

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS INTELIGENTES
PARA MEDIR EL NIVEL DE ESTRÉS Y ERGONOMÍA DE
TRABAJADORES EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO
2018.

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

AUTOR:

García Janeta Alexis Santiago

DIRECTOR

Ing. Paulina Ponce, Msc.

QUITO – ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS INTELIGENTES PARA MEDIR EL NIVEL DE ESTRÉS Y ERGONOMÍA DE TRABAJADORES EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2018.” presentado por Alexis Santiago García Janeta, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICÓ, 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, 01 de febrero del 2019

Ing. Paulina Ponce, Msc.

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 Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Alexis Santiago García Janeta
CI. 171816170-4

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,.....

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

AGRADECIMIENTO

A mis padres que me formaron con fe y amor y que a lo largo de mi vida me guiaron por el buen camino, brindándome su apoyo incondicional, en los momentos difíciles nunca me dejaron solo, llegando a realizar la más grande de mis metas mi carrera profesional.

Gracias

DEDICATORIA

A mis padres

Consuelo del Rocio Janeta Maposita y Francisco Santiago García Alvarado por apoyarme en cada proyecto, gracias a Dios por a verme dado unos grandiosos padres que han estado conmigo, enseñándome los valores y enseñanzas de la vida, su sacrificio será reflejado en este trabajo para llegar a ser profesional su amor incondicional me hace seguir adelante.

A mis hermanas

Stephanie y Diana por el apoyo que siempre me brindaron día tras día en el transcurso de cada año de mi carrera universitaria.

A mi novia Maritza López

Tú ayuda y entrega ha sido fundamental, has estado conmigo incluso en los momentos más difíciles. Esta tesis no fue fácil, pero estuviste motivándome y ayudándome hasta donde están tus alcances lo permitan te agradezco muchísimo, amor.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Tabla de contenido

CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
SUMARIO INVESTIGATIVO	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	3
ÁREA DE MARKETING.....	3
1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	3
1.1.1 Especificación del Servicio o Producto.....	3
1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.	6
1.2 DEFINICIÓN DEL MERCADO	9
1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.....	10
1.2.1.1 Categorización de sujetos.....	10
1.2.1.2 Estudio de Segmentación	11
1.2.1.3 Plan de muestreo	13
1.2.1.4 Diseño y recolección de información.....	14
1.2.1.5. Análisis e Interpretación	21
1.2.2 Demanda Potencial	33
1.3 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE	35
1.3.1 Análisis del micro ambiente.....	35
1.3.2 Análisis del macro ambiente	38
1.3.3 Proyección de la oferta.....	49
1.4. Demanda Potencial Insatisfecha	51
1.5 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación) ..	52

1.6	Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)	54
1.7	Seguimiento de Clientes.....	55
1.8	Especificar mercados alternativos.....	55
	ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	56
2.1	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	56
2.1.1	Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.	56
2.1.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	61
2.2	FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.....	63
2.2.2	Nivel de inventario promedio.	64
2.2.3	Número de trabajadores.	65
2.3	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	65
2.3.1	Capacidad de Producción Futura.	65
2.4	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	66
2.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	66
2.5	CALIDAD.....	67
2.5.1	Método de Control de Calidad.	67
	Reportes Semanales	68
	68
2.6	NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.	69
2.6.1	Seguridad e higiene ocupacional.....	69
	CAPITULO III	70
	ÁREA DE ORGANIZACIÓN y GESTIÓN.....	70
	3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	70
3.1.1	Visión de la Empresa.	70
3.1.2	Misión de la Empresa:.....	70
3.1.3	Análisis FODA.....	72
3.2	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	74
	74
3.2.2	Describa brevemente los cargos del organigrama.....	76
3.3	CONTROL DE GESTIÓN	81
3.3.1	Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.....	82
3.4	NECESIDADES DE PERSONAL	84
	CAPITULO IV.....	85

ÁREA JURÍDICO LEGAL.....	85
4.1. Determinación de la forma jurídica.....	85
4.2 Patentes y Marcas.....	87
4.3 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	88
CAPITULO V.....	89
ÁREA FINANCIERA.....	89
5.1. PLAN DE INVERSIONES.....	89
5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO	90
a) Forma de financiamiento	91
5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	92
a) Detalle de Costos	92
b) Proyección de Costos	93
c) Detalle de Gastos	94
d) Proyección Gastos.....	96
Mano de Obra	97
Proyección de la depreciación.....	99
5.4 Cálculo de Ingresos.....	100
5.4.1 Proyección de Ingresos	101
5.5. Flujo de Caja.....	102
5.6. Punto de equilibrio.....	103
5.7. Estado de Resultados proyectado.....	104
5.8. Evaluación financiera.....	104
a) Indicadores.....	105
a.1) Valor Actual Neto.....	105
a.2) Tasa Interna de Retorno	105
a.3) Beneficio Costo.....	107
a.4) Período de Recuperación	107
b) Razones	108
b.1) Liquidez	108
b.1) Rentabilidad	108
CONCLUSIONES.....	109
RECOMENDACIONES.....	110
REFERENCIAS.....	111
Bibliografía	111

ANEXOS	119
--------------	-----

Índice de Tablas

Tabla N°1 Precio de venta al público.....	6
Tabla N°2 Categorización de sujetos	10
Tabla N°3 Dimensión conductual	12
Tabla N°4 Dimensión geográfica.....	12
Tabla N°5 Dimensión demográfica.....	12
Tabla N°6 Cuadro de necesidades	13
Tabla N°7 Fabricantes de camisetas	14
Tabla N°8 Tipos de tela para camisetas inteligente	14
Tabla N°9 Tipos de máquinas de coser y tecnología para las camisetas	15
Tabla N°10 Proveedores de materia prima	17
Tabla N°11 Uso de tecnología	17
Tabla N°12 Productos Complementarios.....	18
Tabla N°13 Sexo	21
Tabla N°14 Edad.....	22
Tabla N°15 ¿Usa camiseta?	23
Tabla N°16 ¿Qué actividad realiza a diario?	24
Tabla N°17 ¿Con que frecuencia compra camisetas?	25
Tabla N°18¿Qué aspecto valora más al momento de la compra de una camiseta	26
Tabla N°19 ¿Cuál es su tipo de tela de preferencia?.....	27
Tabla N°20 ¿Qué color de camiseta le gustaria en camisetas?	28
Tabla N°21 ¿Cuál es el costo que paga por una camiseta?	29
Tabla N°22¿Qué medio de publicidad le atraen al momento de adquirir un producto?.....	30
Tabla N°23 ¿Usted cree que el estrés es un factor que puede afectar a su salud?	31
Tabla N°24 ¿Estaría dispuesto a comprar una camiseta para medir el nivel de estrés y ergonomía?.....	32
Tabla N°25 Demanda Potencial.....	33
Tabla N°26 Tasa de crecimiento	33

Tabla N°27 Proyección de la demanda	34
Tabla N°28 Matriz EFE	39
Tabla N°29 Matriz EFI	40
Tabla N°30 Matriz MPC	41
Tabla N°31 Plan de acción.....	42
Tabla N°32 Proyección de la oferta	49
Tabla N°33 Ventas	50
Tabla N°34 Proyección de oferta	51
Tabla N°35 Demanda Insatisfecha.....	51
Tabla N°36 Medios publicitarios	52
Tabla N°37 Precios	54
Tabla N°38 Equipos	61
Tabla N°39 Trabajadores	62
Tabla N°40 Ritmo de producción	63
Tabla N°41 Inventario promedio	64
Tabla N°42 Número de trabajadores.....	65
Tabla N°43 Capacidad de producción futura.....	65
Tabla N°44 Materias primas	66
Tabla N°45 Reportes semanales	68
Tabla N°46 Gerente General.....	75
Tabla N°47 Contador	76
Tabla N°48 Ejecutivo de ventas.....	77
Tabla N°49 Operario I.....	78
Tabla N°50 Operario II	79
Tabla N°51 Indicadores de gestión	80
Tabla N°52 Instalaciones y muebles y equipos de oficina.....	87
Tabla N°53 Activos diferidos	88
Tabla N°54 Capital de trabajo.....	88
Tabla N°55 Inversión total.....	89
Tabla N°56 Financiamiento	89
Tabla N°57 Costos	90
Tabla N°58 Proyección de costos	91

Tabla N°59 Gastos Administrativos	92
Tabla N°60 Gastos Ventas	93
Tabla N°61 Gastos financieros	93
Tabla N°62 Proyección de gastos	94
Tabla N°63 Mano de obra.....	95
Tabla N°64 Depreciación.....	96
Tabla N°65 Proyección de gastos	97
Tabla N°66 Cálculo de ingresos.....	98
Tabla N°67 Proyección de ingresos	99
Tabla N°68 Flujo de caja	100
Tabla N°69 Punto de equilibrio anual.....	101
Tabla N°70 Estado de resultados proyectados	102
Tabla N°71 TIR.....	104
Tabla N°72 Beneficio costo	105
Tabla N°73 Período de recuperación	105

Índice de Gráficos

Gráfico N° 1 Modelo de camiseta inteligente mujer	4
Gráfico N° 2 Modelo de camiseta inteligente hombre	5
Gráfico N° 3 Modelo de camiseta inteligente hombre	5
Gráfico N° 4 Modelo de camiseta inteligente con diseño hombre	6
Gráfico N° 5 Modelo de camiseta inteligente con sensor para hombre	7
Gráfico N° 6 Modelo de camiseta inteligente con sensor para mujer	8
Gráfico N° 7 Modelo de camiseta inteligente para mujer simple	8
Gráfico N° 8 Modelo de camiseta inteligente con diferentes colores mujeres.....	9
Gráfico N° 9 Administración DM Quito	11
Gráfico N° 10 Género.....	21
Gráfico N°11 Edad	22
Gráfico N°12 Usa camiseta	23
Gráfico N°13 ¿Qué actividad realiza a diario?.....	24
Gráfico N°14 ¿Con qué frecuencia compra camisetas?	25
Gráfico N°15 ¿Qué aspectos valora al momento de comprar una camiseta?.....	26
Gráfico N°16 ¿Cuál es su tipo de tela de preferencia?.....	27
Gráfico N°17 ¿Qué color le gustaría en camiseta?.....	28
Gráfico N°18 ¿Cuál es el costo?.....	29
Gráfico N°19 ¿Qué medio de publicidad le atrae?.....	30
Gráfico N°20 ¿Usted cree que el estrés es un factor?	31
Gráfico N°21 ¿Estaría dispuesto a comprar una camiseta inteligente?	32
Gráfico N°22 Análisis del micro ambiente	35
Gráfico N°23 Canales de Distribución.....	54
Gráfico N°24 Procedimiento para la Fabricación.....	57
Gráfico N°25 Procedimiento para la comercialización	59
Gráfico N°26 Proceso de fabricación	60
Gráfico N°27 Planos de las instalaciones	61
Gráfico N°28 Calidad	67

Gráfico N°29 Histograma.....	68
Gráfico N°30 Señalética.....	69
Gráfico N°31 FODA	71
Gráfico N°32 Estrategias.....	72
Gráfico N°33 Organigrama Estructural.....	73
Gráfico N°34 Organigrama Funcional	74
Gráfico N°35 Marca	85
Gráfico N°36 Punto de equilibrio.....	101

Índice de Anexos

Anexo N°1 Proforma Singer Fashion 2018	117
Anexo N°2 Proforma de muebles multimuebles 2018.....	119
Anexo N°3 Proforma de muebles ecomuebles 2018.....	120
Anexo N°4 Proforma de tecnología Point.....	121
Anexo N°5 Proforma de telas Trapos finos	122
Anexo N°6 Amortización.....	123

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

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS INTELIGENTES PARA MEDIR EL NIVEL DE ESTRÉS Y ERGONOMÍA DE TRABAJADORES EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2018."

AUTOR: Alexis Santiago García Janeta

TUTOR: Ing. Paulina Ponce Msc.

En el mercado de camisetas está posicionado en la Provincia de Pichincha, en donde hay fábricas textiles que confeccionan camisetas de diferentes telas, sin embargo hay variedad de telas para realizar la confección que en el mercado prácticamente es nueva, la camiseta inteligente para medir el nivel de estrés y ergonomía de trabajadores en Quito en el año 2018. En la capital del Ecuador, el estrés que viven las personas día con día es muy alto, puede ser la rutina con la que se manejan, el ambiente laboral competitivo, por ello la importancia de medir esta enfermedad que ha conllevado a estado críticos. Por otro lado, su desconocimiento en los fabricantes textiles de camisetas para medir las consecuencias de algunas enfermedades ha sido obsoleta. Han utilizado esta materia prima, como telas tipo algodón, lycra, spandex, poliéster que ya existían en el mercado y venían siendo utilizadas desde que comenzaron la producción, pero no la requerían para realizar otros tipo de camisetas, por lo que vi una oportunidad para un emprendimiento en la ciudad de Quito, realizando una línea de camisetas inteligentes para medir el nivel de estrés, siendo un plan de negocios innovador dando forma a una empresa ecuatoriana y utilizando materia prima nacional. Para ello se constituirá una compañía de responsabilidad limitada, se financiara con recursos propios, de un socio y préstamos bancarios. Para que la empresa tenga éxito se realizó una investigación de mercado la cual nos proporcionó información de una aceptación del 97% en los encuestados, se aplicará estrategias de precios, promociones, y penetración al mercado con un producto innovador.

Al finalizar el plan de negocios observamos que el TMAR es de 17,45 y el TIR es de 52,12% lo que nos permite conocer que el Plan de negocios genera más rentabilidad que la tasa de descuento propuesta.

DESCRIPTORES: Camisetas inteligentes, innovación, industria ecuatoriana microempresas.

ABSTRACT

THEME: "BUSINESS PLAN FOR THE FABRICATION AND COMMERCIALIZATION OF INTELLIGENT T-SHIRTS TO MEASURE THE LEVEL OF STRESS AND ERGONOMICS OF WORKERS IN THE CITY OF QUITO IN THE YEAR 2018."

AUTHOR: Alexis Santiago García Janeta

TUTOR: Ing. Paulina Ponce Msc.

In the t-shirt market is located in the province of Pichincha, where there are textile factories that make shirts of different fabrics, there is a variety of materials to make the clothing and others that are practically new in the market as the smart t-shirt to measure stress and ergonomics levels of the works in Quito 201. In the capital of Ecuador, the stress that people live day by day is very high, it can be the routine the daily live, the competitive work environment among, for that reason the importance of measuring this disease that has led to critical condition. On the other hand, its ignorance in the textile manufacturers of t-shirts to measure the consequences of diseases has been obsolete. They have used this raw material, such as cotton, lycra, spandex, polyester fabrics that already existed in the market and had been used since production began, but did not require it to make other types of shirts, so I saw an opportunity to an enterprise in the city of Quito, making a line of smart shirts of smart t-shirt to measure the level of stress, being an innovative business plan shaping an Ecuadorian company and using national raw material. For this, a limited company will be established, financed with its own resources, a partner and bank loans. In order for the company to be successful, a market research was carried out which provided us with information on 97% acceptance among the respondents, pricing strategies, promotions, and market penetration with an innovation product will be applied. At the end of the business plan we observed that the TMAR IS of 17, 45% and the TIR is 52,12%, which allows us to know that the Business Plan generates more profitability than the proposed discount rate.

DESCRIPTORS: Smart shirts, innovation, Ecuadorian industry, microenterprises, textiles.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se realizó en la ciudad de Quito en el año 2018 y se hizo una prueba piloto en la “Zona La Delicia” tiende a conocer sobre la presencia del nivel de estrés y ergonomía de los trabajadores. Se pudo evidenciar ciertos riesgos de los trabajadores viven diariamente en sus actividades laborales que generan cambios conductuales, y a su vez el análisis de los diferentes factores que inciden en el desempeño laboral de los trabajadores. El nivel de estrés y ergonomía a largo tiempo se ha ido dando un interés, en las personas lo que ha hecho que coloque como uno de los problemas más comunes en el siglo XXI. Es por eso esta investigación está enfocada en el ámbito laboral, y se encuentran orientada a conocer la influencia del nivel de estrés y ergonomía de los trabajadores. Un problema que aqueja a los trabajadores son posibles dolores de tipo osteomuscular que es un dolor de cuello, espalda o alguna cefalea. También puede involucrarse otras enfermedades más frecuentes como el desánimo, la pereza, la frustración de salir de las horas de trabajo estos son algunos síntomas que pueden hablar de estrés laboral dentro de las organizaciones.

Las empresas ecuatorianas se han visto opacadas por el mal rendimiento de los trabajadores, y lamentablemente la causa de esto es que necesitamos la fabricación de una camiseta inteligente que nos ayudara a medir el nivel de estrés y ergonomía de los trabajadores.

La Corporación Financiera Nacional, han otorgado créditos para este sector, se ha evidenciado que lo utilizan para adquisición de materia prima e insumos del exterior, y un porcentaje mínimo para producción nacional y utilización de materia prima e insumos nacionales.

Para lograr el desarrollo de este Plan de Negocios, analizaremos capítulo por capítulo la factibilidad mediante un estudio de mercado, utilizamos el formato de Plan de negocios de la Universidad Indoamérica 2018 y se analizara el área de producción, organización, legal, finalmente financiera en donde se realizarán indicadores financieros para evaluar la rentabilidad de la microempresa.

Capítulo I área de marketing Se toma en cuenta en este capítulo de camisetas inteligentes para medir el nivel de estrés y ergonomía para hombres y mujeres con sus aspectos innovadores que se utilizarán materia prima tela de algodón, poliéster con sensores inteligentes, batería que servirán de mucha ayuda para tener el control de los niveles de estrés y la ergonomía de los trabajadores. Se realizó un estudio de mercado, con una aceptación del 97%. Por lo que se implementó la tecnología en las camisetas inteligentes.

Capítulo II área de producción El proceso de elaboración de la línea de camisetas inteligentes, es un proceso complejo con utilización de la tecnología. Por lo que operarios deben estar capacitados para este proceso de elaboración de camisetas inteligentes, cada área contara con su respectiva maquinaria, evaluando la calidad de las mismas.

Capítulo III áreas de organización y gestión: El análisis estratégico de la empresa se llevó a cabo formulando los objetivos que se pondrán en marcha con su visión, misión determinando las estrategias, se definieron los organigramas estructural y funcional describiendo cada uno de los cargos sus funciones, y requisitos para el puesto.

Capítulo IV áreas jurídicas legales: La microempresa se va a conformar mediante Compañía Limitada, su denominación será la siguiente “Capsule Corp. CIA. LTDA.”, la marca que se utilizará en el producto procederá a tener un registro de marca, y con sus respectivos permisos de funcionamientos.

Capítulo V área financiera: En este capítulo analizaremos la factibilidad que va a tener la microempresa, determinando proyecciones que será hará en un plazo de cinco años la cual tendrá información de costos y gastos. Se utilizaran indicadores de liquidez, beneficio costo y el periodo de recuperación del plan de negocios.

CAPITULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1.1 Especificación del Servicio o Producto.

Las camisetas se han utilizado para cubrirse el cuerpo, pero hoy en día se implementará algo más esencial que va más allá porque nos ayudara a medir el nivel de estrés y ergonomía de los trabajadores, no solo como moda para usar diariamente, sino para un mejor estilo de vida. Por ello la necesidad de un producto que satisfaga a las necesidades del consumidor y ayude con su estilo de vida combinando varias necesidades, pero sin perder el estilo de vestir y para tener un buen estilo de vida.

El producto que se va a ofrecer es una camiseta inteligente para hombre que está compuesta: 64% nylon, 28% poliéster, 8% spandex y la implementación de sensores inteligentes que nos ayudara a medir el nivel de estrés y ergonomía de los trabajadores, los modelos que se van a presentar tanto para hombre como mujer: La camiseta de hombre está fabricado 64% nylon, 28% poliéster, 8% spandex hecha de buena calidad, secado rápido, resistente y duradero con hilos suaves y un sensor especial, reducción de fricción proporciona la experiencia más como para el consumidor, con maga corta , las líneas como músculos favorece a dar un estrés ligero a usted para formar la figura satisfecha, con bajo estrés, evita la sacudida muscular innecesario, con alta elasticidad es ideal para la mayoría de hombres que trabajan en exceso. Las camisetas inteligentes tienen tejidos sin costuras laterales incomodas para maximizar la comodidad de nuestros trabajadores.

La Ergonomía, es el término aceptado mundialmente para definir el conjunto de conocimientos multidisciplinarios que estudia las capacidades y

habilidades de los humanos, analizando aquellas características que afectan al diseño de productos o procesos de producción. En todas las aplicaciones, el objetivo es común; adaptar productos, tareas, entorno y herramientas a las necesidades y capacidades de las personas, mejorando la eficiencia, seguridad y bienestar de usuarios y trabajadores. (Medline plus, 2018) .

El estrés es un sentimiento de tensión física o emocional. Puede provenir de cualquier situación o pensamiento que lo haga sentir a uno frustrado, furioso o nervioso. El estrés es la reacción de su cuerpo a un desafío o demanda. En pequeños episodios el estrés puede ser positivo, como cuando le ayuda a evitar el peligro o cumplir con una fecha límite. Pero cuando el estrés dura mucho tiempo, puede dañar su salud (Medline plus, 2018).

Para las mujeres será una camiseta ajustada a su cuerpo para mayor soporte al agacharse la prenda de vestir de las mujeres está compuesta de 88% poliéster, 12% spandex acompañado con un sensor internamente de la prenda similares a la de la camiseta de hombres. La materia prima que se va utilizar es tela poliéster, nylon, spandex, hilos, agujas, que serán adquiridas en nuestro país el producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.



Gráfico N°1 Modelo Camiseta inteligente mujer
Fuente: (Joyshaper, 2018)
Elaborado por: (Joyshaper, 2018)



Gráfico N°2 Modelo camiseta inteligente hombre
Fuente: (AlieExpress, Proyecto moda, 2018)
Elaborado por: (AlieExpress, Proyecto moda, 2018)



Gráfico N°3 Modelo inteligente camiseta hombre
Fuente: (AlieExpress, 2018)
Elaborado por: (AlieExpress, 2018)



Gráfico N°4 Modelo de camiseta inteligente con diseño hombre
 Fuente: (Amazon, 2018)
 Elaborado por: (Amazon, 2018)

Los precios que se detallara en la siguiente Tabla 1 son promedios que se obtuvieron de la competencia, Pinto, TMG fabricantes, Textiles Merac, Textiles Santa Rosa.

Tabla N°1 Precio de venta al público

Producto	Precio de Venta al Público
Camiseta de hombre con diseño	\$ 40,00
Camiseta de hombre sin diseño	\$ 35,00
Camiseta de mujer con diseño	\$ 40,00
Camiseta de mujer sin diseño	\$ 35,00

Fuente: (Precio de Venta al Público, 2018)
 Elaborado por: El Autor

1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

La microempresa Capsule Corp. elaborará camisetas inteligentes que permitirán medir el nivel de estrés, gracias a un sensor electrónico que estará instalado en la camiseta inteligente de hombre y mujer.

La empresa Capsule Corp. que tendrán el producto que va ayudar a tener un buen estilo de vida y se trata de una camiseta inteligente para hombre que está compuesta: 64% nylon, 28% poliéster, 8% spandex y la implementación de sensores inteligentes que nos ayudara a medir el nivel de estrés y ergonomía de los trabajadores, los modelos que se van a presentar tanto para hombre como mujer cuales serán creadas con el fin de ayudar a las personas que trabajan más de ocho horas diarias usen con el fin de bajar el nivel de estrés y corrección de su postura (sentada, parada) existirá dos diseño de camiseta para hombre una con diseño que el cliente desee y la otra seria sin diseño depende lo que el cliente también se usara sensores y batería, aparte de ser comfortable con el cuerpo tiene beneficios como medir el nivel de estrés, ergonomía y transpiración a través del producto.

Esta camiseta inteligente será resistente y cómoda al momento de usarla su diseño le da un toque innovador ya que nos revelara el nivel de estrés que sufren los trabajadores, se realizara midiendo diferentes variables como presión, temperatura corporal y posturas mediante sensores inteligentes y todos estos datos serán transmitidos automáticamente a un ordenador o Smartphone esto llegara toda la información de lo que le está sucediendo a la persona que esté usando el producto.



