



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA DE EMPRESAS

### **TEMA:**

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA TEXTIL  
CONFECCIONES ELEGANTT GUSA, DE LA CIUDAD DE AMBATO,  
PROVINCIA DE TUNGURAHUA, PERÍODO 2016-2018.

### **AUTORA:**

GEOCONDA ANABEL MEDINA SALAS

**RIOBAMBA-ECUADOR**

**2017**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de investigación, ha sido desarrollado por la señorita GEOCONDA ANABEL MEDINA SALAS, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

.....  
Ing. Juan Carlos Castillo Moya

**DIRECTOR DEL TRIBUNAL**

.....  
Ing. Gilma Gabriela Uquillas Granizo

**MIEMBRO TRIBUNAL**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, GEOCONDA ANABEL MEDINA SALAS, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 19 de enero de 2017

Geoconda Anabel Medina Salas  
C.C. 180438857-5

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación dedico primero a Dios y a la Virgen de Guadalupe porque ellos son los que han estado conmigo durante este trayecto de mi vida, gracias a ellos por sus bendiciones que han derramado sobre mí y por la sabiduría que me han dado. Además, ellos son quienes me han dado la oportunidad de seguir con vida y me han permitido llegar hasta aquí.

Con mucho Amor y Cariño también dedico a mis Padres Francisco Medina y Beatriz Salas, a ellos por ser mi pilar fundamental, por su apoyo incondicional que me han brindado, por sus valores que me han inculcado para seguir adelante y no rendirme.

A mis hermanos Washington y Kevin, quienes han estado ahí impulsándome en mis estudios, ellos son mi inspiración para seguirme superando.

A ellos por ser los principales protagonistas de este sueño alcanzado.

“La confianza en sí mismo es el primer secreto del éxito”

Ralph Waldo Emerson

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, quiero agradecer a Dios y a la Virgen de Guadalupe por ser mi guía, por ser el ejemplo más grande de Amor, por la vida y por todo lo que tengo y soy.

A mis padres por su apoyo incondicional que depositaron en mí, tanto moral como económico, por haberme dado la mejor educación y lecciones de vida por haberme enseñado que con esfuerzo, trabajo y perseverancia todo se consigue y se puede lograr, por haber compartido junto a mí, mis fracasos y mis triunfos, mis tristezas y alegrías.

Agradezco a toda mi familia que sigue estando cerca de mí, por sus palabras de aliento.

Finalmente agradezco a mi querida institución a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por haberme abierto las puertas para prepararme como profesional, a mis queridos docentes quienes me han ayudado mucho con sus conocimientos y enseñanzas.

# ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas .....	ix
Índice de gráficos.....	xi
Resumen ejecutivo.....	xiii
Summary.....	xiv
Introducción .....	1
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1.1 Formulación del Problema .....	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	3
1.3 OBJETIVOS .....	4
1.3.1 Objetivo General .....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>5</b>
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	5
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	6
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	6
2.2.1 Plan de Negocios.....	6
2.2.2 Análisis de la situación .....	8
2.2.3 Plan de Marketing.....	10
2.2.3.1 Marketing Estratégico.....	10
2.2.4 Plan Técnico .....	12
2.2.5 Plan Administrativo .....	14
2.2.6 Plan Financiero .....	16
2.3 IDEA A DEFENDER .....	18

2.4	VARIABLES .....	18
2.4.1	Variable Independiente .....	18
2.4.2	Variable Dependiente .....	18
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		19
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
3.1.1	Investigación Cualitativa.....	19
3.1.2	Investigación Cuantitativa.....	19
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	19
3.2.1	Investigación de Campo .....	19
3.2.2	Investigación Bibliográfica o Documental .....	19
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	20
3.3.1	Población.....	20
3.3.2	Muestra.....	21
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	22
3.4.1	Métodos.....	22
3.4.2	Técnicas .....	22
3.4.3	Instrumentos.....	23
3.5	RESULTADOS .....	23
3.5.1	Análisis de resultados de la Encuesta .....	23
3.5.2	Resultados de la Entrevista .....	39
3.5.3	Análisis Situacional .....	40
3.5.4	Análisis Externo.....	41
3.5.5	Análisis Interno.....	45
3.5.5.1	Micro entorno .....	45
3.5.6	FODA.....	47
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		51
4.1	TÍTULO .....	51
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	51
4.3.1	PLAN DE MARKETING .....	52
4.3.2	PLAN TÉCNICO.....	69
4.3.3	PLAN ADMINISTRATIVO .....	77
4.3.4	PLAN FINANCIERO .....	89
CONCLUSIONES .....		116
RECOMENDACIONES.....		117

BIBLIOGRAFÍA .....	118
ANEXOS .....	120



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1:	Población de los cantones Ambato y Babahoyo .....	20
Tabla N° 2:	Distribución.....	22
Tabla N° 3:	Género del Encuestado.....	24
Tabla N° 4:	Ocupación del Encuestado .....	25
Tabla N° 5:	Edad del Encuestado .....	26
Tabla N° 6:	Factor más importante al comprar una Camisa o Blusa.....	27
Tabla N° 7:	Marca de Camisa o Blusa.....	28
Tabla N° 8:	Cuán importante es la calidad, la marca y el precio.....	29
Tabla N° 9:	Frecuencia con la que compra una Blusa o Camisa.....	30
Tabla N° 10:	Lugar donde adquiere su Camisa o Blusa .....	31
Tabla N° 11:	Conoce la Empresa Textil Confecciones Elegantt GUSA .....	32
Tabla N° 12:	Ha comprado Camisas o Blusas de esta Empresa.....	33
Tabla N° 13:	Que le ha gustado de este producto.....	34
Tabla N° 14:	La calidad de este producto le ha sido .....	35
Tabla N° 15:	El precio del producto es accesible .....	36
Tabla N° 16:	Compraría nuevamente una Blusa o Camisa de Confecciones Elegantt Gusa .....	37
Tabla N° 17:	Compraría nuevamente una Blusa o Camisa en la empresa .....	38
Tabla N° 18:	Estrategias FODA .....	49
Tabla N° 19:	Características del Mercado Objetivo .....	53
Tabla N° 20:	Estudio de la Demanda.....	54
Tabla N° 21:	Estudio de la Oferta.....	55
Tabla N° 22:	Lista de productos .....	56
Tabla N° 23:	Lista de productos sustitutos .....	57
Tabla N° 24:	Lista de productos .....	58
Tabla N° 24:	Presupuesto de promoción y publicidad .....	69
Tabla N° 27:	Reclutamiento del cargo a Secretaria .....	82
Tabla N° 29:	Reclutamiento del cargo Administrador/a.....	83
Tabla N° 30:	Reclutamiento del cargo Diseñador/a .....	84
Tabla N° 31:	Reclutamiento del cargo Operador/a.....	85
Tabla N° 32:	Reclutamiento del cargo Vendedor/a .....	86

Tabla N° 33: Plan de Inversión.....	90
Tabla N° 34: Capital de Trabajo .....	91
Tabla N° 35: Recursos Financieros .....	91
Tabla N° 36: Plan de Financiamiento .....	92
Tabla N° 37: Plan de Financiamiento .....	92
Tabla N° 38: Costo de Producción de la Camisa Formal .....	94
Tabla N° 39: Costo de Producción de la Camisa Casual .....	95
Tabla N° 40: Costo de Producción de la Camisa Escolar.....	96
Tabla N° 41: Costo de Producción de la Blusa Escolar.....	97
Tabla N° 42: Cuadro de Depreciación de los Bines Administrativos.....	98
Tabla N° 43: Sueldo del Área Administrativa .....	99
Tabla N° 44: Cuadro de Depreciación la Maquinaria.....	100
Tabla N° 45: Detalle de los Costos y Gastos de Venta.....	100
Tabla N° 46: Cálculo de Gastos.....	101
Tabla N° 47: Precio de Venta .....	102
Tabla N° 48: Unidades Producidas .....	103
Tabla N° 49: Unidades Vendidas.....	103
Tabla N° 50: Costo de Producción .....	104
Tabla N° 51: Ventas.....	105
Tabla N° 52: Estado de Resultados.....	106
Tabla N° 53: Proyección de ventas.....	107
Tabla N° 54: Proyección de la depreciación.....	108
Tabla N° 55: Proyección de Gastos .....	109
Tabla N° 56: Proyección de costos .....	110
Tabla N° 57: Flujo de Caja .....	111
Tabla N° 58: Valor Actual Neto .....	112
Tabla N° 59: Tasa Interna de Retorno .....	114
Tabla N° 60: Estado de Resultados proyectados .....	115

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1:	Género del Encuestado .....	24
Gráfico N° 2:	Ocupación del Encuestado .....	25
Gráfico N° 3:	Edad del Encuestado .....	26
Gráfico N° 4:	Factor más importante al comprar una Camisa o Blusa .....	27
Gráfico N° 5:	Marca de Camisa o Blusa .....	28
Gráfico N° 6:	Cuán importante es la calidad, la marca y el precio .....	29
Gráfico N° 7:	Frecuencia con la que compra una Blusa o Camisa.....	30
Gráfico N° 8:	Lugar donde adquiere su Camisa o Blusa.....	31
Gráfico N° 9:	Conoce la Empresa Textil Confecciones Elegantt GUSA.....	32
Gráfico N° 10:	Ha comprado Camisas o Blusas de esta Empresa.....	33
Gráfico N° 11:	Que le ha gustado de este producto .....	34
Gráfico N° 12:	La calidad de este producto le ha sido .....	35
Gráfico N° 13:	El precio del producto es accesible.....	36
Gráfico N° 14:	Compraría nuevamente una Blusa o Camisa de Confecciones Elegantt Gusa .....	37
Gráfico N° 15:	Compraría nuevamente una Blusa o Camisa en la empresa .....	38
Gráfico N° 16:	Inflación Anual .....	41
Gráfico N° 17:	Incidencia en la Inflación de las Divisiones de productos.....	42
Gráfico N° 18:	Producto Interno Bruto .....	43
Gráfico N° 19:	Fuerzas Competitivas de Porter .....	46
Gráfico N° 20:	Canales de Distribución .....	52
Gráfico N° 21:	Ubicación de Elegantt Gusa.....	59
Gráfico N° 22:	Página principal de la empresa .....	61
Gráfico N° 23:	Objetivo en la empresa .....	62
Gráfico N° 24:	Reseña histórica de la empresa .....	62
Gráfico N° 25:	Misión de la empresa .....	63
Gráfico N° 26:	Visión de la empresa.....	63
Gráfico N° 27:	Información sobre la empresa.....	64
Gráfico N° 28:	Producto que ofrece la empresa .....	64
Gráfico N° 29:	Dirección y contactos de localización de la empresa.....	65
Gráfico N° 30:	Canales de distribución de los productos de la empresa.....	65

Gráfico N° 31: Los servicios que ofrece la empresa .....	66
Gráfico N° 32: Dirección de la página web de Elegantt Gusa .....	67
Gráfico N° 33: Modelo de la tarjeta de presentación. ....	68
Gráfico N° 34: Premios que ofrece la empresa .....	68
Gráfico N° 35: Dirección de Elegantt Gusa .....	70
Gráfico N° 36: Distribución de la planta .....	71
Gráfico N° 37: Tecnología para la moda.....	72
Gráfico N° 38: Maquinaria que se utiliza para la Automatización.....	72
Gráfico N° 39: Maquinarias que se utilizan en la producción.....	74
Gráfico N° 40: Procesos de producción de camisas .....	75
Gráfico N° 41: Proceso de producción de las blusas .....	76
Gráfico N° 42: Logotipo de Elegantt Gusa .....	78
Gráfico N° 43: Imagen corporativa de “Confecciones Elegantt Gusa” .....	79
Gráfico N° 44: Organigrama Estructural .....	80

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El “Diseño de un plan de negocios para la empresa textil confecciones Elegantt Gusa, de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua” con la finalidad de conocer el mercado demandante en la compra de camisas casuales, formales y blusas escolares para niños, damas y caballeros la cual está relacionada con las nuevas tendencias requeridas por los clientes. Su mercado principal de acuerdo a temporadas o estacionalidades, está en algunas ciudades de la sierra y la costa. en la propuesta se desarrolló el plan de marketing donde se detalla las estrategias y acciones aplicadas en la elaboración de la página web, el plan técnico está relacionado con los procesos de elaboración de los productos, el plan administrativo mediante el organigrama y funciones de los colaboradores, y por último el plan financiero en donde contiene los costos de producción y los respectivos resultados del ejercicio, mediante el balance de resultados, obteniendo una proyección para los 3 años con un VAN de \$143.274,00 y con un TIR 21%. Mediante la aplicación del plan de negocios ayudaría a la empresa a evaluar los resultados obtenidos durante el desarrollo de la actividad económica.

**Palabras Claves:** PLAN DE NEGOCIO. PLAN DE MARKETING. PLAN TÉCNICO. PLAN ADMINISTRATIVO. PLAN FINANCIERO. VALOR ACTUAL NETO. TASA INTERNA DE RETORNO.

Ing. Juan Carlos Castillo Moya

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **SUMMARY**

The “Design of a business plan for the textile company Elegant Gusa garments, of the city of Ambato, Tungurahua province,” with the purpose of finding out the demanding market in the purchasing of casual and formal shirts and school shirts for kids, women and men, which is linked with current trends required by clients, its key market according to time of year or seasons in a couple of cities of the sierra and coastal regions. In the proposal, a marketing plan is designed where the strategies and applied actions in the creation of a web page are detailed. The technical plan is related with the procedures of products creation. The administrative plan through the organizational chart and functions of its collaborators. Lastly, the financial plan containing the production costs and its respective annual outcomes, the balance sheet obtaining a forecast for the next 3 years with an NPV of \$143,274.00 and an IRR of 21%. Through the application of the business plan this will help the company to evaluate the results obtained during the development of the economic activity.

**KEYWORDS:** BUSINESS PLAN. MARKETING PLAN. TECHNICAL PLAN. ADMINISTRATIVE PLAN. FINANCIAL PLAN. NET PRESENT VALUE. INTERNAL RATE OF RETURN.

## INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de la empresa textil confecciones Elegantt Gusa es incursionar e innovar sus prendas de vestir desde su diseño, corte y confección hasta su venta al consumidor final y de esta manera ser líder en la industria textil que satisfaga a sus clientes con los mejores productos en ropa y calidad en moda.

Durante este trabajo de investigación me ha permitido aplicar los conocimientos adquiridos durante todo el periodo académico con la aplicación de estrategias para resolver posibles problemas que se encuentren durante la investigación mediante los siguientes capítulos:

El capítulo I, abarca todo lo referente al problema investigativo, el cual se determina la formulación del problema, el respectivo planteamiento del mismo de esa manera se desarrolla la justificación del porque se determina la investigación, con sus respectivos objetivos tanto generales como específicos.

En el capítulo II, se determina el marco teórico, en el que se desarrolla el plan de negocios para la empresa textil confecciones Elegantt Gusa, con los antecedentes investigativos, la fundamentación teórica donde se define la variable independiente y dependiente del tema investigativo, y la formulación de la idea a defender con sus respectivas variables.

En el capítulo III, se define la metodología con la que se elabora la investigación, utilizando las variables independiente y dependiente, la respectiva verificación de la idea a defender, mediante las encuestas establecidas a la población del cantón Ambato y del cantón Babahoyo obteniendo una muestra de 384 personas.

En el capítulo IV, se define el tema de la propuesta, con el que se pretende dar una solución al problema planteado, con el desarrollo del plan de negocios para la empresa Textil confecciones Elegantt Gusa, con el propósito de mejorar la situación de la misma, en la cual contiene el plan de marketing, plan técnico, plan administrativo, el plan financiero y por ultimo las conclusiones y recomendaciones.

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa” es una empresa textil que se dedica a la elaboración de camisas y blusas para damas, caballeros, niños y complementariamente todo tipo de prendas de vestir como uniformes. Su mercado principal de acuerdo a temporadas o estacionalidades de mercado, está en algunas ciudades de la sierra y la costa. La empresa tiene registrada su marca y logotipo en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual IEPI.

Cuenta con 11 trabajadores fijos parte de los cuales son miembros de la familia y su valor anual de ventas supone \$ 26.000

Entre los principales problemas de la empresa se distinguen los siguientes:

- La empresa tiene problemas con la competencia ya que es muy significativa, los costos de la materia prima son muy elevados, esto impide que exista una mejor calidad en los acabados finales de sus productos.
- Existe mala distribución de planta, estrechez del local y carencia de un plan para la calidad y control de la producción.
- No está organizada empresarialmente, debido a que se confunde familia con negocios.
- No cuenta con un sistema contable financiero que permita saber con exactitud los costos de producción y los resultados del ejercicio.

Todo lo expuesto impide tener una mayor claridad sobre su negocio, ya que desconocen la estructura de costos, gastos e inversiones y no pueden identificar sus posibles riesgos.



### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿Un Plan de Negocios para la Empresa Textil confecciones Elegantt “GUSA”, de la Ciudad de Ambato, ¿Provincia de Tungurahua, ¿Periodo 2016-2018, fortalecerá a la organización?

### **1.1.2 Delimitación del Problema**

**Espacial:** Empresa Textil Confecciones Elegantt “GUSA” de la Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

**Temporal:** 2016-2018

**Contenido:** Plan de Negocios

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

Con el plan de negocios para la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa podrá identificar los supuestos que mayor impacto tienen en el negocio y de esta manera se convertirá en una empresa organizada con un mercado permanente, debido a la calidad del producto y los diseños que conforme a sus políticas de producción relacionadas con las estacionalidades del mercado, es decir, la herramienta permitirá dar al negocio la condición de una empresa con proyección que aplique para su gestión los elementos del proceso y funciones administrativas, a fin de lograr en el tiempo ser una empresa socialmente responsable que persigue alcanzar resultados tanto: Económico, social y ambiental.

La empresa necesita ser fortalecida, es por ello que mediante el Plan de Negocios se desarrollará estrategias para que la empresa crezca, además, se involucre una acumulación de conocimientos y capital humano, iniciando así un sistema de formación y capacitación dentro de la empresa y mediante ello día a día continúe innovando el producto ya que la sociedad está en la tendencia de la moda.

Este proyecto permitirá aplicar los conocimientos adquiridos durante todo el periodo académico con la aplicación de estrategias para resolver posibles problemas que se encuentren durante la investigación.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General**

Diseñar un plan de Negocios para la empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa, de la Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, período 2016-2018, que permita mejorar el crecimiento de la misma.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Desarrollar un Plan de Negocios que permita mejorar la gestión administrativa basándonos técnicamente en el marco teórico.
- Diagnosticar la situación actual de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, para identificar la matriz FODA y mediante ello plantear estrategias para resolver los tipos de problemas.
- Elaborar un plan de marketing, técnico, administrativo y financiero, mismos que facilitará el seguimiento de resultados durante la ejecución del plan de negocios.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

De acuerdo a la investigación realizada en la tesis publicada en el año 2014 por Estefanía de las Mercedes Vinueza Oñate con el tema “INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL CENTRO DE CAPACITACIÓN OCUPACIONAL PARTICULAR “CANADIAN SCHOOL” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, EN EL PERIODO 2012-2013”, se concluye que. “En todos los procesos secuenciales que se ha realizado en el plan de negocios se ha logrado mantener un espíritu acorde a la realidad, de ahí que hecho el plan operativo técnico se ajusta a parámetros adecuados dentro del tamaño del mercado, la disponibilidad de recursos y capital son adecuados, una localización estratégica, un proceso funcional para producir el servicio y una distribución de ambientes acordes a las necesidades actuales; dentro del plan administrativo se manejan con un orgánico estructural y funcional ajustado a la realidad y finalmente en lo económico financiero con las proyecciones hechas muestra su viabilidad para poder incrementar el número de estudiante en un 25%”

La tesis publicada en el año 2015 por Brian Joseph Montenegro Cáceres, con el tema “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA BCS ÔKO GARANTIE CÌA. LTDA. UBICADA EN EL CANTÒN CHAMBO PROVINCIA CHIMBORAZO”, concluyen que,” Mediante el Plan de Negocios se ha podido determinar la situación actual en que se encuentra BSC ÔCU GARANTE CÌA. LTDA, se realizó un mapa de procesos claves y de soporte la cual permitió el desarrollo de la misión, funciones y responsabilidades globales de los procesos que realiza la empresa al momento de iniciar un procedimiento de inspección hasta la entrega de los certificados orgánicos.

Esto nos manifiesta que el aplicar un plan de negocios para la Empresa textil confecciones Elegantt Gusa, será de mucha ayuda porque permitirá a la empresa a tener una visión clara y poder solucionar posibles problemas que se presente.

### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

Confecciones Elegantt Gusa, nace como una empresa familiar dedicada a la elaboración de todo tipo de prendas de vestir que empieza sus actividades en el año 2000, conocido con el nombre de Confecciones Elegantt ubicada en la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

Esta empresa con el pasar de los años decide innovar su marca en el año 2014 con el nombre de Confecciones Elegantt Gusa, se llama así en honor a las dos primeras iniciales de los Apellidos del Sr. Aníbal Guamanquishpe y de la Sra. Carmen Salas, dueños de esta empresa es ahí el nombre de GUSA, con el propósito que sus productos puedan ser identificados y diferenciados en el mercado.

El objetivo principal de la empresa textil confecciones Elegantt Gusa es incursionar e innovar sus prendas de vestir desde su diseño, corte y confección hasta su venta al consumidor final y de esta manera ser líder en la industria textil que satisfaga a sus clientes con los mejores productos en ropa y calidad en moda.

Esto les ha permitido obtener una gran aceptación durante todo el año por su amplia gama de colores, calidad y servicio, incursionando ahora en la elaboración y fabricación de uniformes para damas y caballeros, brindando sus primeros servicios a escuelas, las cuales han manifestado una gran satisfacción gracias a su servicio y calidad de sus productos.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1 Plan de Negocios**

Se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa.

(Fleitman, 2000)

El plan de negocios es una herramienta que ayuda al emprendedor a tener una idea clara para cumplir y alcanzar el logro de sus metas y objetivos.

El plan de negocios ayuda a:

- Poner en claro las ideas.
- Detectar las oportunidades.
- Anticiparse a cualquier riesgo o problema que pueda presentarse.
- Estudiar la factibilidad real de la idea antes de realizar un compromiso financiero y personal (tiempo y dinero) significativo.
- Obtener financiamiento, ya sea mediante préstamo bancario o por inversionistas.
- Buscar futuros empleados.
- Revisar periódicamente los avances y fijar nuevas rutas de acción.

(Gonzalez, 2007)

Mediante la aplicación del plan de negocios ayuda a la empresa a detectar cada una de las oportunidades que tiene la misma y llevar un control de las actividades que debe realizar.

### **2.2.1.1 Importancia de un plan de negocios**

El plan de negocios nos ayuda a evaluar el funcionamiento de la empresa, así como los distintos caminos que tome sobre el escenario previsto.

### **2.2.1.2 Para qué sirve un plan de negocios**

El plan de negocios sirve para verificar que tan acertada es la idea, o que tan buena podría llegar hacer la nueva empresa en términos de clientela y ganancias.

### 2.2.2 Análisis de la situación

La finalidad de la situación es evaluar a la empresa en relación con su entorno, obteniendo toda la información necesaria para una toma de decisiones más eficiente.

Esto permitirá a la empresa estar en situación de responder de manera planificada a los cambios que se detectan en dicho entorno, aprovechando las posibles oportunidades y minimizando las posibles amenazas.

**Análisis externo:** El análisis externo permite identificar quienes son los protagonistas, que características los definen, como se clasifican, esto ayuda a detectar las amenazas y oportunidades del entorno.

**Análisis interno:** Permite determinar cuáles son los puntos fuertes y débiles de la empresa.

**Análisis del Entorno:** Se refiere al estudio del micro entorno y el macro entorno.

#### **Macro entorno**

El macro entorno permite a la empresa identificar tanto sus oportunidades como las amenazas para su funcionamiento, lo cual a veces puede demandar una reorganización de las metas empresariales.

El macro entorno está compuesto por cinco variables que son:

**Demográficas:** Son aspectos tales como la tasa de mortalidad, la estructura de edades, los cambios en la composición familiar y los movimientos poblacionales.

**Económicas:** Consiste en el crecimiento económico, la inflación, el desempleo, la tasa de interés.

**Socioculturales:** Son aspectos como los cambios en los valores, la incorporación de la mujer al trabajo, tendencias en la educación, etc.

**Legales y políticas:** Tratados internacionales de comercio, el sistema político, las autonomías, garantías legales e influencia de los grupos políticos.

**Tecnológicas:** Los inventos y la difusión de innovaciones, las patentes, inversión en investigación y desarrollo.

**Presión medioambiental:** Se refiere a la ecología en las acciones contaminantes de las empresas.

### **Micro entorno**

Denominamos micro entorno al conjunto de elementos del entorno que tienen un impacto específico en la actividad comercial de una empresa en función, exclusivamente de las características particulares de dicha empresa.

Los principales elementos que conforman el estudio del micro entorno son los siguientes:

**Proveedores:** Los proveedores se encargan de suministrar los recursos necesarios para que la empresa elabore sus productos. Es muy importante gestionar eficientemente las compras de recursos para garantizar los suministros en la cantidad y calidad requeridas.

**Intermediarios:** Los intermediarios son las organizaciones que facilitan a la empresa su labor de comercialización de los productos que elabora.

**Competencia:** Se refiere a aquellas organizaciones que se dirigen al mismo mercado objetivo que la empresa, obligándola a adoptar estrategias de marketing que garanticen un mejor posicionamiento de su oferta y una mayor probabilidad de éxito en términos de la satisfacción de las necesidades de dicho mercado.

