control de gestión mediante indicadores; considerando que es una empresa que va iniciar sus operaciones es oportuno y factible guiarse de estos aspectos para que todas

las actividades y funciones se realicen de manera eficaz, ya que además facilita la comunicación interna.

- En cuanto al estudio del área legal se determinó que la empresa “NAT-IVO”, es una sociedad anónima, incluso de detalló las patentes – marcas, así como los trámites necesarios para la creación y funcionamiento de la empresa, entre los que se encuentran el RUC, permisos de funcionamiento de ARCSA, bomberos, entre otros; por lo que, si cumple con todos los requisitos legales, la empresa puede desempeñar sus actividades, es decir, que la organización cumplirá con estos aspectos, denotando que el proyecto es viable.
- Finalmente, en el análisis del área financiera se conoció que el total de la inversión es de \$62.323,79, de esta cifra el 34,42% corresponde a capital propio y el 65,58% restante con créditos otorgados por BanEcuador. Se obtiene un VAN de \$41.331.28, TIR del 31% superior a la TMAR (13,96%); Costo beneficio de \$1,36 que se traduce a una ganancia de 0,32 centavos por cada dólar que se invierte; y período de recuperación de la inversión en 5 años. Mientras que la rentabilidad neta sobre las ventas de 9,11% y rentabilidad bruta sobre las ventas de 66,15%, con estos resultados se identifica que el proyecto para la creación de la empresa NAT-IVO es factible.

## Recomendaciones

- Aprovechar la aceptación del mercado en función de los resultados arrojados en la encuesta, en el que se analizan variables que influyen en el comportamiento de los consumidores, en este se conocen los gustos, preferencias y otros hábitos, que son esenciales para satisfacer las necesidades y requerimientos de la población de manera adecuada y oportuna, es decir, la empresa puede emplear acciones estratégicas para atraer a los clientes y forjar relaciones oportunas que motiven la fidelidad.
- Tomar en cuenta la ubicación estratégica del negocio debido a las ventajas de cercanía de la mano de obra, transporte e infraestructura adecuada con el propósito de obtener productos de calidad, lo que ayuda a mejorar la competitividad empresarial, y tener una visión a futuro de expandir el negocio hacia otras zonas.
- Ejecutar todos los procesos operativos que se encuentran detallados en el estudio técnico, puesto que muestra un orden secuencial y estandarizado para confeccionar prendas personalizadas, que permita la producción de un producto de calidad, precio idóneo con la finalidad de que los clientes tengan facilidades para adquirir las prendas ofertadas por la empresa. En este sentido, los flujogramas muestran las actividades claves que deben cumplirse de acuerdo a cada área administrativa de la empresa, herramienta en la cual debe orientarse.
- Efectuar la inversión de \$38.624,65, para la puesta en marcha del proyecto, considerando las condiciones de crédito de la entidad BanEcuador, puesto que la tasa de interés es la más baja con 10,21%, con 60 pagos mensuales durante 5 años, lo que permitirá el desarrollo de las actividades.

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliográficas

- Antonio, B. (2000). *EL plan de negocios*. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE COLOMBIA.
- Banco Central del Ecuador . (2018). *Reporte Mensual de Inflación* . Quito: BCE.
- Banco Central del Ecuador . (2018). *Tasas de interés*. Quito: BCE.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Dvoskin, R. (2010). *Fundamentos de Marketing* . Buenos Aires : Granica S.A. .
- Francés, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa: con el Cuadro de Mando Integral*. Mexico D.F.: Pearson Educación. .
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales*. Quito: INEC.
- Kotler, P. (2010). *Cámara y Luz*. México: McGraw.Hill.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigacion de mercados*. México: Pearson Educación.
- Medina Hernández, A. C. (2012). *Análisis interno*.
- Robben, X. (2016). *Cadena de Valor de Michael Porter* . Madrid : Editorial 50Minutos .

### Electrónicas

- Banco Central del Ecuador. (31 de Diciembre de 2018). *Indicadores*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)
- Banco Central del Ecuador. (31 de Diciembre de 2018). *La economía ecuatoriana creció en 1,4% en el 2018*. Recuperado el 29 de Mayo de 2019, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>
- BCE. (31 de Diciembre de 2018). *Indicadores*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)