Gráfico N°5 Modelo de camiseta inteligentes con sensores para hombre
Fuente: (Amazon, Web Amazon, 2018)
Elaborado por: (Amazon, Web Amazon, 2018)



Gráfico N°6 Modelo de camiseta inteligente con sensores para mujer
Fuente: (Amazon, Web Amazon, 2018)
Elaborado por: (Amazon, Web Amazon, 2018)



Gráfico N°7 Modelo de camiseta inteligente para mujer simple
Fuente: (Amazon, 2018)
Elaborado por: (Amazon, 2018)



Gráfico N°8 Modelo de camisetas inteligentes con diferentes colores para mujer

Fuente: (DHgate.com, 2018)

Elaborado por: (DHgate.com, 2018)

La calidad se destacará en este producto por su diseño y su innovación ya que nos ayudará a prevenir cualquier enfermedad a futuro. Por lo tanto, las camisetas inteligentes, van a tener diferentes diseños que el cliente guste plasmar en su camiseta.

1.2 DEFINICIÓN DEL MERCADO

El mercado es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que, en ese contexto es en donde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas. El mercado tiene su origen en la antigüedad, incluso antes de la aparición del dinero. En aquellos momentos las transacciones se hacían en base a intercambios. Luego al aparecer el dinero el mercado evolucionó hasta lo que conocemos hoy en día. En un mercado perfecto, los precios de los bienes y servicios son fijados por la oferta y la demanda. (Economía. Ws, 2007) Según Stanton, Etzel y Walker, autores del libro

"Fundamentos de Marketing", definen el mercado (para propósitos de marketing) como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo"

1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.

El mercado va dirigido a personas en general son camisetas inteligentes para medir el nivel de estrés y ergonomía de los trabajadores tanto para mujer como para hombre en la zona urbana de Quito.

1.2.1.1 Categorización de sujetos

La categorización se utiliza para saber a qué sujetos irá dirigida el producto con su respectiva categoría la cual nos indicará como atacar al segmento.

Tabla N°2 Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Jóvenes, adultos
¿Quién usa?	Jóvenes, Adultos
¿Quién decide?	Jóvenes, Adultos
¿Quién influye?	Padres, Amistades

Fuente: (Investigación Cuadro de necesidades, 2018)

Elaborado por: El Autor

1.2.1.2 Estudio de Segmentación

Distrito Metropolitano de Quito

Zona: Urbana.

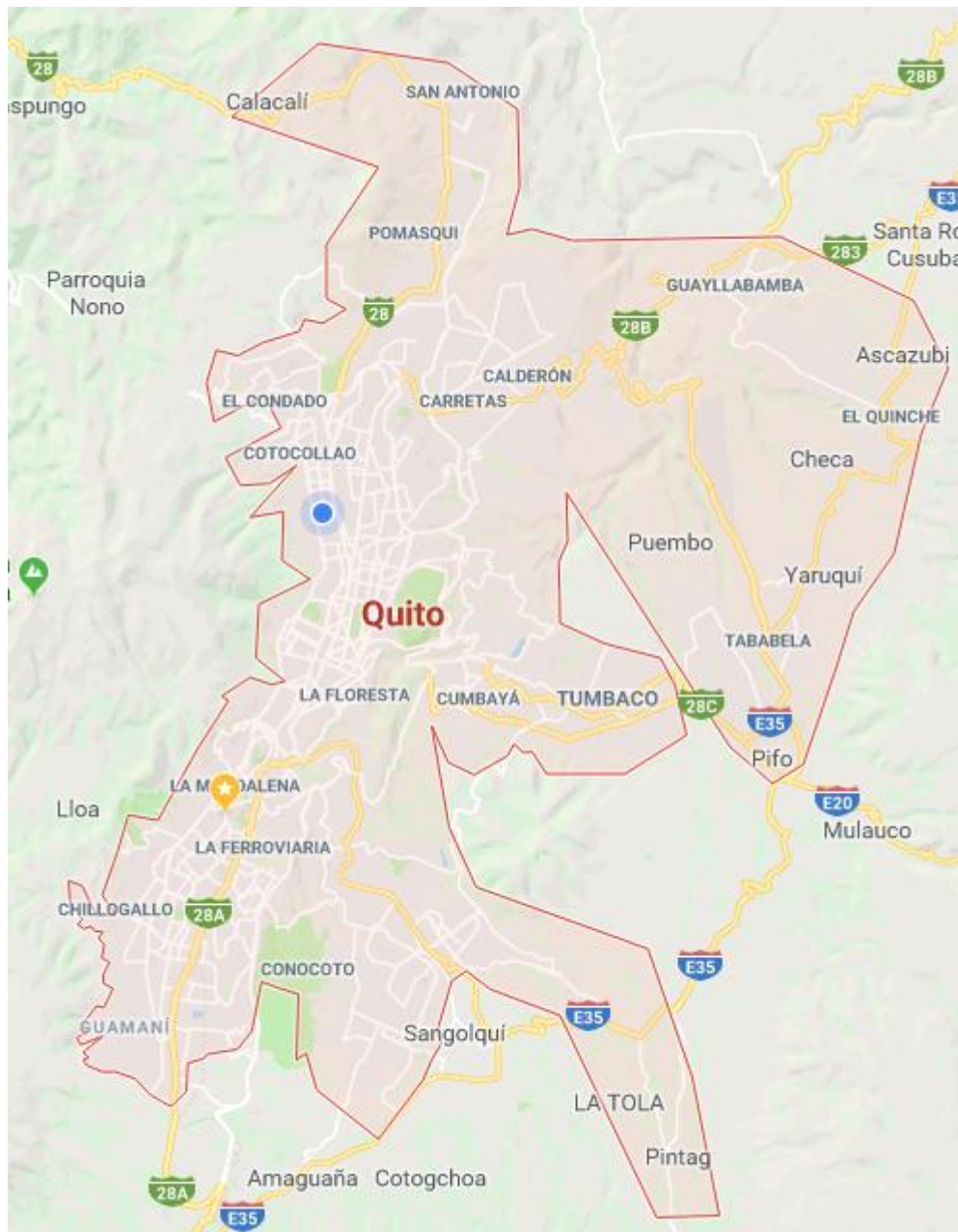


Gráfico N°9 Distrito Metropolitano de Quito “Zona Urbana”

Fuente: (Google Maps, 2018)

Elaborado por: (Google Maps, 2018)

Tabla N°3 Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de Necesidad	Seguridad, autoestima
Tipo de Compra	Comparación
Relación con la Marca	No
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: (Maslow, Abraham Harold, 1943)

Elaborado por: El Autor

Tabla N°4 Dimensión geográfica

Variable	Descripción
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Tamaño	2.576.287
Ciudad urbana y rural	DM. Quito
Tamaño	2.239.191
Ciudad Urbana	Quito
Tamaño	1.607.734
Zona	La Delicia
Tamaño	24.934,16

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

Elaborado por: El Autor

Tabla N°5 Dimensión demográfica

Variable	Descripción	Población
Edad	19-65	165.689
Sexo	Mujeres/Hombres	86.839/78.850

Socioeconómico	PEA	65.589,38
Ocupación	N/A	N/A

Fuente: (Población e Indicadores, 2018)

Elaborado por: El Autor

1.2.1.3 Plan de muestreo

Para el plan piloto se tomó en cuenta el sector de la Zonal La Delicia 382 se determinará los sujetos a ser investigados.

Para obtener la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

- n = Total de la población
- $Z_a=1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5%=0.05)
- q = 1- p (en este caso 1-0.005=0.95)
- d = precisión (en su investigación use 5%).

$$N = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 65.589,38}{0.05^2}$$

$$1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 + 65.589,38 \times 0.5^2$$

$$N=382$$

Necesidades de información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Encuestas	Primaria	Clientes	Cuestionario
Fabricantes de Camisetas	Secundaria	Proveedores	Fábricas
Tipos de Camisetas	Secundaria	Proveedores	Fábricas
Máquinas para la confección de camisetas	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Proveedores de materia prima	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Uso de la tecnología	Secundaria	Empresas	Bancos de datos de otras

			organizaciones
Productos complementarios	Secundaria	Empresas	Bancos de datos de otras organizaciones

Tabla N°6 Cuadro de necesidades

Fuente: (Investigación Cuadro de necesidades, 2018)

Elaborado por: El Autor

1.2.1.4 Diseño y recolección de información.

Para recolectar información, se tomó referencia a la competencia para saber su lugar de fabricación y los productos que elaboran.

Tabla N°7 Fabricantes de camisetas



Fabricante	Lugar de Fabricación	Productos elaborados
Printextil	Quito	Camisetas
Bakanes	Guayaquil	Camisetas Personalizadas
Pinto	Otavalo	Camisetas, Camisas
Vatex	Quito	Camisetas, camisas, pantalones
Nativa	Pichincha	Camisas, chales
Camisería Inglesa	Gral. Rumiñahui	Camisetas, Camisas
Textiles El Rayo	Llano Grande-Quito	Camisetas
Negowinsa S. A	Guayaquil	Camisetas
Fashion Lana CIA LTDA	El Arenal-Quito	Camisetas


Fuentes: (Cámara de Comercio de Quito, 2018)

Elaborado por: El Autor

Los diferentes tipos de tela que existen en el mercado se detallan a continuación:

Tabla N°8 Tipos de tela para camisetas inteligentes




Tipos de Tela	Precio	Uso	Modelo
Poliéster	\$7,5oz	Camiseta	
Spandex	\$6,50 Oz	Camiseta	

Nylon	\$7,30 oz	Camiseta	
--------------	-----------	----------	---

Fuente: (Dsigno, 2017)
 Elaborado por: El Autor

Las máquinas que se utilizará en la fabricación serán las siguientes:

Tabla N°9 Tipos de máquinas de coser camisetas y tecnología para las camisetas

Nombre	Máquina
<p>Sensores inteligentes: Instrumentos que serán ensamblados dentro de las camisetas para medir el nivel de estrés y ergonomía de los trabajadores.</p>	
<p>Batería de Iones de litio: Dispositivo para almacenamiento de energía de 3.2v esto ayudara abastecer de energía a los sensores inteligentes ya que controlan el nivel de estrés y la ergonomía.</p>	
<p>Máquina Overlocks estándar: Máquina Overlocks de 4 hilos, alta velocidad 7000 sti/min, motor de ½ HP3450 RPM.</p>	

<p>Máquina recubridora modelo KS500 plan con 3 agujas, 5 hilos con una velocidad de coser (máx) 6500 sti/min con un motor de ¾ HP 3450 RPM.</p>	
<p>Máquina basteadora: Se utiliza para realizar costuras de las camisetas inteligentes con un motor ¾ HP 3450 RPM.</p>	
<p>Equipo de plancha: Se utiliza para darle mejor presentación a las camisetas inteligentes y a las camisetas terminadas.</p>	
<p>Máquina etiquetadora: Sirve para pegar las etiquetas que contienen la información de las camisetas inteligentes, también ayudara para poner los precios de las prendas.</p>	

Fuente: (Investigación máquinas, 2018)
 Elaborado por: El Autor

Los proveedores de la materia prima son seleccionados mediante el precio, calidad y garantía de la materia prima.

Tabla N°10 Proveedores de materia prima

EMPRESA	NOMBRE DE PERSONA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PRODUCTO
LABORATORIO TÉCNICO SONY	Internet	Av. República oe1-63, Quito	225-9458	Productos electrónicos de alta calidad.
LA CASA DE LAS TELAS	Susana Valladares	Av. 6 de Diciembre N44-275 y Abdón Calderón	2442-961 0994329918	Telas importadas algodón, poliéster, mixtas, nylon, lana.
SINGER FASHION	Alejandro Cepeda	Av. La Prensa N64-53 y Espinosa Pólit	0984999226	Máquinas de Coser Rectas, Overlocks de 3,4 y 5 hilos, Recubridora, Cortadoras.
DISTRIBUIDORA INSUCONFEC	Internet	Andrés Pérez S9-51 y Gualberto Pérez	2675-609, 0999202143	hilos
INSUMODA	Internet	A. 6 de diciembre N41-224 y Tomás de Berlanga Jipijapa.	2457-5442, 2265-224, 2923-446, 091850450	Botones, cierres, reatas, cintas, elásticos, etiquetas, broches, herrajes.

Fuente: (Google, 2018)

Elaborado por: El Autor

El uso de la tecnología será utilizado de la siguiente manera:

Tabla N°11 Uso de tecnología



Proceso	Tecnología
Puntada	Presilladora
Tejido	Máquina para tejer
Hilado	Máquina para hilar

Fuente: (Atex, 2018)

Elaborado por: El Autor

Para los productos finales se utilizarán complementos como los siguientes:

Tabla N°12 Productos Complementarios

Producto	Imagen
Camiseta Inteligente fabricado con 64% nylon, 28% poliéster, 8% spandex con diferente gama de colores con sensores inteligentes para medir el nivel de estrés y ergonomía.	
Camiseta Inteligente con diseño fabricado con 64% nylon, 28% poliéster, 8% spandex con diferente gama de colores con sensores inteligentes para medir el nivel de estrés y ergonomía.	

<p>Camiseta Inteligente llana para mujer fabricado con 88% poliéster, 12% spandex con diferente gama de colores con sensores inteligentes para medir el nivel de estrés y ergonomía.</p>	
<p>Camiseta Inteligente con diseño para mujer fabricado con 88% poliéster, 12% spandex con diferente gama de colores con sensores inteligentes para medir el nivel de estrés y ergonomía.</p>	

Fuente: (Amazon, 2018)

Elaborado por: El Autor

A continuación, el modelo de encuesta con diez preguntas:

ENCUESTA PLAN DE NEGOCIOS

UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA

Administración de Empresas y Negocios

Instrucciones: Lea con atención las siguientes preguntas y conteste marcando con una X en el espacio indicado.

Sexo

Masculino ()

Femenino ()

Edad del Encuestado

19 a 25 ()

26 a 35 ()

36 a 50 ()

51 a 60 ()

Más de 60 años ()

1. ¿Usa camisetas?

Si ()
No ()

2. ¿Qué actividad realiza a diario?

Trabaja ()
Estudia ()

3.- ¿Con qué frecuencia compra camisetas?

Semanal ()
Quincenal ()
Mensual ()
Anual ()

4.- ¿Qué aspectos valora al momento de comprar una camiseta?

Precio ()
Marca ()
Calidad ()
Diseño ()
Comodidad ()

5.- ¿Cuál es su tipo de tela de preferencia?

Algodón ()
Poliéster ()
Lycra ()
Spandex ()

6.- ¿Qué color le gusta en camisetas?

Blanco ()
Negro ()
Azul ()

7.- ¿Cuál es el costo que pagaría por una camiseta?

Camiseta hombre y mujer simple

Menos de \$30 ()
Entre \$30 y \$40 ()
Entre \$40 y \$50 ()
Más de \$50 ()

Camiseta hombre y mujer con diseño

- Menos de \$35 ()
- Entre \$35 y \$45 ()
- Entre \$45 y \$55 ()
- Más de \$55 ()

8.- ¿Qué medio de publicidad le atraen al momento de adquirir un producto?

- Televisión ()
- Radio ()
- Periódico ()
- Redes sociales ()
- Radio ()
- Vallas publicitarias ()

9.- ¿Usted cree que el estrés es un factor que puede afectar a la salud?

- Si ()
- No ()

¿Por qué? ____

10.- ¿Estaría dispuesto a comprar una camiseta para medir el nivel de estrés y ergonomía (adaptación)?

- Si ()
- No ()

1.2.1.5. Análisis e Interpretación

Pregunta filtro: Tipo de Sexo

Objetivo: Saber cuántas personas existen.

Tabla N°13 Género

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Masculino	150	39%
Femenino	232	61%
TOTAL	382	100%

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

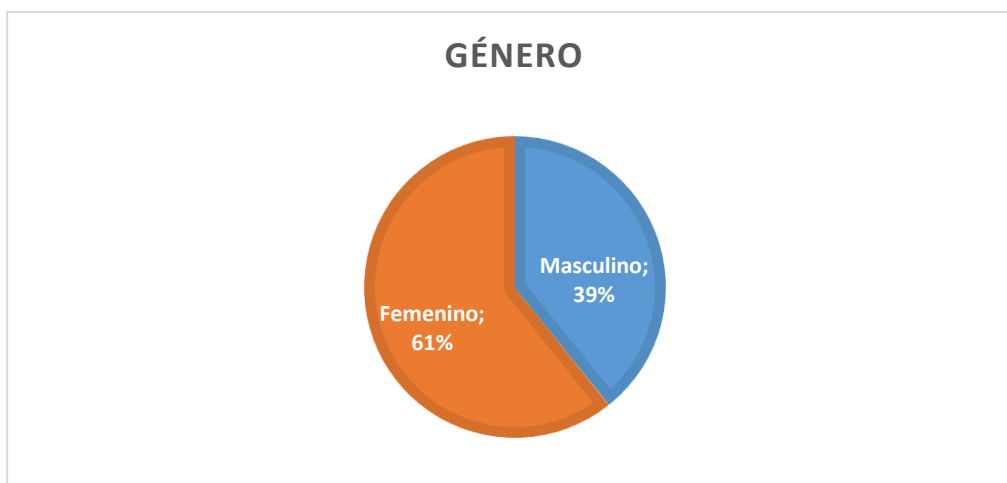


Gráfico N°10 Género

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación: En los encuestados observamos que el total es de 382 personas las cuales el 39%(150) masculino y el 61%(232) es femenino. En los encuestados no hubo mucha diferencia grande entre mujer y hombre por lo que se logrará detallar cuáles son sus preferencias a la hora de adquirir el producto.

Pregunta filtro: Edad del Encuestado

Objetivo: Saber las edades de las personas.

Tabla N°14 Edad

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
entre 19-25	106	28%
entre 26-35	95	25%
entre 36-50	91	24%
más 50 años	90	24%
TOTAL	382	100%

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

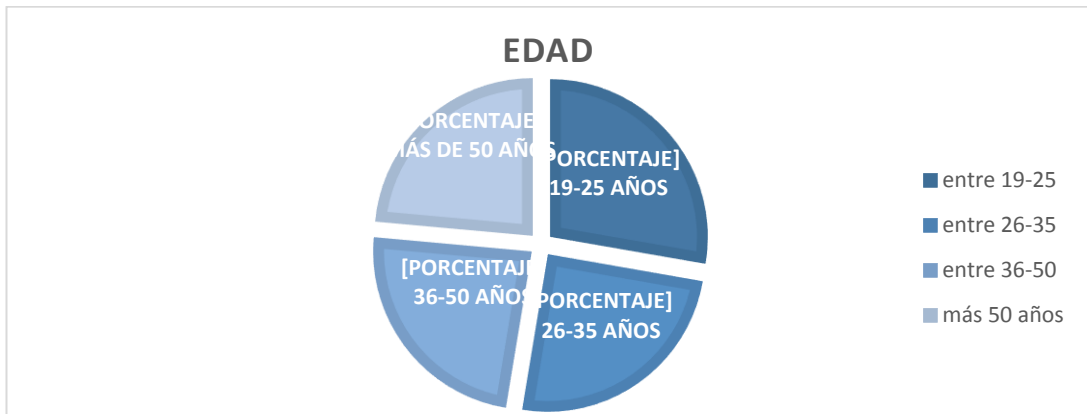


Gráfico N°11 Edad

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación: Las edades 19-25 28%(106), y entre 26-35 25%(95), 36-50 24%(91) y finalmente más 50 años 24% (90). Con respecto a la edad se puede decir que el mercado objetivo va desde los 19 años hasta los 50 años en donde se podría fabricar las camisetas inteligentes.

Pregunta 1 ¿Usa camisetas?

Objetivo: Saber si las personas usan camisetas en el cotidiano vivir.

Tabla N°15 Usa camiseta

USO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	370	97%
NO	12	3%
TOTAL	382	100%

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

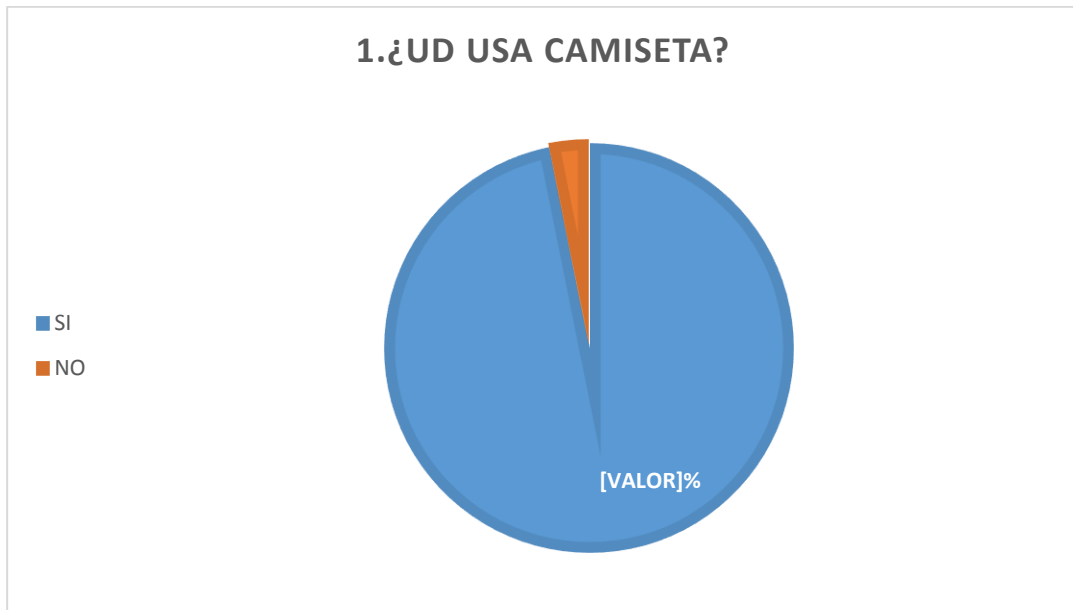


Gráfico N°12 ¿Usted usa camiseta?
 Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)
 Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación El 97%(370) de los encuestados tienen aceptación con respecto al uso de camisetas inteligentes 3%(12) que fue negativa su respuesta. Mediante esta pregunta se tomará en cuenta el total de las personas que usan camisetas y de las personas que no las usan camisetas será nuestro mercado potencial.

Pregunta 2. ¿Qué actividad realiza a diario?

Objetivo: Saber qué actividad realiza a diario la persona y determinar las consecuencias del estrés.

Tabla N°16 Que actividad realiza a diario.

ACTIVIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Trabaja	300	79%
Estudia	82	21%
TOTAL	382	100%

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

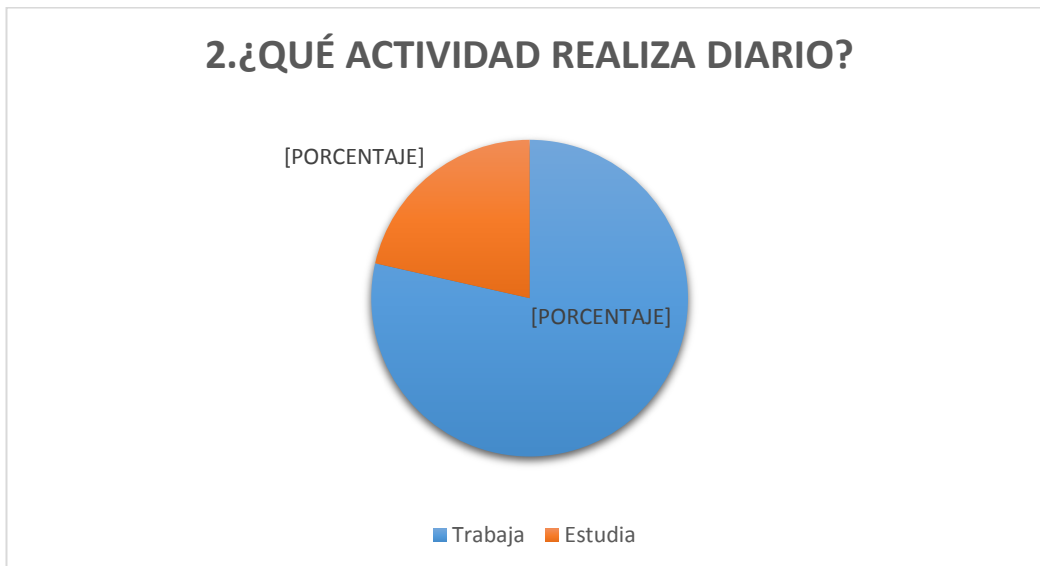


Gráfico N°13 ¿Qué actividad realiza diario?
Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación La actividad diaria que realiza la persona en el trabajo o en el estudio también indicara un factor que puede causar el nivel de estrés. El mayor porcentaje obtenido es del 79% (300) trabaja y el 21% (82) son estudiantes.

Pregunta 3. ¿Con qué frecuencia compra camisetas?