### **Matriz FODA**

Esta matriz ayuda a relacionar las fortalezas y las debilidades de la empresa con las oportunidades y las amenazas del ambiente, con el objetivo de elaborar un diagnóstico que ubique a la organización dentro de un cuadro de posiciones:

- Una empresa débil en un ambiente positivo de oportunidades.

- Una empresa fuerte en un ambiente positivo de oportunidades.
- Una empresa fuerte en un ambiente negativo de amenazas.
- Una empresa débil en un ambiente negativo de amenazas.

(Devoskin, 2004)

La matriz foda nos permite analizar cuáles son las principales fortalezas y debilidades que una organización o empresa tiene y a partir de ello establecer cuáles son las principales oportunidades y amenazas.

### **2.2.3 Plan de Marketing**

El plan de marketing es un documento escrito que de forma lógica y estructurada definen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo y se detallan las estrategias, acciones que se van a seguir, para alcanzarlos en el plazo previsto. Su elaboración requiere de un proceso previo de estudio, reflexión y toma de decisiones.

(Giménez, 2012)

El plan de marketing es una herramienta básica de gestión que se debe utilizar en toda entidad orientada al mercado para ser competitiva.

#### **2.2.3.1 Marketing Estratégico**

Busca conocer las necesidades actuales futuras de los clientes, localizar nuevos nichos de mercado identificar segmentos de mercado potenciales,

##### **a) Canales de Distribución**

Los canales de distribución es el punto de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios.



## **b) Segmento del Mercado**

Es una porción de clientes potenciales que poseen características comunes entre si y que representa mayor potencial de ventas para la empresa. Algunas de esas características pueden ser: gustos, hábitos de consumo, frecuencia de compra, lugar de ubicación geográfica, capacidad económica, nivel cultural, edad, sexo, religión entre otros.

### **2.2.3.2 El Producto y/o Servicio**

Es el bien a comercializar, mismo que debe cumplir con niveles de calidad e innovación.

### **Clasificaciones de los productos**

**Bienes durables:** Son los productos u objetos tangibles que normalmente son utilizados por un periodo largo, ejemplo; refrigeradoras, herramientas para maquinaria y ropa.

**Bienes no durables:** Son aquellos que, por lo general, se consumen después de una o varias ocasiones de ser usados; por ejemplo, productos de tocador, aceite, azúcar y sal.

**Servicios:** Son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrece ejemplo, cortes de cabello y reparaciones.

### **2.2.3.3 El cliente**

Se debe tomar en cuenta que dependiendo el tipo de cliente será la estrategia a utilizar para penetrar en los segmentos de mercado.

### **2.2.3.4 La competencia**

Es importante realizar una descripción detallada de la competencia, analizando aspectos importantes como bienes y /o servicios que serán competencia directa o indirecta.

### **2.2.3.5 Barreras de entrada**

Es todo aquel mecanismo que imposibilita o dificulta la incorporación al mercado de nuevos competidores para participar de los beneficios del sector. Es fundamental conocer cuáles son las barreras de entrada a su sector, para intentar obviarlas y determinar que estrategias diseñar para ello. Su conocimiento le permitirá elevar esas barreras o elevar otras nuevas para reforzar su posición competitiva frente a potenciales competidores entrantes.

(Uribe J. A., 2012)

Las barreras de entrada son obstáculos que impide el ingreso al mercado de nuevos competidores y productos, para ello se debe analizar cada una de las barreras que existe y buscar alternativas.

### **2.2.4 Plan Técnico**

“El Plan técnico tiene como objetivo llegar a diseñar la función de producción optima que mejor utilice los recursos disponibles, para el producto deseado sea este un bien o servicio”. (Salazar R. C., 2010)

También podemos decir que el plan técnico no solamente demuestra la viabilidad técnica de la empresa, sino que, además, debe presentar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar a la empresa.

#### **2.2.4.1 Tamaño de la empresa**

**Capacidad del sistema:** Es el nivel de producción que una empresa puede ofrecer en base a las especificaciones técnicas de los equipos que utiliza.

**Capacidad organizacional:** Es el nivel de producción que una empresa puede ofrecer mediante sus procesos y organización.

**Producción real:** Se refiere al nivel de producción que una empresa realmente alcanza teniendo en cuenta los eventos o situaciones que con frecuencia se pueden presentar y que afectan el resultado, por ejemplo: accidentes, errores técnicos o humanos, daños etc.

#### **2.2.4.2 Capital humano**

##### **2.2.4.2.1 Mano de obra directa**

Son las personas que intervienen directamente en el proceso operativo de la empresa, es decir los que transforman la materia prima en productos, por ejemplo: los operarios.

##### **2.2.4.2.2 Mano de obra indirecta**

Son aquellas personas que no tienen relación directa con la producción del producto, por ejemplo: los vendedores, la administración, secretarías etc.

##### **2.2.4.2.3 Materia prima**

Son cada uno de los productos o materiales que se utilizan en el proceso de producción para la elaboración del producto.

#### **2.2.4.3 Proceso productivo**

El proceso productivo se define como la forma en que la serie de insumos se transforman en producto mediante la participación de una determinada tecnología en este caso la combinación de la mano de obra, maquinaria, métodos y procesos de operación. Para que el proceso productivo se desarrolle y el producto obtenido sea el mejor es importante que se cuente con una buena materia prima, una excelente maquinaria y una mano de obra eficiente.

(Fernando L. , 2008)

El proceso productivo consiste en transformar todos los materiales e insumos que se utiliza para la elaboración de un producto, el cual se requiere de maquinaria, materia prima y principalmente de la mano de obra.

#### **2.2.4.4 Distribución en planta**

Es la manera adecuada como se disponen los equipos, materiales y el talento humano en el interior de una empresa para lograr la productividad esperada.

Por lo tanto, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

**Minimizar el manejo de material:** Se refiere a minimizar las distancias de tiempo requerido para mover los materiales a través de los procesos de producción.

**Reducción de los riesgos para los trabajadores:** Consiste en reducir los peligros y aumentar la seguridad de los colaboradores, para ello se debe facilitar los materiales necesarios que deben utilizar dentro de la empresa como son: cascos, guantes, overoles, mascarillas etc.

**Equilibrio en el proceso de producción:** Distribuir las maquinas requeridas de forma lógica de acuerdo a los procesos.

**Incremento del ánimo de los trabajadores:** Se debe crear un ambiente favorable para evitar presiones o conflictos y mantener la armonía entre los trabajadores.

**Utilización de espacios disponibles:** El espacio debe usarse en su totalidad para elevar al máximo el rendimiento sobre la inversión de la planta.

**Utilización efectiva de la mano de obra:** Beneficia la efectiva utilización de la mano de obra de los colaboradores, evitando que exista tiempo ocioso.

#### **2.2.5 Plan Administrativo**

El desarrollo del estudio técnico (localización, tamaño, ingeniería y tecnología) ha permitido determinar los requerimientos de instalación, procesos y tecnología que el negocio requiere; luego de este estudio es necesario realizar un plan organizacional, esto puede significar el éxito o el fracaso de la empresa. (Salazar, 2010)

El plan administrativo es el conjunto de políticas, estrategias y técnicas de la organización para la gestión de los recursos humanos y el mejoramiento del desempeño de los colaboradores dentro de la misma.

#### **2.2.5.1 Planeación estratégica de un negocio**

“La determinación de metas básicas a mediano y largo plazo; así como los objetivos de una empresa, la adopción de cursos de acción y la ubicación de recursos necesarios para cumplir con los objetivos”. (Ghemawat, 2013)

La planificación estratégica mejora el desempeño de la organización y el solo hecho de establecer sus elementos como una Misión, Visión, Objetivos influye de manera positiva en el desempeño de la organización.

#### **2.2.5.2 Estructura de la organización**

“La estructura organizacional se puede definir como el conjunto de medios que maneja la organización, con el objetivo de dividir las tareas y funciones para lograr la coordinación efectiva de las mismas”. (Mintzberg, 1991)

La estructura organizacional es un sistema para definir una jerarquía dentro de la organización, con la finalidad de asignar las actividades y tareas para el logro eficiente del mismo.

#### **2.2.5.3 Manual de funciones**

Un manual de funciones dentro de la organización es esencial porque permite, asignar a cada uno de los colaboradores en el puesto de trabajo de acuerdo a su perfil, con la finalidad de que cumplan sus funciones y actividades eficientemente.

## **2.2.6 Plan Financiero**

El plan financiero es un elemento básico que se debe incluir en el plan de negocios. Tiene como propósito evaluar el potencial económico de la empresa y presentar alternativas viables de financiación para la misma.

### **2.2.6.1 Ingresos y Egresos**

Se denomina ingreso a toda entrada de dinero por ventas o por cualquier otro concepto, mientras que los egresos son los desembolsos o salidas de dinero que están representados en las inversiones, los costos y los gastos necesarios para desarrollar las actividades comerciales de la empresa.

(Fernando L. , 2008)

Ingresos es todo aquello que se obtiene por medio de las ventas o por cualquier otro tipo de actividad económica y los egresos son gastos que se realiza para la elaboración de un producto o prestación de un servicio.

### **2.2.6.2 Gastos**

Es el dinero que el dueño de la empresa dispone para pagar lo que se requiere indirectamente en la fabricación y comercialización de los productos, los gastos no se recuperan.

### **2.2.6.3 Costos**

“Es el dinero que el empresario dispone para pagar lo que se requiere directamente con la fabricación del producto, el cual se recupera cuando el producto se vende”. (Fernando L. , 2008)

Es el capital con el que cuenta el dueño de la empresa para cancelar la elaboración del producto.

**Costos variables:** Son los costos que varían de acuerdo a los cambios en los niveles de actividad, están relacionados con el número de unidades vendidas, volumen de producción o número de servicios realizados; ejemplo los costos incurridos en materia prima, combustible etc.

**Costos fijos:** Son costos que no están afectados por las variaciones en los niveles de actividad; ejemplo arrendamiento.

#### **2.2.6.4 Rentabilidad**

La rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recurso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido en la empresa, la empresa puede ser representada en forma relativa (en porcentaje).

(Fernando L. , 2008)

La rentabilidad es el beneficio o utilidad que la organización obtiene mediante la inversión realizada para la comercialización de un producto.

#### **2.2.6.5 Indicadores de Rentabilidad**

Los indicadores de rentabilidad se utilizan para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y los gastos, y de esta manera convertirlas ventas en utilidades. Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de analizar con la aplicación de estos indicadores es la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa.

(Jurado, 2011)

Los indicadores permiten medir de manera efectiva toda la administración de la empresa y mediante ello examinar los costos y los gastos con el único objetivo de convertir las ventas en ganancias y utilidad.

### **2.2.6.6 Análisis de Equilibrio**

El punto de equilibrio entrega una importante información sobre la estructura de costos e ingresos de un negocio. El análisis de equilibrio es una herramienta de la administración moderna que sirve para:

- Programar el nivel de utilización de la capacidad.
- Orientar la decisión sobre la capacidad instalada
- Buscar el máximo de eficiencia en la etapa operativa.
- Definir criterios para la fijación de precios o tarifas y examinar márgenes de subsidios.

(Salazar, 2010)

El análisis de equilibrio permite igualar las ecuaciones de costos e ingresos, con la finalidad de establecer cuál es la cantidad de equilibrio de producto o servicio que el negocio necesita vender para que los ingresos generados hasta ese momento cubran los costos incurridos.

## **2.3 IDEA A DEFENDER**

La aplicación de un plan de negocios en la Empresa Textil Confecciones Elegantt “GUSA” permitirá un mayor crecimiento y de esta manera alcanzar un alto nivel de productividad e ingresos para la misma.

## **2.4 VARIABLES**

### **2.4.1 Variable Independiente**

Plan de negocios

### **2.4.2 Variable Dependiente**

Incrementar el nivel de productividad y utilidad



## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la realización de la presente investigación para el Diseño de un Plan de Negocios para la empresa textil Confecciones Elegantt “GUSA” se utilizará el paradigma cualitativo y cuantitativo.

#### **3.1.1 Investigación Cualitativa**

La investigación cualitativa es una alternativa que nos ayuda a interpretar y comprender la realidad social de la organización, mediante la recopilación y análisis de información para emitir criterios y opiniones acertadas.

#### **3.1.2 Investigación Cuantitativa**

La investigación cuantitativa nos permite conocer la realidad de una manera más imparcial, misma que recoge y analiza los datos e información que se obtendrá mediante la investigación.

### **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.2.1 Investigación de Campo**

Se aplicará la investigación de campo de forma directa en la organización ya que se recopilará toda la información necesaria para detectar la situación actual de la empresa.

#### **3.2.2 Investigación Bibliográfica o Documental**

Utilizaremos la investigación bibliográfica porque nos permitirá definir conceptos escritos por diferentes autores de lo que es un Plan de Negocios y su estructura, así como conceptos que se definirán en el marco teórico de la investigación.

Se utilizará la investigación documental porque se obtendrá información necesaria por medio de la recopilación histórica existente en la organización.

Toda la información obtenida nos permitirá tener una visión clara del presente tema, es por ello que se utilizara información tanto de libros como del internet, con sus respectivas citas bibliográficas.

### 3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.3.1 Población

La población que será objeto de estudio son los siguientes:

- Cantón Ambato
- Cantón Babahoyo

**Tabla N° 1: Población de los cantones Ambato y Babahoyo**

	GRUPOS DE EDAD	SEXO		TOTAL
		Hombre	Mujer	
<b>CANTÓN AMBATO</b>	De 5 a 9 años	16137	15673	31810
	De 10 a 14 años	16323	15843	32166
	De 15 a 19 años	16006	16320	32326
	De 20 a 24 años	14828	15111	29939
	De 25 a 29 años	13500	-----	13500
	De 30 a 34 años	11769	-----	11769
	De 35 a 39 años	10045	-----	10045
	De 40 a 44 años	9094	-----	9094
<b>TOTAL</b>		<b>107702</b>	<b>62947</b>	<b>170649</b>
<b>CANTÓN BABAHOYO</b>	De 5 a 9 años	8117	7748	15865
	De 10 a 14 años	8665	8274	16939
	De 15 a 19 años	7721	7502	15223
	De 20 a 24 años	6618	6512	13130
	De 25 a 29 años	6304	-----	6304
	De 30 a 34 años	5952	-----	5952
	De 35 a 39 años	5271	-----	5271
	De 40 a 44 años	4636	-----	4636
<b>TOTAL</b>		<b>53284</b>	<b>30036</b>	<b>83320</b>

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Anabel Medina

Para determinar la población hemos tomado los cantones mencionados ya que son donde más alto nivel de ventas tiene la empresa.

Teniendo un total de población de **253969** habitantes

### 3.3.2 Muestra

La fórmula a utilizar para obtener la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{[Z^2(P * Q) * N]}{[Z^2(P * Q)] + N(e^2)}$$

#### Dónde

n= Muestra

N= Total de la población=253969

Z<sup>2</sup>= Nivel de confianza que en un 95%) es igual a 1,96

P= Probabilidad de éxito con el 50%

Q= Probabilidad de fracaso (1-P)

e= Error de muestreo 5%)

$$n = \frac{[1,96^2(0,5 * 0,5) * 253969]}{[1,96^2(0,5 * 0,5)] + 253969 (0,05^2)}$$

$$n = \frac{(0,9604)(253969)}{(0,9604) + 253969(0,0025)}$$

$$n = \frac{243912}{635,883}$$

$$n = 384$$

Una vez aplicada la formula se determinó que la muestra es de 384 encuestas distribuidas proporcionalmente así:

**Tabla N° 2: Distribución**

CANTÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE	MUESTRA
AMBATO	170649	67,19%	258
BABAHOYO	83320	32,81%	126
<b>TOTAL</b>	<b>253969</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: Anabel Medina

### **3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **3.4.1 Métodos**

##### **3.4.1.1 Inductivo**

Este método nos permite basarnos en la observación y la experimentación de hechos va de lo general a lo particular.

##### **3.4.1.2 Descriptivo**

Este método nos ayuda a describir el diagnostico situacional de la organización para conocer todas las consecuencias que se originen y poder llegar a conclusiones lógicas.

#### **3.4.2 Técnicas**

##### **3.4.2.1 Observación**

Esta técnica nos permite estar en contacto directo con la realidad que se presenta día a día dentro de la organización.

##### **3.4.2.2 Encuesta**

Se utilizará esta técnica con la finalidad de recopilar toda la información necesaria en el cual se aplicará preguntas abiertas y cerradas

### **3.4.2.3 Entrevista**

La entrevista se utiliza para obtener información específica y especializada que precise datos sobre la situación de la empresa desde el punto de vista del gerente.

### **3.4.3 Instrumentos**

#### **3.4.3.1 Ficha de Observación**

La ficha de observación también es una herramienta de técnicas de investigación para la recolección de datos, referido a un objetivo específico, en el que se determinan variables específicas.

#### **3.4.3.2 Cuestionario**

El cuestionario es una herramienta para realizar las encuestas mediante la formulación de preguntas para generar los datos necesarios y alcanzar los objetivos de la investigación.

#### **3.4.3.3 Guía de Entrevista**

Es la comunicación que se establece por medio de un banco de preguntas o guía entre el investigador y el sujeto de estudio con el fin de obtener respuestas verbales.

## **3.5 RESULTADOS**

### **3.5.1 Análisis de resultados de la Encuesta**

De acuerdo al análisis realizado al sujeto de la investigación mediante la aplicación de encuestas se dará a conocer los resultados efectuados a los pobladores del Cantón Ambato y del Cantón Babahoyo que se muestran a continuación

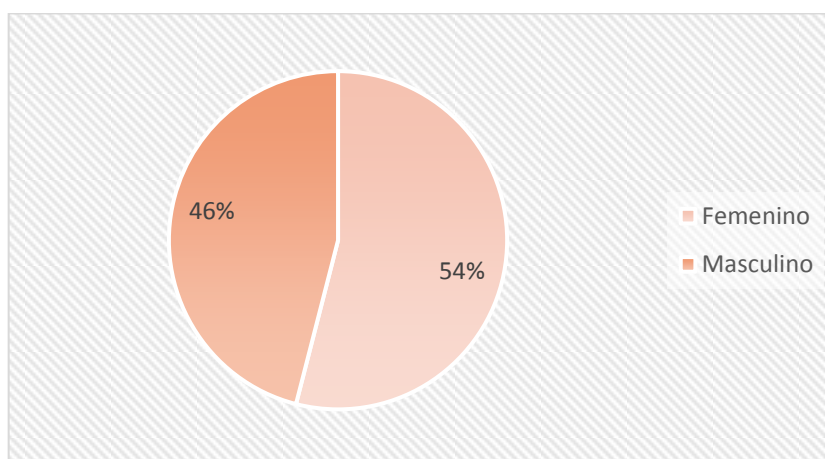
### 3.5.1.1 Resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas en el Cantón de Ambato y Babahoyo

**Género:**

**Tabla N° 3:** Género del Encuestado

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia	%
	Absoluta	Relativa	
<b>Femenino</b>	206	0.54	54%
<b>Masculino</b>	178	0,46	46%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas  
**Elaborado por:** Anabel Medina



**Gráfico N° 1:** Género del Encuestado

**Fuente:** Encuestas Realizadas  
**Elaborado por:** Anabel Medina

#### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo a la representación gráfica el 54% de los encuestados son de sexo femenino, y en un 46% son de sexo masculino, es decir la mayoría de las personas encuestadas fueron del género femenino.

## Ocupación:

Tabla N° 4: Ocupación del Encuestado

Ocupación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	%
Estudiantes	269	0.70	70%
Profesionales	66	0,17	17%
Conductores	20	0,05	5%
Ama de Casa	29	0,08	8%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina

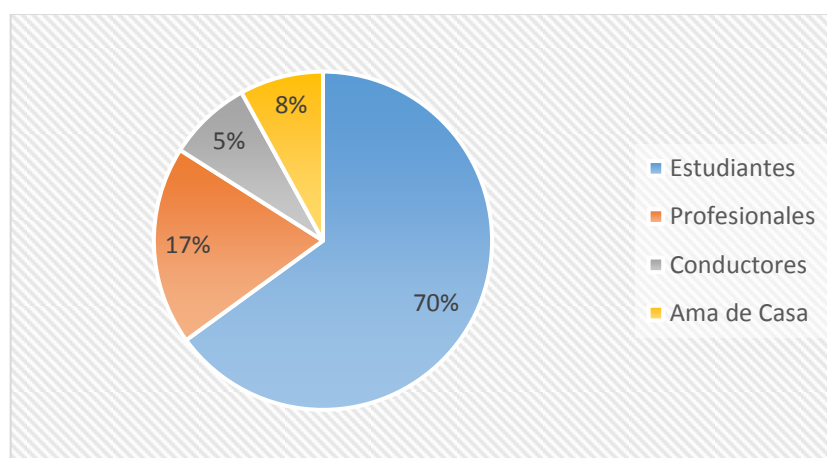


Gráfico N° 2: Ocupación del Encuestado

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina

## Análisis e interpretación:

De las personas encuestadas tenemos que el 70% son estudiantes, el 17% son personas profesionales, mientras que en un 5 % son Choferes y en un 8% son amas de casa, los cuales podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas fueron estudiantes.

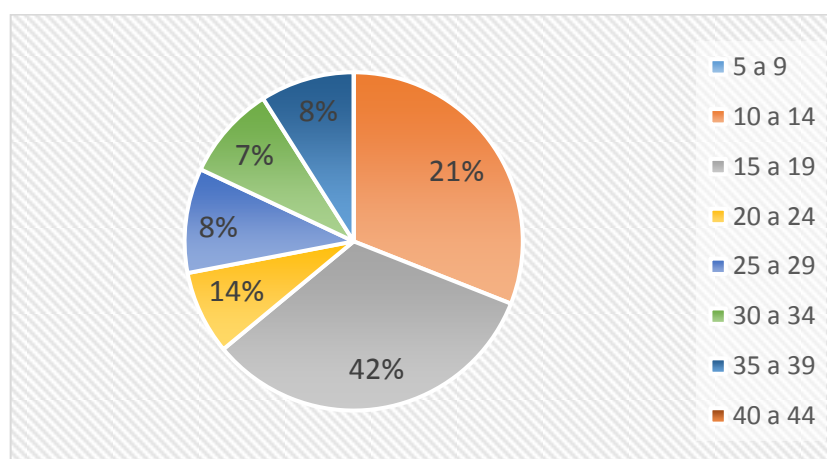
## Edad:

**Tabla N° 5:** Edad del Encuestado

Grupos de Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	%
5 a 9	0	0,00	0%
10 a 14	81	0,21	21%
15 a 19	162	0,42	42%
20 a 24	54	0,14	14%
25 a 29	31	0,08	8%
30 a 34	26	0,07	7%
35 a 39	30	0,08	7%
40 a 44	0	0,00	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina



**Gráfico N° 3:** Edad del Encuestado

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina

### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo a la representación gráfica el 21% son personas entre los 10 a 14 años de edad, seguido en un 42% por las personas de 15 a 19 años de edad, y en un porcentaje del 14% de las personas entre los 20 a 24 años de edad, el 8% de las personas entre 25 a 29 años de edad, el 7% de las personas entre los 30 a 34 años de edad, obteniendo también de un 8% de las personas entre los 35 a 39 años de edad, y con un porcentaje del 0% de las personas entre los 5 a 9 años de edad y entre los 40 a 44 años de edad. Es decir que la mayoría de personas encuestadas fueron entre 15 y 19 años de edad.



## PREGUNTA N° 1.

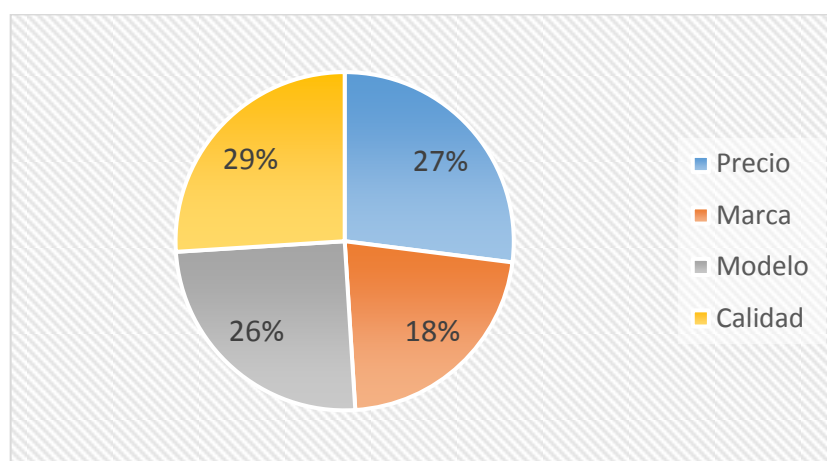
**¿Qué factor considera usted más importante al momento de comprar una Camisa o Blusa?**

**Tabla N° 6:** Factor más importante al comprar una Camisa o Blusa

Factor	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	%
Precio	105	0,27	27%
Marca	70	0,18	18%
Modelo	99	0,26	26%
Calidad	110	0,29	29%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina



**Gráfico N° 4:** Factor más importante al comprar una Camisa o Blusa

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina

### **Análisis e interpretación:**

Se puede determinar que el 27% de las personas encuestadas consideran que el factor más importante al momento de comprar una Camisa o Blusa es el precio, mientras que el 18% consideran más importante la marca, en un 26% de personas manifiestan que el factor más importante es el modelo y en un 29% de las personas encuestadas manifiestan que es la calidad, por lo que se diría que estos factores son muy importantes al momento de comprar una camisa o blusa ya que a todas las personas les importa el precio, la marca, el modelo y la calidad.