- BCE. (2018). *Tasas de interés*. Quito: BCE.
- Bomberos Quito. (2018). *Inspecciones*. Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/inspecciones-luae/>
- Carvajal, A. (19 de enero de 2019). Quito se convirtió en la ciudad más poblada del Ecuador con más de 2,7 millones de habitantes en el 2018. *El Comercio*, pág. 12.
- Control Sanitario. (2016). Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Cuerpo de Bomberos Ambato. (2015). Obtenido de <http://www.bomberosmunicipalesambato.com/pagina.php?id=3&id1=5&submenuheader=0>
- Google Maps. (2019). *Mapa Ñaquito*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/I%C3%B1aquito,+Quito/@-0.1693703,-78.4903816,15z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d59a995819eacb:0xcc0159383e20f18e!8m2!3d-0.1702058!4d-78.4798596>
- IEPI. (2015). Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/el-proceso-de-pago-en-el-iepi-se-actualiza/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2018). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. Quito: INEC. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Diciembre-2018/122018\\_Presentacion\\_Mercado%20Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Diciembre-2018/122018_Presentacion_Mercado%20Laboral.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (31 de Diciembre de 2018). *Proyecciones Poblacionales*. Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de Proyección de la Población Ecuatoriana, por años calendario, según cantones 2010-2020: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Ministerio de Trabajo. (2018). *Seguridad y Salud en el Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>

Ministerio del Trabajo. (2019). *Tabla de salarios mínimos sectoriales 2019*. Quito: Ministerio de Trabajo.

SRI. (2017). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

Superintendencia de Compañías. (31 de Diciembre de 2017). *Base de datos*. Recuperado el 27 de Mayo de 2019, de <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/>

Zumba, L. (6 de Enero de 2019). Nuevo año, nuevas reglas tributarias:. *Expreso*, págs. 3-5. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/nuevo-ano-nuevas-reglas-tributarias-EH2559798>

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ENCUESTA**

**Encuesta a aplicada a la PEA de la parroquia Ñaquito del DMQ.**

**Objetivo:** Conocer los gustos y preferencias respecto a la creación de una empresa para producir y comercializar prendas de vestir personalizadas.

#### CUESTIONARIO

**Sexo**    M                     F                     Otro

**Edad:** .....

**Estado civil:**

Soltero (a)     Casado (a)     Divorciado (a)

Viudo (a)     Unión libre

**1. ¿Le gusta a usted comprar ropa?**

SI                     NO

**2. ¿Con qué frecuencia compra usted ropa?**

Semanal     Mensual     Semestral     Anual



3. ¿Cuándo usted realiza compras de ropa se fija en?

Precio       Calidad       Moda       Ubicación

4. ¿Le incomoda o no que otras personas se vistan con el mismo diseño y color de prenda que usted, es decir que no exista exclusividad?

Sí       No

5. ¿Conoce usted algún almacén o tienda en Quito ya sea física o virtual que vendan ropa personalizada?

Sí       No

6. ¿En qué o cuáles de las siguientes tiendas de ropa ha comprado usted?

Sastre o modista       Zara

Benetton       Bershka

Mango       Pull & bear

Diesel       Adidas

Massimo Dutti       Marathon Sport

7. ¿Cómo califica al servicio recibido en la (s) tiendas de ropa seleccionada?

Malo       Regular       Bueno       Excelente

8. ¿Ha cumplido sus expectativas la prenda de vestir que ha comprado?

Sí

No

9. ¿Le interesaría adquirir prendas de vestir personalizadas?

Sí

No

10. ¿En qué lugar prefiere adquirir sus prendas de vestir?

Centros Comerciales  Catálogo  Sastrería del barrio

Tiendas especializadas  Tienda virtual

11. ¿Qué prendas de vestir usted adquiere con mayor frecuencia?

Camisetas  Faldas  vestidos

Camisas  Pantalones Jeans  Pantalones de tela

Sweaters  Short  Chaquetas

12. ¿Cuánto pagó la última vez por su prenda de vestir?

\$5-20  \$21-40  \$41-60  más de \$60

13. ¿Qué estilo de prendas de vestir son sus preferidas (Puede seleccionar más de 1)?

Formal  Alternativa  Festiva

Casual  Informal  Ropa deportiva

**14. ¿Qué mejoraría o cambiaría en las tiendas o almacenes de ropa existentes?**

**Ubicación**

**Facilidades de pago**

**Calidad**

**Parqueadero**

**Variedad de productos**

**Precio**

**Servicio personalizado**

## Anexo 2. Nómina de personal de la empresa

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo Mensual</b>
Gerente	1.100,00
Administrador	780,00
Ejecutivo de ventas	750,00
Diseñador /Asesor de imagen	450,00
Costureras	395,18

### Anexo 3. Estado de Situación Inicial

#### ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>Activos Corrientes</b>		<b>Pasivo a largo plazo</b>	
Caja -Bancos	30.177,02	Préstamo a largo plazo	40.871,09
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>30.177,02</b>	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>40.871,09</b>
<b>Propiedad planta y equipo</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Maquinaria y equipo	14.975,64	<b>Capital</b>	
Mobiliario	9.495,13	Capital Social	21.452,70
Equipo de computación	3.876,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>21.452,70</b>
<b>Total propiedad planta y equipo</b>	<b>28.346,77</b>		
<b>Activos Diferidos</b>			
Software de diseño	800,00		
Adecuación de instalaciones	3.000,00		
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>3.800,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>62.323,79</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>62.323,79</b>