Objetivo: Conocer con qué frecuencia las personas adquieren una camiseta.

Tabla N°17 Con qué frecuencia compra camisetas

Compra de camisetas	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Semanal	35	9%
Quincenal	45	12%
Mensual	135	35%
Anual	120	31%
Otro	47	12%

Total	382	100%
-------	-----	------

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

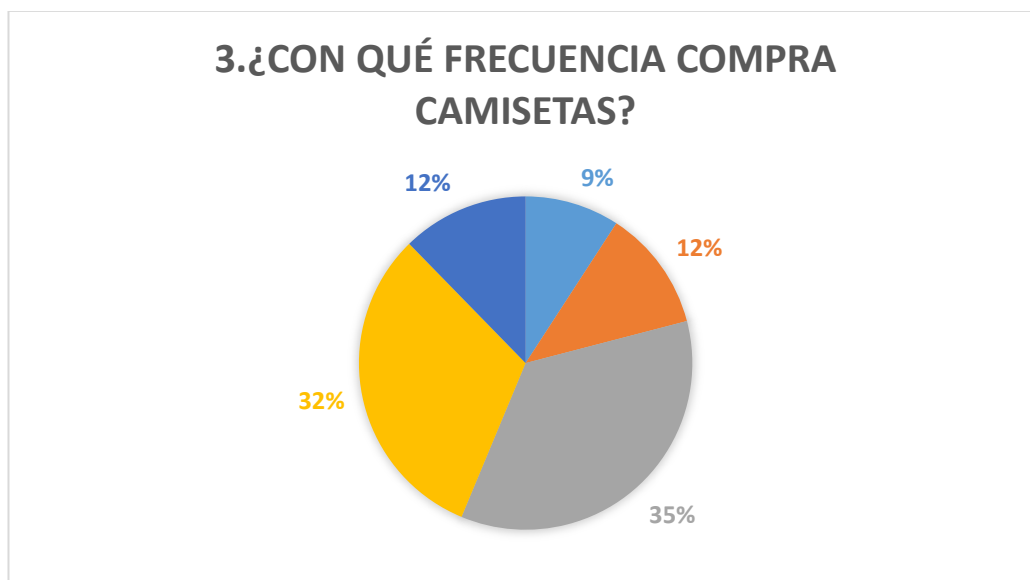


Gráfico N°14 ¿Con que frecuencia compra camisetas?

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación El mayor porcentaje de personas que compran camisetas es mensual con 35% (135), el 31% (120) anual que compran camiseta, el 12% (45) compran quincenal, el 12% (47) otro, y finalmente la menos apropiada es el 9% (35). Gracias a los datos obtenidos podemos constatar que se pueden implementar una camiseta inteligente que ayudara a tener un buen estilo de vida.

Pregunta 4. ¿Qué aspectos valora al momento de comprar una camiseta?

Objetivo: Determinar cuál es la decisión al momento de comprar una camiseta si es por precio, marca, calidad, diseño o comodidad.

Tabla N°18 Qué aspectos valora al momento de comprar una camiseta

ASPECTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Precio	75	20%
Marca	111	29%
Calidad	23	6%
Diseño	14	4%

Comodidad	159	42%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)
 Elaborado por: El Autor

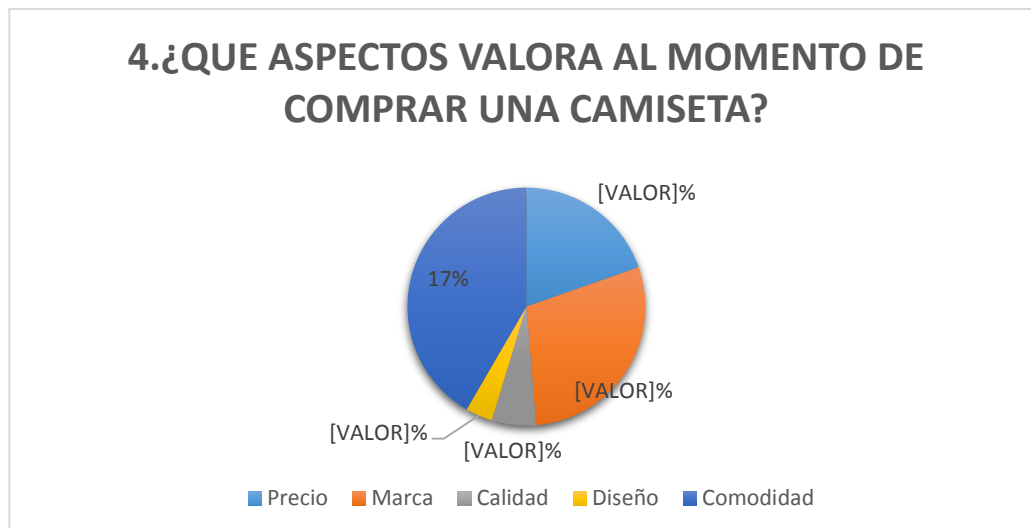


Gráfico N°15 ¿Qué aspectos valora al momento de comprar una camiseta?
 Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)
 Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación: El aspecto más importante para los encuestados es Comodidad con el 42% (159) luego de mayor a menor son Marca 29% (111), Precio 20% (75), Calidad 6% (23), Diseño 4% (14). Para desarrollar las camisetas inteligentes el objetivo de la empresa será la comodidad, seguida de la marca los cuáles busquen no solo destacarse por un aspecto como la competencia, si no todos los aspectos completamente del producto.

Pregunta 5. ¿Cuál es su tipo de tela de preferencia?

Objetivo: Conocer qué tipo de tela confeccionaremos las camisetas ya que existe gran variedad de tipo de telas.

Tabla N°19 Cuál es su tipo de tela de preferencia

TIPO DE TELA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Algodón	180	47%
Poliéster	22	6%
Lycra	100	26%
Spandex	80	21%

Total	382	100%
-------	-----	------

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

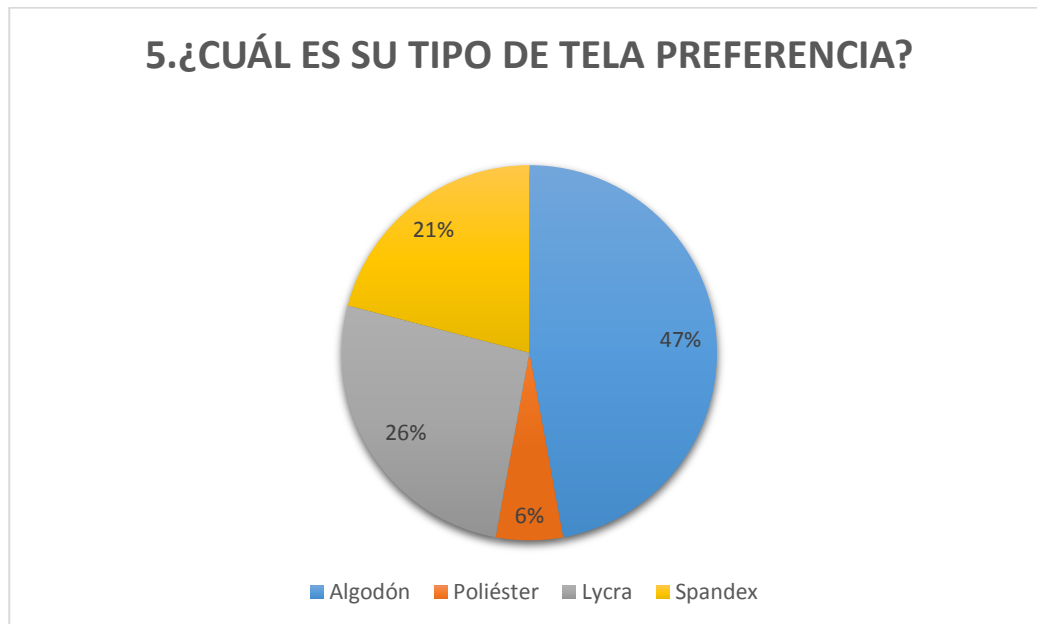


Gráfico N°16 ¿Cuál es su tipo de tela de preferencia?

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación: En los encuestados la mayor aceptación de tela algodón es 47% (180) por encima de la tela Spandex con 21% (80), Lycra 26% (100) y finalmente Poliéster con el 6% (22). Con esta pregunta tomaremos la opción más adecuada para la fabricación y comercialización de camisetas.

Pregunta 6. ¿Qué color le gustaría en camisetas?

Objetivo: Saber qué color sería el más ocionado para los clientes.

Tabla N°20 Que color le gustaría en camisetas

COLOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Blanco	175	46%
Negro	140	37%
Azul	67	18%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

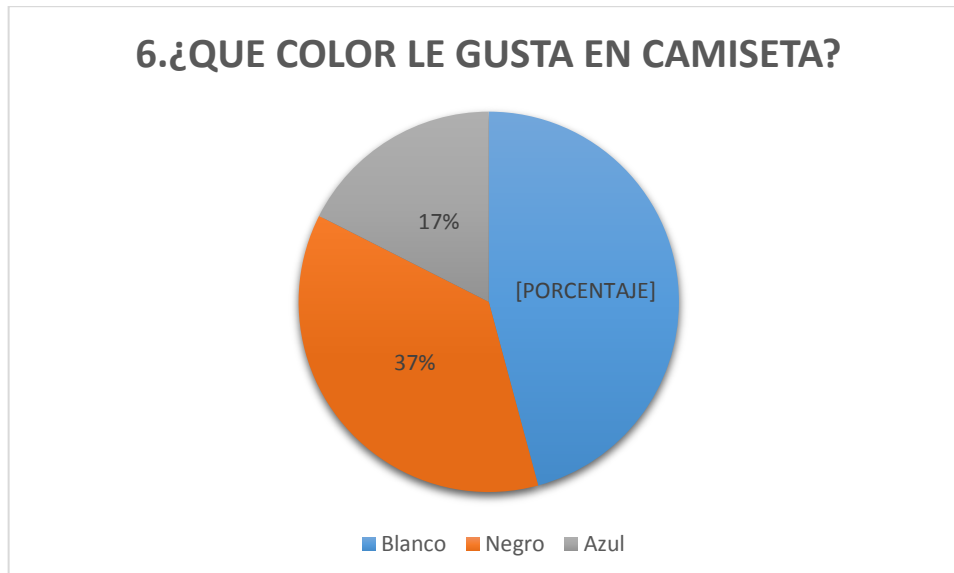


Gráfico N°17 ¿Qué color le gusta en camiseta?

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación: En los colores de preferencia de los encuestados de mayor a menor son blanco con 46% (175), Negro 37% (140) finalmente azul con 18% (67). Con esta pregunta nos ayudara a determinar el color que se usara al momento de confeccionar las camisetas tanto para hombres como para mujeres.

Pregunta 7. ¿Cuál es el costo que paga por una camiseta?

Objetivo: Conocer que prefieren los clientes al momento de adquirir una camiseta, ya que se pueden fabricar camisetas con diseños o simples.

Tabla N°21 Cuál es el costo que paga por una camiseta

CAMISETAS INTELIGENTES HOMBRE Y MUJER CON DISEÑO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Menos de \$35	110	29%
Entre \$35 y \$45	140	37%
Entre \$45 y \$55	125	33%

Más de \$55	7	2%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

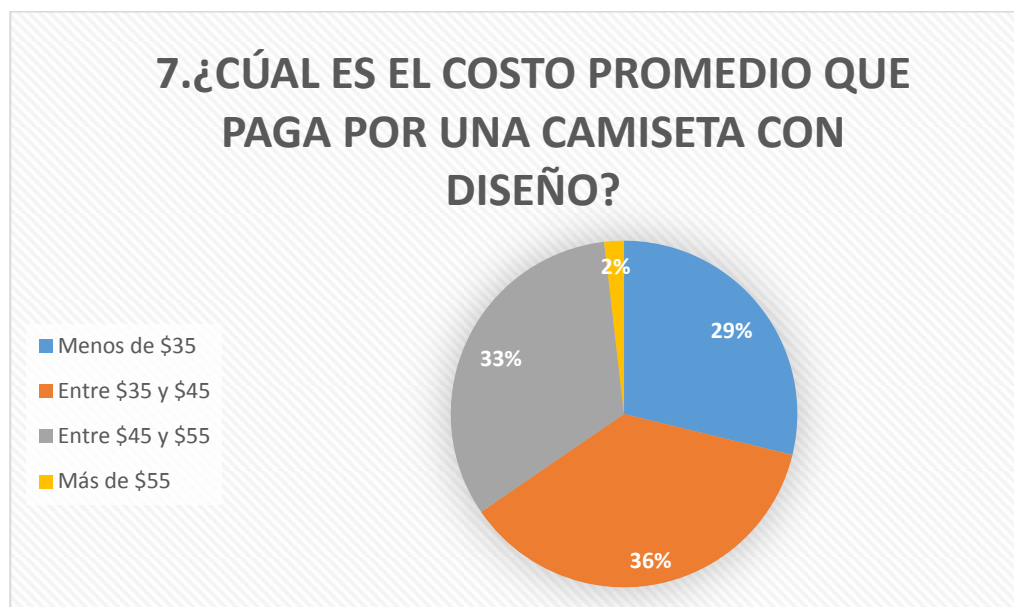


Gráfico N°18 ¿Cuál es el costo que paga por una camiseta?

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación: Para el precio de las camisetas la mejor opción es entre \$35 y \$45 con el 37% (140) y los de menor opción son \$45 y \$55 con el 33% (125), más de \$55 es el 2% (7) y finalmente menos de \$35 29% (110).

Mediante la obtención de datos obtenidos se tomó en cuenta que la mayoría de los clientes desean camisetas con diseños.

Pregunta 8. ¿Qué medio de publicidad le atraen al momento de adquirir un producto?

Objetivo: Conocer los medios de publicidad más opcionados de nuestros potenciales clientes.

Tabla N°22 Qué medio de publicidad le atraen al momento de adquirir un producto

PUBLICIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Televisión	50	13%
Radio	40	10%
Periódico	10	3%
Redes Sociales	200	52%

Vallas Publicitarias	82	21%
Total	382	100%

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

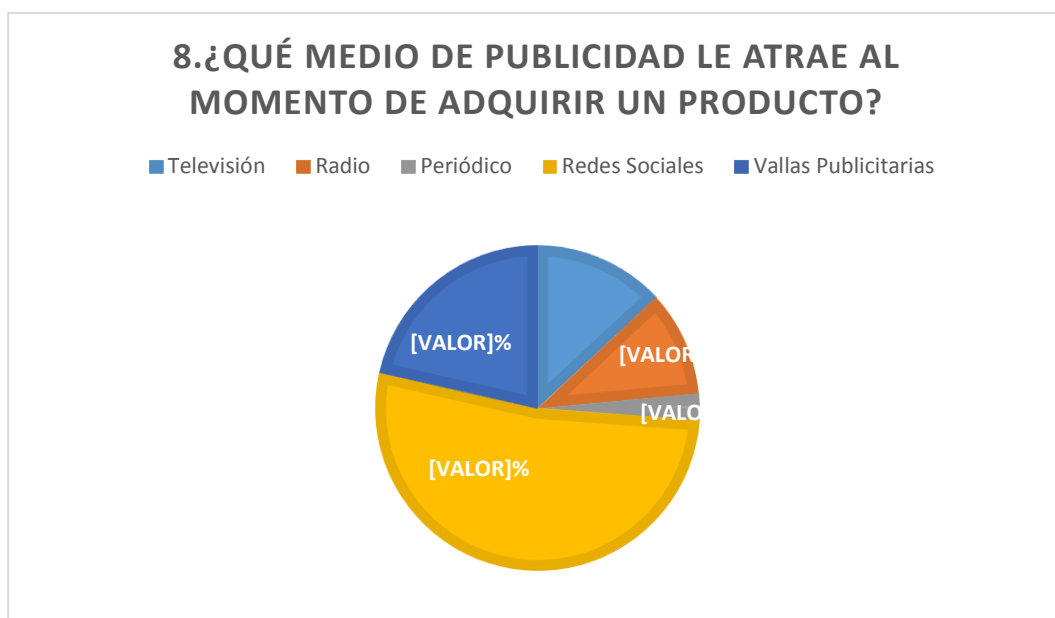


Gráfico N°19 ¿Qué medio de publicidad le atrae al momento de adquirir un producto?

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación: Para la publicidad la opción más atractiva es la de las redes sociales con 52% (200), la opción que los encuestados también prefieren es la vallas publicitaria con el 21% (82) y los demás televisión con el 13% (50), la radio con el 10%(40) y finalmente el periódico 3% (10). Mediante las encuestas, se determinó que el medio de publicidad más llamativo son las redes sociales.

Pregunta 9. ¿Usted cree que el estrés es un factor que puede afectar a la salud?

Objetivo: Saber que la actividad diaria de una persona, tiene algunos factores de estrés que afectan a la salud.

Tabla N°23 Usted cree que el estrés es un factor que pueda afectar a la salud

EL ESTRÉS ES UN FACTOR QUE PUEDE AFECTAR LA SALUD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	366	96%
NO	16	4%
TOTAL	382	100

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)
 Elaborado por: El Autor

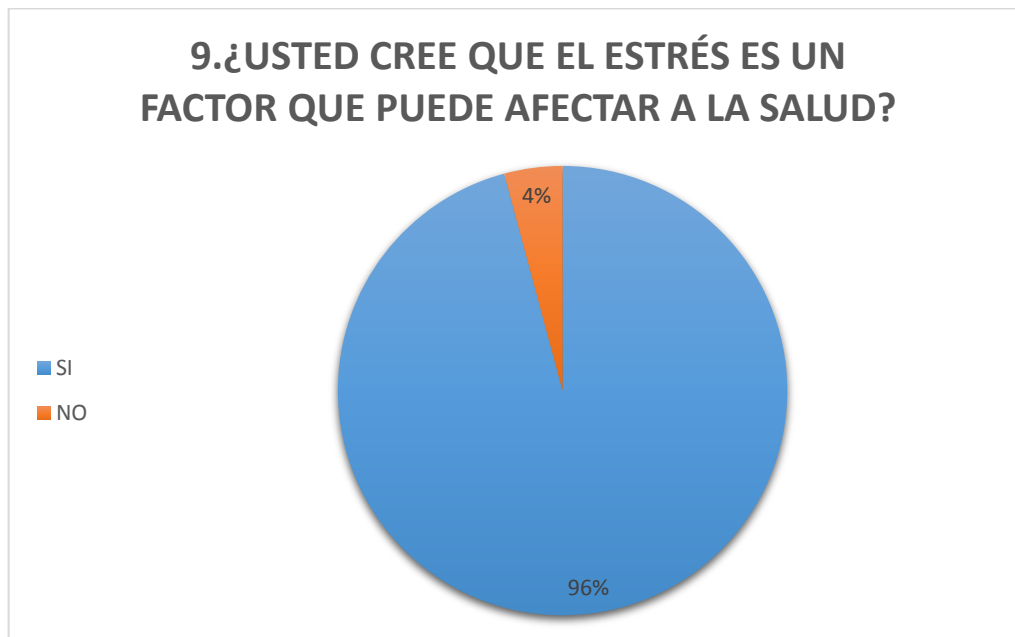


Gráfico N°20 ¿Usted cree que el estrés es un factor que puede afectar a la salud?
 Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)
 Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación: La pregunta clave de la encuesta es que si el estrés si es un factor que puede afectar a la salud con el 96% (366), y el 4%(16) dijo que no es un factor. Mediante las encuestas, se encontró que los niveles de estrés que se viven hoy en día son causantes de muchas enfermedades.

Pregunta 10. ¿Estaría dispuesto a comprar una camiseta para medir el nivel de estrés y ergonomía (adaptación)?

Objetivo: Conocer si nuestros clientes estarían dispuesto a tener un mejor estilo de vida.

Tabla N°24 Estaría dispuesto a comprar una camiseta para medir el nivel de estrés y ergonomía (adaptación)

DISUPUESTO A COMPRAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	370	97%
NO	12	3%

TOTAL	382	100
-------	-----	-----

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor



Gráfico N°21 ¿Estaría dispuesto a comprar una camiseta para medir el nivel de estrés y ergonomía (adaptación)?

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación: Mediante esta pregunta hay una gran aceptación para que nuestros clientes puedan comprar la camiseta para el nivel de estrés 97% (360), y el 3% (10) no compraría el producto. Esta pregunta permitirá conocer los clientes potenciales, y si tiene una aceptación en el mercado.

1.2.2 Demanda Potencial

La demanda potencial se determinó mediante la pregunta nueva de las encuestas que da una aceptación del producto del 97%. Para poder coincidir con la oferta que es en términos monetarios se procedió a multiplicar la población por el precio promedio de la camiseta que se obtuvo en las encuestas.

Tabla N°25 Demanda Potencial

¿Estaría dispuesto a comprar una camiseta para medir el nivel de estrés y ergonomía?	Personas	Porcentajes %	Población	Dinero
Si	370	97%	65.476	\$ 2.422.612
No	12	3%	2.025	\$ 74.925
Total	382	100%	67.501	\$ 2.497.537

Fuente: (Encuesta a los consumidores, 2018)

Elaborado por: El Autor

Frecuencia de consumo

Demanda Potencial

$D = \text{Población} * \text{Frecuencia}$

$D = 2.497.537 * 97\%$

$D = 2.422.612$

Para proyectar la demanda se utilizará la fórmula con la tasa de crecimiento:

Tabla N°26 Tasa de crecimiento

Año	Habitantes	Tasa de crecimiento	Porcentaje
2015	2.551.721	0.0181	
2016	2.597.989	0.0178	
2017	2.644.145	0.0174	
2018	2.690.150	0.0170	
2019	2.735.987	0.0167	
2020	2.781.641	0.0174	1,74

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Elaborado por: El Autor

$$DY = DA(1 + r)^n$$

$$DY = 2.422.612(1 + 0.0174)^1$$

$$DY = 2.426.827$$

$$DY = 2.422.612 (1 + 0.0174)^2$$

$$DY = 2.431.050$$

$$DY = 2.422.612 (1 + 0.0174)^3$$

$$DY = 2.435.280$$

$$DY = 2.422.612 (1 + 0.0174)^4$$

$$DY=2.439.517$$

$$DY = 2.422.612 (1 + 0.0174)^5$$

$$DY= 2.443.376$$

Tabla N°27 Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA
2017	2.426.827
2018	2.431.050
2019	2.435.280
2020	2.439.517
2021	2.443.376

Fuente: (Investigación Proyección de la demanda, 2018)
Elaborado por: El Autor

1.3 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.3.1 Análisis del micro ambiente

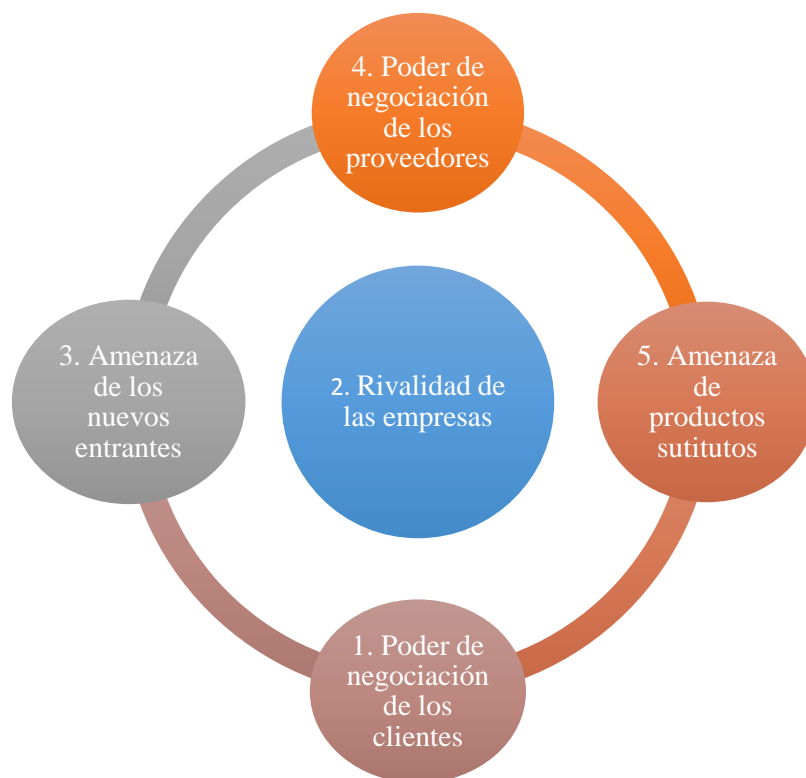


Gráfico N°22 Análisis del micro ambiente

Fuente: (Porter, Michael E., 2008)

Elaborado por: El Autor

Las cinco fuerzas de Porter es uno de los modelo estratégico elaborado por el ingeniero y profesor Michael Porte de la Escuela de Negocios Harvard, en el año 1979. Este modelo establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria poder desarrollar una estrategia de negocio. Este deriva en la respectiva articulación de las cinco fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria, y por lo tanto, en cuan atractiva esta la industria en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad. (Porter, Michael E.)

1. Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación es un término que usan diariamente los clientes, que adquieren cualquier producto de calidad ejemplo las camisetas inteligentes para medir el nivel de estrés y ergonomía de los trabajadores contienen tela de

algodón, polyester, mixtas, nylon, y la negociación se dará mediante el acuerdo de las dos partes.

2. Rivalidad de las empresas

En el sector textil de las camisetas es muy competitiva ya que en el mercado existen diferentes tipos de camisetas y cada empresa lucha por posicionar diversas tácticas en el mercado. Para lograr competir es necesario darle un valor agregado al producto y así nuestros clientes puedan adquirirlos.

3. Amenaza de los nuevos entrantes

Dentro del modelo de las cinco fuerzas de Porter la introducción de la de nuevas empresas, es un muy fácil ya que hay muchas necesidades de los clientes. La innovación, la calidad, la tecnología y el costo son pilares fundamentales que tendrá la empresa de fabricación y comercialización de camisetas inteligentes para medir el nivel de estrés de los trabajadores para poder evitar la amenaza de nuevos entrantes y que puedan captar mercado.

4. Poder de negociación de los Proveedores

El poder de negociación de los proveedores depende del número de proveedores que existan, cualquier organización necesita materias primas para producir y esto se crea relaciones comprador vendedor entre el mercado y los proveedores, la materia prima que se utilizará para la fabricación de camisetas inteligentes tela poliéster, algodón en el país hay empresas que nos proveerán de materia prima como: Trapos Finos, Textiles Tornasol, Nilotex, Textiles Padilla Cia. Ltda. Por lo tanto es difícil llegar a una negociación solo con una empresa ya que existen varias empresas en el mercado que nos pueden suministrar de materia prima.

5. Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos del mercado textil son aquellas que realizan las mismas funciones tales como: Printextil, Bakanes, Pinto, Vatex etc. Ya que

podrían reemplazar el producto que ofrecemos y presentar una alternativa al consumidor para satisfacer la demanda

1.3.2 Análisis del macro ambiente

El análisis del entorno o medio ambiente ocupa un papel fundamental en la concepción de la Planeación estratégica y es por ello que en esta metodología se da un tratamiento especial. El propósito fundamental de este sistema de planeación contempla la respuesta de la empresa a su medio ambiente presente y futuro, con el fin de permitir que el negocio opere con un máximo de congruencia y un mínimo de fricciones en las condiciones cambiantes de un mundo incierto. (Wilson.1983)

Factores Económicos

La economía en el Ecuador ha tenido un estancamiento en los últimos años debido a que un tema importante es la caída del precio del barril de petróleo, el gasto público también aumentado y las deudas del país han ido en crecimiento por lo cual este año 2018 tienen muchas restricciones en el ámbito comercial.

Inflación

La inflación en el Ecuador ha llevado una incontrolable subida ya que los precios de los productos han ido subiendo, mes a mes se evidencia en la canasta básica y más aún productos ajenos a la misma.

En el séptimo mes del año, el país registró una inflación anual de 1,39% y una acumulada de 1,20%. Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Factores Políticos- legales

En el Ecuador tenemos una estructura jurídica, en donde todo su sistema se ha ido cambiando constantemente en el nuevo Gobierno la Política es la el Plan Nacional del Buen Vivir.

El Buen Vivir es un principio constitucional basado en el 'Sumak Kawsay', que recoge una visión del mundo centrada en el ser humano, como parte de un entorno natural y social.

En concreto el Buen Vivir es:

“La satisfacción de las necesidades, la consecución de una calidad de vida y muerte digna, el amar y ser amado, el florecimiento saludable de todos y todas, en paz y armonía con la naturaleza y la prolongación indefinida de las culturas humanas. El Buen Vivir supone tener tiempo libre para la contemplación y la emancipación, y que las libertades, oportunidades, capacidades y potencialidades reales de los individuos se amplíen y florezcan de modo que permitan lograr simultáneamente aquello que la sociedad, los territorios, las diversas identidades colectivas y cada uno -visto como un ser humano universal y particular a la vez- valora como objetivo de vida deseable (tanto material como subjetivamente y sin producir ningún tipo de dominación a un otro)”. Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013. (Plan El Buen Vivir, 2018)

Factores Socio Culturales

La importancia de conocer este factor, es porque se vive en la era del consumismo en donde su desarrollo es el comportamiento del consumidor es fundamental conocer a detalles los patrones culturales, para poder determinar las influencias de los patrones del consumo del mercado. Entre los factores socio-cultural más significativo son:

Factores Tecnológicos

La tecnología es un factor que cambia constantemente, la innovación a partir del internet con las redes sociales promocional a cualquier producto en el mundo entero lo cual es uno de los factores más importantes para la distribución de cualquier producto o servicio.

Tabla N°28 Matriz EFE

MATRIZ EFE			
MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS			
Factores Externos Claves	Valor	Clasificación	Valor Ponderado
Oportunidades			
No existen locales de camisetas inteligentes en el norte de Quito.	0.20	4	0.8
Tener opciones de ofrecer prendas de buena calidad y diseños exclusivos.	0.12	3	0.36
Los precios en promedio serán similares a los del mercado.	0.08	3	0.24
Concepto innovador con tecnología.	0.15	2	0.3
La empresa ofrece dos estilos de camisetas inteligentes sin diseño y con diseño	0.11	3	0.33
Amenazas			
La facilidad de Acceso a nuevos competidores	0.13	3	0.39
Depender de un único proveedor	0.12	4	0.48
Inestabilidad política y económica del país	0.06	2	0.12
Competencia con precios bajos	0.03	1	0.03
Total	1.00		3.05

Fuente: (Investigación Matriz EFE, 2018)

Elaborado por: El Autor

Interpretación:

La empresa Capsule Corp. tiene un nivel de respuesta sobre el promedio 3.05 para aprovechar las oportunidades y reducir o eliminar el impacto de las amenazas.

Tabla N°29 Matriz EFI

MATRIZ EFI			
MATRIZ DE FACTORES INTERNOS			
Factores Internos Claves	Valor	Clasificación	Valor ponderado
Fortalezas			
Precios competitivos	0.18	4	0.72
Tecnología adecuados en los procesos de fabricación	0.14	3	0.42
Personal Capacitado en el área	0.07	3	0.21
Calidad en los procesos del producto	0.14	2	0.28
Asesoramiento al cliente con respecto al uso de la camiseta	0.07	3	0.21
Debilidades			
No hay maquinaria suficiente para todos los procesos	0.11	3	0.33
Escasos recursos financieros	0.13	4	0.52
No manejan promociones, ni descuentos en los diferentes productos	0.06	2	0.12
Fuerte competencia en el sector	0.10	1	0.1
Total	1.00		2.91

Fuente: (Investigación Matriz EFI, 2018)

Elaborado por: El Autor

Interpretación

La Empresa Capsule Corp. es fuerte internamente, tiene un nivel de 2.91.

Tabla N°30 Matriz MPC

MATRIZ MPC							
MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO							
	Corp. Capsule			Pinto S.A		Textiles Tornasol	
Factor importante para el éxito	Valor	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje
Tecnología utilizada en los procesos de comercialización	0.21	4	0.84	4	0.84	4	0.84
Personal capacitado	0.18	2	0.36	3	0.54	3	0.54
Calidad en sus productos	0.16	3	0.48	4	0.64	4	0.64
Precios competitivos	0.12	2	0.24	2	0.24	3	0.36
Posicionamiento en el mercado	0.09	3	0.27	4	0.36	3	0.27
Disponibilidad inmediata del producto	0.11	3	0.33	4	0.44	4	0.44
Punto de venta estratégico	0.13	4	0.52	4	0.52	3	0.39
TOTAL	1,00		3.04		3.58		3.48

Fuente: (Investigación Matriz MPC, 2018)

Elaborado por: El Autor

Interpretación

La Empresa Capsule Corp. tiene nivel de 3.48 lo que significa que es más débil competitivamente que la compañía Pinto S.A. y Textiles Tornasol.

PLAN DE ACCIÓN					
OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	TAREAS Y ACTIVIDADES	CRONOGRAMA		REVISIÓN
Determinar un lugar estratégico para la producción y comercialización de nuestros productos	Elegir local con suficiente espacio para la maquinaria	Consultar proformas de varios lugares ubicados en La Delicia	oct-18	nov-18	Suficiente espacio, costo accesible
Comparar la maquinaria que existe en el país evaluando la que sea adecuada para la empresa	Comprar maquinaria para la confección de las prendas	Elegir la maquinaria de mejor calidad, proformas de varios locales	oct-18	nov-18	Probar la maquinaria con tela nylon, spandex, poliéster,
Elegir la materia prima que se acople a las necesidades del cliente.	Adquirir la materia prima del proveedor	Cotizar el precio por m2	nov-18	dic-18	Revisar la tela que no tenga fallas para la producción
Evaluar que recursos financieros necesitará la empresa para sus costos.	Recursos de la empresa	Visitar bancos, cooperativas que den préstamos a emprendimientos	nov-18	dic-18	Realizar prestamos con una tasa de interés baja
Realizar entrevistas correspondientes para el personal apropiado y capacitado que maneje la maquinaria.	Contratar personal capacitado	Entrevistar y realizar pruebas	dic-18	ene-19	Empezar con la mano de obra

Tabla N°31 Plan de acción

Fuente: (Investigación Plan de Acción, 2018)

Elaborado por: El Autor

Plan de Contingencia

Un plan de contingencia es un conjunto de procedimientos alternativos a la operatividad normal de cada institución. Su finalidad es la de permitir el funcionamiento de esta, aun cuando alguna de sus funciones deje de hacerlo por culpa de alguna incidente tanto interno como ajeno a la organización. (Anderson, 2018)

- Estrategias para el control de calidad en los procesos de confección de las camisetas.
- Reducción de desperdicio de materia prima.
- Estrategias de capacitación para desarrollar competencias laborales.
- Sistemas de contingencia para asegurar el funcionamiento de la empresa durante cualquier emergencia.

1.3.3 Proyección de la oferta.

Se estableció la oferta mediante la competencia de la empresa Pinto ya que es una de las empresas que fabrican camisetas y otras prendas más.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Tabla N°32 Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA
2013	\$25.55.350
2014	\$23.144.381
2015	\$17.729.019
2016	\$14.160.518
2017	\$13.312.126

Inflación 1,39

Fuente: (Ekos Negocios, 2018)

Elaborado por: El Autor

Para proyectar las ventas de futuros periodos con base a ventas de gestiones pasadas se utilizó el método de los mínimos cuadrados, se obtendrá el porcentaje de las ventas futuras.

Tabla N°33 Ventas

X		Y	X*Y	X2
	Años	Ventas		
-2	2013	\$25.555.350	(\$ 51.110.700,00)	4
-1	2014	\$ 23.144.381	(\$ 23.144.381,00)	1
0	2015	\$ 17.729.019	\$ 0	0
1	2016	\$ 14.160.518	\$ 14.160.518,00	1
2	2017	\$ 13.312.126	\$ 26.624.252,00	4
0			(\$ 33.470.311,00)	10

Fuente: (Investigación Ventas, 2018)

Elaborado por: El Autor

$$b = \frac{n(\sum y) - (\sum y)(\sum x)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{5(942.544,62) - (942.544,62)(0)}{5 * 10 + (0)2}$$

$$b = 94.254,46$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$a = \frac{942.544,62 - 94.254,46(0)}{5}$$

$$a = 188.508,92$$

$$y = 188.508,92 + 94.254,46$$

$$x = 282.763,38$$

$$x = 188.508,92 + 94.254,46 * 6 = 754.035,68$$

$$x = 188.508,92 + 94.254,46 * 7 = 848.290,14$$

$$x = 188.508,92 + 94.254,46 * 8 = 942.544,6$$

$$x = 188.508,92 + 94.254,46 * 9 = 1.036.799,06$$

$$x = 188.508,92 + 94.254,46 * 10 = 1.131.053,52$$

Tabla N°34 Proyección de oferta

2016	754.035,68
2017	848.290,14
2018	942.544,6
2019	1.036.799,06
2020	1.131.053,52

Fuente: (El Autor, 2018)

Elaborado por: El Autor

1.4. Demanda Potencial Insatisfecha

Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Emaze, 2018) Es el resultado de la diferencia entre la demanda y la oferta mostrada en el siguiente cuadro:

Tabla N°35 Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI /AÑO	DPI/ DIA
2016	\$ 2.509.071,23	\$ 220.120,38	\$ 2.288.950,85	\$ 6.358,20
2017	\$ 2.552.729,06	\$ 215.628,13	\$ 2.337.100,93	\$ 6.491,95
2018	\$ 2.597.146,55	\$ 212.258,94	\$ 2.384.887,61	\$ 6.624,69
2019	\$ 2.642.336,90	\$ 209.638,46	\$ 2.432.698,44	\$ 6.757,50
2020	\$ 2.688.313,56	\$ 207.542,07	\$ 2.480.771,49	\$ 6.891,03

Fuente: (Investigación Demanda Insatisfecha, 2018)

Elaborado por: El Autor

La demanda insatisfecha que se proyecta en el cuadro tiene una cantidad grande la que pertenece al sector de la Administración La Delicia tomando en cuenta los sectores más comerciales como son: El Condado, Carcelén Industrial y Comité del Pueblo, y el producto es nuevo la participación que se tendrá en el mercado será del 5% según la capacidad instalada.

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

Las estrategias de los canales de comunicación, que se van a utilizar son las siguientes:

Marketing Estratégico

Se buscará satisfacer las necesidades de nuestros clientes los cuales lleguen a fidelizarse con nuestro producto.

Se realizara un evento de lanzamiento que permita que los invitados conozcan nuestros productos.

Publicidad y Diseño

Tabla N°36 Medios publicitarios anual

Medio Publicitario	Nombre	Tamaño	Costo
Revista	Líderes (El comercio)	media página	\$ 2.371,00
Revista	La familia (El comercio)	media página	\$ 1.285,92
Redes Sociales	Facebook	página web	\$ 5.475,00
Redes Sociales	Instagram		0
Redes Sociales	Twitter		0

Fuente: (Investigación propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

La publicidad es una forma de utilizar para dar a conocer nuestro producto servicio el objetivo es lograr el consumo de nuestro producto.

Revistas

Las revistas serán utilizadas como un medio importante para dar a conocer el producto y que sea de conocimiento al consumidor.

Redes Sociales

Las redes sociales permiten un gran nivel de segmentación y control del presupuesto. En la actualidad donde el consumidor está todo el tiempo en redes sociales es conveniente que presentemos nuestro producto.

Principales ventajas de usar anuncios en redes sociales:

- Es gratis y muy económica es posible un gran impacto en nuestros clientes. El coste por el clic es muy bajo comparado con otras formas publicitarias. En la publicidad de búsqueda lo más probable es que dure unas semanas, sin embargo en las redes por lo menos tendremos más de un mes.
- Se tienen más medios para segmentar y encontrar tu público objetivo, ya que se pueden crear campañas específicas dependiendo de datos demográficos y socio-demográficos, como sexo, edad, intereses.
- Las redes sociales hoy en día nos ofrecen una mayor flexibilidad de formatos de anuncios. Puede ser visual, escrito, vídeos o anuncios de textos simples y la mayoría de ellos se muestran en los mismos espacios en que interactúan los usuarios.
- El seguimiento mediante informes de cómo avanza su campaña publicitaria o las visitas que ha recibido. Esto le ayudará a evaluar resultados y conocer a sus seguidores más fieles, para poder hacer ajustes de configuración o mejorar en campañas futuras. (FotoNostra, 2018)

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

Son las vías elegidas por una empresa que un producto recorre desde que es creado hasta que llega al consumidor, la elección de canales de distribución suelen ser a largo plazo y hay que tener ciertas variables en cuenta para una buena elección. (Glosario Contabilidad, 2018)

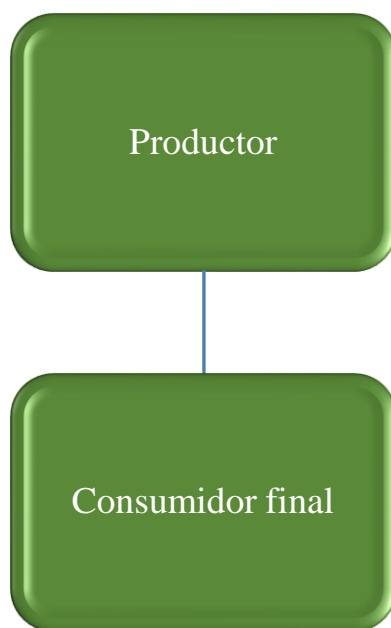


Gráfico N°23 Canales de Distribución
Fuente: (Canal de distribución, 2018)
Elaborado por: El Autor.

Los precios para el detallista y venta al público se establecieron promediando la competencia.

Tabla 37 Precios

Producto	Precio de Venta al Público
Camiseta de hombre con diseño	\$ 40,00
Camiseta de hombre sin diseño	\$ 35,00
Camiseta de mujer con diseño	\$ 40,00
Camiseta de mujer sin diseño	\$ 35,00

Fuente: (Investigación Precios, 2018)
Elaborado por: El Autor

El canal de distribución que se aplicara serán dos, ya que la empresa es productora y consumidor final.

El canal detallista en donde la empresa como productora venderá en la fábrica a locales comerciales y consumidores.

El canal Distribuidor, también se contara con vendedores los cuales se acerquen a los locales o detallistas y finalmente al consumidor.

1.7 Seguimiento de Clientes

Para saber si un cliente está satisfecho se debe dar un seguimiento para esto se realizará algunas estrategias:

1. Realizar folletos electrónicos enviando a los clientes actuales o se puede ejecutar por medio de una llamada.
2. Enviar correos electrónicos a nuestros clientes por fechas especiales e incluso por sus cumpleaños.
3. Fijar a cada cliente un vendedor el cual este pendiente de las necesidades y pueda ayudarle con cualquier duda y dar seguimiento del mismo.
4. Realizar encuestas virtuales por medio de correos electrónicos en donde participen nuestros clientes para saber si las necesidades están cubiertas.

1.8 Especificar mercados alternativos.

Un mercado alternativo sería vender directamente a los distribuidores de los centro comerciales, empresas reconocidas las cuales potenciaran mi marca.

CAPITULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.1.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Un proceso productivo consiste en un conjunto de actividades que toma como entradas uno o más insumos y los transforma para obtener como salidas o resultado un producto. (Geo, 2015) El proceso de transformación de camiseta se inteligente se inicia con la materia prima (tela, hilos, botones, sensores) al producto terminado (camiseta inteligente) que se detalla a continuación.

Proceso de Fabricación

El proceso de elaboración de las camisetas inteligente tiene algunos de los siguientes pasos:

1. Se trazan los modelos de las camisetas según los avisos del cliente.
2. Con un grupo especializado de diseñadores se evalúan los requerimientos de nuestros clientes.
3. Se aprueban los diseños establecidos.
4. Realizar los pliegues de la tela (algodón, poliéster, lycra, spandex).
5. Despachar los moldes de la confección.
6. Receptan los moldes.
7. Recoge el material.
8. Se procede a coser las piezas y se unen los moldes.
9. Se colocan sensores programados y detalles.
10. Retirar hilos y sobrantes.
11. Se procede al control de calidad.
12. Realizar empaque y doblado de las prendas.
13. Recolectar y registrar las prendas terminadas.

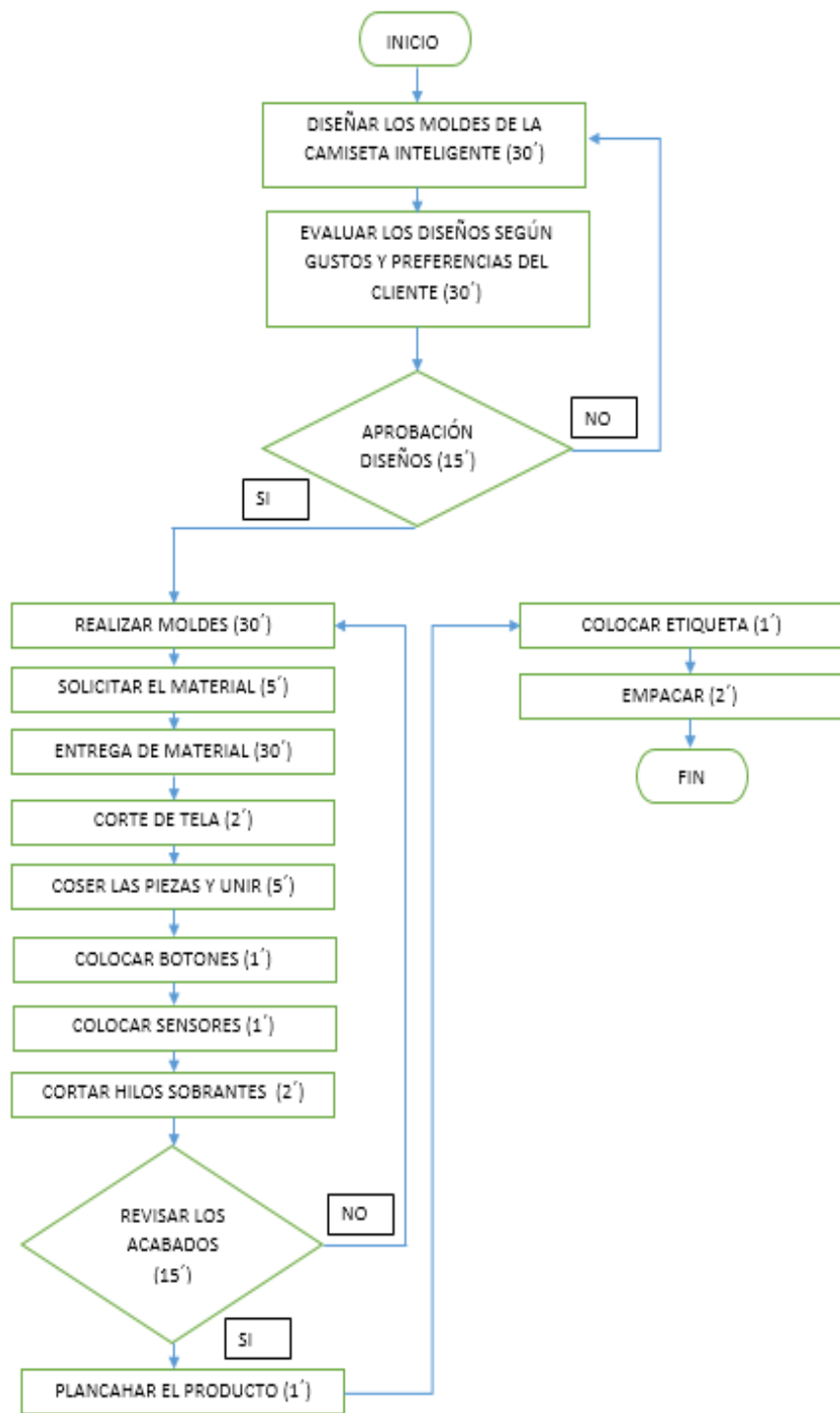


Gráfico N°24: Procedimiento para la fabricación de camisetas inteligentes

Fuente: (Investigación Procedimiento para la comercialización, 2018)

Elaborado: El Autor

Proceso de Comercialización

1. En este proceso se explicará cómo se va a realizar la venta al público y cómo se puede adquirir los productos.
2. Requerir la respectiva información de los productos.
3. Recibir información de lo que el cliente desee del producto.
4. Solicitar el producto para que el cliente pueda probarse y decida el modelo.
5. Certifica el producto que solicitó.
6. Se elabora la factura con datos del cliente.
7. Tomar el pago del cliente por el producto entregado.
8. Entregar factura y producto al cliente.