## PREGUNTA N° 2.

### ¿Qué marca de Camisa o Blusa usa?

Tabla N° 7: Marca de Camisa o Blusa

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	%
Hollister	171	0,45	45%
American Hit	74	0,20	20%
Abercrombie	44	0,11	11%
Tommy	10	0,03	3%
Aeropostale	36	0,09	9%
Jordán	13	0,03	3%
Elegantt Gusa	31	0,08	8%
Keily	5	0,01	1%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina

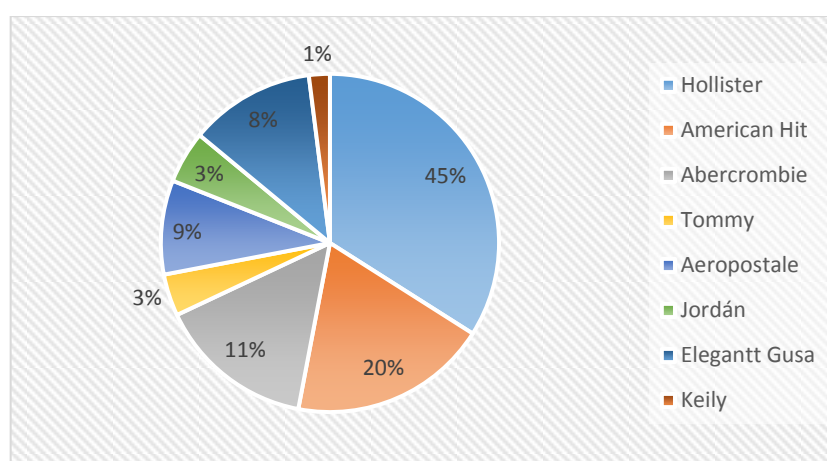


Gráfico N° 5: Marca de Camisa o Blusa

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina

### Análisis e interpretación:

De acuerdo a la representación gráfica el 45% de las personas encuestadas usan Camisas o Blusas de marca Hollister, mientras que el 20% de los encuestados usan la marca American Hit, en un 11% de las personas usan la marca Abercrombie, el 3% usan la marca Tommy, en un 9% de las personas usan la marca Aeropostale, el 3% usan Camisas o Blusas de marca Jordán, mientras que el 8% de las personas encuestadas usan Camisas o blusas de marca Elegantt Gusa y el 1% de las personas encuestadas usan la marca keily, por lo que se podría decir que las marcas Hollister, American Hit y Abercrombie son las más reconocidas y adquiridas por las personas encuestadas.

### PREGUNTA N° 3.

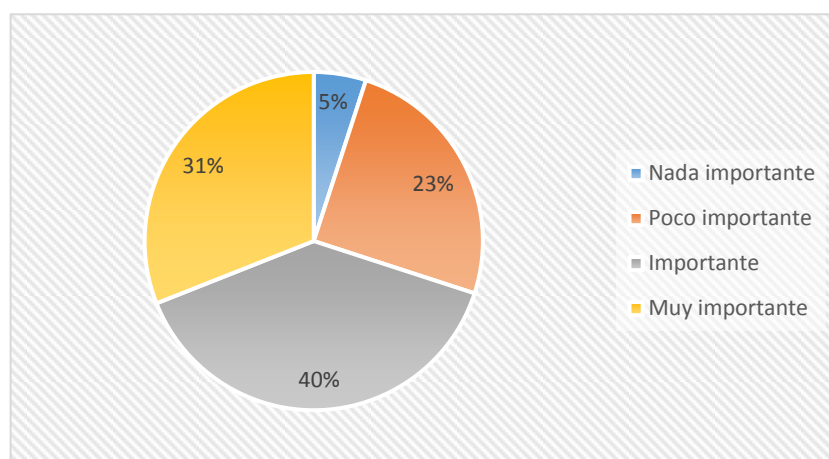
**¿Al elegir comprar una Camisa o Blusa cuán importante es para usted la calidad, la marca y el precio?**

**Tabla N° 8:** Cuán importante es la calidad, la marca y el precio

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia	%
	Absoluta	Relativa	
Nada importante	21	0,05	5%
Poco importante	90	0,23	23%
Importante	153	0,40	40%
Muy importante	120	0,31	31%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina



**Gráfico N° 6:** Cuán importante es la calidad, la marca y el precio

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina

#### **Análisis e interpretación:**

Se puede determinar que el 5% de las personas encuestadas manifiestan que para ellos, la calidad, la marca y el precio significa nada importante al momento de comprar una Camisa o blusa, mientras que para un 23% significa poco importante, para el 40% de las personas encuestadas es importante y para el 31% de las personas encuestadas consideran muy importante la calidad, la marca y el precio al momento de comprar una Camisa o Blusa, por lo que se considera que estos tres factores son fundamentales para los clientes al momento de comprar este tipo de productos.

#### PREGUNTA N° 4.

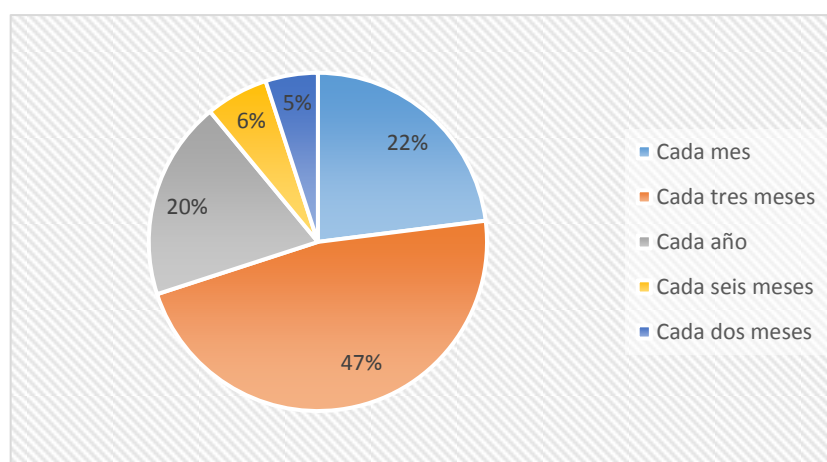
¿Con que frecuencia Usted compra una nueva Camisa o Blusa?

**Tabla N° 9:** Frecuencia con la que compra una Blusa o Camisa

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	%
Cada mes	84	0,22	22%
Cada tres meses	180	0,47	47%
Cada año	77	0,20	20%
Cada 6 meses	24	0,06	6%
Cada dos meses	19	0,05	5%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina



**Gráfico N° 7:** Frecuencia con la que compra una Blusa o Camisa

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina

#### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo a la representación gráfica el 22% de las personas encuestadas compran una Camisa o Blusa cada mes, mientras que el 47% de las personas encuestadas compran cada tres meses, el 20% de las personas encuestadas compran cada año, un 6% compran cada seis meses y un 5% de las personas encuestadas compran cada dos meses, por lo que se diría que las personas frecuentan comprar la mayor parte cada tres meses es decir compran cuatro veces al año.

## PREGUNTA N° 5.

### ¿En qué lugar usted adquiere su Camisa o Blusa?

Tabla N° 10: Lugar donde adquiere su Camisa o Blusa

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia	%
	Absoluta	Relativa	
Almacén	138	0,36	36%
Mercados	191	0,50	50%
Boutique	50	0,13	13%
Mall	5	0,01	1%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina

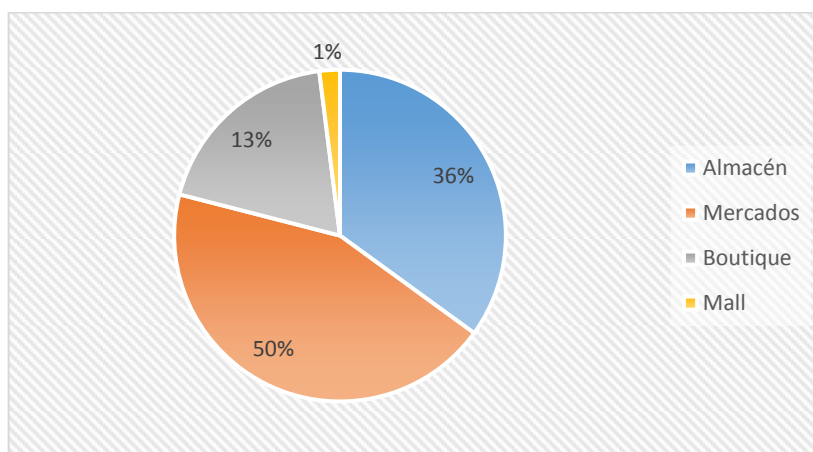


Gráfico N° 8: Lugar donde adquiere su Camisa o Blusa

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina

### Análisis e interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas el 36% de las personas adquieren su Camisa o Blusa en almacenes, el 50% de las personas adquieren en los mercados, en un 13% de las personas adquieren en Boutique y un 1% de las personas adquieren en otros lugares como en el Mall. Por lo que podemos decir que las personas prefieren comprar en los mercados debido a las preferencias que ellos consideran importante.

## PREGUNTA N° 6.

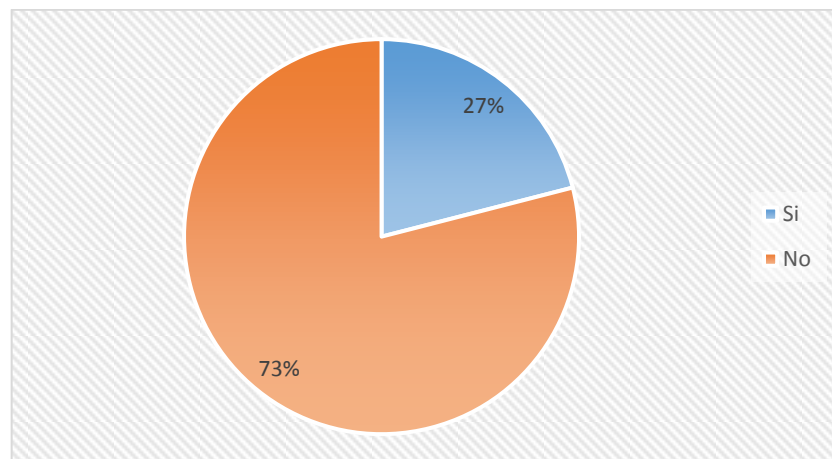
### ¿Usted conoce la Empresa Textil Confecciones Elegantt GUSA?

**Tabla N° 11:** Conoce la Empresa Textil Confecciones Elegantt GUSA

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia	%
	Absoluta	Relativa	
Si	105	0,27	27%
No	279	0,73	73%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina



**Gráfico N° 9:** Conoce la Empresa Textil Confecciones Elegantt GUSA

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina

### Análisis e interpretación:

De acuerdo a la representación gráfica el 27% de las personas encuestadas conocen la empresa Textil Confecciones Elegantt GUSA, mientras que el 73% de las personas encuestadas no conocen la empresa, esto quiere decir que la mayor parte de la población no conoce dicha empresa para lo cual se debe implementar estrategias de marketing.

## PREGUNTA N° 7.

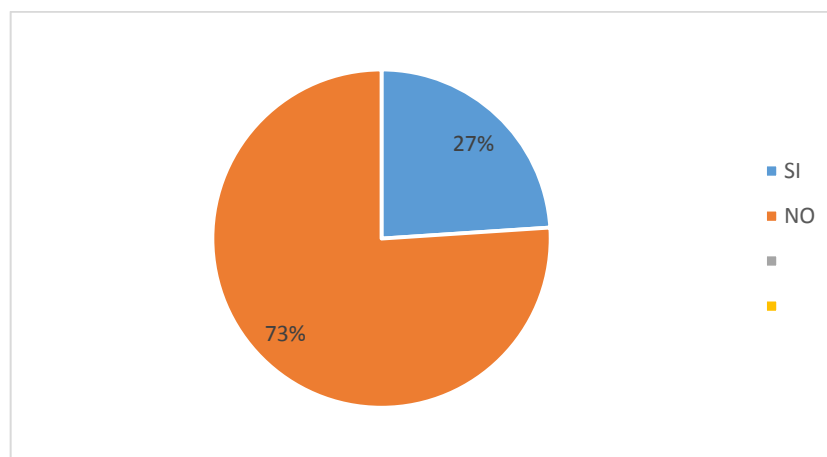
**¿Usted ha comprado Camisas o Blusas de esta Empresa?**

**Tabla N° 12:** Ha comprado Camisas o Blusas de esta Empresa

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia	%
	Absoluta	Relativa	
Si	105	0,27	27%
No	279	0,73	73%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina



**Gráfico N° 10:** Ha comprado Camisas o Blusas de esta Empresa

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina

### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo a la representación gráfica el 27% de las personas manifiestan que, si han comprado en esta empresa mientras que el 73% no han comprado Camisas o Blusas de la empresa Confecciones Elegantt GUSA, es decir que la mayoría de las personas encuestadas no han adquirido ningún producto que dicha empresa elabora.

## PREGUNTA N° 8.

¿Qué es lo que más le ha gustado de este producto?

Tabla N° 13: Que le ha gustado de este producto

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia	%
	Absoluta	Relativa	
<b>Diseño</b>	27	0,26	26%
<b>Precio</b>	21	0,20	20%
<b>Calidad</b>	49	0,47	47%
<b>Marca</b>	8	0,07	7%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina

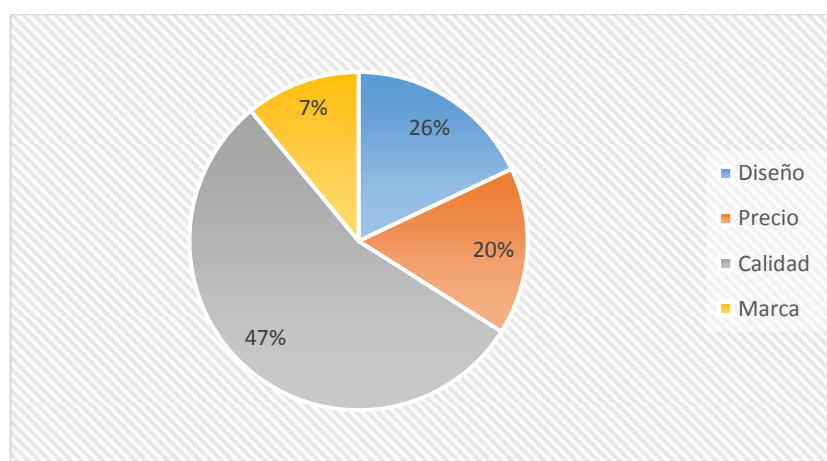


Gráfico N° 11: Que le ha gustado de este producto

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Anabel Medina

### Análisis e interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas el total de personas que conocen la empresa textil Elegantt GUSA que son 105, manifiestan que el factor que más les ha gustado al comprar dicho producto, es que al 26% de los encuestados les gusta el diseño, al 20% les gusta el precio, al 47% les gusta más la calidad y al 7% de las personas les gusta la marca, por lo que esto representaría una fortaleza para la organización ya que su factor más relevante es la calidad.



## PREGUNTA N° 9.

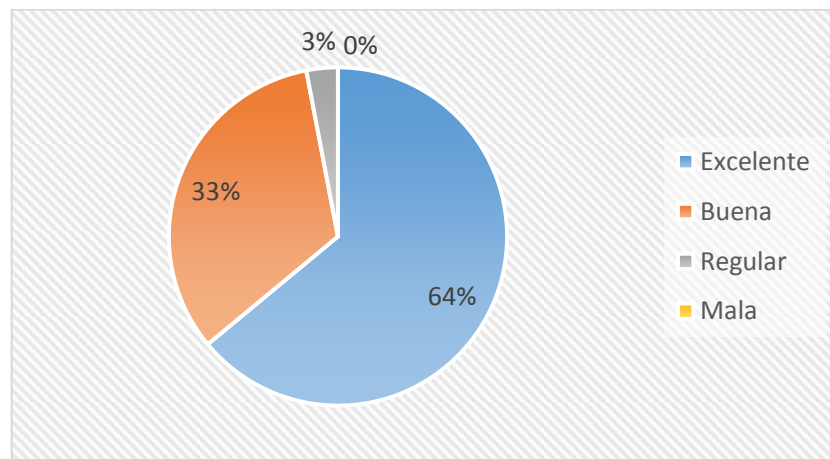
### ¿La calidad de este producto le ha sido?

**Tabla N° 14:** La calidad de este producto le ha sido

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia	%
	Absoluta	Relativa	
<b>Excelente</b>	67	0,64	64%
<b>Buena</b>	35	0,33	33%
<b>Regular</b>	3	0,03	3%
<b>Mala</b>	0	0,00	0%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina



**Gráfico N° 12:** La calidad de este producto le ha sido

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina

### Análisis e interpretación:

De acuerdo a la representación gráfica de las 105 personas que conocen la empresa textil Confecciones Elegantt GUSA, manifiestan el 64% de las personas que la calidad del producto les ha sido excelente, el 33% de las personas mencionan que la calidad del producto es Buena, mientras que un 3% manifiestan que la calidad del producto es regular, mediante este análisis podemos observar que la calidad del producto es excelente ya que esto representa una gran oportunidad para la empresa.

## PREGUNTA N° 10.

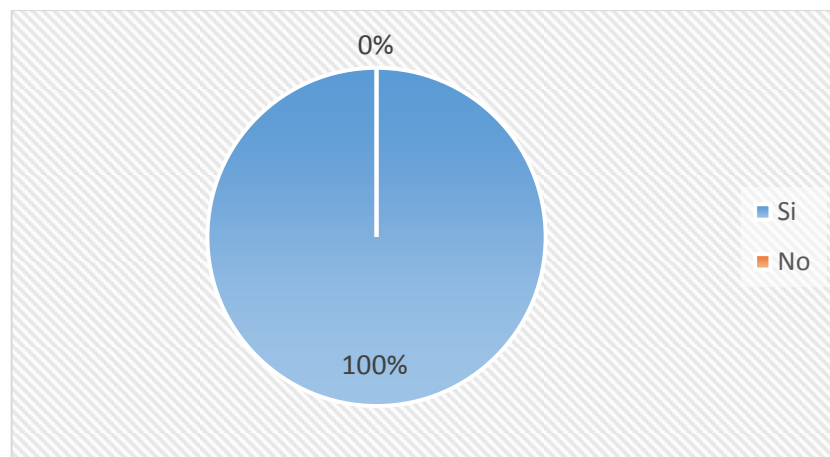
### ¿El precio de este producto es accesible?

**Tabla N° 15:** El precio del producto es accesible

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia	%
	Absoluta	Relativa	
<b>Si</b>	105	1,00	100%
<b>No</b>	0	0,00	0%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina



**Gráfico N° 13:** El precio del producto es accesible

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina

### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo a las encuestas realizadas las 105 personas que, si han comprado en la empresa textil Confecciones Elegantt GUSA, el 100% mencionan que el precio de este producto si es accesible, por lo que se considera que es un factor muy importante para la empresa ya que les va a permitir la acogida de más clientes por sus precios cómodos.

## PREGUNTA N° 11.

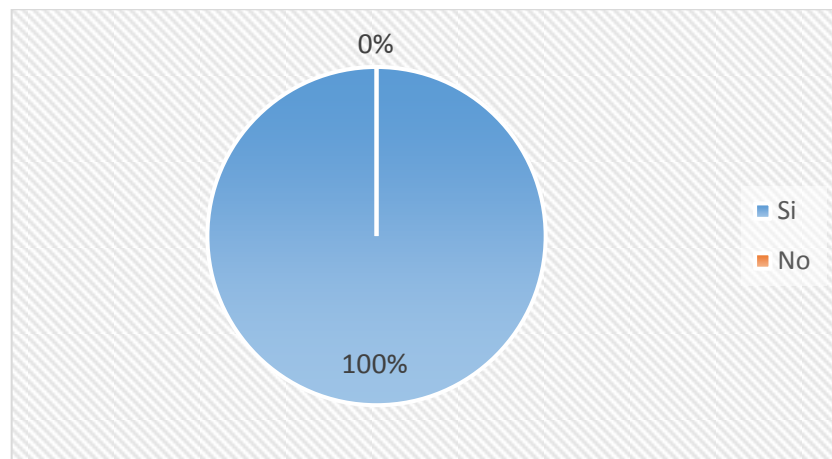
### ¿Usted volvería a adquirir una Camisa o Blusa de Confecciones Elegantt Gusa?

**Tabla N° 16:** Compraría nuevamente una Blusa o Camisa de Confecciones Elegantt Gusa

Alternativas	Frecuencia	Frecuencia	%
	Absoluta	Relativa	
<b>Si</b>	105	1,00	100%
<b>No</b>	0	0,00	0%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina



**Gráfico N° 14:** Compraría nuevamente una Blusa o Camisa de Confecciones Elegantt Gusa

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina

### Análisis e interpretación:

De acuerdo a la representación gráfica las 105 personas que, si han comprado en esta empresa, el 100% de las personas mencionan que volverían adquirir nuevamente una blusa o camisa de la Empresa Confecciones Elegantt Gusa, por lo que se considera una gran ventaja para la empresa ya que las personas que han comprado están conformes con el producto adquirido.

## RESPUESTA DE LA PREGUNTA N° 11

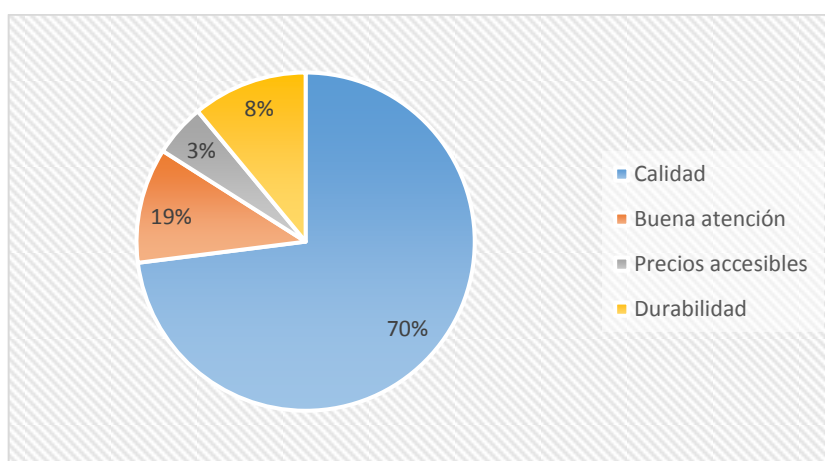
### ¿Por qué razón volvería adquirir una Camisa o Blusa de Confecciones Elegantt GUSA?

**Tabla N° 17:** Compraría nuevamente una Blusa o Camisa en la empresa

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	%
<b>Calidad</b>	74	0,70	70%
<b>Buena atención</b>	20	0,19	19%
<b>Precios accesibles</b>	3	0,03	3%
<b>Durabilidad</b>	8	0,08	8%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>1,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina



**Gráfico N° 15:** Compraría nuevamente una Blusa o Camisa en la empresa

**Fuente:** Encuestas Realizadas

**Elaborado por:** Anabel Medina

#### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo a las encuestas realizadas con respecto a la pregunta N° 10, el 70% de los encuestados comprarían nuevamente una Blusa o Camisa porque la calidad del producto es excelente, el 19% de las personas volverían a comprar por la buena atención al cliente, el 3% de las personas volverían a comprar porque sus precios son accesibles, y el 8% comprarían por que el producto tiene durabilidad. Esto permite a la empresa a tener una gran oportunidad en el mercado ya que un factor muy importante que una empresa debe tener en su producto es la calidad.

### **3.5.2 Resultados de la Entrevista**

El análisis interno dentro de una organización alcanzado determinar cuáles son sus fortalezas y debilidades, con la finalidad de mantener una ventaja competitiva, para nuestro estudio analizaremos las funciones primordiales que nos van a permitir identificar las fortalezas y debilidades que posee la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, mediante una entrevista que se lo realizo al gerente de la organización.

#### **3.5.2.1 Gerencia**

##### **Análisis**

De la entrevista realizada al gerente de la organización se pudo determinar que el diseño de un plan de negocios para la Empresa Textil Confecciones Elegantt Gusa, ayudará a realizar un proceso de planeación que permitirá seleccionar el camino adecuado para el logro de los objetivos y metas que se desea alcanzar como el crecimiento de la empresa con una mayor productividad y utilidad.

Los aspectos que ellos consideran importante para seleccionar a los proveedores es que la materia prima que ofrecen sea de excelente calidad, y les conceda facilidad de pago después de haber adquirido los materiales.

#### **3.5.2.2 Área operativa**

##### **Análisis**

El diseño de un plan de negocios permitirá mejorar y realizar cada una de las actividades de una manera eficiente y eficaz. Por el momento la empresa no ha realizado capacitaciones a los colaboradores, pero manifiestan que todo el personal tiene los conocimientos necesarios para realizar cada una de las actividades de una manera eficientemente.

También manifiestan que la infraestructura de la empresa es pequeña y estrecha ya que eso impide un mejor espacio físico.

### **3.5.2.3 Área de Marketing**

#### **Análisis**

Al realizar el análisis en el área de marketing se pudo determinar que la empresa no realiza un estudio de mercado, esto impide satisfacer las necesidades a los clientes de una manera eficiente, ya que no se conoce cuáles son los gustos y preferencias que ellos tienen. Mencionan también que la principal competencia que consideran relevante es la entrada de productos textiles de china, con los cuales no pueden competir en el precio ya que son muy bajos.

Las Fortalezas y Debilidades que se han encontrado en la empresa son las siguientes:

#### **Fortalezas**

- Diseños exclusivos para los clientes
- Excelente relación con los clientes
- Se cuenta con vehículo propio para la entrega de los productos
- Proceso de producción preestablecidos

#### **Debilidades**

- Falta de insumos en el mercado local
- Falta de compromiso por parte de algunos colaboradores
- No se cuenta con una estructura organizacional, ni con un manual de funciones
- No se cuenta con una página web

### **3.5.3 Análisis Situacional**

El análisis situacional es un método que lleva a la aplicación del procedimiento más adecuado para analizar lo que está ocurriendo cuando una organización se enfrenta con diferentes asuntos.

### 3.5.4 Análisis Externo

Para confecciones Elegantt Gusa, es de vital importancia realizar un análisis continuo para visualizar con anticipación las oportunidades y amenazas que se presenten en un futuro. Y de esta manera se puedan formular estrategias para aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas o en lo posible reducir su impacto y sus consecuencias.

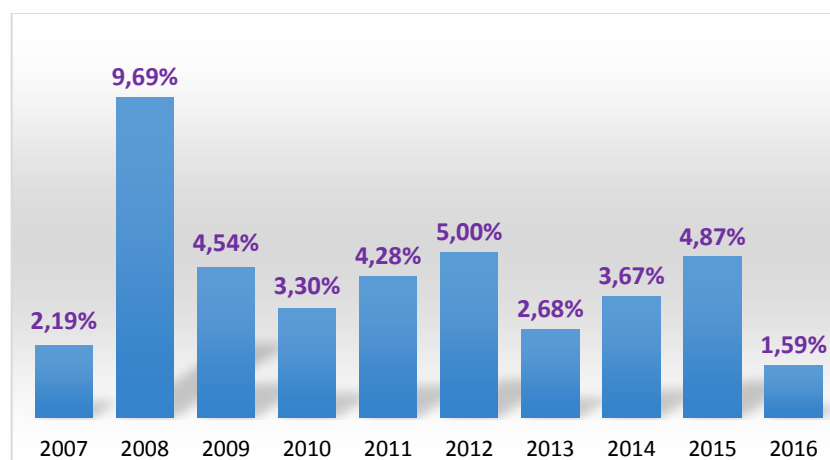
#### 3.5.4.1 Macro entorno

##### 3.5.4.1.1 Factor Económico

La inflación, los aumentos en salarios mínimos, los cambios en las tasas de interés, el aumento en el ingreso de los consumidores, son algunos ejemplos de factores económicos que repercuten en las ventas y desempeño de las empresas.

- **Inflación**

La inflación se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo, es medida estadísticamente a través del índice de precios al consumidor del área urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos. (Banco Central Del Ecuador, 2012)



**Gráfico N° 16:** Inflación Anual

**Fuente:** INEC (Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos)

**Realizado por:** Anabel Medina

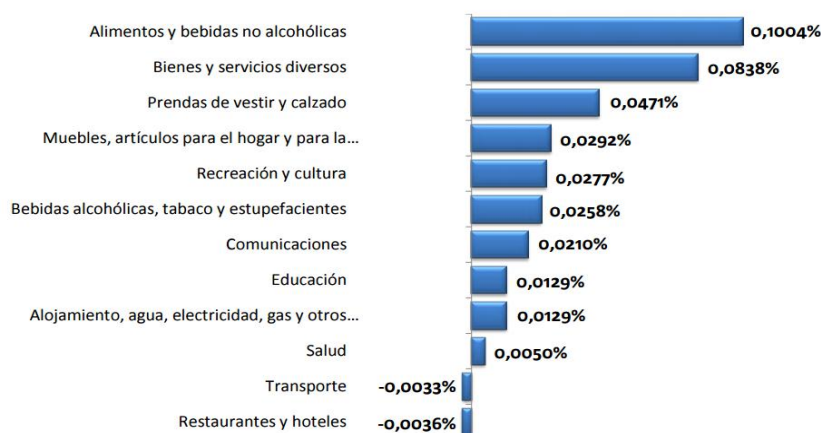
Inflación acumulada: 1.29% (Abril 2016)

Inflación anual: 1.59% (Abril 2016)

Inflación mensual: 0.36% (Abril 2016)

En junio de 2016, el índice de precios al Consumidor (IPC) registro las siguientes variaciones: 0,36% la inflación mensual; 1,59% la anual; y, 1,29% la acumulada;

A continuación, se presenta la incidencia inflacionaria más significativa en junio de 2016, la cual provino de tres divisiones: alimentos y bebidas no alcohólicas (0,1004%), Bienes y servicios diversos (0,0838%) y Prendas de vestir y calzado (0,0471%).



**Gráfico N° 17:** Incidencia en la Inflación de las Divisiones de productos

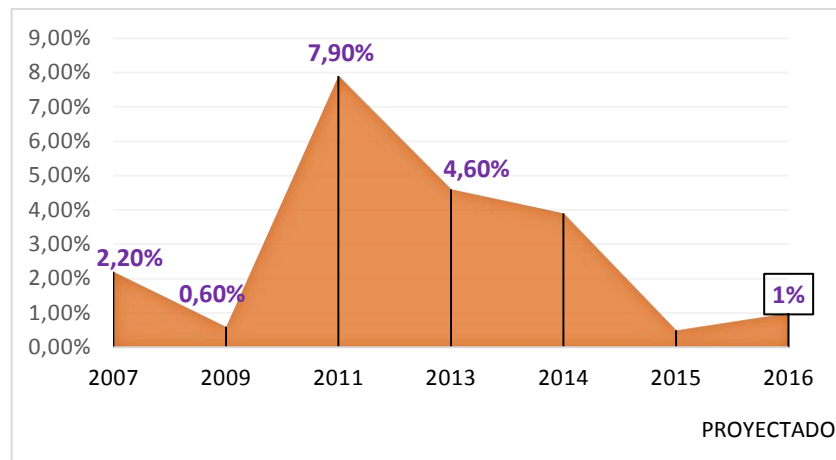
**Fuente:** INEC (Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos)

**Realizado por:** Anabel Medina

Al analizar la inflación según su incidencia en la variación de junio de 2016 se evidencia a aquellos productos que forman parte de la división de Prendas de vestir y calzado que registra una incidencia del 0,0471% y son los que contribuyen en mayor medida al incremento del índice general de precios.



- **Producto interno Bruto (PIB)**



**Gráfico N° 18: Producto Interno Bruto**

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (BCE)

**Realizado por:** Anabel Medina

Es importante señalar que la fabricación de textiles y prendas de vestir forman parte de la Industria Manufacturera del país. En los últimos 11 años, este sector ha mantenido una participación promedio de entre 1% y 2% en el PIB total, de acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador. En cambio, dentro de la industria manufacturera, su participación promedio es de alrededor de 15,87% con respecto al PIB

La Asociación de Industrias textiles de Ecuador (AITE) reveló la caída de las importaciones de materia prima, materiales y prendas terminadas, de acuerdo a las cifras del BCE, cayó de 1.380 millones de dólares en el primer trimestre de 2015, a 1.034 millones del primer trimestre del 2016.

También se considera que al alza de dos puntos en el IVA puede considerarse “moderada”, el problema es que se generan efectos rápidos en toda la economía.

#### **3.5.4.1.2 Factor Social**

#### **La Industria Textil enfrenta el reto de afianzar su Competitividad**

El Ministerio de Industrias y Productividad recopila inquietudes y necesidades para desarrollar estrategias para impulsar su productividad.

¿Por qué Ecuador esta tan por detrás de dos países que destacan a nivel internacional en calidad de telas y moda?

Los diseñadores se han visto obligados a importar la mayor parte de las telas que usan para su trabajo. Eso, “porque en el país hace falta más tecnificación y capacitación para tener telas de mejor calidad”.

La Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha (Capeipi), el sector textil se encuentra bastante reprimido y destaca que este problema en parte se debe a que alguna de las materias primas que se utilizan no solo en la confección de prendas sino también para la elaboración de tela no se consiguen con la facilidad.” Existen algunas prohibiciones de importación de algunos productos”.

Ecuador no produce todos los tipos de tela que se usan para la confección de prendas, Por ejemplo, se produce tela para jeans, pero no ciertas telas para camisas. “Esto se debe a que para las fabricas no representa negocio un stock pequeño de cierto tipo de telas que estén de tendencia, cuando se puede encontrar importando a un valor mucho menor”.

La Asociación de Confeccionistas Textiles, también reconoce que esa debilidad del gremio debe pulirse, pero enfatizo que es necesario que se atienda al sector con más facilidad de crédito. De esa manera, asegura, se podrá invertir en mejoras dentro de las fábricas y en capacitaciones para que los actores de este sector que trabajan de manera artesanal incursionen en la asociatividad.

En entidades como la Corporación Financiera Nacional (CFN), por ejemplo, sin embargo, se reporta crecimiento en el otorgamiento de crédito para este sector. Entre enero y noviembre de 2016 se otorgarán USD 31 millones de créditos para el sector textilero y del calzado, unos USD 19 millones más de los entregados en el mismo periodo del año pasado. Para este segmento, los créditos van desde los USD 50000 y están dedicados a la adquisición de insumos y materias primas, señalaron voceros de CFN.

La solución puede estar en crear un instituto nacional de la moda, que difunda las tendencias que se desarrollen en el país y que así Ecuador se pueda convertir de a poco en un referente internacional. “Seremos capaces de generar moda y podremos crear nuevas tendencias para el 2016 e incluso para el 2017”.

#### **3.5.4.1.3 Factor Político Legal**

##### **Industria textil y Gobierno quieren frenar contrabando**

Las pérdidas por contrabando cada año superan los 100 millones de dólares, de acuerdo a estadísticas de la industria textil ecuatoriana. Ante esto, los empresarios y el Gobierno coincidieron en la elaboración de una estrategia para erradicar este tipo de delitos, informó la Agencia de noticias Andes. La Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), junto con el ministro de la Producción, acordaron formar un comité interinstitucional y elaborar un estudio que permita determinar el origen del contrabando. Dentro de los \$ 100 millones estimados y no está contemplado lo que ingresa ilegalmente por las fronteras. La industria textil ecuatoriana mueve en la economía del país anualmente más de \$ 630 millones. Además, se señaló que el contrabando no sólo afecta al sector textil, sino a otras actividades como la de cosméticos. Las empresas que venden maquillajes y productos de belleza piden también ayuda y mayor control de las autoridades aseverando que los mismos productos que ellos tienen autorización como importadores únicos, los clientes los encuentran en el comercio informal.

#### **3.5.5 Análisis Interno**

##### **3.5.5.1 Micro entorno**

Las cinco fuerzas de Porter es un modelo de análisis que determina la competitividad de una empresa y, por lo tanto, el atractivo de un mercado. Este análisis contempla a aquellas fuerzas del micro entorno que afectan la habilidad para satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias



**Gráfico N° 19:** Fuerzas Competitivas de Porter  
**Fuente:** Michael Porter  
**Elaborado por:** Anabel Medina

### **Nivel de rivalidad entre empresas competidoras**

Existen varias empresas que tratan de buscar diversas formas para ser competitivas como competencia en los precios, competencia en publicidad y también competencia en la marca.

### **Entrada potencial de nuevos competidores**

La entrada de nuevos competidores es alta, ya que las barreras que existen para el ingreso de nuevas marcas al mercado no son tan difíciles, y en este caso existen la entrada de marcas internacionales como las siguientes:

- Hollister
- Aeropostale
- Abercrombie

Ya que estas marcas son las más conocidas dentro del mercado por su variedad de diseños enfocados más para atraer a jóvenes y adolescente.

### **Desarrollo potencial de productos sustitutos**

Los productos sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función para el grupo de consumidores, pero que se basan en técnicas diferentes.

En el mercado de este tipo de productos existe un alto nivel de prendas que pueden sustituir en sí a las camisas y blusas.

### **Poder de negociación de proveedores**

Elegantt Gusa al ser una empresa que requiere y necesita una gran cantidad de materia prima para elaborar las Camisas y Blusas, mantienen beneficios otorgados por sus proveedores como la facilidad de pago.

El pago de la tela se lo realiza después de dos meses de haberlo adquirido y el resto de materia prima como son botones, hilos, plumón, etiquetas, lo cancelan después de un mes.

### **Poder de negociación de clientes**

En el mercado existe una variación mínima en los precios y en la calidad de las camisas y blusas, eso dificulta y hace que el cliente busque otros proveedores de este producto, para lo cual se debería fidelizar a los clientes con la organización.

Los clientes que son poderosos en el mercado pueden obligar a bajar los precios, exigir una calidad más alta etc.

### **3.5.6 FODA**

Para poder cumplir con los objetivos de la empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa” es necesario conocer las fortalezas y debilidades de igual manera las oportunidades y amenazas que tiene en el mercado.

Para construir la matriz FODA, se realizó las encuestas a la población, la aplicación de las 5 fuerzas de Porter y la entrevista dirigida al gerente de la organización con el objetivo de poder definir acciones estratégicas.

**Tabla N°17: Matriz FODA**

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
1. Buena calidad en la elaboración de camisas y blusas.	1. Falta de insumos en el mercado local.
2. Diseños exclusivos para los clientes	2. Baja capacitación a los trabajadores.
3. Los precios son accesibles.	3. Infraestructura pequeña y estrecha.
4. Excelente relación con los clientes.	4. Falta de publicidad de la empresa.
5. Procesos de producción preestablecidos.	5. Falta de compromiso por algunos colaboradores.
6. Cuenta con infraestructura propia.	6. No cuentan con una estructura organizacional ni con un manual de funciones.
7. Cuenta con vehículo propio para la entrega de los productos.	7. No cuenta con una página web.
<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
1. Crecimiento del sector textil.	1. La entrada de productos textiles de china con los precios bajos.
2. Buena aceptación en el mercado.	2. Tendencia de los clientes a preferir bajos precios que la calidad.
3. Ser reconocida a nivel nacional e internacional.	3. No estar pendiente de las nuevas tendencias de moda en el mercado.
4. La posibilidad de entrar a nichos de mercado donde los clientes exigen productos de calidad.	4. Existencia de productos iguales con marcas internacionales y reconocidas.
5. Realizar publicidad por los medios de comunicación.	
6. Adquisición de maquinarias de tecnología para los procesos de producción.	

**Fuente:** Encuestas, entrevista y 5 fuerzas de Porter  
**Elaborado por:** Anabel Medina

Tabla N° 18: Estrategias FODA

Estrategias FODA		
<b>Factores Internos</b>          <b>Factores Externos</b>	<b>Fortalezas</b> 1. Buena calidad en la elaboración de camisas y blusas. 2. Diseños exclusivos para los clientes. 3. Los precios son accesibles. 4. Excelente relación con los clientes. 5. Cuenta con infraestructura propia. 6. Cuenta con vehículo propio para la entrega de los productos.	<b>Debilidades</b> 1. Falta de insumos en el mercado local. 2. Baja capacitación a los trabajadores. 3. Infraestructura pequeña y estrecha. 4. Falta de publicidad de la empresa. 5. No cuentan con una estructura organizacional ni con un manual de funciones. 6. No cuenta con una página web.
<b>Oportunidades</b> 1. Crecimiento del sector textil. 2. Buena aceptación en el mercado. 3. Ser reconocida a nivel nacional e internacional. 4. La posibilidad de entrar a nichos de mercado donde los clientes exigen productos de calidad. 5. Realizar publicidad por los medios de comunicación. 6. Adquisición de maquinarias de tecnología para los procesos de producción.	<b>Estrategias FO</b> 1. Aprovechar la aceptación de los clientes, por la calidad del producto en el mercado. 2. Brindar productos exclusivos y accesibles que permitan posicionarse en el mercado. 3. Utilizar de manera eficiente el vehículo, para la elaboración de la publicidad y la respectiva adquisición. 4. Aprovechar la infraestructura de manera adecuada, en la producción.	<b>Estrategias DO</b> 1. Capacitar al personal sobre los diseños los cuales permitan mantener la aceptación en el mercado. 2. Implementar la publicidad la cual permita obtener nuevos clientes en el mercado. 3. Aprovechar las instalaciones y servicios para atraer a los usuarios de los sectores cercanos. 4. Elaborar una página web, la que permite ser reconocida a nivel nacional.
<b>Amenazas</b> 1. La entrada de productos textiles de china con los precios bajos. 2. Tendencia de los clientes a preferir bajos precios que la calidad. 3. No estar pendiente de las nuevas tendencias de moda en el mercado. 4. Existencia de productos iguales con marcas internacionales y reconocidas.	<b>Estrategias FA</b> 1. Diseñar los modelos acordes a la moda, con los precios iguales o bajos de los productos textiles de china. 2. Mantener en constante actualización los diseños que estén acorde a la marca internacional, mediante la buena calidad del producto.	<b>Estrategias DA</b> 1. Capacitación constante al personal sobre los diseños y producción. 2. Establecer el manual de funciones en donde se determinen cada uno de las actividades y procesos.

**Fuente:** Investigación del mercado

**Elaborado por:** Anabel Medina

### **3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER**

La idea a defender planteada en el presente trabajo de investigación, da referencia al Diseño de un plan de negocios en la Empresa Textil Confecciones Elegantt Gusa permitirá un mayor crecimiento y de esta manera alcanzar un alto nivel de productividad e ingresos para la misma; determinado a través de la entrevista dirigida al gerente de la empresa donde responde a la pregunta N° 1 acerca de un Plan de negocios permitirá alcanzar un mayor crecimiento y de esta manera conseguir un alto nivel de productividad, en la cual se manifiesta una respuesta positiva por parte del gerente ya que fue la persona entrevistada, y menciona que el realizar un plan de negocios ayudara a efectuar un proceso de planeación que nos permita seleccionar el camino adecuado para el logro de los objetivos y metas que se desea alcanzar como el crecimiento de la empresa con una mayor productividad y utilidad para la misma.



## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 TÍTULO**

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA TEXTIL CONFECIONES ELEGANTT GUSA, DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, PERÍODO 2016-2018.

### **4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

La realización del diseño de un plan de negocios para la empresa Textil Confecciones Elegantt Gusa, está basado en:

- Plan de Marketing
- Plan Técnico
- Plan Administrativo
- Plan Financiero

Plan de Marketing es un documento escrito que de forma lógica y estructurada que definen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo y se detallan las estrategias, acciones que se van a seguir, para alcanzarlos en el plazo previsto. Su elaboración requiere de un proceso previo de estudio, reflexión y toma de decisiones.

El Plan Administrativo es un proceso que se utiliza en la empresa, con la finalidad de planificar, organizar, dirigir y controlar para cumplir con los objetivos planteados.

El Plan Técnico tiene como objetivo llegar a diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles, para el producto deseado ya sea un bien o servicio.

El Plan Financiero permite saber con exactitud los costos de producción, que ayudará al Gerente General a evaluar los resultados obtenidos durante el desarrollo de la actividad económica.

### 4.3.1 PLAN DE MARKETING

#### 4.3.1.1 Desarrollo del Plan de Marketing

El plan de marketing se utiliza para definir los objetivos comerciales que se consiguen en un periodo determinado, también se utiliza para detallar las estrategias, acciones que se van a seguir, para alcanzarlos en el plazo previsto. Su elaboración requiere de un proceso previo de estudio, reflexión y toma de decisiones.

### MARKETING ESTRATÉGICO

Mediante el marketing estratégico se pretende conocer las necesidades de los clientes actuales y futuros identificando adecuadamente los mercados potenciales, que permite a la empresa buscar nuevas oportunidades, con la aplicación de enfoques en los canales de distribución y el análisis en la segmentación del mercado.

### CANALES DE DISTRIBUCIÓN

De acuerdo a las características de los productos de ser un “bien no perecible y de fácil manejo” se entrega en los siguientes mercados:



**Gráfico N° 20:** Canales de Distribución  
**Elaborado por:** Anabel Medina

Los canales de distribución de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, lo realizan tanto en la sierra como en la costa en donde distribuye las camisas y blusas para niños, damas y caballeros. En algunos casos se entrega el producto directamente a los

minoristas o al consumidor final, pero casi siempre se entrega directamente a los distribuidores mayoristas.

La entrega de las camisas y blusas que la empresa elabora, se entrega a los clientes de la Costa por encomienda, en cambio los clientes de la Sierra son ellos los que llegan a la empresa a retirar su pedido en el respectivo tiempo establecido por las dos partes.

### **Análisis de la Segmentación del Mercado**

Se determina que el mercado que la empresa comercializa sus productos es en la región costa y sierra, aunque los directivos no tengan la segmentación del mercado técnicamente conocen muy bien el mercado objetivo al que vende las camisas y blusas, por lo cual se detalla a continuación:

**Tabla N° 19:** Características del Mercado Objetivo

<b>Tipo de Segmentación</b>	<b>Variabes</b>	<b>Caracterización</b>
<b>Geográfica</b>	Región Costa	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Portoviejo</li> <li>✓ Milagro</li> <li>✓ Babahoyo</li> <li>✓ Machala</li> <li>✓ Esmeraldas</li> <li>✓ Guayaquil</li> <li>✓ San Lorenzo</li> <li>✓ Quevedo</li> </ul>
	Región Sierra	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ambato</li> <li>✓ Riobamba</li> <li>✓ Latacunga</li> <li>✓ Azogues</li> </ul>
<b>Demográfica</b>	Sexo	Masculino-Femenino
<b>Demográfica</b>	Edad	6-18 años en camisas y blusas escolares.
	Edad	18 años en adelante en camisas formales y casuales para hombres.

**Fuente:** Directivo de la empresa

**Elaborado por:** Anabel Medina

Se determina que el gerente conoce muy bien a donde se dirige sus productos, pero es importante que se establezca segmentación del mercado considerando más variables demográficas, la cual permita identificar el mercado y las estrategias a los esfuerzos publicitarios y a la elaboración de los productos que está relacionado a este segmento.

### Estudio de la demanda

Se determina la plaza de los consumidores que adquieren el producto, en este estudio intervienen la variación por los volúmenes del consumidor, es decir a mayores camisas o blusas vendidas menor será el precio. De esa manera se está satisfaciendo la demanda de los respectivos clientes en relación a las ofertas de los vendedores.

#### Análisis de la demanda

La demanda de un bien o servicio depende principalmente de lo siguiente:

Precio del servicio: Se determina cuando el precio aumente, la cantidad demandada disminuye, es decir que el precio y la cantidad son de sentidos inversos.

Ingresos de los consumidores: Se determina que existe un ingreso de los clientes, incrementa la cantidad demandada y disminuye si se establece lo contrario.

**Tabla N° 20:** Estudio de la Demanda

Región	Unidades Educativas	Población		Total
		Hombres	Mujeres	
Región Costa	Portoviejo	41.914	42.013	83.927
	Milagro	21.840	22.015	43.855
	Babahoyo	15.473	12.457	27.930
	Machala	6.760	7.150	13.910
	Esmeraldas	24.450	22.184	46.634
	Guayaquil	72.504	76.206	148.710
	San Lorenzo	24.456	20.169	44.625
	Quevedo	28.874	29.461	58.335
Región Sierra	Ambato	49.988	51.883	101.871
	Riobamba	38.302	39.194	77.496
	Latacunga	28.698	31.126	59.824
	Azogues	6.458	5.789	12.247
TOTAL		<b>359.717</b>	<b>359.647</b>	<b>719.364</b>

Fuente: Educacion.gob.ec/amie

Elaborado por: Anabel Medina

## Estudio de la Oferta

Se establece la competencia que tiene la empresa en la venta de las camisas y blusas escolares. Es decir, permite conocer el mercado a donde se va a posicionar los productos ya sea en la región Sierra y Costa, si existe mayores clientes tendrá aceptación el producto.

Si la demanda es mayor que la oferta del mercado que tiene la empresa, puede cubrir con su producto e incrementar la rentabilidad de la misma.

**Tabla N° 21:** Estudio de la Oferta

<b>Región</b>	<b>Empresas Textiles</b>
<b>Región Costa y Sierra</b>	Notigi S.A (Guayaquil) Screen Print Ecuador Cadetex (Ambato) Logotex CCIZabala Capsstop Cetex S.A. Confesiones recreativas Fibran Ltda. Empresa Pinto S.A. Hilacril S.A. Industria General Ecuatorianas S.A. Industria Piolera Ponte Selva. Pasamanería S.A.

**Fuente:** Ecuador.gugadir.com/empresas-textiles

**Elaborado por:** Anabel Medina

## Estrategias de Diferenciación

La empresa textil confecciones Elegantt Gusa, diferencia sus productos con la competencia debido a la variación de los colores y modelos que se utilizan en la producción de camisas y blusas, buscando siempre mantener constante actualización que esté relacionado con el mercado competitivo.

La calidad del producto se lo verifica primeramente por la tela que se utiliza en la elaboración de las camisas, para ello se debe contar con la maquinaria adecuada y el personal que elabore los productos, de esa manera se reduce el riesgo que los productos tengan fallas.

### 4.3.2.3 Marketing Mix

- **Producto**

Las camisas es una prenda de vestir que por lo general son de mangas largas, pero existen también sin mangas o mangas cortas que se utiliza para cubrir el torso. Se puede diferenciar las camisas formales (aquellas que se utilizan con corbata y saco) y las informales se pueden utilizar con pantalones jean o vaqueros.

Las camisas que elabora la empresa textil confecciones Elegantt Gusa son:

**Tabla N° 22:** Lista de productos  
**Productos**

#### Camisas Casuales



Esta prenda es aquella que se utiliza de manera frecuente. Y sus diseños son de varios colores y modelos.

#### Camisas Escolares



Es utilizada por el alumnado de algunos centros educativos que consideran su uso obligatorio, su diseño es de forma más sencilla.

#### Camisas Formales



Es aquella que se utiliza para el trabajo u ocasiones sociales más serios.

#### Blusas Escolares



Las blusas son utilizadas por el alumnado de algunos centros educativos que consideran su uso obligatorio, su diseño es de forma más sencilla.



**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

## Productos Sustitutos

Los productos sustitutos de la empresa Confecciones Elegantt Gusa, son aquellos que se utilizan o se producen cuando el cliente los solicita o en ocasiones que las ventas de las camisas o blusas escolares están en temporadas bajas.