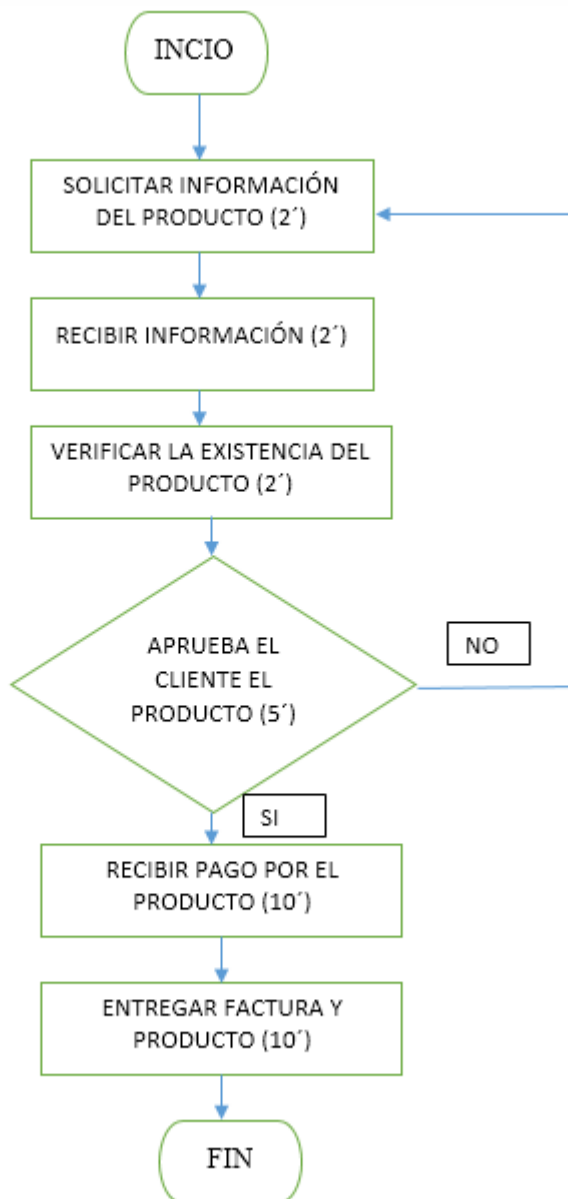


Gráfico N°25: Procedimiento para la comercialización de camisetas inteligentes
 Fuente: (Investigación Procedimiento para la comercialización, 2018)
 Elaborado: El Autor

Un proceso de fabricación, también denominado proceso industrial, manufactura o producción, es el conjunto de operaciones necesarias para modificar las características de las materias primas. Dichas características pueden ser de naturaleza muy variedad tales como la forma, densidad, la resistencia, el tamaño o la estética. (Sanabria J. , 2018)



Gráfico N°26: Proceso de Fabricación
Fuente: (Investigación Proceso de producción, 2018)
Elaborado por: El Autor

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

ACTIVIDAD	EQUIPO	VELOCIDAD NOMINAL	COSTO
Utilizada coser todo tipo de tela y otros materiales con hilo, puntadas rectas i en patrones.	Máquina Recta	3450 RPM	\$ 480,00
Permite coser la tela de algodón, polyester, lana, spandex con diferentes acabados	Máquina Overlocks	7000 RPM	\$ 550,00
Sirve para coser la costura interna de las camisetas y sirve para las telas de algodón, spandex, polyester	Máquina Elasticadora	3450 RPM	\$ 1.360,00
Sirve para todo tipo de tela solo basta regular la presión de la présatela, para los detalles de las prendas	Máquina Recubridora	3450RPM	\$ 820,00
Cortadora para todo tipo de tela.	Máquina para cortar tela	4000 RPM	\$ 120,00
Para etiquetas de las prendas.	Pegadora de Troquel	6000 RPM	\$ 130,00
TOTAL			3.460,00

Tabla N°38 Equipos

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

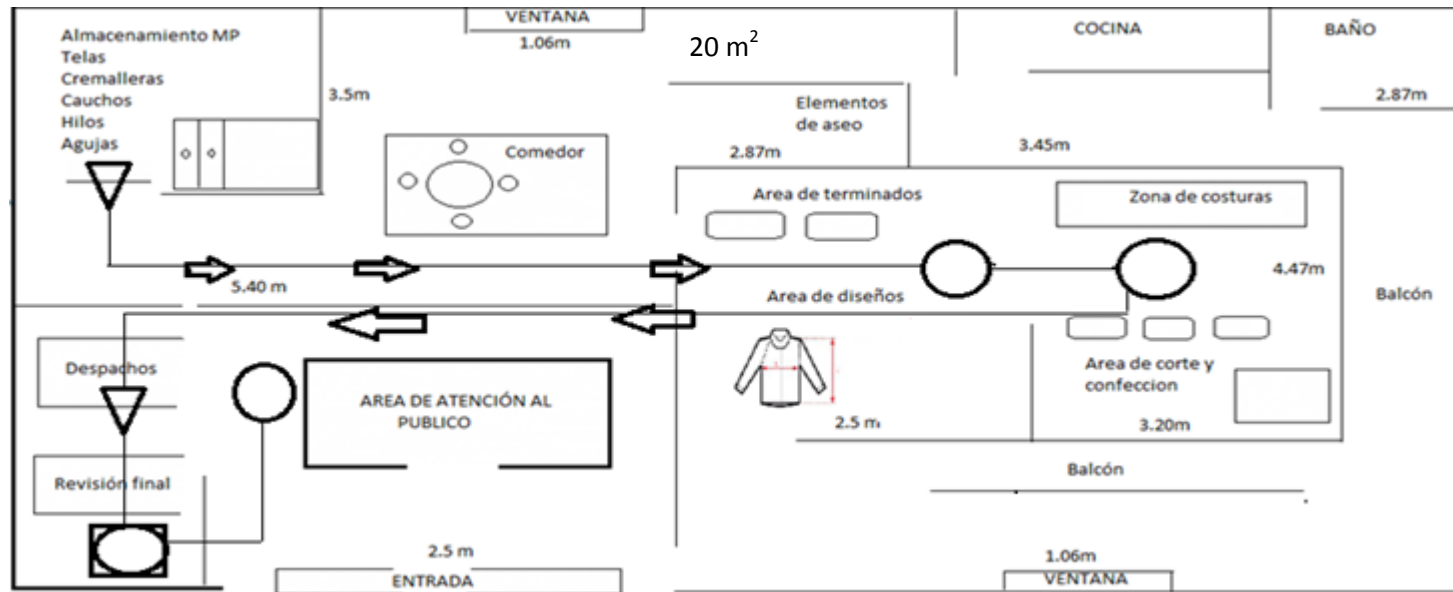
Elaborado

por:

El

Autor

Los planos de planta por lo general muestran la distribución de las habitaciones, así como sus dimensiones y niveles, y también pueden utilizar las convenciones y símbolos para mostrar los materiales y las ubicaciones de los accesorios y electrodomésticos. (Termiser, 2016)



10 m²

Gráfico N°27 Planos de las Instalaciones
 Fuente: (Moda Colombia, 2008)
 Elaborado por: El Autor

Los planos de la empresa Capsule Corp. Tienen una medida de 200 m² la cual tiene subdivisiones para los diferentes procedimientos que se necesitan para elaborar las camisetas inteligentes tanto para hombre como para mujer.

Se detalla la actividad y el número de personas para la microempresa.

Tabla N° 39 Trabajadores

Actividad	Tiempo	No. Personas	No. Días	Horas-Hombre
Gerente	8horas/días	1	5	40 horas semanales
Contador	2horas/días	1	2	4 horas semanales
Operario 1	8horas/días	1	5	40 horas semanales
Operario 2	8horas/días	1	5	40 horas semanales

Fuente: (Investigación Trabajadores, 2018)

Elaborado por: El Autor

2.1.3 Tecnología a aplicar.

La tecnología de una empresa es una parte fundamental para el desarrollo y crecimiento de la misma.

- Tamaño de empresa: 1 a 50 empleados
- Indicado para empresas de cualquier sector o tipo de actividad
- Posibilidad de acceso a la aplicación a través de Internet
- Contabilizar de forma automática operaciones de compra y venta, conocer la evolución prevista de la tesorería, presentar el modelo 303 de IVA, emitir cheques o controlar la amortización son solamente alguna de las funcionalidades que Software Contable Latinium permite realizar.
- Se utilizara computadoras con software especializadas para diseñar los modelos de camisetas que satisfaga las necesidades que tengan los clientes.
- La maquinaria que se utilizara para la confección también será con tecnología de punta para que tenga mejores acabados.

2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.2.1 Ritmo de producción.

El ritmo de producción se realizara en cinco fases que serán las siguientes:

Tabla N°40 Ritmo de producción

Actividad	No personas	Tiempo promedio	Tiempo normal	Ritmo de trabajo
Diseño de patrones y corte	2	15 minutos	8 horas diarias	18 unidades/día
Confección o ensamblaje	2	10 minutos	8 horas diarias	80 unidades/día
Terminado del producto	2	15 minutos	8 horas diarias	18 unidades/día
Empacado y etiquetado	2	10 minutos	8 horas diarias	18 unidades/día

Fuente: (Investigación Ritmo de producción, 2018)

Elaborado por: El Autor

2.2.2 Nivel de inventario promedio.

El nivel de inventario esta estableció por la capacidad instalada de la empresa.

Tabla N°41 Inventario promedio

Línea	Producto	Inventario promedio mensual (unidades)	Inventario promedio mensual (dólares)
Camiseta de hombre sin diseño	Talla s	40	\$ 1.200,00
	Talla m	30	\$ 900,00
	Talla l	20	\$ 600,00
	Talla xl	15	\$ 450,00
	Talla xxl	10	\$ 300,00
Camiseta de hombre con diseño	Talla s	40	\$ 1.200,00
	Talla m	30	\$ 900,00
	Talla l	20	\$ 600,00
	Talla xl	15	\$ 450,00
	Talla xxl	10	\$ 300,00
Camiseta de mujer sin diseño	Talla s	10	\$ 300,00
	Talla m	5	\$ 150,00
	Talla l	5	\$ 150,00
	Talla xl	5	\$ 150,00
	Talla xxl	3	\$ 150,00
Camiseta de mujer con diseño	Talla s	10	\$ 300,00
	Talla m	5	\$ 150,00
	Talla l	5	\$ 150,00
	Talla xl	5	\$ 150,00
	Talla xxl	2	\$ 150,00
TOTAL		285	\$ 8.700,00

Fuente: (Investigación Inventario promedio, 2018)

Elaborado por: El Autor

El nivel de inventario promedio se realizó en base al promedio de consumo del cliente y la capacidad instalada que tiene la empresa, el stock promedio se manejara mensual y anual. También es importante conocer la cantidad de materia prima que se manejara para la producción y no tener desperdicios.

2.2.3 Número de trabajadores.

Número	Cargo	Planta	Subcontratado	Variable	Fijo	Actividad	Tiempo
1	Gerente	X			X	Administración	8horas/ día
1	Contador		X	X		Financiero	8horas/ día
1	Operario 1	X		X		Producción	8horas/día
1	Operario 2	X		X		Producción	8horas/día

Tabla N°42 Número de trabajadores

Fuente: (Investigación Número de trabajadores, 2018)

Elaborado por: El Autor

El número de trabajadores reflejados en el cuadro anterior son necesarios para el funcionamiento de la empresa y cubrir las necesidades de los clientes.

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

La capacidad de producción futura se realizó de cada producto que tiene la empresa, y dando razón a la capacidad instalada de la misma.

Para la proyección se utilizó el porcentaje de la demanda que es de 1,74% dato según las encuestas.

Tabla N°43 Capacidad de producción futura

Detalle	Unidad/día	Unidad/mes	Unidad/año
Camiseta de hombre sin detalle	6	115	1.380
Camiseta de hombre con detalle	6	115	1.380
Camiseta de mujer sin detalle	2	28	336
Camiseta de mujer con detalle	2	27	324
Total	16	285	3.420

Año	Pronóstico/Unidades
2018	3.420
2019	3467,538
2020	3515,73678
2021	3564,60552
2022	3614,15354

Fuente: (Investigación Capacidad de producción futura, 2018)
Elaborado por: El Autor

2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

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

Tabla N°44 Materias primas

Materias primas	Importancia	Grado de sustitución	Proveedor
Hilos	alta	media	INSUMODA
Telas	alta	media	CASA DE TELAS
botones	alta	alta	INSUMODA
Sensores	alta	baja	LAB.TÉCNICO SONY
broches	alta	alta	INSUMODA
apliques	alta	alta	INSUMODA

Fuente: (Investigación Materia primas, 2018)
Elaborado por: El Autor

2.5 CALIDAD

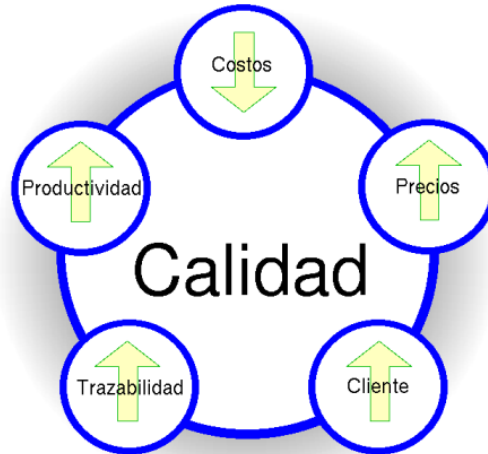


Gráfico N°28 Calidad

Fuente: (Gestión por procesos, 2011)

Elaborado por: (Gestión por procesos, 2011)

Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente: (W. Edward Deming, 1989).

La calidad de la empresa Capsule Corp. es la sección más compleja en donde se manejan el volumen del material y el personal que operen con eficacia. Mensualmente se realizaran evaluaciones de las prendas y su personal.

2.5.1 Método de Control de Calidad.

Para tener un control de calidad adecuado la empresa va a realizar dos métodos de calidad que se pueden realizar para el producto, materia prima y el servicio que se ofrece.

Histograma

Es un gráfico de barras verticales que presentan la distribución de frecuencia de datos, que se utilizará para analizar detalladamente y poder tomar decisiones en base de ellos. (Aiteco Consultores, 2018)

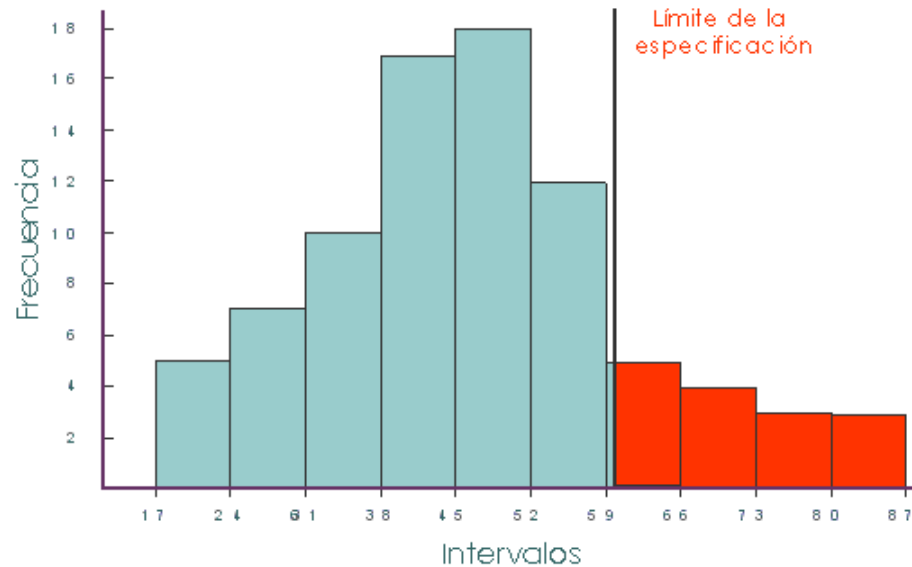


Gráfico N°29 Histograma
 Fuente: (Aiteco Consultores, 2018)
 Elaborado por: (Aiteco Consultores, 2018)

Reportes Semanales

Hojas donde se anoten la producción semanal, con tiempos, y observaciones de las mismas que se utilizaran para todos los trabajadores.

Tabla N°45 Reportes semanales

Nombre	Cargo	Actividad	N° de piezas	Horas trabajadas	Observaciones
Firma					

Fuente: (Investigación Reportes semanales, 2018)
 Elaborado por: El Autor

Se utilizaran tres aspectos para la evaluación de la calidad:

- Calidad de diseño de proyecto: Conjunto de cualidades y características que definen el producto.
- Calidad de concordancia y similitud: El producto obtenido de la operaria.
- Calidad del producto: Diseño y operaria

2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

La nueva ISO 45001 2018 trae cambios muy importantes, aunque el más destacado es la integración del bienestar del personal de una organización a través de su Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.

La norma ISO 45001 versión 2018 ya puede ser implantada en una organización, aunque existe un periodo de transición de 3 años especialmente relevante para aquellas organizaciones que tengan un certificado vigente bajo OHSAS 18001.

Es muy importante no dejar todo el trabajo para el final del citado periodo, pues puedes poner en riesgo el certificado de calidad de tu organización. (Nueva ISO 45001, 2018)

La higiene ocupacional tiene como objetivo la prevención de accidentes o enfermedades laborales.

En la empresa se realizara una planificación de seguridad e higiene ocupacional en donde se describirá las actividades que se realizaran en la empresa.

Políticas preventivas se detallaran las decisiones que se tomaran en cualquier accidente o enferma que ocurra dentro de la empresa.

Se colocarán señaléticas que vayan acorde al lugar en donde se necesita como las siguientes:



Gráfico N°30 Señalética
 Fuente: (Servigon, 2017)
 Elaborado por: (Servigon, 2017)

CAPITULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1 Visión de la Empresa.

En 2022 ser una empresa líder y reconocida a nivel nacional como una de las primeras empresas en implementar tecnología en las camisetas y siendo reconocida por su calidad y logrando la satisfacción de nuestros clientes.

3.1.2 Misión de la Empresa:

Somos una empresa dedicada a medir el estrés y ergonomía de las personas en general, mediante la fabricación de camisetas inteligentes con altos estándares de calidad, integrando a sus trabajadores con valores y responsabilidad.

3.1.3 Análisis FODA

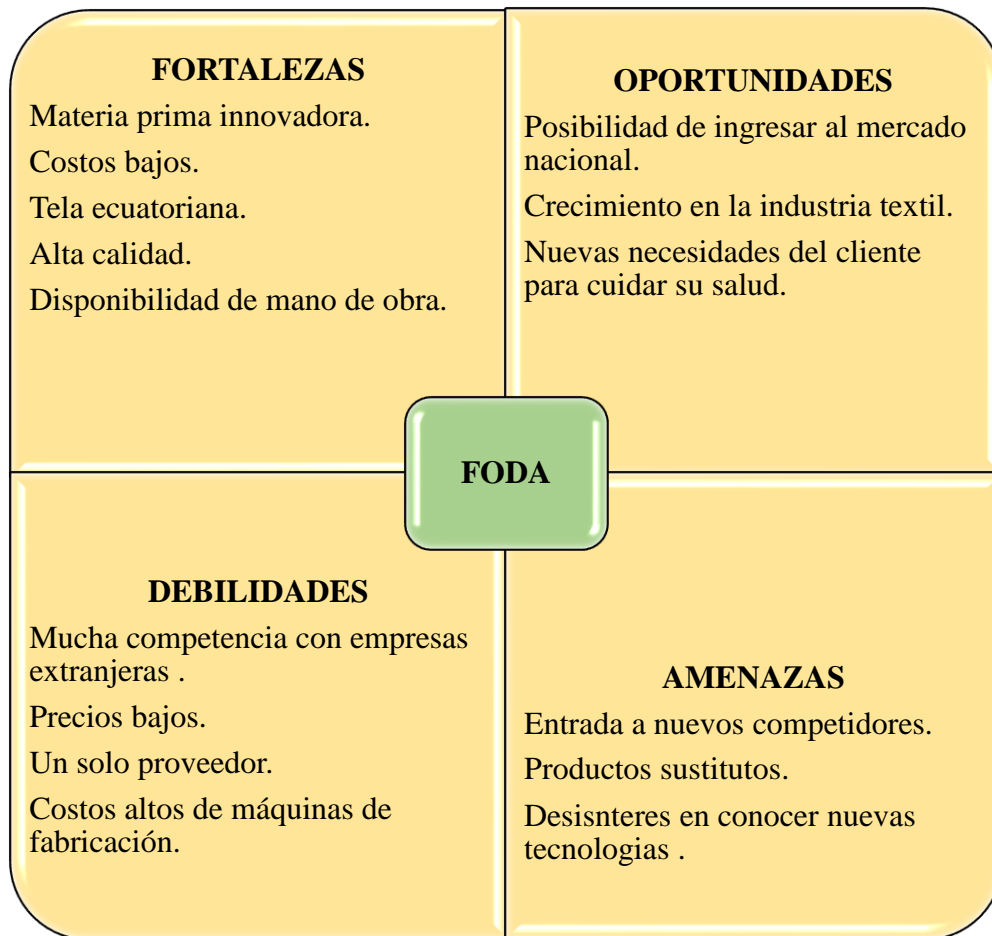


Gráfico N°31 FODA

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

Factores Internos Factores Externos	Fortalezas Materia prima innovadora. Costos bajos. Tela ecuatoriana. Alta calidad. Disponibilidad de mano de obra.	Debilidades Mucha competencia. precios bajos. un solo proveedor. costos altos de maquinaria.
Oportunidades Posibilidad de ingresar al mercado nacional. constante crecimiento en la industria textil. Satisfacer nuevas necesidades del cliente	Estrategias FO Confecionar productos de alta calidad en el mercado nacional. Satisfacer las necesidades con materia prima innovadora y resistente.	Estrategias DO Ofrecer un producto innovador. Diseñar productos que sean innovadores en el mercado y satisfagan las necesidades del consumidor.
Amenazas Inestabilidad política y económica del país. Entrada a nuevos competidores. Productos sustitutos. Cambio en los gustos y preferencias en los consumidores.	Estrategias FA Crear modelos innovadores en cada producto. Conocer sobre las tendencias que hay en el mercado. Ofrecer productos de alta calidad y precios bajos.	Estrategias DA Tercializar algunos procesos para obtener el producto final. La producción se realizará conforme al cambio de moda que exista en el mercado de vestimenta.

Gráfico N°32 Estrategias

Fuente: (Investigación propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Empresa “Capsule Corp.”

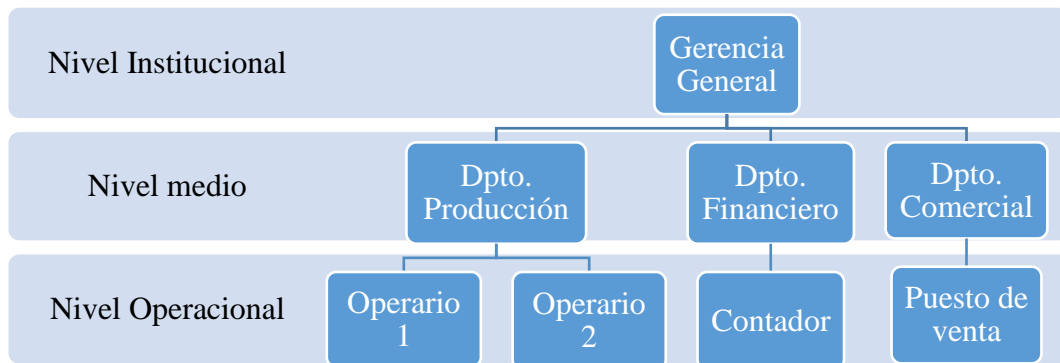


Gráfico N°33 Organigrama Estructural

Fuente: (Investigación Organigrama estructural, 2018)

Elaborado por: El Autor

Empresa "Capsule Corp."