**Tabla N° 23:** Lista de productos sustitutos  
**Productos sustitutos**

Camisetas		La camiseta es utilizada por las personas de manera informal y deportiva
Chompas		Las chompas que los elabora la empresa es para hombre y mujer mediante pedidos.

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.  
**Elaborado por:** Anabel Medina

## Características del producto

Este producto se caracteriza principalmente por la calidad de tela Poliéster 65 y el algodón 35, que se utiliza en la elaboración de las camisas y blusas.

Una vez terminado el producto el lavado se lo realiza a mano a una temperatura máxima 40°, no usar blanqueador, secado tendadero a la sombra planchar máximo 110° no limpieza en seco.

## Empaque del producto que utiliza la empresa

La empresa Confecciones Elegantt Gusa utiliza los siguientes empaques para la venta del producto terminado:

- Cartón
- Binchas
- Formadores
- Fundas celofán

## Precio

La empresa establece los precios mediante los costos de producción, en donde se determina el valor de las camisas y blusas, por las diferentes tallas. La utilidad de cada producto se establece en relación a la competencia, ya que son similares o menores.

Los cuales se determinan a continuación:

**Tabla N° 24:** Lista de productos

Producto	Tallas	Precio Unitario
<b>Al por mayor</b>		
<b>Blusas Escolares</b>	26	\$ 4,20
	28	\$ 4,50
	30	\$ 4,70
	32	\$ 5,00
	34,36,38,40	\$ 5,20
<b>Camisas Escolares</b>	26	\$ 5,30
	28	\$ 5,50
	30	\$ 5,70
	32	\$ 5,90
	34,36,38,40	\$ 6,10
<b>Camisas Formales</b>	S	\$ 8,00
	M	\$ 8,00
	L-XL	\$ 10,00
<b>Camisas Casuales</b>	S	\$ 12,00
	M	\$ 12,00
	L-XL	\$ 14,00
<b>Al por menor</b>		
<b>Camisas y Blusas Escolares</b>	26	\$ 6,00
	28	\$ 6,00
	30	\$ 6,00
	32	\$ 8,00
	34,36,38,40	\$ 8,00
<b>Camisas Formales</b>	S	\$ 12,00
	M	\$ 12,00
	L-XL	\$ 14,00
<b>Camisas Casuales</b>	S	\$ 18,00
	M	\$ 18,00
	L-XL	\$ 20,00

**Fuente:** La empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina



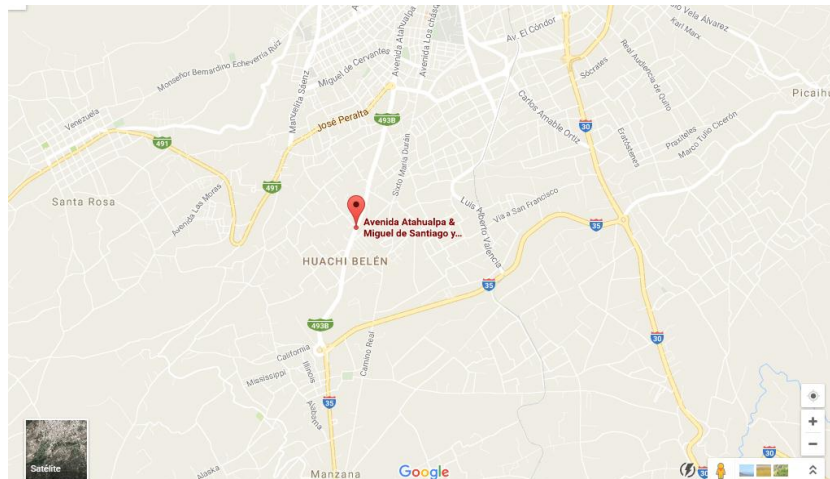
De los precios establecidos a cada uno de los productos, se establece un descuento máximo de \$ 2,00 dólares por prenda, cuando la venta se realiza al por menor, porque a los clientes que se entregan al por mayor los precios están establecidos con su debido descuento.

A los clientes que realizan las ventas al por mayor el plazo máximo de pago es de 15 días, una vez entregado el producto en el término establecido. Se determina también que el mes de promoción u oferta de las camisas y blusas casuales se los realiza en el mes de diciembre con los productos existentes.

- **Plaza**

Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Huachi Grande, Barrio el Belén  
Av. Atahualpa n°525 intersección; Miguel de Santiago.

Referencia: Frente a la panadería Supan.



**Gráfico N° 21:** Ubicación de Elegantt Gusa

**Fuente:** Google Earth

**Elaborado por:** Anabel Medina

## **Almacenamiento**

Los sus productos terminados de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, envía a bodega en donde semanalmente se obtiene 200 camisas y blusas disponibles para la venta o entrega a los respectivos clientes de la Costa y Sierra.

## **Despacho**

- Cuando el pedido es dentro de la ciudad los clientes se acercan a la empresa a retirar su pedido.
- Cuando el pedido es fuera de la ciudad se realiza el envío a la debida dirección del cliente.

## **Posicionamiento estratégico**

La empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, se encuentra posicionada en el mercado entre las 10 primeras empresas textiles, que se dedican a la elaboración de las camisas y blusas en el mercado local, con el único propósito de satisfacer siempre las necesidades de los clientes.

Es importante la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, ser reconocida a nivel nacional, entre las primeras empresas textiles que produce camisas de todo tipo y modelos.

## **Promoción**

### **• Publicidad**

La publicidad que se va a implementar, tiene como objetivo dar a conocer a los clientes que la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, vende productos de calidad y variedad, mediante el respectivo compromiso del buen servicio por la entrega oportuna y puntual, para ellos se utilizará el siguiente medio:

### **Página Web:**

En la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa se pretende implementar una publicidad on-line, la cual consiste en la creación de la página web, en donde se da a conocer los productos y servicios, con la finalidad de captar nuevos clientes, ya que en la actualidad este medio se utiliza por varias empresas afines.

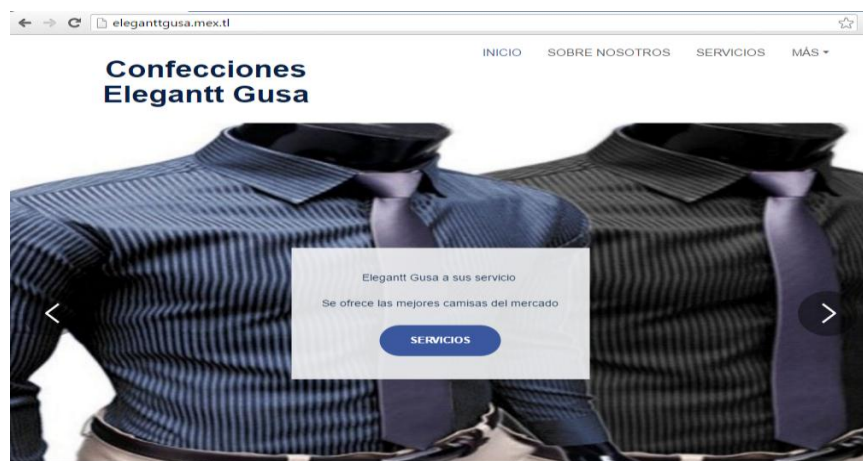
**Táctica:** Elaborar una página web con los productos que fabrica Confecciones Elegantt Gusa, con el único objetivo de darse a conocer a los futuros clientes.

La página tendrá la siguiente información:

- La reseña histórica de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, la misión, visión, objetivos.
- Transacciones comerciales, donde los clientes pueden conocer los productos, ofertas, características de los productos y las formas de pago.
- La producción y elaboración de las camisas y blusas que realiza Confecciones Elegantt Gusa.
- Se establecen los puntos de contacto, en donde los clientes pueden establecer sus pedidos o hacer cualquier tipo de preguntas.

### Modelo de la página web

**Página principal.** - Es donde se encuentra las barras de navegación de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa y los productos que ofrece la misma.



**Gráfico N° 22:** Página principal de la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina



**Gráfico N° 23:** Objetivo en la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

**Reseña Histórica.** - Donde se establece como fue fundada la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, con la finalidad de que los clientes conozcan acerca de la organización.



**Gráfico N° 24:** Reseña histórica de la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

**Misión.** - Lo que la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa quiere cumplir o la razón de ser.



**Gráfico N° 25:** Misión de la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

**Visión.** - Permite conocer lo que la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa pretende cumplir a futuro.



**Gráfico N° 26:** Visión de la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

**Objetivos.** - Al hacer clic, se podrá observar los objetivos establecidos para la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa.



**Gráfico N° 27:** Información sobre la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

**Productos.** - En la siguiente página se hace referencia a los respectivos productos que realiza, de los cuales se encuentra clasificados por categorías.



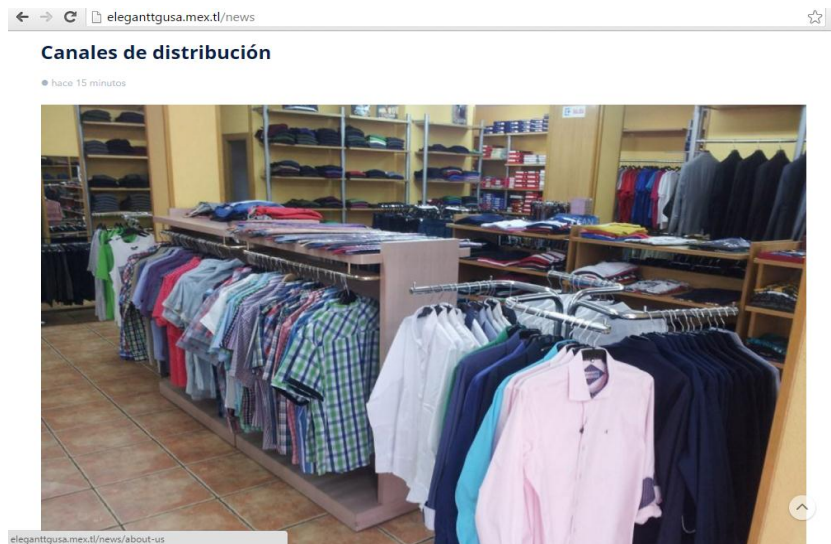
**Gráfico N° 28:** Producto que ofrece la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

**Contactos.** - Se determina los números telefónicos y la dirección en donde se encuentra ubicada la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa.



**Gráfico N° 29:** Dirección y contactos de localización de la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

**Canales de Distribución:** La empresa comercializa sus productos en la Costa y en la Sierra.



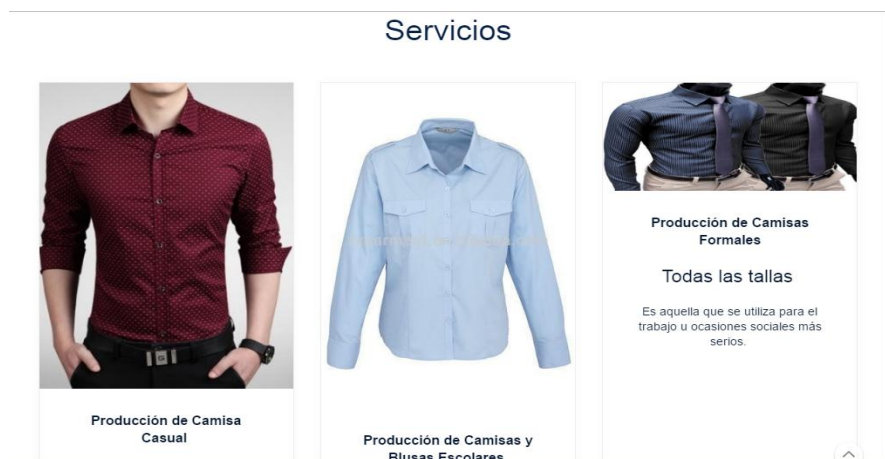
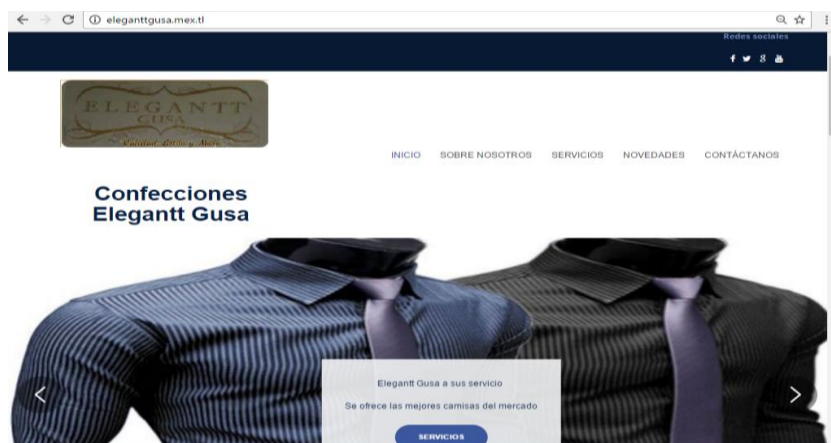
**Gráfico N° 30:** Canales de distribución de los productos de la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

**Servicios:** Que ofrece la empresa con sus clientes.



**Gráfico N° 31:** Los servicios que ofrece la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

**Dirección de la página web:** Se puede conocer más de Confecciones Elegantt Gusa en la siguiente página web. <http://eleganttgusa.mex.tl/>







**Gráfico N° 32:** Dirección de la página web de Elegantt Gusa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

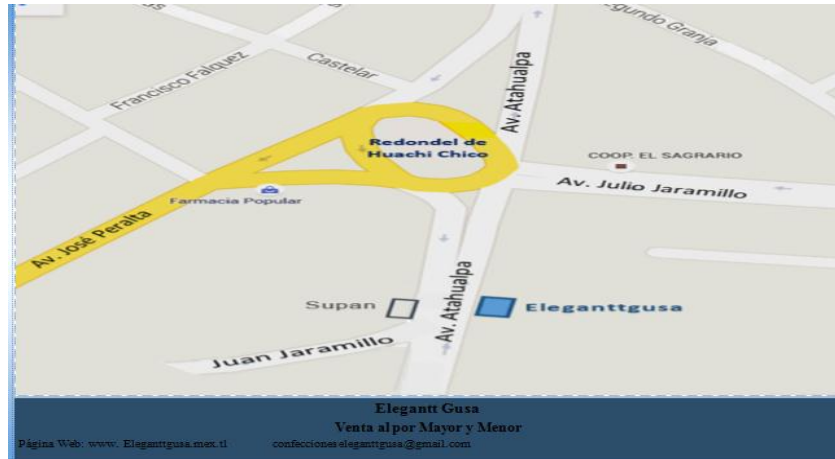
### Tarjeta de presentación

**Táctica:** Elaborar las tarjetas de presentación que estén relativos al logo, en donde se incluya la información correspondiente, la dirección, teléfono, correo electrónico y la respectiva página web.

Se elaborarán las tarjetas de presentación, con una dimensión de 8x5 centímetros, con una impresión a los dos lados, en papel couche de 300 gramos.

**Costo:** El costo para elaborar las tarjetas de presentación es de \$ 20,00 +IVA por una cantidad de 1000.





**Gráfico N° 33:** Modelo de la tarjeta de presentación.  
**Elaborado por:** Anabel Medina

- **Promoción en ventas**

Las promociones que se implementaría en Confecciones Elegantt Gusa, dependerán principalmente por la cantidad de compras que realicen los clientes, y por temporada se entregara lo siguiente:

### **Premios**

Implementar premios en la temporada escolar, los cuales consistan en la entrega de un cuaderno, por la compra de 3 o más camisas, blusas escolares.



**Gráfico N° 34:** Premios que ofrece la empresa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

### 4.3.2.3 Presupuesto de promoción y publicidad

El presupuesto que utilizará para cumplir con las estrategias, está proyectado para el año 2017, el cual se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla N° 25:** Presupuesto de promoción y publicidad

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>
<b>Elaboración de la página web.</b>		\$ 50,00
<b>Tarjetas de presentación</b>	1000	\$ 22,80
<b>Promoción</b>		
<b>Cuadernos</b>	30	\$ 36,00
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>\$ 108,80</b>

**Elaborado por:** Anabel Medina

## 4.3.2 PLAN TÉCNICO

### 4.3.2.1 Descripción del Plan Técnico.

El Plan técnico tiene como objetivo llegar a diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles, para el producto deseado sea este un bien o servicio.

#### **Localización**

La empresa Confecciones Elegantt Gusa se encuentra ubicada en:

Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Huachi Grande, Barrio el Belén

Av. Atahualpa n°525 intersección; Miguel de Santiago

Referencia: Frente a la panadería Supan



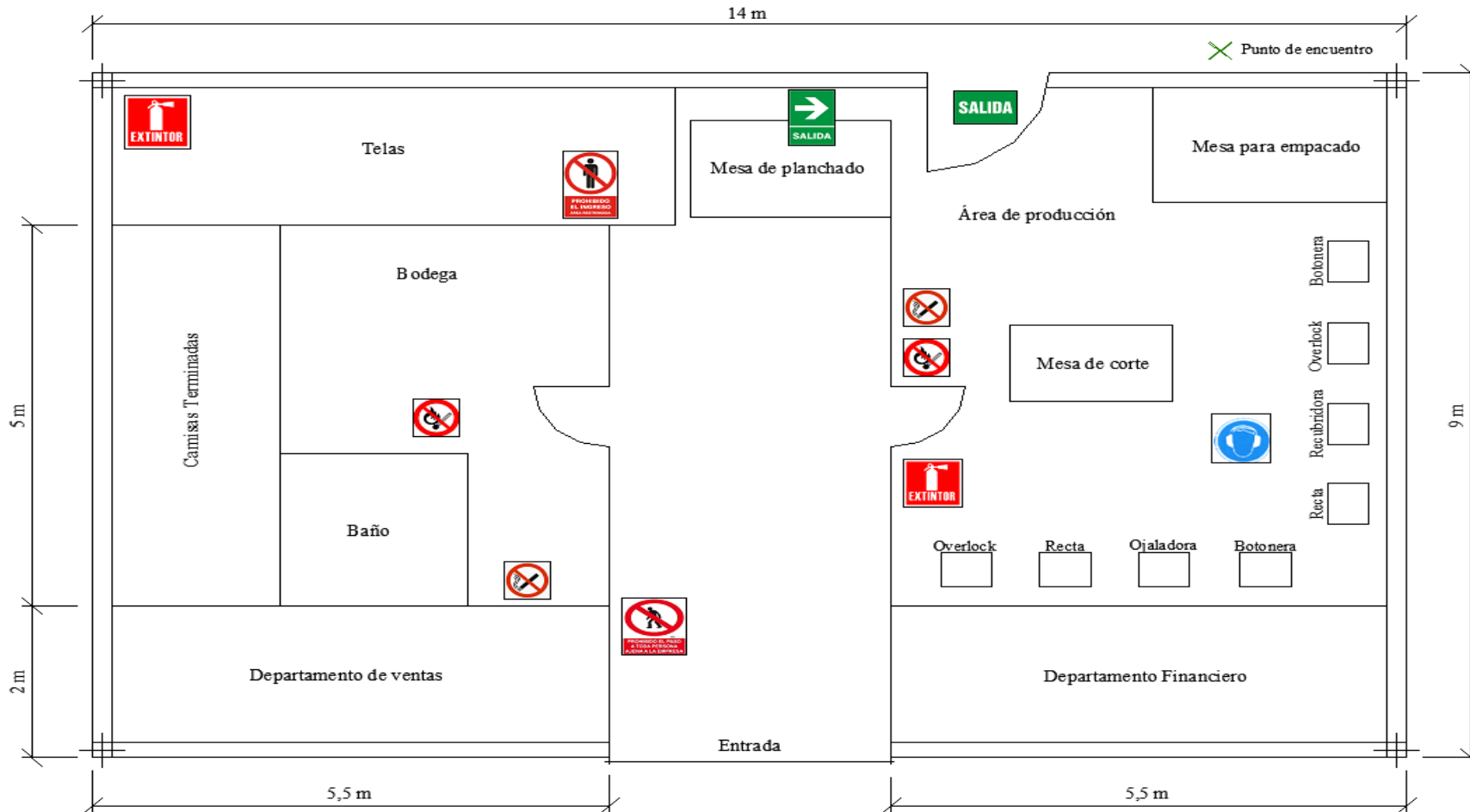
**Gráfico N° 35:** Dirección de empresa textil confeccione Elegantt Gusa  
**Elaborado por:** Anabel Medina

El proceso de producción se encuentra distribuida en los siguientes departamentos:

- Gerencia y Financiero.
- Producción
- Ventas

Los departamentos que se encuentra distribuidos a continuación forman parte importante al momento de obtener el producto terminado listo para la venta.

Los departamentos se encuentran distribuidos de la siguiente manera:



**Gráfico N° 36:** Distribución de la planta  
**Elaborado por:** Anabel Medina

## Determinación de Maquinaria

Nuevas tecnologías en equipos y maquinarias del sector de la industria:



**Gráfico N° 37:** Tecnología para la moda  
**Fuente:** Sector de la Industria

Maquinas diseñadas para coser, cortar y perfilar en un solo paso prendas de alta costura. Programas de comparadora que le permiten a un operario, con un mínimo de conocimientos en ingeniería, cortar menos de 15 minutos la tela suficiente para fabricar 10 camisetitas sport, estampados al calor con un secado especial que ofrecen mayor durabilidad de las pinturas en la ropa y una serie de aparatos con los que se puede bordar cualquier tipo de diseño sobre la tela, son solo algunos de los recursos con que los empresarios apuestan a la renovación tecnológica de la industria de la moda.

## ¿Qué es la “AUTOMATIZACIÓN en el rubro textil”?



**Gráfico N° 38:** Maquinaria que se utiliza para la Automatización.  
**Fuente:** Sector de la Industria

Es la aplicación del sistema automático de maquinaria moderna a procedimientos de proceso mecánico, se creó con la finalidad de reducir mano de obra, agilizar el trabajo y generar ganancias en el rubro textil, actualmente existen variadas máquinas automáticas con control digital desde la más clásica hasta la más compleja como, por ejemplo: la

máquina de costura recta (que viene integrado su panel de control digital), la maquia bordadora es de uno a mas cabezales y se controla digitalmente.

La maquinaria que utiliza en la elaboración de las camisas y blusas que confecciona la empresa textil confecciones Elegantt Gusa es:

Maquinaria	Descripción
	<p>Máquina Botonera \$ 3200 marca Hikari</p> <p>Esta máquina tiene diferentes tipos de diseños de puntadas, el diseño puede ajustarse para diferentes requerimientos, antes de finalizar la barra realiza un tacleo el cual previene la perdida de la costura.</p>
	<p>Máquina overlock \$ 1000 marca Genesy</p> <p>Esta máquina se utiliza para unir una pieza o dos piezas de tela para definir el borde también corta los bordes de la tela de una manera rápida.</p> <p>Y de esta manera obtener la prenda completamente cerrada.</p>
	<p>Máquina ojaladora \$ 2500 marca Jack</p> <p>Esta máquina está diseñada para hacer ojales de diferentes tamaños, y formas, en el caso de las camisas el ojal se hace en forma de lagrima.</p> <p>Se acciona manualmente y el pedal solo se usa para frenar el ciclo.</p>

Maquinaria	Descripción
	<p>Máquina recubridora \$1700 marca Siruba</p> <p>Esta máquina se usa para recubrir y hacer dobladillos, de las prendas esto permite hacerlo de una manera rápida y con acabados perfectos.</p>
	<p>Máquina recta \$750 marca Juki</p> <p>Esta máquina permite realizar una costura recta permite unir, pegar, respuntiar y realizar puntadas internas de seguridad con la ayuda de la formación de puntadas enlazadas.</p> <p>La puntada de esta máquina está formada por dos hilos</p>
	<p>Máquina zig zag \$ 300 marca Singer</p> <p>Esta máquina cose en zigzag, trazando un camino entre dos líneas paralelas. Esta máquina puede hacer puntada recta, festón y zigzag de tres puntadas.</p>
	<p>Máquina recta \$ 750 marca Juki</p> <p>Esta máquina cose en recta, trazando un camino entre dos líneas paralelas. Esta máquina puede hacer puntada recta y festón.</p>

**Gráfico N° 39:** Maquinarias que se utiliza en la producción.

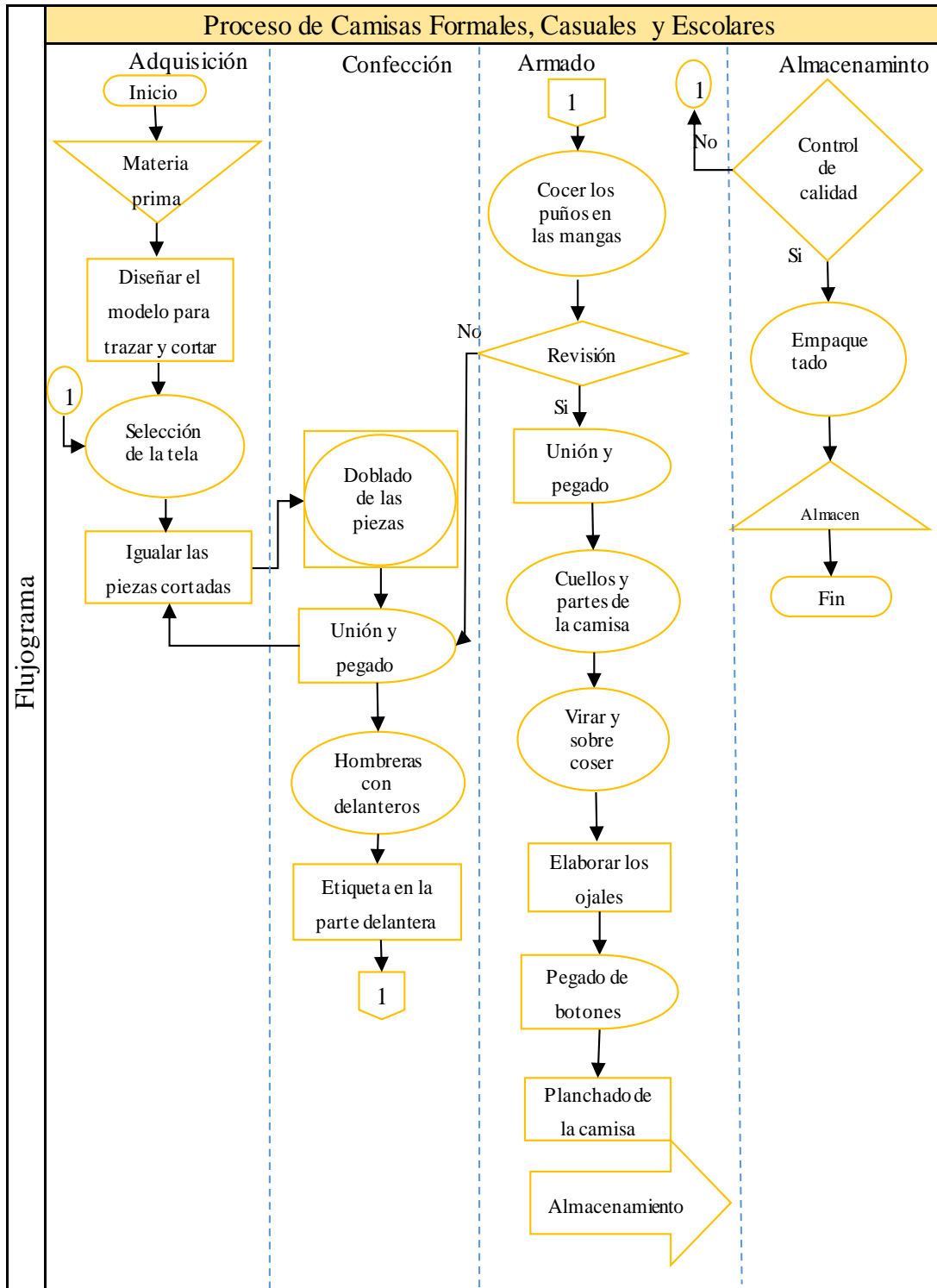
**Fuente:** Confecciones Elegantt Gusa

**Elaborado por:** Anabel Medina



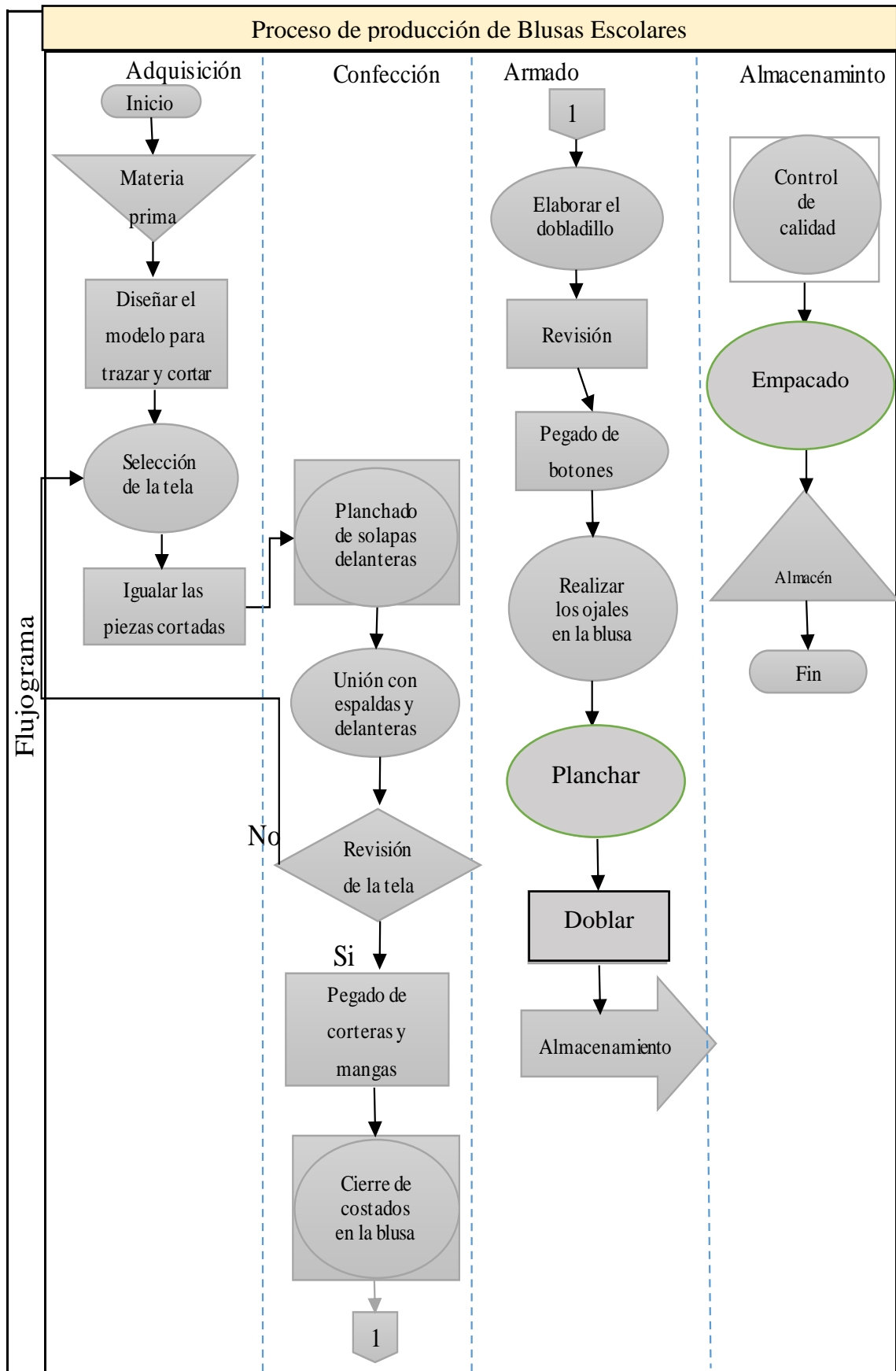
## Procesos de Producción

A continuación, se detalla los procesos de producción de las camisas y blusas de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa:



**Gráfico N° 40:** Procesos de producción de camisas

Elaborado por: Anabel Medina



**Gráfico N° 41:** Proceso de producción de las blusas  
**Elaborado por:** Anabel Medina

### **4.3.3 PLAN ADMINISTRATIVO**

#### **4.3.3.1 Descripción de la Empresa**

“Confecciones Elegantt Gusa”, es una empresa que se dedica a la elaboración de camisas y blusas para damas, caballeros y niños los cuales tienen un alto estándar de calidad, diseño y acabados originales.

#### **MISIÓN**

Confecciones Elegantt Gusa es una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de camisas y blusas para damas, caballeros y niños, con la finalidad de satisfacer las necesidades y las expectativas de los clientes, brindando un servicio de calidad.

#### **VISIÓN**

Ser una empresa líder en la industria textil, tanto nacional como internacional manteniendo la calidad, precio y servicio de las prendas, siempre cumpliendo con los derechos y el respectivo trabajo de los colaboradores.

#### **OBJETIVOS**

- Ser una empresa exitosa en el mercado, generando fuentes de empleo.
- Obtener clientes fijos a los cuales se entreguen la mercadería bajo pedido.
- Satisfacer la demanda de nuestros clientes en los tiempos establecidos.
- Mantener los productos acordes a la moda y las respectivas necesidades de la sociedad, con la finalidad de mantener la aceptación de manera proactiva y práctica de la empresa.
- Mantener los precios accesibles en comparación a la competencia, con la finalidad de incrementar los clientes.
- Brindar productos elegantes, cómodos y con estilo para cada uno de nuestros clientes.

## PRINCIPIOS CORPORATIVOS

- Innovación: en los servicios y procesos que se realizan en la empresa, de acuerdo a la creatividad del entorno.
- Trabajo en equipo: tratar que el personal de la empresa se encuentre comprometida con la organización, la cual ayude a trabajar en equipo.
- Mejora Continua: actitud de realizar las acciones que permitan mejorar los procesos internos de la empresa, de esa manera mejorar la satisfacción de los clientes.
- Servicio: satisfacer las necesidades de los clientes, que permitan superar las expectativas en los productos de calidad, ayudando a generar un ambiente agradable.

## LOGOTIPO

El logotipo es aquel en donde se define simbólicamente a la imagen de la empresa, la cual se utilizará en el desarrollo del plan de marketing publicitario, con el único motivo de cumplir con los objetivos planteados.

El logo de “Confecciones Elegantt Gusa”, que se utilizará para todos los productos que confecciona la empresa es la siguiente:



**Gráfico N° 42:** Logotipo de Elegantt Gusa  
**Fuente:** Empresa textil confecciones “Elegantt Gusa”

## Imagen Corporativa

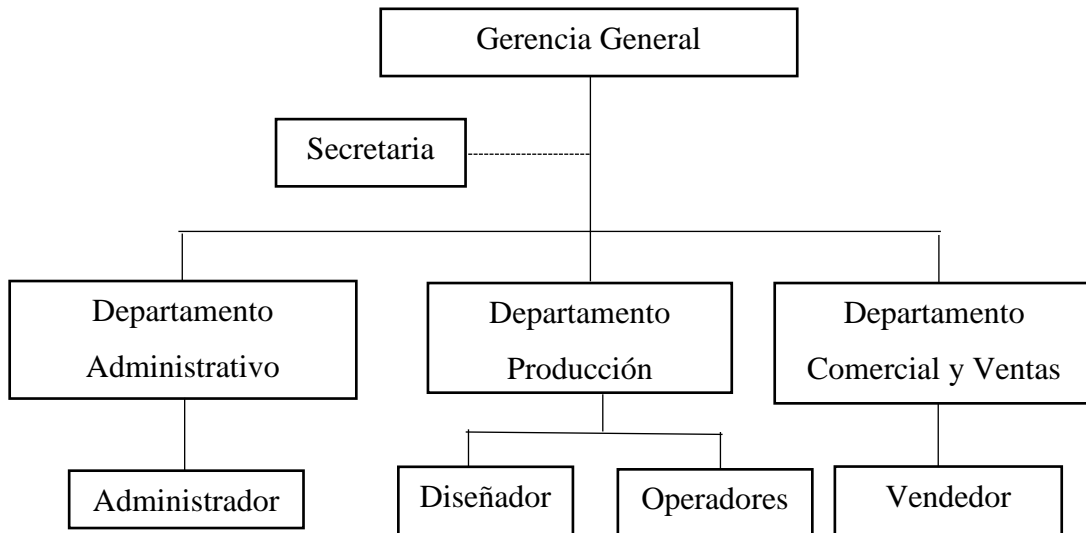
Los productos que realiza la empresa “Confecciones Elegantt Gusa” estarán con el respectivo logotipo propio del mismo.



**Gráfico N° 43:** Imagen corporativa de “Confecciones Elegantt Gusa”  
Elaborado por: Anabel Medina

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

En el organigrama estructural se determina el personal que está a cargo de cumplir con cada uno de los objetivos establecidos por la empresa “Confecciones Elegantt Gusa”.



**Gráfico N° 44:** Organigrama Estructural  
**Tiempo de elaboración:** 17 de octubre de 2016  
**Aprobado por la Gerencia:** 21 de octubre de 2016  
**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.  
**Elaborado por:** Anabel Medina


El estilo de dirección del Gerente General estará basado principalmente en el liderazgo, quien está encargado directamente de la correcta toma de decisiones, en elegir lo que le favorece a la empresa de manera eficaz.

### Personal que ocupa los cargos

La empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, estará conformada por un grupo de trabajo el cual se encuentre comprometido con la empresa, a cumplir con cada uno de los objetivos planteados, con la finalidad de obtener la aceptación y acogida de nuestros clientes. El éxito de la empresa constará en el profesionalismo que tiene el gerente con los empleados, proveedores y sus respectivos colaboradores en general.

A continuación, se define el perfil del proceso de reclutamiento del personal que realizará la empresa:

**Tabla N° 25:** Reclutamiento del cargo a Gerente

<b>Confecciones Elegantt Gusa</b> <b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>Nombre del Puesto:</b>	<b>Gerente General</b>	
Funciones Generales:	Líder, capaz de realizar una planeación, organización y mantener una buena relación con los colaboradores.	
Perfil:	<b>Formación académica:</b> Título profesional en Administración de Empresas, Comercial y Finanzas.  <b>Conocimiento adicional:</b> Planificación financiera, emprendimientos y paquetes de office.	
Experiencia:	1 año de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.	
<b>Funciones Específicas:</b>		
Dirigir, planificar y coordinar con los trabajadores las actividades a realizar en los tiempos establecidos.	Supervisar el cumplimiento de todas las Obligaciones, Derechos, Ordenanzas, Reglamentos, etc.	
Elaborar los planes y programas para mejorar los productos.	Aplicar las normas en el control de los recursos humanos, económicos, técnicos y administrativos.	
Definir planes de trabajo de cada área de la empresa, cumplir y hacer cumplir los reglamentos y normas de procedimientos, coordinar las acciones de las distintas áreas a su cargo.	Desarrollar algunas actividades del área, comercializar y analizar el informe realizado por los vendedores y tomar decisiones.	
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<a href="mailto:eleganttgusa@gmail.com">eleganttgusa@gmail.com</a>	

**Elaborado por:** Anabel Medina

**Tabla N° 26:** Reclutamiento del cargo a Secretaria

<b>Confecciones Elegantt Gusa</b> <b>PERFIL DEL PUESTO</b>	
<b>Nombre del Puesto:</b>	<b>Secretaria</b>
Funciones Generales:	Debe ser de total apoyo en las actividades de dirección, capaz de solucionar los problemas, y sobre todo mantener una buena comunicación con todos los empleados.
Perfil:	<b>Formación académica:</b> Estudios en contabilidad e informática.  <b>Conocimientos adicionales:</b> Calidad de servicio al cliente, paquetes de office.
Experiencia:	Conocimiento previo relacionado al área o afines.
<b>Funciones Específicas:</b>	
Llevar la lista de los contactos de los respectivos clientes y proveedores.	Atender llamadas telefónicas y la recepción.
Efectuar los informes pertinentes que necesite el gerente.	Atención al cliente, realización de notas de pedidos etc.
Apoyar al gerente en cada una de sus actividades diarias.	Elaborar los planes y programas para mejorar los productos.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<a href="mailto:eleganttgusa@gmail.com">eleganttgusa@gmail.com</a>

**Elaborado por:** Anabel Medina



**Tabla N° 27:** Reclutamiento del cargo Administrador/a

<b>Confecciones Elegantt Gusa</b> <b>PERFIL DEL PUESTO</b>	
<b>Nombre del Puesto:</b>	<b>Administrador/a</b>
Funciones Generales:	Tener una excelente comunicación tanto verbal como escrita con los trabajadores, ser capaz de resolver los inconvenientes de la empresa de manera eficaz, ayudar a la gerencia en la correcta toma de decisiones.
Perfil:	<p><b>Formación académica:</b> Título profesional en el área de Administración.</p> <p><b>Conocimiento adicional:</b> Manejo de sistemas contables y manejo de paquetes de office.</p>
Experiencia:	Conocimiento previo relacionado al área o afines.
<b>Funciones Específicas:</b>	
Realiza el respectivo registro de las compras y ventas de la mercadería, facturación.	Se encarga de todos los registros de ingresos y salidas de la mercadería a producción.
Desarrollar los respectivos cobros a los clientes y los pagos a los proveedores en la fecha establecida.	Lleva la respectiva contabilidad y las obligaciones con el SRI.
Revisar el presupuesto de la empresa.	Elaborar proyectos para la actividad administrativa.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<a href="mailto:eleganttgusa@gmail.com">eleganttgusa@gmail.com</a>


**Elaborado por:** Anabel Medina

**Tabla N° 28:** Reclutamiento del cargo Diseñador/a

<b>Confecciones Elegantt Gusa</b> <b>PERFIL DEL PUESTO</b>	
<b>Nombre del Puesto:</b>	<b>Diseñador/a</b>
Funciones Generales:	Tener creatividad en los diseños, capacitar de resolver la demanda del mercado, además elaborar nuevos proyectos en donde se relacionen los colaboradores, orientando en la producción eficiente, con habilidades de mantener un ambiente laboral bueno.
Perfil:	<p><b>Formación académica:</b> Título profesional en Diseño de Modas.</p> <p><b>Conocimiento adicional:</b> Tener conocimiento del sector textil y experiencia en el puesto.</p>
Experiencia:	Conocimiento previo relacionado al área o afines.
<b>Funciones Específicas:</b>	
Diseño de las Blusas y camisas.	Aprobación de las telas que se utilizan en la producción.
Cortes del producto.	Supervisa la producción.
Aprueba los medios de publicidad.	Asiste a las respectivas reuniones mensuales, con la finalidad de aprobar las decisiones tomadas.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<a href="mailto:eleganttgusa@gmail.com">eleganttgusa@gmail.com</a>

**Elaborado por:** Anabel Medina

**Tabla N° 29:** Reclutamiento del cargo Operador/a

<b>Confecciones Elegantt Gusa</b> <b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>Nombre del Puesto:</b>	<b>Operador/a</b>	
<b>Funciones Generales:</b>	Tener creatividad en los diseños, capacitar de resolver la demanda del mercado, además elaborar nuevos proyectos en donde se relacionen los colaboradores, orientando en la producción eficiente, con habilidades de mantener un ambiente laboral bueno.	
<b>Perfil:</b>	<b>Formación académica:</b> Título en corte y confección.  <b>Conocimiento adicional:</b> Tener conocimiento del sector textil y experiencia en el puesto.	
<b>Experiencia:</b>	Conocimiento previo relacionado al área o afines.	
<b>Funciones Específicas:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encarga de la producción.</li> <li>• Controla la calidad de la producción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encarga de enviar los productos terminados a los lugares de venta.</li> </ul>	
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<a href="mailto:eleganttgusa@gmail.com">eleganttgusa@gmail.com</a>	

**Elaborado por:** Anabel Medina

**Tabla N° 30:** Reclutamiento del cargo Vendedor/a

<b>Confecciones Elegantt Gusa</b>	
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	
<b>Nombre del Puesto:</b>	<b>Vendedor/a</b>
Funciones Generales:	Habilidades de tratar a los clientes y al público en general de manera amable, expresándose claramente, con una buena relación y buena presentación personal
Perfil:	<p><b>Formación académica:</b> Conocimiento en ventas y moda.</p> <p><b>Conocimiento adicional:</b> Tener conocimiento del sector textil y experiencia en el puesto.</p>
Experiencia:	Conocimiento previo relacionado al área o afines.
<b>Funciones Específicas:</b>	
Desarrollar y dirigir programas tareas y asignar trabajo entre el personal del área.	Aprobación de las telas que se utilizan en la producción.
Ser responsable en el mantenimiento de un programa sobre venta.	Supervisa la producción.
Planificar conjuntamente con el departamento administrativo sobre las políticas generales.	Asiste a las respectivas reuniones mensuales, con la finalidad de aprobar las decisiones tomadas.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<a href="mailto:eleganttgusa@gmail.com">eleganttgusa@gmail.com</a>

**Elaborado por:** Anabel Medina

## **ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL**

**Contrato Civil de Presentación de Servicios:** Se celebra de manera mutua entre las partes, de la cual las remuneraciones se pagarán por parte de prestaciones sociales para contrato.

**Contrato a Término Indefinido:** Este tipo de contratos se utilizará para los Administrativos y producción; la duración que el trabajador este laborando en la empresa es indefinido, es decir que se realiza por mutuo acuerdo entre las dos personas, o en caso de que se presenten situaciones de hecho que están conformadas directamente por la ley laboral la cual se considera causa principal para dar por terminado el contrato laboral.

**Contrato a Término Fijo:** Se utilizará para los vendedores y operadores que trabajan en la empresa, en un tiempo establecido de 3 meses a prueba en donde se verifica las actividades y funciones que han cumplido.

Si el trabajador ha cumplido a cabalidad sus actividades, la empresa está en la potestad de renovar su contrato cada cuatro meses.

## **POLÍTICA SALARIAL**

Para poder determinar los salarios de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, se determina las siguientes políticas:

- Contratar al personal que cumpla a cabalidad sus funciones.
- Cumplir con las respectivas disposiciones legales laborales vigentes.
- Establecer una remuneración equitativa mediante las actividades y responsabilidades que realicen.
- Motivar a los trabajadores en la elaboración de las actividades, con la finalidad de que realicen de manera eficiente y eficaz.

## **SEGURIDAD INDUSTRIAL**

Para la adecuada seguridad de los trabajadores se utilizará uniformes tanto para los administrativos, producción y de ventas, el cual se modificará cada cuatro meses a los de producción se suministrará un par de zapatos y además tendrán todos los materiales necesarios para la elaboración de las camisas y blusas tanto para damas, caballeros y niños.

El ambiente de trabajo es un factor esencial en el rendimiento de las actividades, el cual consiste en tener un ambiente confortable que este mediante las dimensiones necesarias en el desenvolvimiento de la elaboración y confección de las prendas mediante las maquinarias pertinentes.

Es importante tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Establecer un entorno adecuado mediante un ambiente óptimo.
- Establecer equitativamente las tareas y los cargos de trabajo a cada personal de la empresa.
- Que el personal al momento de realizar las actividades lo realicen adecuadamente sin exceso, de esa manera se elimina el cansancio de los trabajadores.

### **Implicaciones Laborales**

- Se debe afiliar a los trabajadores en el Instituto de Seguridad Social, que es la encargada de la salud.
- Elaborar un programa de seguridad Social en donde se determine el respectivo reglamento de higiene en el taller de confección.

### **Responsabilidad Social Empresarial**

El compromiso de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, es tratar de contribuir a la sostenibilidad de la siguiente manera:

Proveedores: Se trata de buscar un acuerdo en el precio que mayores beneficios brinde a la empresa, en la calidad y servicio, además se debe generar una relación comercial.

Comunidad: Es la que se encarga de la contribución del desarrollo social y cuidado del medio ambiente, mediante la elaboración del programa de reciclaje el cual se encargue de no contaminar con los respectivos residuos sólidos.

Clientes: Se debe entregar un producto de calidad y sobre todo garantizar el servicio, cumpliendo así las necesidades de los clientes.

Estado: Cumpliendo con cada una de las leyes establecidas en la empresa, respondiendo oportunamente con las respectivas obligaciones tributarias que se generan mensualmente por las actividades de la misma.

Socios: Mediante la rentabilidad de sus aportes, se encarga de medir la gestión empresarial a la junta directiva sobre los procesos y los respectivos productos que elabora la empresa.

Empleados: La remuneración a los colaboradores deben ser de manera adecuada de acuerdo a la actividad que realiza, promoviendo el crecimiento tanto personal como profesional en el ámbito laboral.

Por la aplicación de estas responsabilidades la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa, será reconocida como una organización responsable, que es capaz de contribuir en el respectivo desarrollo de los productos a nivel nacional.

#### **4.3.4 PLAN FINANCIERO**

##### **4.3.4.1 Plan Financiero**

Con la realización del plan financiero permite conocer a la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa la liquidez con la que cuenta, plasmando las ventas y costos que se generan en la producción durante el periodo económico. A continuación, se detalla el Plan de inversión de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa:

**Tabla N° 31: Plan de Inversión**



**ELEGANTT GUSA**

Plan de Inversión


Cant.	Detalle	Valor unitario	Total
1	TERRENO		20.000,00
	EDIFICIO		20.000,00
	VEHICULOS		5.000,00
1	Automóvil	5.000,00	
	INSTALACIONES		450,00
1	Instalaciones eléctricas	350,00	
1	Extintor portáti 6 kg	50,00	
5	Señaléticas	50,00	
	MAQUINARIA Y EQUIPO		25.000,00
1	Máquina Botonera	4.300,00	
1	Máquina overlock	2.200,00	
1	Maquina Ojaladora	3.500,00	
1	Máquina Recubridora	2.900,00	
1	Máquina Recta	1.150,00	
1	Máquina zig zag	600,00	
1	Máquina Recta marca Juki	850,00	
1	Automatización de maquinaria	9.500,00	
	MUEBLES Y ENSERES		2.000,00
	Área de Administración		
1	Escritorio	300,00	
1	Auxiliar Archivador	150,00	
2	Sillas de espera	50,00	
2	Silla giratoria	120,00	
	Área de producción		
2	Sillas	60,00	
1	Mesa de corte	120,00	
2	Closets	1.200,00	
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		2.000,00
2	Computadora oficina	1.700,00	
2	Impresora	300,00	
	MATERIA PRIMA		10.000,00
1	Mercadería	10.000,00	
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN		50,00
1	Gastos Legales	50,00	
	<b>TOTAL PLAN DE INVERSIONES</b>		<b>84.500,00</b>

**Inversión Inicial**

Se utiliza el capital de trabajo para financiar la producción, que se utiliza para la primera adquisición antes de obtener la primera venta, sirve también para los pagos que se efectúan en la materia prima, otorgando créditos en ventas y cubre ciertos gastos que se incurren al momento de elaborar el producto.