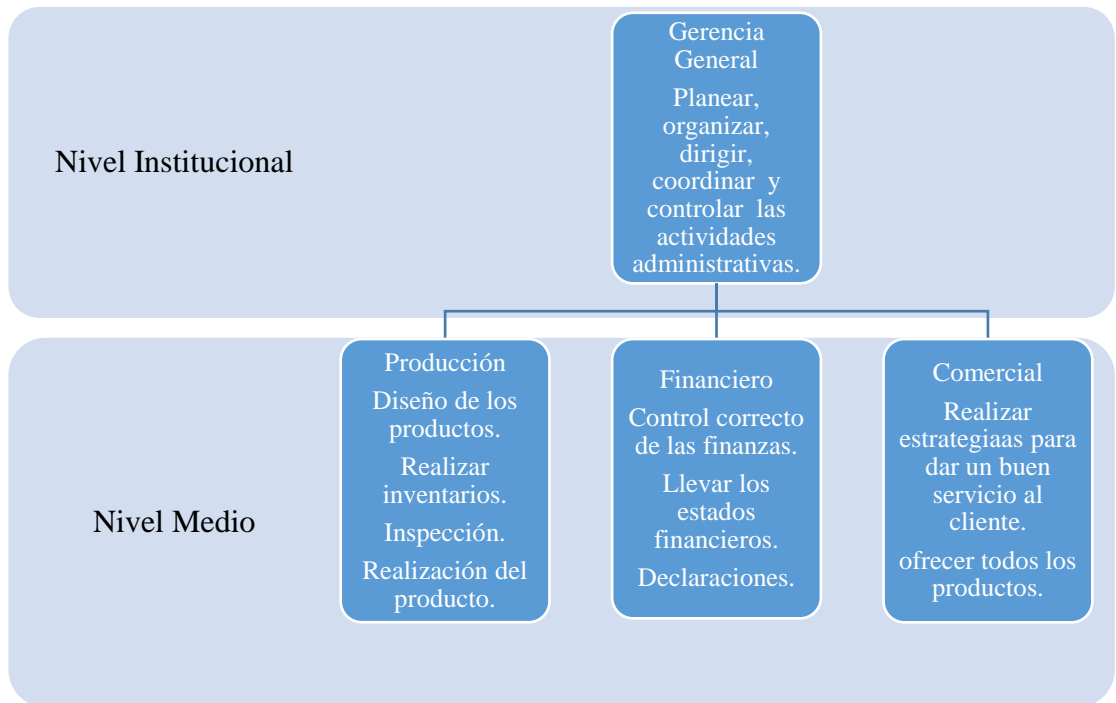


Gráfico N°34 Organigrama Funcional
 Fuente: (Investigación Organigrama funcional, 2018)
 Elaborado por: El Autor

3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama.

Se describe a continuación los cargos del organigrama de la empresa con sus requerimientos del puesto.

Tabla N° 46 Gerente General

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerente General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	
SUPERVISA A	Jefes de departamentos
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Responsable de la planificación, organización, dirección y control de las actividades administrativas, investigación, siguiendo los lineamientos de la Presidencia ejecutiva.	
III FUNCIONES	
<p>Responsable de cumplir y hacer cumplir las políticas y objetivos de desarrollo.</p> <p>Programar, conducir y organizar la ejecución de la Alta Dirección que le sean encargadas, además de las propias de gestión técnico administrativa y económica.</p> <p>Proponer las políticas, los planes, los programas y metas a alcanzar de las diferentes áreas de actividad institucional, así como las estrategias para su puesta en marcha.</p> <p>Tomar decisiones y resuelve los asuntos administrativos internos de la organización en concordancia con la normativa vigente y la política institucional.</p> <p>Desarrollar actividades o funciones afines que sean necesarias para alcanzar mejores niveles de eficiencia que le encargue el Presidente de la organización.</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ing. Administración de Empresas y Negocios
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	Liderar grupos, crear e innovar, saber negociar
FORMACIÓN	Título de Tercer nivel

Fuente: (Chiavenato Idalberto , 2007)

Elaborado por: El Autor

Tabla N°47 Contador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Contador

JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Responsable del área financiera, logrando un sistema contable eficiente de la empresa con sus respectivos estados financieros	
III FUNCIONES	
<p>Vigilar y controlar el Presupuesto, a través de los registros contables de la información recibida de las diferentes áreas de la organización.</p> <p>Verificar la correcta programación del presupuesto.</p> <p>Mantener actualizada la normativa aplicable del ejercicio de los presupuestos autorizados.</p> <p>Analizar los registros contables y presupuestales de Ingresos y egresos de los fondos específicos.</p> <p>Elaborar los estados financieros en base a los registros contables para la toma de decisiones.</p> <p>Verificar el registro oportuno de todas las operaciones y movimientos de impacto financiero.</p> <p>Elaborar los estados financieros.</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Lic. Contabilidad
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	Orientación a resultados, Trabajo en equipo, Compromiso.
FORMACIÓN	Estudios Universitarios

Fuente: (Chiavenato Idalberto , 2007)

Elaborado por: El Autor

Tabla N°48 Ejecutivo de ventas

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Ejecutivo de Ventas
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General

SUPERVISA A	
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Aumentar el número y calidad de clientes para afiliarse a la empresa y solucionar los problemas que puedan existir con respecto a ellos, además de efectuar las cobranzas.	
III FUNCIONES	
<p>Visitar potenciales clientes.</p> <p>Mostrarles los beneficios de los productos que ofrece la empresa.</p> <p>Realizar informes de ventas.</p> <p>Gestión de cobro a los clientes</p> <p>Asesorar y ayudar a cada uno de los clientes sobre nuevos productos, promociones y cualquier actividad aplicada a los consumidores.</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ing. Comercial
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	Poder de convencimiento, buen lenguaje y expresión corporal.
FORMACIÓN	Título de tercer nivel

Fuente: (Chiavenato Idalberto , 2007)

Elaborado por: El Autor

Tabla N°49 Operario 1

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Operario

JEFE INMEDIATO SUPERIOR	
SUPERVISA A	
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Este puesto es una de las funciones principales en el área de producción ya que de ello depende que el modelo este completamente terminado según las especificaciones de los consumidores, debe conocer sobre el manejo de las diferentes máquinas que entran en el proceso, persona polifuncional	
III FUNCIONES	
<p>Desarrollar las diferentes medidas de cada producto.</p> <p>Entregar terminadas las prendas en bodega.</p> <p>Elaborar los diferentes modelos solicitados.</p> <p>Minimizar el número de errores en las prendas.</p> <p>Llegar a la producción solicitada de la empresa.</p>	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Bachiller
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	Rapidez en costura, manejo de maquinaria.
FORMACIÓN	Secundaria

Fuente: (Chiavenato Idalberto , 2007)

Elaborado por: El Autor

Tabla N°50 Operario 2

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

PUESTO	Operario 2
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	
SUPERVISA A	
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Conocer sobre parámetros de Calidad para el correcto planchado y empaçado del producto final, polifuncional.	
III FUNCIONES	
Ser organizado. Conocimientos de maquinaria. Ser puntual. Trabajar en equipo.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Bachiller
EXPERIENCIA	1 año
HABILIDADES	Rapidez en empaçado, manejo de maquinaria.
FORMACIÓN	Secundaria

Fuente: (Chiavenato Idalberto , 2007)

Elaborado por: El Autor

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

El control de gestión se trata de proceso para garantizar que las actividades reales se ajustan a las actividades planeadas. Su objetivo es localizar los puntos débiles y los errores para ratificarlos y evitar su repetición. El control de gestión se aplica en la empresa con el objetivo de verificar y corregir cada uno de los procesos que se ejecutan en la misma, logrando así la supervisión constante, para detectar si se cumplen los objetivos previstos. (Chiavenato, 2002)

Eficacia: Grado en que se logran los objetivos y metas de una plan.

Eficiencia: Es el logro de un objetivo al menor costo unitario posible.

3.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.

Tabla N°51 Indicadores de gestión

ÁREAS	INDICADORES
Comercial	$\frac{\text{Unidades vendidas}}{\text{unidades producidas}} * 100$ $\frac{\text{Tiempo promedio de entrega}}{\text{tiempo programado de entrega}} * 100$
Producción	$\frac{\text{Materia prima utilizada en el mes}}{\text{inventario de materia prima}} * 100$ $\frac{\text{Total de producción día}}{\text{Total de producción día}} * 100$
Calidad	$\frac{\text{Auditorías programadas}}{\text{Auditorías realizadas}} * 100$ $\frac{\text{Cumplimiento de acciones preventivas}}{\text{cumplimiento de acciones correctivas}}$

Fuente: (Investigación Indicadores de gestión, 2018)

Elaborado por: El Autor

Capsule Corp.	INDICADORES			
	Realizado por:	Revisión:	1	Página: 1 de 1

	Nombre del proceso	Código	Nombre del indicador	Descripción	Fórmula	Unidad de medida	Frecuencia	Meta	Herramientas de control	Responsable
1	Comercial	270115	Indicador de Eficiencia	Número de unidades vendidas	# unidades vendidas / unidades producidas por hora *100	Unidades / hora	Mensual	285 unidades / Hora	Hojas de Control	Operario 1 Proceso
2	Producción	270116	Indicador de Eficiencia	Número de unidades producidas	materia prima utilizada en el mes / tiempo programado de entrega *100	Materia prima / tiempo	Mensual	285 materia prima/ tiempo	Hojas de Control	Operario 2 Proceso
3	Calidad	270117	Indicador de Eficiencia	Número de unidades realizadas	# Auditorías programadas / Auditorías realizadas *100	Auditorías Programas/auditorías realizada	Anual	2 auditorías programadas/auditorías realizadas	hojas de Calidad	Contador

Fuente: (Investigación Indicadores de gestión, 2018)

Elaborado por: El Autor

3.4 NECESIDADES DE PERSONAL

El personal que se necesitará la empresa va a ser el siguiente:

Gerente se va a encargar de la Planificación, organización, dirección y control de la empresa.

Contador analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa, el cual será contratado por honorarios profesionales horas a la semana.

Vendedor responsable del asesoramiento al cliente, utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir que este cliente adquiera el producto y servicio ofrecido, se necesitara dos vendedores los cuales se dividirán por zonas.

Sastres será el encargado principal de elaborar el producto que se comercializara por lo que es fundamentalmente necesario para la empresa.

Empacador la persona encargada de empacar todos los productos y revisar si no tienen defectos para que esté listo para su comercialización.

CAPITULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1. Determinación de la forma jurídica

La empresa se va a conformar mediante compañía de Responsabilidad Limitada ya que tendrá tres socios que responde solamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones.

La sociedad de responsabilidad limitada se encuentra regulada en nuestro país, en la sección V de la ley de Compañías, específicamente en el artículo 92, la define enunciando las siguientes notas características: “ La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. (Superintendencia de Compañías, 2018)

Derechos de los socios

- a) Intervenir, a través de las asambleas e todas las decisiones y deliberaciones de la compañía.
- b) A percibir los beneficios que le correspondan.
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales.
- d) A no ser obligado al aumento de s participación social.
- e) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes.
- f) A pedir convocatoria a junta general en casos determinados por la presente ley.

Obligaciones de los socios

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita.
- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social.
- c) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía.
- d) Cumplir con las prestaciones y aportaciones suplementarias previstas en el contrato.
- e) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluido, por las pérdidas que sufrieren por falta de capital suscrito y no pagado. (Ley de Compañías, 2018)

Constitución de Compañías Anónimas, Limitadas, en Comandita por Acciones y de Economía Mixta

REQUISITOS:

1. Presentar al menos 3 testimonios originales de la escritura pública de constitución.
2. Todos los testimonios deben tener el mismo número de fojas y todas deben estar rubricadas por el notario ante el que se otorgó la escritura (Art. 41 de la Ley Notarial).
3. Cada testimonio deberá tener el original de su Resolución aprobatoria emitida ya sea por la Superintendencia de Compañías o por la Superintendencia de Bancos y Seguros.
4. Cada testimonio deberá contar con la razón de marginación de la Resolución aprobatoria, sentada por el notario ante el cual se otorgó la escritura de constitución. En la razón de marginación, se debe verificar que los datos de la Resolución que se margina sean correctos.
5. Tratándose de compañías de responsabilidad limitada, se deberá presentar el certificado de publicación por la prensa del extracto de la escritura pública de constitución (Art. 136 de la Ley de Compañías).
6. Si los socios o accionistas son extranjeros, en la escritura deberá indicarse si son o no residentes en el Ecuador, o en su defecto deberán adjuntar copia certificada de su visa, con la finalidad de determinar si tienen o no la obligación de presentar el RUC (Art. 3 de la Ley de Registro único de Contribuyentes, Art. 9.1 de la Ley de Régimen Tributario Interno, y Circular NAC-DGECCGC12-0011, publicada en el Registro Oficial Segundo Suplemento 735 del 29 de junio de 2012).
7. Si la compañía se constituyere con la aportación de algún inmueble, la escritura deberá inscribirse en el Registro de la Propiedad antes de la inscripción en el Registro Mercantil. La inscripción en el Registro Mercantil no podrá efectuarse luego de los 90 días de realizada la inscripción en el Registro de la Propiedad (Art. 10 de la Ley de Compañías).
8. Las fechas de los documentos contenidos en la escritura de constitución deben constar en el siguiente orden:
 - a) Certificado de reserva del nombre;

- b) Certificado de apertura de la cuenta de integración de capital;
- c) Escritura pública de constitución;
- d) Otorgamiento de los testimonios de la escritura (debe ser al menos igual a la fecha de la escritura);
- e) Resolución aprobatoria;
- f) Razón de marginación (debe ser al menos igual a la de la Resolución aprobatoria); g) Publicación por la prensa (puede ser antes o después de la razón de marginación). (Registro Mércantil Quito, 2018)

4.2 Patentes y Marcas



Gráfico N°35 Marca
Fuente: (Investigación, 2018)
Elaborado por: El Autor

La marca que se va utilizar en la empresa del producto se debe distinguir por lo que se procederá a obtener un registro de Marca de certificación por lo que el producto es Corp. Capsule con los siguientes pasos:
Se registrara en el Ministerio de Propiedad Intelectual

Su costo será de 400,00 USD

Duración de 10 años

(Propiedad Intelectual, 2018)

4.3 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

- Registro Único Contribuyente : “Corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen algún actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos”. (Servicio de Rentas Internas, 2018)
- Superintendencia de compañías: La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley. (Superintendencia de compañías, 2018)
- Patente Municipal: • Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del Representante Legal, Copia del RUC, Copia del Nombramiento del Representante Legal vigente en caso de Persona Jurídica, Original y Copia o copia certificada del documento que sustente la creación de la Sociedad de acuerdo a cada tipo de sociedad, Copia del RUC del contador.
- Permisos de bomberos: “Es la autorización que el cuerpo de bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad” (Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, 2018)
- Seguridad e Higiene ocupacional: La dirección de Seguridad y Salud en el trabajo surge como parte de los derechos del trabajo son de cuenta del empleador” (Ministerio del Trabajo, 2018)
- Certificado de calidad INEN: “Establece los requisitos que se deben cumplir para la obtención y renovación del Certificado de Conformidad con sello de calidad INEN para un producto”. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2018)
- Marca “Primero Ecuador”: “Para identificar los productos o servicios de origen nacional, transformar la matriz productiva, fomentar la producción nacional de calidad, generar empleo digno, crear sistemas integrales para la innovación y emprendimiento” (Ministerio Coordinador de Producción, empleo y competitividad, 2018)

CAPITULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1. PLAN DE INVERSIONES

Se presenta un cuadro en donde se describe lo que se necesitara para iniciar la empresa:

Cantidad	Descripción	Valor Unitario (USD)	Total (USD)
1	Instalaciones	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Máquinas			
1	Máquina Recta	\$ 480,00	\$ 480,00
1	Máquina Overlocks	\$ 550,00	\$ 550,00
1	Máquina Elasticadora	\$ 1.360,00	\$ 1.360,00
1	Máquina Recubridora	\$ 820,00	\$ 820,00
1	Máquina Cortadora Circular	\$ 120,00	\$ 120,00
1	Pegadora de Troquel	\$ 130,00	\$ 130,00
Muebles			
1	Archivador	\$ 70,00	\$ 70,00
2	Estaciones de 150x150	\$ 160,00	\$ 320,00
2	Sillas Secretaria	\$ 55,00	\$ 110,00
4	Sillas Senzas	\$ 20,00	\$ 80,00
1	Auxiliar de 120	\$ 120,00	\$ 120,00
1	División Metálico y Vidrio	\$ 297,00	\$ 297,00
1	Tripersonal	\$ 140,00	\$ 140,00
1	Tanden	\$ 200,00	\$ 200,00
Equipos de oficina			
3	Computadores HP	\$ 1.141,28	\$ 3.423,84
3	Teléfonos	\$ 40,00	\$ 120,00
2	Impresoras	\$ 337,90	\$ 675,80
2	Router	\$ 31,00	\$ 62,00
Vehículos			
1	Camión	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00
Total		\$ 46.534,28	\$ 49.878,64

Tabla N°52 Instalaciones, Muebles y enseres, equipos de oficina.

Fuente: (Investigación propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

Cantidad	Descripción	Valor Unitario (USD)	Total (USD)
1	Trámite legal constitución de la empresa	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Inscripción registro mercantil	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Permisos	\$ 40,00	\$ 40,00
1	Tramites notaria	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Afiliación cámara de comercio Quito	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Patente municipal	\$ 40,00	\$ 40,00
1	RUC	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Publicidad	\$ 1.285,92	\$ 1.285,92
Tecnología			
1	Sage Contaplus Flex	\$ 299,25	\$ 299,25
Total		\$ 2.615,17	\$ 2.615,17

Tabla N°53 Activos diferidos

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Para poder financiar la creación de la empresa se necesitara las siguientes fuentes:

Tabla N°54 Capital de Trabajo

DETALLE		MENSUAL
COSTO DE OPERACIÓN		\$ 6.660,00
Materiales e insumos	\$ 273,60	\$ 5.472,00
Mano de obra	\$ 59,40	\$ 1.188,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 944,23
Sueldos y salarios	\$ 620,23	
Servicios básicos	\$ 250,00	
Suministros de oficina	\$ 50,00	
Suministros de Limpieza y aseo	\$ 24,00	
GASTO DE VENTAS		\$ 849,66
Publicidad	\$ 107,16	
Crédito	\$ 742,50	
TOTAL		\$ 8.453,89

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

Tabla N°55 Inversión Total

DETALLE	VALOR
Activos Fijos	\$ 19.878,64
Activos Diferidos	\$ 2.615,17
Capital de Trabajo	\$ 8.453,89
TOTAL AÑO	\$ 30.947,70

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

a) Forma de financiamiento

Se financiara con Recursos Propios y Recursos de Terceros

Tabla N°56 Financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial	Total %
Recursos propios	\$ -	\$ 65.000,00	52,35%
Efectivo	\$ 30.000,00	\$ -	
Bienes	\$ 35.000,00	\$ -	
Recursos de terceros	\$ -	\$ 55.000,00	47,65%
Préstamo bancario	\$ 30.000,00	\$ -	
Aporte Socio	\$ 25.000,00	\$ -	
TOTAL		\$ 120.000,00	100%

Fuente: (Investigación propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

Las unidades que se van a producir al día son: 16 unidades/día, 285 unidades/mes, 3420 unidades/año. La empresa es de producción por lo que se presentan los siguientes costos para la realización del producto:

Tabla N°57 Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo Anual
Costos Directos					
Telas	Metros	250m X 1,40	\$ 9,50	\$ 1.092,50	\$ 13.110,00
Sensores	Unidad	285 Unidades	\$ 9,59	\$ 1.102,85	\$ 230,16
Total					\$ 13.340,16
Costos Indirectos de fabricación					
Botones	Docena	20 docenas	\$ 2,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Hilos	Conos decena	5 conos	\$ 6,00	\$120	\$1440
Cajas de empaques	cajas	250u	\$ 1,00	\$20	\$240
Embalaje	Unidades	25u	\$ 0,80	\$16	\$192
Etiquetas	Unidades	250u	\$ 0,02	\$0,4	\$4,8
Total			\$ 21,09	\$241,8	\$ 2.356,80
Total costos directos e indirectos					\$ 15.696,96

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

b) Proyección de Costos

Los factores que se tomaron en cuenta para la proyección son la inflación y la mano de obra ya que son variables que un cierto periodo de tiempo afectan a la producción en una empresa. Los costos se proyectaran cinco años tomando en cuenta la inflación 1,39 y la mano de obra es el 2,4% datos del Banco Central del Ecuador promediando nos da el 1,8%. Por que la inflación son variables que afectan al ritmo de producción de una empresa y en cierto período de tiempo cambia y la mano de obra son sueldos anual.

Tabla N°58 Proyección de costos

Descrip.	Costo mensual	F	V	Total Año 1	F	V	Total año 2	F	V	Total año 3	F	V	Total año 4	F	V	Total año 5
Materia prima	\$ 794,38		X	\$ 9.532,56		X	\$ 9.694,61		X	\$ 9.859,42		X	\$10.027,03		X	\$10.197,49
Mano de Obra	\$1.854,47	X		\$22.253,64	X		\$22.631,95	X		\$23.016,70	X		\$23.407,98	X		\$23.805,91
CIF	\$1.448,21			\$17.378,52			\$17.673,95			\$17.974,41			\$18.279,98			\$18.590,74
Materia prima indirecta	\$ 486,80		X			X			X			X			X	
Mano de obra indirecta	\$ 645,80		X			X			X			X			X	
Depreciación de maqui.	\$ 315,61	X			X			X			X			X		
TOTAL	\$4.097,06			\$49.164,72			\$50.000,52			\$50.850,53			\$51.714,99			\$52.594,14

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado

por:

El

Autor

c) Detalle de Gastos

Los gastos se tomarán en cuenta lo que se va a utilizar en la empresa.

Tabla N°59 Gastos Administrativos

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Frecuencia	Valor Mensual	Valor Anual
Material de oficina	Unidades	10	5	1	\$ 50,00	\$ 600,00
Material de limpieza	Unidades	8	3	1	\$ 24,00	\$ 288,00
Servicios básicos						
Luz	Unidades	1	150	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Agua	Unidades	1	60	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono	Unidades	1	30	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Internet	Unidades	1	15	1	\$ 15,00	\$ 180,00
Salarios Administrativos	Unidades	1	800	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Total de gastos administrativos					\$ 1.099,00	\$ 13.188,00

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

Tabla N°60 Gastos de ventas

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Frecuencia mensual de gasto	Valor mensual	Valor anual
Gastos de propaganda						
Publicidad	Dólares	1	\$ 1.285,95	1	\$ 1.285,95	\$ 1.285,95
Total de Gastos de Venta					\$ 1.285,95	\$ 1.285,95

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

Tabla N°61 Gastos Financieros

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Frecuencia	Valor Mensual de gasto	Valor Anual
Crédito	Dólares	1	\$ 455,00	1	\$ 455,00	\$ 5.460,00
Total de Gastos financieros					\$ 455,00	\$ 5.460,00

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

d) Proyección Gastos

Los factores que se tomaron en cuenta para la proyección son la inflación y la mano de obra ya que son variables que un cierto periodo de tiempo afectan a la producción en una empresa. Los costos se proyectaran cinco años tomando en cuenta la inflación 1,39 y la mano de obra es el 2,4% datos del Banco Central del Ecuador promediando nos da el 1,8%.

Tabla N°62 Proyección de gastos

Descripción	Gasto mensual	F	V	Total Año 1	F	V	Total año 2	F	V	Total año 3	F	V	Total año 4	F	V	Total año 5
Gastos Administrativos	\$ 1.099,00		X	\$ 1.114,28		X	\$ 1.129,76		X	\$ 1.145,47		X	\$ 1.161,39		X	\$ 1.177,53
Gastos de ventas	\$ 1.285,95	X		\$ 1.303,82	X		\$ 1.321,95	X		\$ 1.340,32	X		\$ 1.358,95	X		\$ 1.377,84
Gastos Financieros	\$ 455,00		X	\$ 461,32		X	\$ 467,74		X	\$ 474,24		X	\$ 480,83		X	\$ 487,51
TOTAL	\$ 2.839,95			\$ 2.879,43			\$ 2.919,45			\$ 2.960,03			\$ 3.001,17			\$ 3.042,89

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

Mano de Obra

La mano de obra se tomó en cuenta según el tamaño de la empresa por lo que se colocó en el siguiente orden:

Tabla N°63 Mano de obra

Mano de Obra Indirecta

N°			INGRESOS					EGRESOS			TOTAL	Total Anual
	CARGO	DÍAS	SBU	EXTRAS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	TOTAL INGRESOS	AP. 9,45	IESS	TOTAL DESC.	LIQUIDO A PAGAR	
1	Gerente	30	\$ 386,00	\$ 224,23	\$ 610,23	\$ 386,62	\$ 1.607,08		\$ 36,48	\$ 36,48	\$ 664,80	\$ 7.977,60
1	Contador	30	\$ 386,00	\$ -	\$ 386,00	\$ 1,07	\$ 773,07		\$ 36,48	\$ 36,48	\$ 421,89	\$ 5.062,68

Mano de Obra Directa

N°			INGRESOS					EGRESOS			TOTAL	Total Anual
	CARGO	DÍAS	SBU	EXTRAS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	TOTAL INGRESOS	AP. 9,45	IESS	TOTAL DESC.	LIQUIDO A PAGAR	
1	Operario 1	30	\$ 386,00		\$ 386,00	\$ 1,07	\$ 773,07		\$ 36,48	\$ 36,48	\$ 421,89	\$ 5.062,68
1	Operario 2	30	\$ 386,00		\$ 386,00	\$ 1,07	\$ 773,07		\$ 36,48	\$ 36,48	\$ 421,89	\$ 5.062,68
TOTAL			\$ 1.158,00	\$ 224,23	\$ 1.158,00	\$ 3,22	\$ 2.319,22		\$145,91	\$145,91	\$ 1.265,67	\$ 15.188,04

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

Depreciación

La depreciación se hizo de todos los bienes que poseerá la empresa.