**Tabla N° 32: Capital de Trabajo**

 <b>ELEGANTT GUSA</b>	
Capital de Trabajo	
DETALLE	TOTAL
<b>TERRENO</b>	\$ 20.000,00
<b>EDIFICIO</b>	\$ 20.000,00
<b>VEHICULOS</b>	\$ 5.000,00
<b>INSTALACIONES</b>	\$ 450,00
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	\$ 25.000,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	\$ 2.000,00
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	\$ 2.000,00
<b>MATERIA PRIMA</b>	\$ 10.000,00
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	\$ 50,00
<b>Total Capital</b>	<b>\$ 84.500,00</b>


**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

## Financiamiento

Una vez obtenido el valor de inversión inicial y el capital de trabajo es importante que se establezca la fuente económica de financiamiento, la cual permite la adquisición de la materia prima con los respectivos proveedores.


**Tabla N° 33: Recursos Financieros**

 <b>ELEGANTT GUSA</b>		
Recursos Financieros		
DESCRIPCION	VALOR \$	PORCENTAJE
<b>RECURSOS PROPIOS</b>	\$ 1.500,00	13%
<b>DINERO</b>	\$ 1.500,00	100%
<b>RECURSOS DE TERCEROS</b>	\$ 10.000,00	87%
<b>PROVEEDORES</b>	\$ 10.000,00	100%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11.500,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

**Tabla N° 34: Plan de Financiamiento**

 <b>ELEGANTT GUSA</b> Plan de Financiamiento		
DESCRIPCION	VALOR \$	PORCENTAJE
<b>RECURSOS PROPIOS</b>	\$ 74.500,00	88%
<b>APORTE DEL GERENTE</b>	\$ 49.500,00	66%
<b>BIENES PROPIOS</b>	\$ 25.000,00	34%
<b>MATERIA PRIMA</b>		
<b>RECURSOS DE TERCEROS</b>	\$ 10.000,00	12%
<b>PRESTAMOS A PROVEEDORES</b>	\$ 10.000,00	100%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 84.500,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

Se determina que la empresa cuenta con los recursos propios de financiamiento; el aporte del gerente en \$49.500,00 y recursos propios de \$25.000,00 adquiriendo una obligación con los proveedores de la materia prima en \$10.000,00.

### Amortización del pago a Proveedores

**Tabla N° 35: Plan de Financiamiento**

 <b>ELEGANTT GUSA</b> TABLA DE AMORTIZACION DE LOS PROVEEDOREES						
<b>MONTO A FINANCIAR</b>	<b>\$ 10.000,00</b>					
<b>TASA ANUAL</b>	<b>5%</b>					
<b>TASA MENSUAL</b>	<b>0,0042</b>					
<b>TIEMPO A FINANCIAR</b>	<b>2</b>					
<b>N/PERIODOS</b>	<b>24</b>					
<b>CALCULO DE CUOTA PAGO</b>	<b>\$ -438,71</b>					
<b>INTERES</b>	<b>\$ -41,67</b>					
<b>CAPITAL</b>	<b>\$ -397,05</b>					
N°	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	CAP.+INT.	SALDO FINAL
<b>0</b>						<b>\$ 10.000,00</b>
<b>1</b>	\$ 10.000,00	\$ 438,71	\$ 41,67	\$ 397,05	\$ 438,71	\$ 9.602,95
<b>2</b>	\$ 9.602,95	\$ 438,71	\$ 40,01	\$ 398,70	\$ 438,71	\$ 9.204,25
<b>3</b>	\$ 9.204,25	\$ 438,71	\$ 38,35	\$ 400,36	\$ 438,71	\$ 8.803,89
<b>4</b>	\$ 8.803,89	\$ 438,71	\$ 36,68	\$ 402,03	\$ 438,71	\$ 8.401,86
<b>5</b>	\$ 8.401,86	\$ 438,71	\$ 35,01	\$ 403,71	\$ 438,71	\$ 7.998,15
<b>6</b>	\$ 7.998,15	\$ 438,71	\$ 33,33	\$ 405,39	\$ 438,71	\$ 7.592,76

7	\$ 7.592,76	\$ 438,71	\$ 31,64	\$ 407,08	\$ 438,71	\$ 7.185,69
8	\$ 7.185,69	\$ 438,71	\$ 29,94	\$ 408,77	\$ 438,71	\$ 6.776,91
9	\$ 6.776,91	\$ 438,71	\$ 28,24	\$ 410,48	\$ 438,71	\$ 6.366,44
10	\$ 6.366,44	\$ 438,71	\$ 26,53	\$ 412,19	\$ 438,71	\$ 5.954,25
11	\$ 5.954,25	\$ 438,71	\$ 24,81	\$ 413,90	\$ 438,71	\$ 5.540,34
12	\$ 5.540,34	\$ 438,71	\$ 23,08	\$ 415,63	\$ 438,71	\$ 5.124,71
13	\$ 5.124,71	\$ 438,71	\$ 21,35	\$ 417,36	\$ 438,71	\$ 4.707,35
14	\$ 4.707,35	\$ 438,71	\$ 19,61	\$ 419,10	\$ 438,71	\$ 4.288,25
15	\$ 4.288,25	\$ 438,71	\$ 17,87	\$ 420,85	\$ 438,71	\$ 3.867,41
16	\$ 3.867,41	\$ 438,71	\$ 16,11	\$ 422,60	\$ 438,71	\$ 3.444,81
17	\$ 3.444,81	\$ 438,71	\$ 14,35	\$ 424,36	\$ 438,71	\$ 3.020,45
18	\$ 3.020,45	\$ 438,71	\$ 12,59	\$ 426,13	\$ 438,71	\$ 2.594,32
19	\$ 2.594,32	\$ 438,71	\$ 10,81	\$ 427,90	\$ 438,71	\$ 2.166,41
20	\$ 2.166,41	\$ 438,71	\$ 9,03	\$ 429,69	\$ 438,71	\$ 1.736,73
21	\$ 1.736,73	\$ 438,71	\$ 7,24	\$ 431,48	\$ 438,71	\$ 1.305,25
22	\$ 1.305,25	\$ 438,71	\$ 5,44	\$ 433,28	\$ 438,71	\$ 871,97
23	\$ 871,97	\$ 438,71	\$ 3,63	\$ 435,08	\$ 438,71	\$ 436,89
24	\$ 436,89	\$ 438,71	\$ 1,82	\$ 436,89	\$ 438,71	\$ -0,00
TOTAL	\$ 126.992,05	\$ 10.529,13	\$ 529,13	\$ 10.000,00	\$ 10.529,13	

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

## CALCULO DE COSTOS Y GASTOS

### Costos de producción

El costo de producción permite conocer el valor que le cuesta producir las camisas, formales, casuales, escolares y las blusas escolares, con la finalidad de establecer un margen de utilidad que este en relación al mercado competitivo.

El costo se determina mediante:

- Materia Prima directa (MPD)
- Mano de obra directa (MOD)
- Costos indirectos de fabricación (CIF son aquellos que se utiliza en la producción de manera indirecta).

El costo de producción se determina mediante la siguiente formula:

Costo de producción (CP)= MPD+MOD+CIF

**Tabla N° 36:** Costo de Producción de la Camisa Formal


<b>ELEGANTT GUSA</b>			
<b>Detalle del Costo</b>			
<b>Materia Prima Camisa Formal</b>			
	Cantidad de camisas	Costo	Costo Unitario
<b>Tela 50m</b>	40	190,00	4,75
<b>Pelón 100m</b>	1200	150,00	0,13
<b>Hilo 1000 yardas</b>	216	3,50	0,02
<b>Funda de Botones 1000 unidad</b>	110	10,00	0,09
<b>Total</b>			<b>4,98</b>
<b>Mano de Obra para Camisa Formal</b>			
Proceso	La docena de camisas	Costo	Costo Unitario
<b>Corte</b>	1	2,50	0,21
<b>Confección 3 Personas</b>	1	13,00	3,25
<b>Pegado de Ojales 2 Personas</b>	1	2,00	0,33
<b>Pegado de Botones 2 Personas</b>	1	2,00	0,33
<b>Planchado y Empacada</b>	1	3,00	0,25
<b>Total</b>			<b>4,17</b>
<b>CIF de la Camisa Formal</b>			
	Cantidad de camisas	Costo	Costo Unitario
<b>Etiquetas</b>	1	0,10	0,10
<b>Cartón 1 docena</b>	12	0,50	0,04
<b>Fundas</b>	100	3,50	0,04
<b>Binchas 1 millar</b>	300	45,00	0,15
<b>Luz</b>	1	0,17	0,17
<b>Teléfono</b>	1	0,10	0,10
<b>Total</b>			<b>0,60</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>			<b>9,75</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

Se determina que el costo de producción de la camisa formal es de \$9,75 los cuales se encuentran incluidos los costos variables en los costos indirectos de fabricación. El precio del producto para la venta se determina una utilidad del 3% al por mayor y el 44% al por menor.

**Tabla N° 37:** Costo de Producción de la Camisa Casual


 <b>ELEGANTT GUSA</b> <b>Detalle del Costo</b>			
Materia Prima Camisa Casual			
	Cantidad de camisas	Costo	Costo Unitario
<b>Tela 50m</b>	40	200,00	5,00
<b>Pelón Aruba 50m</b>	600	175,00	0,29
<b>Hilo 1000 yardas</b>	216	3,50	0,02
<b>Funda de Botones 1000 unidades</b>	90	16,00	0,18
<b>Cinta de cuello</b>	1	0,20	0,20
<b>Total</b>			<b>5,69</b>
Mano de Obra para Camisa Casuales			
Proceso	La docena de camisas	Costo	Costo Unitario
<b>Corte</b>	1	3,60	0,30
<b>Confección 3 Personas</b>	1	18,00	4,50
<b>Pegado de Ojales 2 Personas</b>	1	2,00	0,33
<b>Pegado de Botones 2 Personas</b>	1	2,00	0,33
<b>Planchado y Empacada</b>	1	3,00	0,25
<b>Total</b>			<b>5,72</b>
CIF de la Camisa Casuales			
	Cantidad de camisas	Costo	Costo Unitario
<b>Etiquetas</b>	1	0,20	0,20
<b>Bordado</b>	1	0,20	0,20
<b>Cartón 1 docena</b>	12	0,50	0,04
<b>Fundas 100 unidades</b>	100	4,00	0,04
<b>Cinta de cuello</b>	1	0,20	0,20
<b>Luz</b>	1	0,17	0,17
<b>Teléfono</b>	1	0,10	0,10
<b>Total</b>			<b>0,95</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>			<b>12,35</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

El costo de producción de la camisa casual es de \$12,35 incluidos los costos variables, este costo permite establecer un porcentaje de utilidad que se aplica al producto disponible para la venta, de esta manera la empresa textil confecciones “Elegantt Gusa” utiliza el 13% al por mayor y el 62% al por menor.

**Tabla N° 38:** Costo de Producción de la Camisa Escolar

		<b>ELEGANTT GUSA</b>			
<b>Detalle del Costo</b>					
Materia Prima Camisa Escolar					
	Tallas	Cantidad de camisas	Costo	Costo Unitario	
<b>Tela 54m</b>		28	90	100,00	1,11
		30	77	100,00	1,30
		32	67	100,00	1,49
		34	60	100,00	1,67
		36	52	100,00	1,92
<b>Pelón 100m</b>	Todas las tallas	100	110,00	1,10	
<b>Hilo 1000 yardas</b>	Todas las tallas	216	3,50	0,02	
<b>Funda de Botones 1000 unidades</b>	Todas las tallas	90	10,00	0,11	
Total					<b>3,15</b>
Mano de Obra para Camisa Escolar					
	Proceso	La docena de camisas	Costo	Costo Unitario	
	<b>Corte</b>	1	2,50	0,21	
	<b>Confección</b>	1	13,00	1,08	
	<b>Pegado de Ojales</b>	1	2,00	0,17	
	<b>Pegado de Botones</b>	1	2,00	0,17	
	<b>Planchado y Empacado</b>	1	3,00	0,25	
Total					<b>1,88</b>
CIF de la Camisa Escolar					
	Materiales	Cantidad de camisas	Costo	Costo Unitario	
	<b>Etiquetas</b>	1	0,10	0,10	
	<b>Binchas</b>	300	45,00	0,15	
	<b>Cartón 1 docena</b>	12	0,50	0,04	
	<b>Fundas 100 unidades</b>	100	3,50	0,04	
	<b>Luz</b>	1	0,17	0,17	
	<b>Teléfono</b>	1	0,10	0,10	
Total					<b>0,60</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>					<b>5,62</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

Para las camisas escolares el costo de materia prima varia por la cantidad de tela que se utiliza en las diferentes tallas, y los costos de MOD y CIF son iguales para cada producto establecido diferentes porcentajes de utilidad los cuales se encuentran detallados en la tabla N°55

**Tabla N° 39: Costo de Producción de la Blusa Escolar**

<b>ELEGANTT GUSA</b>				
<b>Detalle del Costo</b>				
Materia Prima Blusa Escolar				
	Tallas	Cantidad de camisas	Costo	Costo Unitario
<b>Tela 54m</b>	28	90	100,00	1,11
	30	77	100,00	1,30
	32	67	100,00	1,49
	34	60	100,00	1,67
	36	52	100,00	1,92
<b>Hilo 1000 yardas</b>	Todas las tallas	216	3,50	0,02
<b>Funda de Botones 1000unidades</b>	Todas las tallas	90	8,00	0,09
<b>Total</b>				<b>2,03</b>
Mano de Obra para Blusa Escolar				
Proceso		La docena de camisas	Costo	Costo Unitario
<b>Corte</b>		1	2,50	0,21
<b>Confección</b>		1	13,00	1,08
<b>Pegado de Ojales</b>		1	2,00	0,17
<b>Pegado de Botones</b>		1	2,00	0,17
<b>Planchado y Empacado</b>		1	3,00	0,25
<b>Total</b>				<b>1,88</b>
CIF de la Blusa Escolar				
Materiales		Cantidad de camisas	Costo	Costo Unitario
<b>Etiquetas</b>		1	0,10	0,10
<b>Fundas 100 unidades</b>		100	3,50	0,04
<b>Luz</b>		1	0,17	0,17
<b>Teléfono</b>		1	0,10	0,10
<b>Total</b>				<b>0,41</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>				<b>4,31</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

Se establece los costos de producción a las blusas escolares mediante las diferentes tallas por la cantidad de tela que utiliza el producto, para ellos el valor de la materia prima varia y los costos de MOD y CIF permanecen fijos. La utilidad que se establece para las blusas varían de acuerdo al costo tanto al por mayor y al por menor.

Ver el porcentaje de utilidad en la tabla N°47.

## GASTOS GENERALES

Los gastos se dividen en:

- Gastos Administrativos
- Gastos de Ventas
- Gastos Financieros


### Gastos Administrativos

Los gastos Administrativos en la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa se realiza el salario al Gerente, la compra de suministros de limpieza y el respectivo gasto de depreciación de los respectivos activos fijos que se utiliza en el área administrativa.

### *Depreciaciones*

La depreciación de los bienes se realiza mediante el método de línea recta el cual se determina a continuación:

**Tabla N° 40:** Cuadro de Depreciación de los Bines Administrativos

		<b>ELEGANTT GUSA</b>			
		Cuadro de Depreciación			
Detalle del bien	Valor del bien	Vida útil	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual	
Edificios	\$ 20.000,00	20	5%	\$ 1.000,00	
Muebles y Enseres	\$ 2.000,00	10	10%	\$ 200,00	
Vehículo	\$ 5.000,00	5	20%	\$ 1.000,00	
Equipo de computación	\$ 2.000,00	3	33,33%	\$ 666,60	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.866,60</b>	

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

El valor de la depreciación se obtiene anualmente, y para obtener el valor de cada mes se divide la depreciación anual para 12 meses que contiene el año.



### Sueldos y beneficios de ley

Se determina el Sueldo del gerente de la empresa, ya que a los demás trabajadores se les cancela por el producto que realizan en el respectivo tiempo establecido.

N°	Nombre	Cargo	Ingresos			Total ingresos	Deducciones			Total deducciones	Fondo reserva	LIQUIDO A RECIBIR
			Sueldo	Horas extras	Comisiones		9,45% AP. PERS.	Multas	Anticipos sueldos			
Administrador			A	B	C	D=A+B+C	E=D*9,45%	F	G	I=E+F+G+H	J=D*8,33%	K=D-I+J
1		Gerente	450	0	0	450	42,53		0	42,53	37,49	444,98
Total			<b>450</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>450</b>	<b>42,53</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>42,53</b>	<b>37,49</b>	<b>444,98</b>
Total Anual			<b>5400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5400</b>	<b>510,3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>510,3</b>	<b>449,82</b>	<b>5339,52</b>

**Tabla N° 41:** Sueldo del Área Administrativa

CARGO	IESS		PROVISIONES			TOTAL PROVISIONES
	12,05% Aporte Patronal	Fondo de reserva	XIII sueldo	XIV sueldo	Vacaciones	
	L=D*12,05%	M=D*8,33%	N=D/12	O=366/12	P=D/24	Total
<b>Gerente</b>	54,23	37,49	37,50	10,17	18,75	158,13
Total	<b>54,23</b>	<b>37,49</b>	<b>37,50</b>	<b>10,17</b>	<b>18,75</b>	<b>158,13</b>
Total Anual	<b>650,70</b>	<b>449,82</b>	<b>450,00</b>	<b>122,00</b>	<b>225,00</b>	<b>1897,52</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.


**Elaborado por:** Anabel Medina

## Gastos de Ventas

Dentro de los gastos de venta en la empresa se determina solo la depreciación de la maquinaria que se utiliza para la producción.

La depreciación de la maquinaria se determina mediante el método de línea recta establecido el valor anual depreciado.

**Tabla N° 42:** Cuadro de Depreciación la Maquinaria


 <b>ELEGANTT GUSA</b> Cuadro de Depreciación				
Detalle del bien	Valor del bien	Vida útil	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Maquinaria y Equipo	\$ 25.000,00	10	10%	\$ 2.500,00
	\$ -			\$ -
	\$ -			\$ -
	\$ -			\$ -
<b>TOTAL</b>				\$ 2.500,00

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

Se estable el detalle del gasto de venta mediante el porcentaje de los costos de cada uno de los productos que fabrica la empresa.

**Tabla N° 43:** Detalle de los Costos y Gastos de Venta

 <b>ELEGANTT GUSA</b> Detalle de los Costos y Gastos				
Producto	Unidad de medida	Costo de producción	%	Gasto
<b>Camisa Formal</b>	Camisas	9,75	30,43	760,66
<b>Camisa Casual</b>	Camisas	12,35	38,57	964,26
<b>Camisa Escolar</b>	Camisas	5,62	17,55	438,82
<b>Blusa Escolar</b>	Blusas	4,31	13,45	336,26
<b>TOTAL</b>		32,03	100,00	2.500,00


**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

## Gastos Financieros

Se establece en los gastos financieros el pago del interés que se realiza a los proveedores durante los dos años, los intereses se encuentran detallados en el plan financiero de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa.

**Tabla N° 44:** Cálculo de Gastos

 <b>ELEGANTT GUSA</b> Cálculo de Gastos					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR POR UNIDAD	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>Gastos Administrativos</b>					<b>8.436,40</b>
<i>Sueldos</i>					<b>5.339,52</b>
<b>Gerente</b>	Dólares	444,96	1,00	444,96	5.339,52
<i>Suministros de limpieza:</i>					<b>230,28</b>
<b>Escoba</b>	Unidad	2,00	1,00	2,00	24,00
<b>Trapeador</b>	Unidad	3,00	1,00	3,00	36,00
<b>Ajax Cloro</b>	Botella	3,40	2,00	6,80	81,60
<b>Tips</b>	Unidad	0,80	2,00	1,60	19,20
<b>Papel Higiénico</b>	Paquete	5,79	1,00	5,79	69,48
<i>Depreciaciones:</i>					<b>2.866,60</b>
<b>Edificio</b>	Años	20.000,00	1,00	83,33	1.000,00
<b>Vehículo</b>	Años	5.000,00	1,00	16,67	200,00
<b>Muebles y Enseres</b>	Años	2.000,00	1,00	83,33	1.000,00
<b>Equipos de computación</b>	Años	2.000,00	1,00	55,55	666,60
<b>Gastos de Ventas</b>					<b>2.500,00</b>
<i>Depreciaciones:</i>					<b>2.500,00</b>
<b>Maquinaria y Equipo</b>	Años	25.000,00	1,00	208,33	2.500,00
<b>Gastos Financieros</b>					<b>264,57</b>
<i>Intereses</i>					<b>264,57</b>
<b>Proveedores</b>	Dólares	529,13	1,00	41,67	264,57
<b>TOTAL DE GASTOS</b>				<b>953,03</b>	<b>11.200,97</b>


**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

Se determina que el precio de venta al público se realiza al por mayor a los clientes que compran por docenas y al por menor se vende por unidades.

El precio de venta de las camisas y blusas mediante el margen de utilidad son:

**Tabla N° 45: Precio de Venta**

 <b>ELEGANTT GUSA</b> <b>Precio de venta</b>								
DETALLE	COSTO UNITARIO		MARGEN DE UTILIDAD				P.V.P al x mayor	P.V.P al x menor
	Tallas	Valor	% x mayor	\$	% x menor	\$		
<b>Camisa Formal</b>		9,75	3%	0,25	44%	4,26	10,00	14,00
<b>Camisa Casual</b>		12,35	13%	1,64	62%	7,65	14,00	20,00
<b>Camisa Escolar</b>	26	4,81	10%	0,49	25%	1,19	5,30	6,00
	28	5,00	10%	0,50	20%	1,00	5,50	6,00
	30	5,19	10%	0,51	16%	0,81	5,70	6,00
	32	5,37	10%	0,54	49%	2,63	5,90	8,00
	34	5,62	9%	0,48	42%	2,38	6,10	8,00
<b>Blusa Escolar</b>	26	3,50	20%	0,70	72%	2,50	4,20	6,00
	28	3,68	22%	0,81	63%	2,32	4,50	6,00
	30	3,88	21%	0,82	55%	2,12	4,70	6,00
	32	4,05	24%	0,95	98%	3,95	5,00	8,00
	34	4,31	21%	0,90	86%	3,69	5,20	8,00
<b>TOTAL</b>								<b>67,50</b>

**Fuente:** Empresa textil "Confecciones Elegantt Gusa".

**Elaborado por:** Anabel Medina

## Unidades Producidas y Vendidas

Las unidades Producidas y vendidas que realiza la empresa son:

**Tabla N° 46:** Unidades Producidas

Meses	Camisa Formal	Camisa Casual	Camisa Escolar	Blusas Escolares
Enero	400	400		
Febrero	400	400		
Marzo	0	0	4000	4000
Abril	0	0	4000	4000
Mayo	400	400		
Junio	400	400		
Julio	300	300		
Agosto	0	0	4000	4000
Septiembre	0	0	1000	1000
Octubre	300	300		
Noviembre	300	300		
Diciembre	300	300		
<b>TOTAL</b>	<b>2800</b>	<b>2800</b>	<b>13000</b>	<b>13000</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

Las unidades vendidas se establecen las primeras en entrar las primeras en salir los productos de producción.

**Tabla N° 47:** Unidades Vendidas


Meses	Camisa Formal	Camisa Casual	Camisa Escolar	Blusas Escolares
Enero	400	400		
Febrero	300	300		
Marzo	0	0	4000	4000
Abril	0	0	4000	4000
Mayo	400	400		
Junio	400	400		
Julio	400	300		
Agosto	0	0	3000	3000
Septiembre	0	0	2000	2000
Octubre	300	300		
Noviembre	300	300		
Diciembre	300	400		
<b>TOTAL</b>	<b>2800</b>	<b>2800</b>	<b>13000</b>	<b>13000</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

Las unidades producidas permiten conocer el costo de producción de ventas las cuales se establecieron por mes, para noviembre y diciembre se toma en cuenta los productos producidos y vendidos del año 2015.


Tabla N° 48: Costo de Producción

		<b>ELEGANTT GUSA</b>													
		<b>Costo de Ventas</b>													
<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO</b>	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL	
<b>Camisa Formal</b>	9,75	3.898,18	2.923,63	-	-	3.898,18	3.898,18	3.898,18	-	-	2.923,63	2.923,63	2.923,63	27.287,25	
<b>Camisa Casual</b>	12,35	4.941,59	3.706,19	-	-	4.941,59	4.941,59	3.706,19	-	-	3.706,19	3.706,19	4.941,59	34.591,15	
<b>Camisa Escolar</b>	4,81	-	-	3.848,07	3.848,07	-	-	-	2.886,06	1.924,04	-	-	-	12.506,24	
	5,00	-	-	3.998,15	3.998,15	-	-	-	2.998,61	1.999,07	-	-	-	12.993,98	
	5,19	-	-	4.153,22	4.153,22	-	-	-	3.114,91	2.076,61	-	-	-	13.497,95	
	5,37	-	-	4.292,52	4.292,52	-	-	-	3.219,39	2.146,26	-	-	-	13.950,69	
	5,62	-	-	4.497,65	4.497,65	-	-	-	3.373,24	2.248,82	-	-	-	14.617,35	
<b>Blusa Escolar</b>	3,50	-	-	2.796,96	2.796,96	-	-	-	2.097,72	1.398,48	-	-	-	9.090,13	
	3,68	-	-	2.947,04	2.947,04	-	-	-	2.210,28	1.473,52	-	-	-	9.577,86	
	3,88	-	-	3.102,10	3.102,10	-	-	-	2.326,58	1.551,05	-	-	-	10.081,84	
	4,05	-	-	3.241,41	3.241,41	-	-	-	2.431,06	1.620,70	-	-	-	10.534,57	
	4,31	-	-	3.446,54	3.446,54	-	-	-	2.584,90	1.723,27	-	-	-	11.201,24	
<b>TOTAL</b>		<b>8.839,77</b>	<b>6.629,83</b>	<b>36.323,65</b>	<b>36.323,65</b>	<b>8.839,77</b>	<b>8.839,77</b>	<b>7.604,37</b>	<b>27.242,73</b>	<b>18.161,82</b>	<b>6.629,83</b>	<b>6.629,83</b>	<b>7.865,23</b>	<b>179.930,25</b>	

Fuente: Empresa textil "Confecciones Elegantt Gusa".