Tabla N°64 Depreciación

Detalle del bien	Vida Útil	Valor	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual
Máquina Recta	10	\$ 480,00	10.0%	\$ 48,00
Máquina Overlocks	10	\$ 550,00	10.0%	\$ 55,00
Máquina Elasticadora	10	\$ 1.360,00	10.0%	\$ 136,00
Máquina Recubridora	10	\$ 820,00	10.0%	\$ 82,00
Máquina cortadora circular	10	\$ 120,00	10.0%	\$ 12,00
Archivadores	10	\$ 70,00	10.0%	\$ 7,00
Auxiliar de 120	10	\$ 120,00	10.0%	\$ 12,00
División metálico y vidrio	10	\$ 297,00	10.0%	\$ 29,70
Tripersonal	10	\$ 140,00	10.0%	\$ 14,00
Tanden	10	\$ 200,00	10.0%	\$ 20,00
Sillas	10	\$ 20,00	10.0%	\$ 2,00
Computadores	3	\$ 1.141,00	33%	\$ 376,53
Teléfonos	3	\$ 40,00	33%	\$ 13,20
Instalaciones	10	\$ 30.000,00	10%	\$ 3.000,00
Vehículo	1	\$ 10.800,00	20%	\$ 2.160,00
Total		\$ 46.158,00		\$ 5.967,43

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

Proyección de la depreciación

Para el cálculo de la depreciación se hará de cinco años y tomado en cuenta en que tiempo se depreciará el bien.

Tabla N° 65 Proyección de la depreciación

DETALLE DEL BIEN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Máquina Recta	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00
Máquina Overlocks	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
Máquina Elasticadora	\$ 136,00	\$ 136,00	\$ 136,00	\$ 136,00	\$ 136,00
Máquina Recubridora	\$ 82,00	\$ 82,00	\$ 82,00	\$ 82,00	\$ 82,00
Máquina cortadora circular	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Archivadores	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
Auxiliares de 120	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
División metálico y vidrio	\$ 29,70	\$ 29,70	\$ 29,70	\$ 29,70	\$ 29,70
Tripersonal	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00
Tanden	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Sillas	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Archivadores	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
Sillas	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Computadores	\$ 376,53	\$ 376,53	\$ 376,53	\$ -	\$ -
Teléfonos	\$ 13,20	\$ 13,20	\$ 13,20	\$ -	\$ -
Vehículo	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00
TOTAL	\$ 2.976,43	\$ 2.976,43	\$ 2.976,43	\$ 2.586,70	\$ 2.586,70

Fuente: (Investigación propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

5.4 Cálculo de Ingresos

Los ingresos se tomarán en cuenta de los productos que va a tener la empresa, y se comenzará produciendo la camiseta inteligente de hombre y mujer para saber que aceptación tendrá, se considerará la capacidad instalada de la empresa con el consumo que en las encuestas se dio razón para cada producto. El gasto mensual es el desembolso que se hace en general para el desarrollo de la empresa y el costo unitario es el desembolso que se hace para producir un determinado producto determinado en este caso camisetas.

Tabla N° 66 Cálculo de ingresos

Productos	Unidad de medida	Gasto mensual	Costo Unitario de producción	Margen de Utilidad	Ingresos mensuales	Unidades producidas	precio de venta unitario
				%			
Camiseta inteligente de hombre con diseño	u	\$ 113,17	\$ 17,10	51%	\$ 4.025,00	115	\$ 35,00
Camiseta inteligente de hombre sin diseño	u	\$ 113,17	\$ 16,75	58%	\$ 4.600,00	115	\$ 40,00
Camiseta inteligente de mujer con diseño	u	\$ 520,56	\$ 17,10	54%	\$ 1.000,00	25	\$ 40,00
Camiseta inteligente de mujer sin diseño	u	\$ 433,80	\$ 16,75	52%	\$ 1.050,00	30	\$ 35,00
TOTAL		\$ 1.180,69	\$ 67,70		\$ 10.675,00	285	\$ 150,00

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

5.4.1 Proyección de Ingresos

En la proyección de ingresos se tomara en cuenta el porcentaje de la demanda la cuál es de 1,39 datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla N° 67 Proyección de ingresos

Productos	Precio Unitario	T. Año 1	Cant.	Precio unitario	T. año 2	Cant.	Precio Unitario	T. año 3	Cant.	Precio unitario	T. año 4	Cant.	Precio Unitario	T. año 5
Camiseta inteligente de hombre con diseño	\$ 40,00	\$ 48.300	1.380	\$ 40,56	\$ 48.971	1399	\$ 46,19	\$ 49.652	1419	\$ 46,84	\$ 50.342	1438	\$ 47,49	\$ 51.042
Camiseta inteligente de hombre sin diseño	\$ 35,00	\$ 55.200	1.380	\$ 35,49	\$ 55.967	1399	\$ 40,42	\$ 56.745	1419	\$ 40,98	\$ 57.534	1438	\$ 41,55	\$ 58.334
Camiseta inteligente de mujer con diseño	\$ 40,00	\$ 12.000	300	\$ 40,56	\$ 12.167	304	\$ 46,19	\$ 12.336	308	\$ 46,84	\$ 12.507	313	\$ 47,49	\$ 12.681
Camiseta de mujer sin diseño	\$ 35,00	\$ 14.400	360	\$ 35,49	\$ 14.600	365	\$ 40,42	\$ 14.803	370	\$ 40,98	\$ 15.009	375	\$ 41,55	\$ 15.217
TOTAL	\$ 150,00	\$ 129.900	3420	\$ 152,09	\$ 131.706	3468	\$ 173,22	\$ 133.536	3516	\$ 175,63	\$ 135.392	3565	\$ 178,07	\$ 137.274

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

5.5. Flujo de Caja

En el cuadro que se presenta a continuación se presenta los ingresos y egresos que tiene la empresa, dándose a conocer la liquidez que tendrá la empresa.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 129.900,00	\$ 131.705,61	\$ 133.536,32	\$ 135.392,47	\$ 137.274,43
(-)Costos operacionales		\$ 15.696,96	\$ 15.915,15	\$ 16.136,37	\$ 16.360,66	\$ 16.588,08
Costos de materia prima		\$ 15.260,16	\$ 15.472,28	\$ 15.687,34	\$ 15.905,39	\$ 16.126,48
Costos Indirectos de fabricación		\$ 436,80	\$ 442,87	\$ 449,03	\$ 455,27	\$ 461,60
(=)Utilidad bruta		\$ 114.203,04	\$ 115.790,46	\$ 117.399,95	\$ 119.031,81	\$ 120.686,35
(-)Gastos operacionales		\$ 28.625,64	\$ 29.023,54	\$ 29.426,96	\$ 29.836,00	\$ 30.250,72
Gastos de Administración		\$ 13.188,00	\$ 13.371,31	\$ 13.557,17	\$ 13.745,62	\$ 13.936,68
Gastos de Ventas		\$ 1.285,95	\$ 1.303,82	\$ 1.321,95	\$ 1.340,32	\$ 1.358,95
Gastos financieros		\$ 5.460,00	\$ 5.535,89	\$ 5.612,84	\$ 5.690,86	\$ 5.769,96
Depreciaciones		\$ 2.976,43	\$ 3.017,80	\$ 3.059,75	\$ 3.102,28	\$ 3.145,40
(=)Utilidad operacional		\$ 85.577,40	\$ 86.766,93	\$ 87.972,99	\$ 89.195,81	\$ 90.435,63
(-)15% participación de trabajadores		\$ 3.475,00	\$ 3.523,30	\$ 3.572,28	\$ 3.621,93	\$ 3.672,28
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 82.102,40	\$ 83.243,62	\$ 84.400,71	\$ 85.573,88	\$ 86.763,36
(-)22% impuesto a la renta		\$ 6.600,00	\$ 6.691,74	\$ 6.784,76	\$ 6.879,06	\$ 6.974,68
(=) Utilidad neta		\$ 75.502,40	\$ 76.551,88	\$ 77.615,95	\$ 78.694,82	\$ 79.788,67
(+) Depreciación		\$ 2.976,43	\$ 3.017,80	\$ 3.059,75	\$ 3.102,28	\$ 3.145,40
(-)Amortización de la deuda	\$ 30.000,00	\$ 5.460,00	\$ 5.535,89	\$ 5.612,84	\$ 5.690,86	\$ 5.769,96
(-)Capital de trabajo	\$ 95.000,00					
Préstamo bancario	\$ 30.000,00					
(=) Flujo de caja de periodo	\$ 125.000,00	\$ 73.018,83	\$ 74.033,79	\$ 75.062,86	\$ 76.106,24	\$ 77.164,11

Tabla N° 68 Flujo de caja

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

5.6. Punto de equilibrio

Para poder calcular el punto de equilibrio se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{PE UNIDADES} = \frac{\text{CF}}{\text{PVq} - \text{CVq}}$$

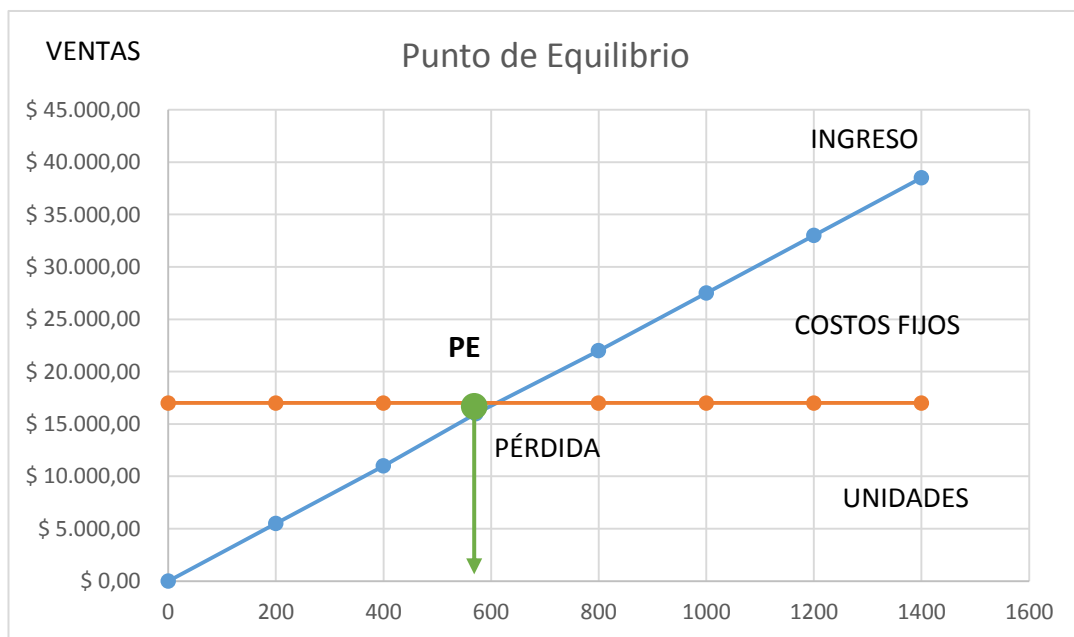
Tabla N° 69 Punto de equilibrio anual

		UNIDADES	3480
COSTO FIJO	\$ 13.140,00	COSTO FIJO	\$ 13.140,00
COSTO VARIABLE	\$ 15.696,96	CVU	\$ 4,51
COSTO TOTAL	\$ 28.836,96		
INGRESOS	\$ 29.900,00	PVU	\$ 27,50
PE \$	\$ 15.718,13	PE UNIDADES	572

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

Gráfico N°36 Punto de equilibrio



Fuente: (Investigación propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

El punto de equilibrio se da en unidades 572, y en dinero \$15.718,13 en donde al producir 573 ya se iniciará a ver utilidad para la empresa.

5.7. Estado de Resultados proyectado

El cuadro de Estado de resultados se verá reflejado los ingresos, gastos que generará la empresa, y se sabrá si se cumple con los objetivos planteados y que no haya pérdida.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$ 128.100,00	\$ 133.095,90	\$ 138.286,64	\$ 143.679,82	\$ 149.283,33
(-) Costos de materia prima	\$ 9.532,56	\$ 9.569,74	\$ 9.942,96	\$ 10.330,73	\$ 10.733,63
(-) Costos indirecto de fabricación	\$ 5.841,60	\$ 5.864,38	\$ 6.093,09	\$ 6.330,72	\$ 6.577,62
(-)Costo de Ventas	\$ 15.374,16	\$ 15.635,52	\$ 16.245,31	\$ 16.878,87	\$ 17.537,15
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 112.725,84	\$ 102.026,26	\$ 106.005,28	\$ 110.139,49	\$ 114.434,93
(-)Gastos de venta	\$ 1.285,95	\$ 1.336,10	\$ 1.388,21	\$ 1.442,35	\$ 1.498,60
(=)UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 111.439,89	\$ 100.690,16	\$ 104.617,07	\$ 108.697,14	\$ 112.936,33
(-)Gastos Administrativos	\$ 10.488,00	\$ 10.897,03	\$ 11.322,02	\$ 11.763,57	\$ 12.222,35
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 100.951,89	\$ 89.793,13	\$ 93.295,06	\$ 96.933,57	\$ 100.713,98
(-)Gastos Financieros	\$ 5.460,00	\$ 5.672,94	\$ 5.894,18	\$ 6.124,06	\$ 6.362,90
(=)UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 95.491,89	\$ 84.120,19	\$ 87.400,87	\$ 90.809,51	\$ 94.351,08
(-)15% Participación trabajadores	\$ 3.475,00	\$ 3.610,53	\$ 3.751,34	\$ 3.897,64	\$ 4.049,65
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 92.016,89	\$ 80.509,66	\$ 83.649,54	\$ 86.911,87	\$ 90.301,43
(-)Impuesto a la renta 22%	\$ 6.600,00	\$ 6.857,40	\$ 7.124,84	\$ 7.403	\$ 7.691,41
(=)UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 85.416,89	\$ 73.652,26	\$ 76.524,70	\$ 79.509,16	\$ 82.610,02

Tabla N° 70 Estados de resultados proyectados

Fuente: (Investigación Propia, 2018)

Elaborado por: El Autor

5.8. Evaluación financiera

Para realizar una evaluación financiera se deben conocer algunos factores de solvencia y rentabilidad por medio de los siguientes indicadores:

a) Indicadores

a.1) Valor Actual Neto

“Este indicador de evaluación permite conocer el valor del dinero actual que va a recibir el proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado, a fin de comparar este valor con la inversión inicial.” (Hamilton Wilson & Pezo Paredes, 2005)

Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

- La tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador 5,62 (Banco Central del Ecuador, 2018)
- Porcentaje de inflación del sector textil 11,83 (INEC, 2018)

$$5,62 < 11,83$$

$$5,62 + 11,83 = 17,45\% \text{ TMAR}$$

No.	FNE	$(1+i)^n$	$FNE/(1+i)^n$	$FNE/(1+i)^n$
0	125.000,00		- 125.000,00	- 125.000,00
1	73.018,83	1,19	61.606,32	- 51.981,17
2	74.033,80	1,40	52.700,02	22.052,63
3	75.062,86	1,67	45.081,28	97.115,49
4	76.106,24	1,97	38.563,97	173.221,72
5	77.164,00	2,34	32.988,80	250.385,72
		Total	105.940,38	

$$\text{VAN} = 105.940,38$$

Interpretación

Con este resultado de Valor actual neto del proyecto, la inversión produce en los 5 años un valor \$105.940,38 cabe mencionar este valor es el excedente resultado después de recuperar toda la inversión.

a.2) Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. (Enciclopedia financiera, 2018)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

- La tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador 5,62 (Banco Central del Ecuador, 2018)
- Porcentaje de inflación del sector textil 11,83 (INEC, 2018)
 $5,62 < 11,83$
 $5,62 + 11,83 = 17,45\%$ TMAR

Tabla N°71 TIR

TMAR	VAN
0%	250.385,72
10%	158.855,91
20%	98.413,49
30%	56.570,80
40%	26.442,44
50%	4.018,82
60%	- 13.146,06
70%	- 26.605,24
80%	- 37.379,63
90%	- 46.161,10
100%	- 53.431,26
110%	- 59.533,48
120%	- 64.717,78
130%	- 69.169,75
140%	- 73.029,52

TIR = 52,12%

Fuente: (Investigación TIR, 2018)

Elaborado por: El Autor

Interpretación

El resultado del TIR es el 52,12 > 17,45 TMAR por lo que la inversión será aceptado obteniendo la rentabilidad exigida para la inversión.

a.3) Beneficio Costo

Tabla N° 72 beneficio costo

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Beneficio	\$73.018,83	\$74.033,79	\$75.062,86	\$76.106,24	\$77.164,11	\$375.385,83
Costo	\$15.696,96	\$16.309,14	\$16.945,20	\$17.606,06	\$18.202,70	\$84.760,06
B/C						\$4,43

Fuente: (Investigación Beneficio Costo, 2018)

Elaborado por: El Autor

Es un cociente que permite comparar los ingresos de un proyecto, con relación a la inversión. Se asume como regla de decisión, la aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1 la cual es de 4,43

a.4) Período de Recuperación

Tabla N°73 Período de recuperación

Año	Flujo de fondos	Flujo de fondos acumulados
0	\$ 125.000,00	\$125.000,00
1	\$ 73.018,83	\$46.981,17
2	\$ 74.033,80	\$27.052,63
3	\$ 75.062,86	\$102.115,49
4	\$ 76.106,24	\$178.221,72
5	\$ 77.164,00	\$255.385,72

Fuente: (Investigación Período de recuperación, 2018)

Elaborado por: El Autor

$$\text{Período de recuperación} = \frac{27.052,63}{102.115,49} * 12 = 3,21 \text{ años}$$

Interpretación

El período de recuperación para la inversión de tres años y dos meses, en donde se cubren costos y gastos para iniciar el proceso productivo.

b) Razones

b.1) Liquidez

$$\text{Razón circulante} = \frac{\text{Activos circulantes}}{\text{Pasivos circulantes}}$$

$$\text{Razón circulante} = \frac{55.000,00}{30000} = 2,5$$

Interpretación

Es un indicador confiable de solvencia; indica que por cada unidad monetaria que se debe pagar en el pasivo circulante se debe poseer el doble en el activo corriente, observamos que la razón circulante es de 2,5 en donde vemos que cuenta con suficientes recursos para cubrir cada dólar de deuda.

b.1) Rentabilidad

$$\frac{\text{Utilidades brutas - Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

$$\frac{\$ 98.506,08 - \$13.340,16 - 2.356.80}{\$129.900,00}$$

$$= 0,63 * 100 = 64\%$$

Interpretación

La rentabilidad es mayor al 50 % que quiere decir que es aceptable, para la empresa dando los beneficios que necesitará la empresa para su óptimo rendimiento financiero.

CONCLUSIONES

- El sector textil es donde se generan más fuentes de trabajo, y en donde se ha visualizado que los clientes desearían cambiar su forma de vida gracias a las camisetas inteligentes que les permitirán rendir bien en sus horas de trabajo y tener un buen estilo de vida.
- El estudio de mercado que se realizó para este Plan de negocios, se obtuvo una aceptación del 97% que utilizarían camisetas inteligentes para hombres y mujeres en color blanco, se tomó tres lugares estratégicos de comercio que es Carcelén Alto, El Condado y el Comité del Pueblo que están dentro de nuestro rango Zonal La Delicia ya que es el plan piloto.
- El plan de negocios en el capítulo cinco de financiero se puede llevar a cabo siendo factible con la recuperación de la inversión en tres años y dos meses, y se obtienen en el Valor Actual Neto el \$105.940,38 y la Tasa Interna de Retorno de 52,12% que es mayor que el TMAR 17,45%.
- La calidad de las camisetas inteligentes es de tela algodón y spandex los más adecuados y resistentes para la fabricación de nuestras camisetas inteligentes para hombres y mujeres.
- La línea de camisetas inteligentes de la microempresa Capsule Corp. se realizarán con la maquinaria correspondiente, para que al momento de su entrega no tenga ningún problema al llegar al cliente.

RECOMENDACIONES

- La microempresa Capsule Corp. CIA. LTDA. consiga extenderse con su línea de camisetas inteligentes en todas las provincias del Ecuador con alto los estándares de calidad e innovación para la satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Tener un personal que tenga experiencia en la fabricación de camisetas inteligentes, con conocimientos precisos para la fabricación de nuestras camisetas.
- La microempresa incentive a innovar, dando a conocer a las personas que pueden cuidar su salud y prevenir enfermedades a futuro.
- La capacitación en todas las áreas de la microempresa es muy importante, por lo que se participara en los establecimientos del Ministerio de Industrias y Productividad.
- Con la posibilidad que tiene la microempresa Corp. Capsule se puede extender, administrando los recursos de la empresa y elaborando estrategias para su expansión a las provincias del Ecuador.

REFERENCIAS

Bibliografía

- Amazon*. (02 de Septiembre de 2018). Obtenido de https://www.amazon.es/Cody-Apretado-Pel%C3%ADcula-Formaci%C3%B3n-ejercicio/dp/B01LROMGWW/ref=cts_ap_1_vtp
- Porter*. (17 de 11 de 2018). Obtenido de <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Precio de Venta al Público. (2018). *Precio de Venta al público*. Quito.
- (11 de 11 de 2018). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>
- Aiteco Consultores*. (27 de 11 de 2018). Obtenido de <https://www.aiteco.com/histograma/>
- Aiteco Consultores*. (12 de Marzo de 2018). *Aiteco*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/histograma/>
- AliExpress*. (02 de Septiembre de 2018). Obtenido de <https://m.es.aliexpress.com/item/32792094661.html>
- AliExpress*. (02 de Septiembre de 2018). *Proyecto moda*. Obtenido de <https://m.es.aliexpress.com/item/32792094661.html>
- Amazon*. (02 de Septiembre de 2018). Obtenido de https://www.amazon.es/Joyshaper-Camiseta-Compresi%C3%B3n-Deportiva-Ejercicio/dp/B07CWN95H1/ref=sr_1_74?s=apparel&ie=UTF8&qid=1542474267&sr=1-74&keywords=camiseta+de+mujer+poliester
- Amazon*. (02 de Septiembre de 2018). Obtenido de https://www.amazon.es/Joyshaper-Camiseta-Compresi%C3%B3n-Deportiva-Ejercicio/dp/B07CWMX2J1/ref=sr_1_74?s=apparel&ie=UTF8&qid=1542474267&sr=1-74&keywords=camiseta%2Bde%2Bmujer%2Bpoliester&th=1
- Amazon*. (02 de 9 de 2018). Obtenido de https://www.amazon.es/Joyshaper-Camiseta-Compresi%C3%B3n-Deportiva-Ejercicio/dp/B07CWMX2J1/ref=sr_1_74?s=apparel&ie=UTF8&qid=1542474267&sr=1-74&keywords=camiseta%2Bde%2Bmujer%2Bpoliester&th=1

Amazon. (02 de Septiembre de 2018). *Web Amazon*. Obtenido de https://www.amazon.es/dp/B0734M3JV3/ref=sspa_dk_detail_0?psc=1&pd_rd_i=B0734M3JV3

Anderson, C. O. (09 de 10 de 2018). *Foro de Seguridad*. Obtenido de <http://www.forodeseguridad.com/artic/discipl/4132.htm>

Atex. (02 de Septiembre de 2018). Obtenido de Confeccion Atex: <http://www.atex.com.ec/>

Autor. (2018).

Banco Central del Ecuador. (13 de Noviembre de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>

Banco Central del Ecuador. (17 de 11 de 2018). Obtenido de Elaborado por: El Autor <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>

Cámara de Comercio de Quito. (22 de Noviembre de 2018). *Cámara de Comercio de Quito*. Obtenido de <https://www.lacamaradequito.com/>

Canal de distribución. (2018). *Canales de Distribución*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/>

Chiavenato. (2002). *Recursos Humanos*. Bogota: McGraw-Hill/Interamericana.

Chiavenato Idalberto . (2007). *Administración de Recursos Humanos*. Bogotá: McGraw-Hill/Interamericana.

Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito. (29 de Mayo de 2017). *Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/>

DHgate.com. (02 de Septiembre de 2018). Obtenido de <https://es.dhgate.com/product/women-039-s-outdoor-sports-t-shirt-brand/411225535.html#s1-0-1;search|0949059608>

Dr. Victor Cevallos. (2016). Comandita simple. En D. V. Cevallos, *Derecho Societario* (págs. 159-174). Quito: Talleres de la CEP.

Dr. Víctor Cevallos Vásquez. (2016). *Nuevo compendio de derecho societario*. Quito: CEP.

Dsigno. (02 de Septiembre de 2017). Obtenido de Dsigno: <https://www.dsigno.es>

Economía. Ws. (2007). *Economía*. Obtenido de <http://economía.com>

Ekos Negocios. (11 de 11 de 2018). *Ranking de empresas*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/empresas/Empresas.aspx?idE=553&nombre=EMPRESAS%20PINTO%20S.A.&b=1>

Emaze. (03 de 10 de 2018). Obtenido de <https://www.emaze.com/@AWLCWZWZ>

Enciclopedia financiera. (12 de junio de 2017). *Enciclopedia financiera*. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>

Encuesta a los consumidores. (2017). *Chompa Jean*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir sus prendas de vestir?* Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *¿Con qué frecuencia compra camiseta?* . Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *¿Qué aspectos valora al momento de comprar una camiseta?* Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *¿Cual es el tipo de tela de preferencia?* Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *¿Que actividad realiza diario?* Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *¿Qué color le gusta en camisetas?* Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *¿Qué medio de publicidad le atrae al momento de adquirir un producto?* Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *¿Usted cree que el estrés es un factor que puede afectar a la salud?* Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Camiseta hombre y mujer con diseño*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Con que frecuencia compra camisetas*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Con que frecuencia compra camisetas*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Cual es el costo que paga por una camiseta*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Cual es el costo que paga por una camiseta*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Cual es su tipo de tela de preferencia*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Cual es su tipo de tela de preferencia*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Edad*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Estaría dispuesto a comprar una camiseta para medir el nivel de estres y ergonomia*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Porcentaje de aceptación*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Que color le gusta en camiseta*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Que color le gustaria en camiseta*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Que medio de publicidad le atraen al momento de adquirir un producto*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Que medio de publicidad le atraen al momento de adquirir un producto*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *Sexo*. Quito.

Encuesta a los consumidores. (2018). *¿Qué actividad realiza diario?*. Quito.

FotoNostra. (17 de 11 de 2018). *FotoNostra*. Obtenido de <http://www.fotonostra.com/digital/redesociales.htm>

Geo. (18 de 08 de 2015). Obtenido de <https://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/el-proceso-de-transformacion-de-insumos-en-productos-o-servicios/>

Gestión por procesos. (23 de Agosto de 2011). *Mariño*. Obtenido de <https://conceptosydefiniciones.wordpress.com/2011/08/23/definicion-de-calidad/>

Glosario Contabilidad. (26 de 11 de 2018). Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-canal-distribucion>

Google. (2018). *www.google.com*. Quito.

Google Maps. (2018). *Zonal La Delicia*. Quito.

Google Maps. (2018). *Zonal La Delicia*. Quito.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (02 de Septiembre de 2010). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Investigación Precios. (2018). *Precios al detallista y venta al público*. Quito.

Investigación. (2017). *Medios publicitarios*. Quito.

Investigación. (2017). *Punto de equilibrio*. Quito.

Investigación. (2018). *Logo*. Quito.

Investigación Activos diferidos. (2018). *Activos diferidos*. Quito.

Investigación Beneficio Costo. (2018). *Beneficio Costo*. Quito.

Investigación Capacidad de producción futura. (2018). *Capacidad de Producción futura*. Quito.

Investigación Capital de Trabajo. (2018). *Capital de Trabajo*. Quito.

Investigación Costos. (2018). *Costos*. Quito.

Investigación Cuadro de necesidades. (2018). *Cuadro de Necesidades*. Quito.

Investigación Demanda Insatisfecha. (2018). *Tabla N° 27 y N°34*. Quito.

Investigación Depreciación. (2018). *Depreciación*. Quito.

Investigación Estado de resultados proyectados. (2018). *Estado de Resultados proyectados*. Quito.

Investigación Financiamiento. (2018). *Financiamiento*. Quito.

Investigación Flujo de caja. (2018). *Flujo de caja*. Quito.

Investigación Gastos administrativos. (2018). *Gastos*. Quito.

Investigación Gastos de ventas. (2018). *Gastos de ventas*. Quito.

Investigación Gastos financieros. (2018). *Gastos Financieros*. Quito.

Investigación Gráfico del punto de equilibrio. (2018). *Punto de equilibrio*. Quito.

Investigación Indicadores de gestión. (2018). *Indicadores de gestión*. Quito.

Investigación Ingresos. (2018). *Ingresos*. Quito.

Investigación Instalaciones. (2018). *Instalaciones*. Quito.

Investigación Inventario promedio. (2018). *Inventario promedio*. Quito.

Investigación Inversión Total. (2018). *Inversión Total*. Quito.

Investigación Mano de obra. (2018). *Mano de obra*. Quito.

Investigación maquinaria. (02 de Septiembre de 2018). *google*. Obtenido de www.google.com

Investigación Maquinaria, equipos de oficina, vehículos. (2018). *Máquinaria, equipos de oficina, vehículos*. Quito.

Investigación Materia primas. (2018). *Materias primas*. Quito.

Investigación Matriz EFE. (24 de Noviembre de 2018). *Google*. Obtenido de www.google.com

Investigación Matriz EFI. (2018). *Matriz EFI*. Quito.

Investigación Matriz MPC. (2018). *Matriz de perfil competitivo*. Quito.

Investigación Número de trabajadores. (2018). *Número de trabajadores*. Quito.

Investigación Organigrama estructural. (2018). *Organigrama estructural*. Quito.

Investigación Organigrama funcional. (2018). *Organigrama Funcional*. Quito.

Investigación Período de recuperación. (2018). *Período de Recuperación*. Quito.

Investigación Plan de Acción. (2018). *Plan de Acción*. Quito.

Investigación Procedimiento para la comercialización. (2018). *Procedimiento para la comercialización de camisetas inteligentes*. Quito.

Investigación Procedimiento para la fabricación. (2018). *Procedimiento para la fabricación*. Quito.

Investigación Proceso de adquisición de materia prima. (2016). *Adquisición de materia prima*. Quito.

- Investigación proceso de comercialización. (2016). *Procedimiento para la comercialización*. Quito.
- Investigación Proceso de producción. (2018). *Proceso de producción*. Quito.
- Investigación propia. (4 de Mayo de 2018). <http://www.hisocial.com/esp/blog/cuanto-cuesta-anunciarse-en-facebook>.
- Investigación propia. (2018). *Estrategias*. Quito.
- Investigación Propia. (2018). *FODA*. Quito.
- Investigación Propia. (2018). *Maquinaria*. Quito.
- Investigación Proyección de costos. (2018). *Proyección de costos*. Quito.
- Investigación Proyección de gastos. (2018). *Proyección de gastos*. Quito.
- Investigación Proyección de ingresos. (2018). *Proyección de ingresos*. Quito.
- Investigación Proyección de la demanda. (2018). *Proyección de la demanda*. Quito.
- Investigación Proyección de la depreciación. (2018). *Proyección de la depreciación*. Quito.
- Investigación Punto de equilibrio. (2018). *Punto de equilibrio*. Quito.
- Investigación Reportes semanales. (2018). *Reportes semanales*. Quito.
- Investigación Ritmo de producción. (2018). *Ritmo de producción*. Quito.
- Investigación TIR. (2018). *TIR*. Quito.
- Investigación Trabajadores. (2018). *Trabajadores*. Quito.
- Investigación Ventas. (2018). *Ventas*. Quito.
- Joyshaper. (27 de 11 de 2018). *Amazon*. Obtenido de https://www.amazon.es/Joyshaper-Camiseta-Compresi%C3%B3n-Deportiva-Ejercicio/dp/B07CWMX2J1/ref=sr_1_74?s=apparel&ie=UTF8&qid=1542474267&sr=1-74&keywords=camiseta%2Bde%2Bmujer%2Bpoliester&th=1
- El Autor. (2018). *Proyección de la oferta*. Quito.
- EL Autor. (2017). *Proyección de la oferta*. Quito.
- EL Autor. (2017). *Ventas*. Quito.
- Ley de Compañías. (16 de Junio de 2017). *Compañía de Responsabilidad Limitada*. Obtenido de <file:///C:/Users/USSER/Downloads/LEY%20DE%20COMPA%C3%91IAS%202016.pdf>
- Maslow, Abraham Harold. (1943). Jerarquía de Necesidades. En A. H. Maslow, *A theory of Human Motivation* (pág. 370). Psychological review.

Ministerio Coordinador de Producción, empleo y competitividad. (29 de Mayo de 2017). *Primero Ecuador*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/>

Ministerio del Trabajo. (29 de mayo de 2017). *Seguridad e Higiene ocpacional*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>

Moda Colombia. (2008). *Nueva Moda Colombia*. Obtenido de <http://www.nuevamodacolombia.com/contenidos/planos-escenografia-feria-internacional.php>

monografias. (03 de 10 de 2018). Obtenido de <https://www.monografias.com/docs/Determinaci%C3%B3n-de-la-demanda-potencial-insatisfecha-F38FYAUF8U2Z>

Nueva ISO 45001. (21 de 11 de 2018). Obtenido de <https://www.nueva-iso-45001.com>

Plan El Buen Vivir. (12 de Marzo de 2018). Obtenido de <https://educacion.gob.ec/que-es-el-buen-vivir/>

Población e Indicadores. (02 de Septiembre de 2018). *Población e Indicadores 2010 en la Administración Zonal La Delicia Según Barrios-Sector*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=poblaci%C3%B3n>

Porter, Michael E. (2008). Las cinco fuerzas competitivas. En M. E. Porter, *Las cinco fuerzas competitivas* (págs. 58-77). Estados Unidos: Harvard Business Review.

Porter, Michael E. (s.f.). Las cinco fuerzas competitivas.

Propiedad Intelectual. (29 de Mayo de 2017). *Procesos de tramitación*. Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

prucomercialre.co. (2018). Obtenido de <http://www.prucomercialre.com/que-es-un-racerback-bra/>

prucomercialre.co. (2018). Obtenido de <http://www.prucomercialre.com/que-es-un-racerback-bra/>

Registro Mércantil Quito. (15 de Mayo de 2017). *Registro Mercantil* . Obtenido de [egistromercantil.gob.ec/quito/30-registros-mercantiles/guayaquil/servicios-guayaquil/148-constitucion-companias-anonimas-limitadas-comandita-acciones-economia-mixta.html](http://registromercantil.gob.ec/quito/30-registros-mercantiles/guayaquil/servicios-guayaquil/148-constitucion-companias-anonimas-limitadas-comandita-acciones-economia-mixta.html)

Sanabria, J. (04 de 12 de 2018). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/160208045/CONCEPTO-DE-PROCESO-DE-FABRICACION>

Sanabria, J. (04 de 12 de 2018). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/160208045/CONCEPTO-DE-PROCESO-DE-FABRICACION>

Servicio de Rentas Internas. (29 de Mayo de 2017). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

- Servicio Ecuatoriano de Normalización. (29 de Mayo de 2017). *INEN*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/sello-de-calidad-inen/>
- Servigon. (12 de Marzo de 2017). *SERVIGON PERU SAC*. Obtenido de <http://servigon-ingenieria.webnode.es/servicios/gestion-de-cuentas/fabricas-e-instalaciones-/>
- Superintendencia de compañías. (29 de mayo de 2017). *¿Cómo constituir una compañía?* Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Superintendencia de Compañías. (17 de Julio de 2017). *Conformación de compañías*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalscvsv/>
- Termiser*. (30 de 11 de 2016). Obtenido de <https://www.termiser.com/tipos-de-planos-de-construccion/>
- Ugt Balears. (12 de Marzo de 2017). *Normas básicas de seguridad Laboral e higiene industrial*. Obtenido de <http://www.ugtbalears.com/es/PRL/Seguridad/Folletos%20y%20guas/Normas%20b%C3%A1sicas%20de%20seguridad%20laboral.pdf>
- Víctor Cevallos Vásquez. (2016). Nuevo compendio de derecho societario. En V. C. Vásquez, *Nuevo compendio de derecho societario* (págs. 177-221). Quito: CEP.
- W. Edward Deming. (1989). *Calidad Total*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Wilson.1983. (s.f.). *Entorno de la Organización* . <https://es.scribd.com/document/246535189/1-Analisis-Macro-Ambiente>.

ANEXOS

Anexo N°1 Proforma Singer Fashion 2018



PROFORMA RUC: 1713712618001
SINGER FASHION No. 00000232

Alexandra de las Mercedes Godoy Soria
Av. La Prensa N64-53 y Espinosa Polit
Telfs: 2297125 - 0984999226

Quito, 23 de agosto del 2018

Señores : **ALEXIS GARCIA**
Atención :
Dirección:

Ruc:
Teléfono: 0984667878

CANT	DESCRIPCION DE CREDITO	P. UNT	TOTAL
1	MAQ. RECTA JUKI MODELO: DDL8100		480,00
	CARACTERISTICAS		
	• Agujas: 1		
	• Hilos: 1		
	• Carrera de la barra de aguja: 30,7mm		
	• Longitud de puntada Máx.: 5mm		
	• Velocidad de coser (máx.): 4.500 sti/min		
	• Elevación del pie prensatelas: 5,5mm		
	• Elevación del pie prensatelas mediante el elevador de la rodilla: 13mm		
	• Mesa: Estandar		
	• Motor 1/2 HP 3450 RPM -		
	ACCESORIOS		
	• Aceite litro		
	• 3 carretes		
	• 1 corta hilos		
1	MAQ. OVERLOCK KANSEW MODELO: KS7700 4 HILOS		550,00
	CARACTERISTICAS		
	• Agujas: 2		
	• Hilos: 4		
	• Distancia entre agujas: 2,0, 3,2, 4,0, 4,8, 4,8+2,0 mm		
	• Ancho del sobrehilado: 3,2, 4,0, 4,8 y 6,4 mm		
	• Longitud de puntada: 1,5 ~ 4 mm		
	• Velocidad de coser (máx.): 7.000 sti/min		
	• Elevación del pie prensatelas: 7mm		
	• Motor 1/2 HP 3450 RPM -		
	• Mesa: Estandar		
	ACCESORIOS		
	• Pinza		
	• Desarmadores		
	• Cuchilla de repuesto		
	• Aceite litro		

1	MAQ. ELASTICADORA JACK MODELO: JACK JK-8009	1.360,00
	Excelente maquina cinturera de 4 agujas, separacion de agujas 1/4" de pulgadas.	
	Ideal para coser cintura de jeans	
	Máquina para coser cinturas de jeans o telas similares: gabardinas, telas planas, etc.	
	Con puller para mejorar el arrastre.	
	Máquina de 4 agujas (separación de agujas de 1/4" - 1" - 1/4")	
	Guia de cintura curva de 105mm incluida con la máquina (original de Jack)	
	• Motor 3/4 HP 3450 RPM -	
	ACCESORIOS	
	• Pinza	
	• Desarmadores	
	• Plato de sesgo	
	• Aceite litro	
	• Covertor	
1	MAQ. RECUBRIDORA KANSEW MODELO: KS500 PLANA	820,00
	CARACTERISTICAS	
	• Agujas: 3	
	• Hilos: 5	
	• Carrera de la barra de aguja: 31-33mm	
	• Longitud de puntada: 1,2-3,6mm	
	• Velocidad de coser (máx.): 6.500 sti/min	
	• Elevación del pie prensatelas: 5mm	
	• Elevación del pie prensatelas mediante el elevador de pedal: 8mm	
	• Motor 3/4 HP 3450 RPM -	
	ACCESORIOS	
	• Pinza	
	• Desarmadores	
	• Plato de sesgo	
	• Aceite litro	
	• Covertor	
1	CORTADORA DE TELA CIRCULAR KANSEW 4P	120,00
	Incluye	
	Cuchilla de repuesto	
	Piedra de Afilar de Repuesto	
	Carbones de repuestos	
1	PEGADORA DE TROQUEL	130,00
	<small>PRECIO YA INCLUYEN IVA</small>	
	SUBTOTAL	3.460,00
	12% IVA	
	TOTAL	3.460,00
	SON: TRES MIL CUATROCIENTOS SESENTA CON 00/100 DOLARES	

Nota: Con respecto al mantenimiento preventivo si el trabajo es frecuente se recomienda hacerlo cada año dentro de la garantía (1 AÑO) sin costo, despues el costo es de 22,00 dolares

Atentamente,
ALEJANDRO CEPEDA
ASESOR COMERCIAL
 Cel. 0984999226 2297125

- * VALIDEZ DE LA PROFORMA: 30 DIAS
- * FORMA DE PAGO: EFECTIVO
- * PRECIO YA INCLUYE IVA
- * GARANTIA 1 AÑO
- * SERVICIO TECNICO Y REPUESTOS
- * INCLUYE ENTREGA Y CAPACIACION A DOMICILIO

Anexo N°2 Proforma de muebles multibuebles 2018



María Raquel Cueva Avila
RUC 1719484790001

PROFORMA 000018191

Av. América N29-72 y Cristobal Acuña (esquina) Email: rcueva@multimueblesquito.com
Telfs. 02 255 75 66 Telefax: 02 22 22 748 / 0984 854 691 0984 978 111 www.multimueblesquito.com Quito - Ecuador

Cliente: Alexis Garcia RUC: _____
 Dirección: _____ Teléf.: _____
 Atención: _____ Fecha: 2018-09-11 Fecha entrega: _____

Efectivo: _____ Cheque _____ Tarjeta: _____
 Abono: _____ Saldo: _____

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
2	Estacion en 2 papeñas	165	330
2	Archivadores aereos	75	150
1	Tanden de 2	200	200
2	Sillas secretarias sb.	60	120
1	Mesa de 0,90	90	90
SON: _____		SUBTOTAL	890
SIN VALOR COMERCIAL		IVA %	106 ⁸⁰ / ₁₀₀
FIRMA DEL CLIENTE _____		TOTAL	996 ⁸⁰ / ₁₀₀
FIRMA AUTORIZADA <u>Selene</u>			

La garantía cubre defectos de fabricación. Salida la mercadería no se acepta devolución.

Anexo N°5 Proformas de telas Trapos Finos 2018



DISTRITEGA
IMPORTADOR Y DISTRIBUIDOR TEXTIL
 Matriz: Pío Jaramillo Alvarado N53-217 Y Los Pinos Ciudadela Kennedy
 Almacén: Av. 6 de Diciembre N44-273 y Abdón Calderón Local N°5
 Telfs.: 3 341-818 / 2 408-009 Cel.: 09955-2850 / 094-239-918 Fax: 240-6658
 Email: j.carlos39@gmail.com / traposfinos@hotmail.com * Quito - Ecuador

NOTA DE ENTREGA

N° 0019212

Vendido a: Sr. Alexis Garcia.		Fecha: Quito, 23. Agosto 2018	
Banco: #		Fecha:	
CANTIDAD	ARTÍCULO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
25	Kls jersey llano 65 Poliéster 35 Algodón 90 tubular Rendimiento 3/K.	9.50	
60	Mts Kiana llano 100% Poliéster 90 tub	2.10	
1	Cape hilo danhuang x 6	15.00	
100	Un. botón. x 100	3.50	
	Firma: Cliente	TOTAL \$ →	

Anexo N°6 Amortización

CUOTA	FECHA DE PAGO	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DESG.	SEGURO INCENDIO	VALOR CUOTA	SALDO
0	15-may-17	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30000.0
1	15-jun-17	322.69	394.11	12.58	0.0	729.38	29677.31
2	15-jul-17	326.79	402.87	12.86	0.0	742.52	29350.52
3	15-ago-17	331.37	398.43	12.72	0.0	742.52	29019.15
4	15-sep-17	336.01	393.93	12.58	0.0	742.52	28683.14
5	15-oct-17	340.72	389.37	12.43	0.0	742.52	28342.42
6	15-nov-17	345.49	384.75	12.28	0.0	742.52	27996.93
7	15-dic-17	350.33	380.06	12.13	0.0	742.52	27646.6
8	15-ene-18	355.24	375.3	11.98	0.0	742.52	27291.36
9	15-feb-18	360.21	370.48	11.83	0.0	742.52	26931.15
10	15-mar-18	365.26	365.59	11.67	0.0	742.52	26565.89
11	15-abr-18	370.38	360.63	11.51	0.0	742.52	26195.51
12	15-may-18	375.56	355.6	11.36	0.0	742.52	25819.95
13	15-jun-18	380.83	350.51	11.18	0.0	742.52	25439.12
14	15-jul-18	386.16	345.34	11.02	0.0	742.52	25052.96
15	15-ago-18	391.57	340.09	10.86	0.0	742.52	24661.39
16	15-sep-18	397.06	334.78	10.68	0.0	742.52	24264.33
17	15-oct-18	402.62	329.39	10.51	0.0	742.52	23861.71
18	15-nov-18	408.26	323.92	10.34	0.0	742.52	23453.45
19	15-dic-18	413.98	318.38	10.16	0.0	742.52	23039.47
20	15-ene-19	419.78	312.76	9.98	0.0	742.52	22619.69
21	15-feb-19	425.66	307.06	9.8	0.0	742.52	22194.03
22	15-mar-19	431.62	301.28	9.62	0.0	742.52	21762.41
23	15-abr-19	437.66	295.42	9.43	0.0	742.51	21324.75
24	15-may-19	443.8	289.48	9.24	0.0	742.52	20880.95
25	15-jun-19	450.01	283.46	9.05	0.0	742.52	20430.94
26	15-jul-19	456.32	277.35	8.85	0.0	742.52	19974.62
27	15-ago-19	462.71	271.16	8.65	0.0	742.52	19511.91
28	15-sep-19	469.19	264.87	8.46	0.0	742.52	19042.72
29	15-oct-19	475.76	258.5	8.26	0.0	742.52	18566.96
30	15-nov-19	482.43	252.05	8.04	0.0	742.52	18084.53
31	15-dic-19	489.19	245.5	7.83	0.0	742.52	17595.34
32	15-ene-20	496.04	238.86	7.62	0.0	742.52	17099.3
33	15-feb-20	502.99	232.12	7.41	0.0	742.52	16596.31
34	15-mar-20	510.03	225.29	7.2	0.0	742.52	16086.28
35	15-abr-20	517.18	218.37	6.97	0.0	742.52	15569.1
36	15-may-20	524.42	211.35	6.75	0.0	742.52	15044.68
37	15-jun-20	531.77	204.23	6.52	0.0	742.52	14512.91
38	15-jul-20	539.22	197.01	6.29	0.0	742.52	13973.69
39	15-ago-20	546.77	189.69	6.06	0.0	742.52	13426.92
40	15-sep-20	554.43	182.27	5.82	0.0	742.52	12872.49
41	15-oct-20	562.2	174.74	5.58	0.0	742.52	12310.29
42	15-nov-20	570.07	167.11	5.34	0.0	742.52	11740.22
43	15-dic-20	578.06	159.37	5.09	0.0	742.52	11162.16
44	15-ene-21	586.16	151.53	4.83	0.0	742.52	10576.0
45	15-feb-21	594.37	143.57	4.58	0.0	742.52	9981.63
46	15-mar-21	602.69	135.5	4.33	0.0	742.52	9378.94
47	15-abr-21	611.14	127.32	4.06	0.0	742.52	8767.8
48	15-may-21	619.7	119.02	3.8	0.0	742.52	8148.1
49	15-jun-21	628.38	110.61	3.53	0.0	742.52	7519.72
50	15-jul-21	637.18	102.08	3.26	0.0	742.52	6882.54
51	15-ago-21	646.11	93.43	2.98	0.0	742.52	6236.43
52	15-sep-21	655.16	84.66	2.7	0.0	742.52	5581.27
53	15-oct-21	664.34	75.77	2.41	0.0	742.52	4916.93
54	15-nov-21	673.64	66.75	2.13	0.0	742.52	4243.29
55	15-dic-21	683.08	57.6	1.84	0.0	742.52	3560.21
56	15-ene-22	692.65	48.33	1.54	0.0	742.52	2867.56
57	15-feb-22	702.35	38.93	1.24	0.0	742.52	2165.21
58	15-mar-22	712.19	29.39	0.94	0.0	742.52	1453.02
59	15-abr-22	722.17	19.72	0.63	0.0	742.52	730.85
60	15-may-22	730.85	9.92	0.32	0.0	741.09	0.0