Elaborado por: Anabel Medina

Tabla N° 49: Ventas

		<b>ELEGANTT GUSA</b>												
		<b>Ventas</b>												
<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO</b>	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
<b>Camisa Formal</b>	14,00	5.601,68	4.201,26	-	-	5.601,68	5.601,68	5.601,68	-	-	4.201,26	4.201,26	4.201,26	39.211,78
<b>Camisa Casual</b>	20,00	8.000,44	6.000,33	-	-	8.000,44	8.000,44	6.000,33	-	-	6.000,33	6.000,33	8.000,44	56.003,07
<b>Camisa Escolar</b>	5,30	-	-	4.240,58	4.240,58	-	-	-	3.180,43	2.120,29	-	-	-	13.781,88
	5,50	-	-	4.397,96	4.397,96	-	-	-	3.298,47	2.198,98	-	-	-	14.293,37
	5,70	-	-	4.564,38	4.564,38	-	-	-	3.423,29	2.282,19	-	-	-	14.834,25
	5,90	-	-	4.721,77	4.721,77	-	-	-	3.541,33	2.360,89	-	-	-	15.345,75
	6,10	-	-	4.879,95	4.879,95	-	-	-	3.659,96	2.439,97	-	-	-	15.859,83
<b>Blusa Escolar</b>	4,20	-	-	3.356,36	3.356,36	-	-	-	2.517,27	1.678,18	-	-	-	10.908,16
	4,50	-	-	3.595,38	3.595,38	-	-	-	2.696,54	1.797,69	-	-	-	11.684,99
	4,70	-	-	3.759,75	3.759,75	-	-	-	2.819,81	1.879,87	-	-	-	12.219,19
	5,00	-	-	4.003,14	4.003,14	-	-	-	3.002,35	2.001,57	-	-	-	13.010,20
	5,20	-	-	4.163,42	4.163,42	-	-	-	3.122,56	2.081,71	-	-	-	13.531,10
<b>TOTAL</b>		13.602,12	10.201,59	41.682,68	41.682,68	13.602,12	13.602,12	11.602,01	31.262,01	20.841,34	10.201,59	10.201,59	12.201,70	230.683,56


Fuente: Empresa textil "Confecciones Elegantt Gusa".

Elaborado por: Anabel Medina

## Estado de Resultados

El Estado de Resultados se determina anual con la finalidad de conocer la utilidad que obtiene la empresa al final del período económico.

**Tabla N° 50:** Estado de Resultados

		<b>ELEGANTT GUSA</b>
		Estado de Resultados
	Ingreso	Anual
(+)	Ventas	230.683,56
(-)	Costo de Ventas	179.930,25
(=)	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	50.753,31
(-)	Gastos de venta	2.500,00
(=)	<b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	48.253,31
(-)	Gastos Administrativos	8.436,40
(=)	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	39.816,91
(-)	Gastos Financieros	264,57
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	39.552,34
(-)	15% Participación trabajadores	5.932,85
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	33.619,49
(-)	Impuesto a la renta 22%	7.396,29
(=)	<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>26.223,20</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina


Una vez obteniendo el valor del Estado de Resultados del año 2016 se realiza la proyección para dos años, en los cuales se podrá verificar si la empresa es rentable o no.



## Proyección de Ventas

Para la realización de la proyección de ventas en los dos años se utiliza la tasa de Inflación Acumulada que está relacionada directamente con el índice del precio al producto (IPP).

**Tabla N° 51:** Proyección de ventas

 <b>ELEGANTT GUSA</b> Proyección de Ventas			
Tasa Inflación Acumulada 2,74 en Relación IPP			
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Camisa Formal</b>	\$ 39.211,78	\$ 40.286,18	\$ 41.390,02
<b>Camisa Casual</b>	\$ 56.003,07	\$ 57.537,55	\$ 57.537,55
<b>Camisa Escolar</b>	\$ 13.781,88	\$ 14.159,50	\$ 14.159,50
	\$ 14.293,37	\$ 14.685,01	\$ 15.087,38
	\$ 14.834,25	\$ 15.240,70	\$ 15.658,30
	\$ 15.345,75	\$ 15.766,23	\$ 16.198,22
	\$ 15.859,83	\$ 16.294,39	\$ 16.740,85
<b>Blusa Escolar</b>	\$ 10.908,16	\$ 11.207,04	\$ 11.514,11
	\$ 11.684,99	\$ 12.005,16	\$ 12.334,10
	\$ 12.219,19	\$ 12.553,99	\$ 12.897,97
	\$ 13.010,20	\$ 13.366,68	\$ 13.732,93
	\$ 13.531,10	\$ 13.901,85	\$ 14.282,76
<b>TOTAL</b>	\$ 230.683,56	\$ 237.004,29	\$ 241.533,70

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina


## Proyección de Costos y Gastos


De la misma manera que se realiza la proyección de ventas se establece para los costos y gastos los cuales se detallan en las siguientes tablas:

### Depreciación:

Se realiza la depreciación mediante el método de línea recta de los Activos Fijos que cuanta la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa.

Tabla N° 52: Proyección de la depreciación

 <b>ELEGANTT GUSA</b>			
Proyección de la Depreciación			
DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Edificios</b>	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Vehículo</b>	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>Equipo de computación</b>	\$ 666,60	\$ 666,60	\$ 666,80
<b>TOTAL</b>	\$ 2.866,60	\$ 2.866,60	\$ 2.866,80

 <b>ELEGANTT GUSA</b>			
Proyección de la Depreciación de Ventas			
DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Maquinaria y Equipos</b>	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
<b>TOTAL</b>	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00


Fuente: Empresa textil "Confecciones Elegantt Gusa".

Elaborado por: Anabel Medina

## Gastos:

Se utiliza la tasa de inflación del IPP para la proyección de los siguientes años.

Tabla N° 53: Proyección de Gastos

			
<b>ELEGANTT GUSA</b>			
Proyección de costos			
Tasa Inflación Acumulada 2,74 en Relación IPP			
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Gastos Administrativos	\$ 8.436,40	\$ 8.589,01	\$ 8.745,81
<b>Sueldos</b>	<b>\$ 5.339,52</b>	<b>\$ 5.485,82</b>	<b>\$ 5.636,13</b>
<b>Gerente</b>	\$ 5.339,52	\$ 5.485,82	\$ 5.636,13
<b>Suministros de limpieza:</b>	<b>\$ 230,28</b>	<b>\$ 236,59</b>	<b>\$ 243,07</b>
<b>Escoba</b>	\$ 24,00	\$ 24,66	\$ 25,33
<b>Trapeador</b>	\$ 36,00	\$ 36,99	\$ 38,00
<b>Ajax Cloro</b>	\$ 81,60	\$ 83,84	\$ 86,13
<b>Tips</b>	\$ 19,20	\$ 19,73	\$ 20,27
<b>Papel Higiénico</b>	\$ 69,48	\$ 71,38	\$ 73,34
<b>Depreciaciones:</b>	<b>\$ 2.866,60</b>	<b>\$ 2.866,60</b>	<b>\$ 2.866,60</b>
<b>Edificio</b>	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>Vehículo</b>	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>Equipos de computación</b>	\$ 666,60	\$ 666,60	\$ 666,80
Gastos de Ventas	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
<b>Depreciaciones:</b>	<b>\$ 2.500,00</b>	<b>\$ 2.500,00</b>	<b>\$ 2.500,00</b>
<b>Maquinaria y Equipo</b>	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Gastos Financieros	\$ 264,57	\$ 271,82	\$ 279,26
<b>Intereses</b>	\$ 264,57	\$ 271,82	\$ 279,26
<b>Proveedores</b>	\$ 264,57	\$ 271,82	\$ 279,26
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>\$ 11.200,97</b>	<b>\$ 11.360,83</b>	<b>\$ 11.525,07</b>


Fuente: Empresa textil "Confecciones Elegantt Gusa".

Elaborado por: Anabel Medina

### Costos de ventas:

Los respectivos costos de venta se establecen mediante la tasa de inflación los cuales se utilizan, para la elaboración del VAN Y TIR.

**Tabla N° 54:** Proyección de costos


			
<b>ELEGANTT GUSA</b>			
Proyección de costos			
Tasa Inflación Acumulada 2,74 en Relación IPP			
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Camisa Formal</b>	\$ 27.287,25	\$ 28.034,92	\$ 28.803,08
<b>Camisa Casual</b>	\$ 34.591,15	\$ 35.538,95	\$ 35.538,95
<b>Camisa Escolar</b>	\$ 12.506,24	\$ 12.848,91	\$ 12.848,91
	\$ 12.993,98	\$ 13.350,01	\$ 13.715,80
	\$ 13.497,95	\$ 13.867,79	\$ 14.247,77
	\$ 13.950,69	\$ 14.332,93	\$ 14.725,66
	\$ 14.617,35	\$ 15.017,87	\$ 15.429,36
<b>Blusa Escolar</b>	\$ 9.090,13	\$ 9.339,20	\$ 9.595,09
	\$ 9.577,86	\$ 9.840,30	\$ 10.109,92
	\$ 10.081,84	\$ 10.358,08	\$ 10.641,89
	\$ 10.534,57	\$ 10.823,22	\$ 11.119,78
	\$ 11.201,24	\$ 11.508,15	\$ 11.823,48
<b>TOTAL</b>	\$ 179.930,25	\$ 184.860,33	\$ 188.599,68

**Fuente:** Empresa textil "Confecciones Elegantt Gusa".

**Elaborado por:** Anabel Medina

## Flujo de Caja

Tabla N° 55: Flujo de Caja

 <b>ELEGANTT GUSA</b> Flujo de Caja					
A.	INGRESOS OPERACIONALES	<b>84.500</b>	<b>230.684</b>	<b>237.004</b>	<b>241.534</b>
	Recursos propios	74.500			
	Recursos de terceros	10.000			
	Ingresos por ventas		230.684	237.004	241.534
B.	EGRESOS OPERACIONALES		<b>65.701</b>	<b>31.909</b>	<b>32.636</b>
	Pago a proveedores		10.000	10.274	10.556
	Gastos de ventas		2.500	2.500	2.500
	Gastos de administración		8.436	8.589	8.746
	Gastos Financieros		265	272	279
	Instalaciones		450		
	Maquinaria y Equipo		25.000		
	Muebles y Enceres		2.000		
	Vehículo		5.000		
	Equipo de Computación		2.000		
	Materia Prima		10.000	10.274	10.556
	Gastos de Constitución		50		
C.	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	<b>84.500</b>	<b>164.983</b>	<b>205.095</b>	<b>208.898</b>
D.	INGRESOS NO OPERACIONALES	0	0	0	0
	Aportes de capital				
	Aportes para futura capitalización				
	Recuperación de inversiones temporales				
	Recuperación de otros activos				
	Otros ingresos				
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES	0	13.594	19.016	17.734
	Pago de intereses		265	272	279
	Pago de créditos a corto plazo				
	Pago de participación de utilidades 15%		5.933	6.117	6.211
	Pago de impuestos		7.396	7.626	7.743
	Adquisición de inversiones temporales				
	Adquisición de activos fijos			5.000	3.500
	Otros egresos				
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	0	-13.594	-19.016	-17.734
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	84.500	151.389	186.080	191.164
H.	<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>84.500</b>	<b>235.889</b>	<b>421.969</b>
I.	<b>SALDO FINAL DE CAJA (G + H)</b>	<b>84.500</b>	<b>235.889</b>	<b>421.969</b>	<b>613.132</b>

Fuente: Empresa textil "Confecciones Elegantt Gusa".

Elaborado por: Anabel Medina

## Evaluación Financiera mediante VAN y TIR


### Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Se utiliza para conocer la inversión que tiene la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa y el tiempo en el cual recupera, si el VAN es rentable durante el tiempo establecido se obtendrá resultados favorables para la misma.

Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente formula:

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

**Tabla N° 56: Valor Actual Neto**

 <b>ELEGANTT GUSA</b> <b>VALOR ACTUAL NETO</b>			
n	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>F</b>	39.552	40.783	41.409
<b>i</b>	0,142	0,142	0,142
<b>I</b>	84.500,00		
	<i>AÑO 1</i>	<i>AÑO 2</i>	<i>AÑO 3</i>
<b>F</b>	39.552	40.783	41.409
<b>(1+i)<sup>n</sup></b>	1,142	1,181	1,284

$$VAN = \$ 143.274,00$$

Tasa de Interés	
<b>Inversión con un riesgo del 15%</b>	0,127
<b>1,56 % Tasa de crecimiento poblacional del Ecuador</b>	0,016
<b>Total</b>	0,14

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

Mediante la elaboración del cálculo del Valor Actual Neto (VAN) permite conocer la cantidad en la que debe vender la empresa, con la finalidad de poder recuperar el valor que se invierte la empresa para la actividad económica.

### **Análisis:**

En el desarrollo de la inversión se establece la tasa de descuento como el coste de capital promedio que está soportando en la empresa. De esta forma, si el VAN \$143.274,00 del proyecto de inversión analizado es positivo (mayor que cero) indica que el proyecto generará riqueza para la empresa más allá del retorno del capital invertido en el proyecto y financiado totalmente con fondos ajenos.

El van permite establecer en cantidades monetarias, las cuales se ven reflejadas las diferencias entre el valor actual de los cobros y el valor de los pagos; es decir se da utilidad en el mismo tiempo, los cuales se interpreta que en la empresa Elegantt Gusa que obtiene un VAN mayor que cero en donde se determina que se genera beneficios en los años respectivos.


### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno ayuda a establecer el porcentaje de interés que debe utilizar la empresa, con la cual el VAN sea un valor igual a cero. Ayuda también a determinar en qué porcentaje debe calcular la tasa de interés al momento de que pretenda vender la empresa.

La fórmula que se utiliza es:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

**Tabla N° 57: Tasa Interna de Retorno**

 <b>ELEGANTT GUSA</b>	
Cálculo del TIR	
AÑOS	INVERSIÓN
	-84.500,00      84.500,00
<b>F1</b>	39.552
<b>F2</b>	40.783
<b>F3</b>	41.409
<b>TIR=</b>	<b>21%</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.  
**Elaborado por:** Anabel Medina

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuentos en donde es igual el valor de la inversión que está relacionado con los pagos y con el valor de la inversión futura que tendrán. Es decir que el TIR que se utiliza en la investigación o dicho de otra manera permite conocer que la inversión del porcentaje el cual a la empresa no aportará riqueza ni superará los costos económicos algunos.

**Análisis:** Si en la empresa textil confecciones Elegantt Gusa se utiliza el 21% como la tasa de interés para el respectivo cálculo del VAN, se establece que es igual a cero en donde no se obtenga ni perdida ni beneficios, aunque se pierda el tiempo que implica la elaboración y fabricación del respectivo producto disponible para la venta.

### **Estado de Resultados proyectados**

El estado de resultados de los años proyectados se realiza con la respectiva recopilación de las ventas, costo de ventas y los gastos que utiliza la empresa en la actividad comercial.

Se determina también que las proyecciones están realizadas mediante la tasa de Inflación IPP, que está relacionada directamente con la producción. Las proyecciones se realizan con la finalidad de proyectar al futuro y de esa manera conocer la rentabilidad que se puede obtener durante el período económico.



**Tabla N° 58:** Estado de Resultados proyectados

	<b>ELEGANTT GUSA</b>		
	Estado de Resultados Proyectados		
INGRESO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
(+) Ventas	<b>230.683,56</b>	<b>237.004,29</b>	<b>241.533,70</b>
(-) Costo de Ventas	179.930,25	184.860,33	188.599,68
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	50.753,31	52.143,95	52.934,02
(-) Gastos de venta	2.500,00	2.500,00	2.500,00
<b>(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	48.253,31	49.643,95	50.434,02
(-) Gastos Administrativos	8.436,40	8.589,01	8.745,81
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	39.816,91	41.054,94	41.688,22
(-) Gastos Financieros	264,57	271,82	279,26
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	39.552,34	40.783,12	41.408,95
(-) 15% Participación trabajadores	5.932,85	6.117,47	6.211,34
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	33.619,49	34.665,66	35.197,61
(-) Impuesto a la renta 22%	7.396,29	7.626,44	7.743,47
<b>(=) UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>26.223,20</b>	<b>27.039,21</b>	<b>27.454,14</b>

**Fuente:** Empresa textil “Confecciones Elegantt Gusa”.

**Elaborado por:** Anabel Medina

Se determina que en el Estado de Resultados la empresa cuenta con una utilidad de \$26.223,20 después de haber cubierto todas las obligaciones que tiene con sus colaboradores y cancelado el respectivo Impuesto a la renta.

## CONCLUSIONES

- En base a la información y conceptos obtenidos de diferentes autores, relacionado con el plan de negocios manifiesta que es una herramienta que ayuda a la empresa a tener una idea clara permitiendo mejorar la gestión administrativa.
- Durante el desarrollo de la investigación se comprueba que la empresa no se encuentra organizada empresarialmente, ocasionando deficiencia en el personal al momento de establecer adecuadamente cada una de las actividades.
- La empresa no cuenta con un plan de marketing, técnico, administrativo y financiero que permita saber con exactitud los costos de producción y los resultados del ejercicio, es decir no cuenta con un balance y para ello se establece que para mejorar el crecimiento de la Empresa textil Elegantt Gusa es importante el diseño de un plan de negocios.

## RECOMENDACIONES

- Realizar un plan de negocios que ayude a la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa a tomar decisiones adecuadas para el alcance de los objetivos y mejorar el ámbito laboral.
- Aplicar de manera adecuada el Plan Administrativo que se estableció en la propuesta en donde se detallan las políticas y funciones que deben cumplir los trabajadores, con el único propósito de mejorar la situación económica de la empresa textil Confecciones Elegantt Gusa durante el periodo económico.
- Mediante la aplicación del Plan de Negocios se estableció el plan de marketing, técnico, administrativo y financiero donde permite saber con exactitud los costos de producción, el cual ayudará al Gerente General a evaluar los resultados obtenidos durante el desarrollo de la actividad económica.

## BIBLIOGRAFÍA

- Gonzalez, D. M. (2007). *Plan de negocios para emprendedores*. México: Mc Graw Hill.(s.f.).
- Flores Uribe, J. A. (2012). *Plan de Negocio para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Salazar. (2010). *Formulacion y Evaluación de un plan de negocio*. Quito: Fenix Comunicaciones.
- Salazar, R. C. (2010). *Formulación y Evaluación de un plan de negocios*. Quito: Mc Graw Hill.
- Devoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Balanko, G. (2007). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México: Mc Graw Hill.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson.
- Borello, A. (2010). *El Plan de Negocios*. Mexico: Mc Grall Hill.
- Casado, A., & Sellers, R. (2010). *Introducción al Marketing Teoria y Practica*. Madrid : Editorial Club Universitario.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. México. Mc Graw Hill.
- Gonzalez, D. M. (2007). *Plan de negocios para emprendedores*. México: Mc graw Hill.
- Hartline, M. D. (s.f.). En M. D. Hartline. Australia: Cengage Learning.
- Lara Muñoz, E. M. (2011). *Fundamentos de la Investigación*. México: Alfaomega.
- Sellers, R., & Casado, A. (2010). *Introducción al Marketing*. Madrid : Editorial Club Universitario.
- Banco Central Del Ecuador*. (2012). Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>
- Association, A. M. (2003). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-la-investigacion-de-mercados/#definicion>
- Benassini. (2003). *Investigacion de Mercados*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-la-investigacion-de-mercados/#definicion>

- Castillo. (2003). *Investigacion de Mercados*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-la-investigacion-de-mercados/#definicion>
- Fernando, L. (2008). *Estudio Financiero*. Obtenido: <http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html>
- Fernando, L. (2008). *Estudio Tecnico*. Obtenido de: <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- Ferrel, O., & Hartline, M. (s.f). *Estrategia de Marketing*. Obtenido de: <https://books.google.com.ec/books?id=PHHMsiYih1wC&pg=PA41&dq=estructura+de+un+plan+de+marketing&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjAwIy5h5nNAhVDKx4KHZsED4QQ6AEIKDAA#v=onepage&q=estructura%20de%20un%20plan%20de%20marketing&f=false>
- Hanel, J., & Hanel, M. (24 de Marzo de 2004). *Análisis Situacional*. Obtenido de Análisis Situacional: [https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwjGsc7G89DNAhWKJB4KHQq6CFIQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fzaloamati.azc.uam.mx%2Fbitstream%2Fhandle%2F11191%2F392%2Fanalisis\\_situacional\\_modulo2.pdf%3Fsequence%3D3](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwjGsc7G89DNAhWKJB4KHQq6CFIQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fzaloamati.azc.uam.mx%2Fbitstream%2Fhandle%2F11191%2F392%2Fanalisis_situacional_modulo2.pdf%3Fsequence%3D3)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Investigación Cualitativa*. México: McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Investigación Cuantitativa*. México: McGraw-Hill.
- Kinnear, & Taylor. (1998). *Investigacion de Mercados*. Obtenido de [https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj0gprGppTNAhWIHh4KHhLSAWUQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fcatarina.udlap.mx%2Fu\\_dl\\_a%2Ftales%2Fdocumentos%2Flad%2Fgarcia\\_f\\_me%2Fcapitulo3.pdf&usg=AFQjCNFF8gJzU9DUFd8y0aX](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj0gprGppTNAhWIHh4KHhLSAWUQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fcatarina.udlap.mx%2Fu_dl_a%2Ftales%2Fdocumentos%2Flad%2Fgarcia_f_me%2Fcapitulo3.pdf&usg=AFQjCNFF8gJzU9DUFd8y0aX)
- Mercado. (2003). *Investigacion de Mercados*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-la-investigacion-de-mercados/#definicion>
- Muñiz, R. (s.f). *Investigacion de mercados*. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

# ANEXOS

## Anexo N° 1: ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA: INGENIERIA DE EMPRESAS



**Objetivo:** Conocer si el producto y la marca es aceptable y reconocida en los cantones

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una x en el ítem de acuerdo a su criterio.

**Sexo:** Masculino ( ) Femenino ( )

**Ocupación:** \_\_\_\_\_

### Edad

De 5 a 9 años ( )

De 10 a 14 años ( )

De 15 a 19 años ( )

De 20 a 24 años ( )

De 25 a 29 años ( )

De 30 a 34 años ( )

De 35 a 39 años ( )

De 40 a 44 años ( )

**1.- ¿Qué factor considera usted más importante al momento de comprar una Camisa o Blusa?**

Precio ( ) Marca ( ) Modelo ( ) Calidad ( )

**2.- ¿Qué marca de Camisa o Blusa usa?**

Hollister ( ) American Hit ( ) Abercrombie ( ) Otros  
¿cuáles? \_\_\_\_\_

**3.- ¿Al elegir comprar una Camisa o Blusa cuán importante es para usted la calidad, la marca y el precio?**

Nada importante ( ) Poco importante ( ) Importante ( ) Muy importante ( )

**4.- ¿Con que frecuencia Usted compra una nueva Camisa o Blusa?**

Cada mes ( ) Cada tres meses ( ) Cada año ( ) Otros  
¿cuáles? \_\_\_\_\_

**5.- ¿En qué lugar usted adquiere su Camisa o Blusa?**

Almacén ( ) Mercados ( ) Boutique ( ) Otros ¿cuáles?

---

**6.- ¿Usted conoce la Empresa Textil Confecciones Elegantt Gusa?**

Si ( ) No ( )

**Si su respuesta fue afirmativa en la pregunta anterior por favor conteste las siguientes preguntas.**

**7.- ¿Usted ha comprado Camisas o Blusas de esta Empresa?**

Si ( ) No ( )

**8.- ¿Qué es lo que más le ha gustado de este producto?**

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

**9.- ¿La calidad de este producto le ha sido?**

Excelente ( ) Buena ( ) Regular ( ) Mala ( )

**10.- ¿El precio de este producto es accesible?**

Si ( ) No ( )

**11.- ¿Usted volvería a adquirir una Camisa o Blusa de la Empresa Textil Confecciones Elegantt Gusa?**

Si ( ) No ( )

¿Por

qué? \_\_\_\_\_

---

**Gracias por su colaboración**

Anexo N° 2: Guía De Entrevista



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS**



**Estimada Sra. Carmen Salas Gerente de la Empresa Textil Confecciones Elegantt Gusa**

La entrevista es un instrumento de investigación, la sinceridad de sus respuestas nos permitirá lograr el objetivo de la investigación en el proceso de la situación actual de la empresa con la finalidad de diseñar un plan de negocios que permitirá alcanzar un mayor crecimiento y de esta manera conseguir un alto nivel de productividad.

1.- ¿Cree usted que un plan de negocios permitirá alcanzar un mayor crecimiento y de esta manera conseguir un alto nivel de productividad?

¿Explique por qué?

.....  
.....  
.....

2.- ¿Qué fortalezas o puntos fuertes posee la organización?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

3.- ¿Indique las debilidades o puntos a mejorar dentro de la organización?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

4.- ¿Qué aspectos considera Ud. ¿Para seleccionar a sus proveedores?

.....  
.....  
.....



5.- ¿Cada que tiempo realiza capacitación al personal?

.....  
.....  
.....

6.- ¿Cuál considera usted la principal competencia?

.....  
.....  
.....

7.- ¿La Empresa textil Confecciones Elegantt Gusa cuenta con infraestructura propia?

.....  
.....  
.....

8.- ¿La infraestructura con la que cuenta la Empresa Textil Elegantt Gusa es amplia y adecuada para la realización de sus actividades?

.....  
.....  
.....

**¡Gracias por su colaboración!**