



Junio 2019 - ISSN: 1696-8352

**TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR FEMENINAS.**

**MBA. Econ. Oscar Paúl Machado Álvarez**

Docente Carrera de Ingeniería Comercial  
Institución Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Facultad de Administración  
Email: [omachadoa@ulvr.edu.ec](mailto:omachadoa@ulvr.edu.ec)  
Dirección: Avenida de las Américas s/n  
Teléfono: 042596-500

**Srta. Astrid Carolina Cabrera Rodríguez**

Estudiante de la Facultad de Administración  
Institución Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Email: [astridcr06@gmail.com](mailto:astridcr06@gmail.com)

Dirección: Avenida de las Américas s/n  
Teléfono: 042596-500

**Srta. Allison Dayanna Magallanes Baque**

Estudiante de la Facultad de Administración  
Institución Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Email: [dayana\\_allison@hotmail.com](mailto:dayana_allison@hotmail.com)

Dirección: Avenida de las Américas s/n  
Teléfono: 042596-500

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Oscar Paúl Machado Álvarez, Astrid Carolina Cabrera Rodríguez y Allison Dayanna Magallanes Baque (2019): "Plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir femeninas", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (junio 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/microempresa-prendas-vestir.html>

**Resumen**

La presente investigación tiene como principal propósito realizar un Plan de Negocio viable, eficaz, útil que ayudará a un negocio informal a introducirse al mercado formalmente, se define como informal aquel negocio que funciona sin los permisos correspondientes y no cuenta con un representante legal el cual será la parte principal para el funcionamiento del mismo.

La característica principal de este tipo de negocios es que ejerce su actividad económica de forma informal y no proporcionan a su personal los debidos beneficios de ley, es por ello que se pretende formalizar el negocio y así contar con un espacio en el mercado el cual pueda ser

visitado y tomado en cuenta por el cliente al momento de elegir un vestido para un evento social.

Miss Vestidos será una empresa que se dedicará a la confección y comercialización de prendas de vestir femeninas en la ciudad de Guayaquil que busca satisfacer las necesidades sin distinción de edad, su proceso de producción será a través de máquinas industriales especializadas en corte, costura, bordado.

La materia prima utilizada en el proceso de producción será en su mayoría de origen nacional, así se evitará costo de importación, considerando siempre ofrecer un producto de calidad a un costo que se ajuste a la necesidad del cliente.

En los resultados de las encuestas realizadas durante la etapa de recopilación de información para estructurar el negocio, se toma la decisión de realizar diseños de vestidos de bodas ya que son los más requeridos por el cliente y ubicar el negocio en la zona céntrica de la ciudad de Guayaquil porque se considera que es un lugar concurrido para la venta de este tipo de prendas y a su vez es una zona muy accesible tanto para los habitantes del norte como el sur de la ciudad de Guayaquil y este no generaría tantos costos como abrir una tienda en un centro comercial.

**Palabras claves:** Confección y comercialización de prendas de vestir femenina-Plan de negocio

### **Abstract**

The main purpose of this research is to create a viable, effective and useful Business Plan, maintain an informal business, introduce the market legally, define as informal that business that operates without the corresponding rights and does not have a legal representative which will be the main part for the operation of the same.

The main characteristic of this type of business is that it is exercised in your economic activity informally and that it is not about your personal benefits of the law is the fact that it is about formalizing the business and trade. to be visited and taken into account by the client when choosing a dress for a social event.

Miss Vestidos will be a company that is dedicated to the preparation and trade of women's clothing in the city of Guayaquil that seeks to meet their needs without distinction of age, its production process through industrial machines in the cut, sewing, embroidery.

The raw material in the production process. The network of matter was reduced over time.

In the results of the companies, the stage of gathering the information to structure the business has been carried out, making the decision to make the designs of the wedding dresses and the needs of the clients and to locate the business in the central area of the city of Guayaquil because it is considered to be a busy place for the sale of this type of garments, in turn a very

accessible area for the inhabitants of the north and south of the city of Guayaquil and this service is not as important as opening a store in a shopping center.

**Key words:** Confection and marketing of women's clothing-Business Plan

## **1. INTRODUCCIÓN**

El negocio como empresa legalmente constituida busca confeccionar y comercializar vestido de boda, quinceaños, graduación y bautizos.

Actualmente el negocio realiza ventas al por mayor y menor, en Guayaquil, Babahoyo, Milagro, Manta y Portoviejo, lugares en donde se ha logrado concretar ventas al por mayor a dueños de negocios que realizan actividades de comercio de este tipo de prendas.

Se busca ampliar el mercado realizando visitas personales en otras provincias mostrando el producto, ya que este tipo de estrategia ha sido de gran aporte para conseguir clientes.

O por medio de las redes sociales, actualmente se maneja una página en Facebook con aproximadamente 1500 seguidores en donde se publican distintos tipos de vestidos y que ha tenido gran acogida. Con la única dificultad de que al momento de hacer una publicación las personas interesadas envían mensajes preguntando, ¿Cuál es la ubicación de su local?

Al no contar con un local físico la respuesta no es tan favorable, pero se le da como opción la ubicación del taller de confecciones.

Uno de los puntos clave para el desarrollo del negocio será la instalación de una tienda para poder comercializar el producto, se busca presentar un producto totalmente diferente al que normalmente existe en el mercado, ya que al ser confeccionistas se podrán exhibir diseños completamente nuevos y aprovechando que en el en el mercado la mayoría de vestidos que se comercializan son de modelos fijos.

### **1.1. Formulación del problema**

¿Qué pasos se deben seguir para formalizar una empresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir femeninas?

### **1.2 Sistematización del problema**

- ¿Cuáles son los pasos para la constitución de una empresa?
- ¿A qué mercado será dirigido el producto?
- ¿Qué modelo de negocio es el apropiado?
- ¿Cuáles serán las estrategias adecuadas para la comercialización de los productos?
- ¿Será factible constituir legalmente un negocio dedicado a la confección y comercialización de prendas de vestir femeninas?

### **1.3 Objetivo General**

Elaborar un plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir femeninas.

#### **1.4 Objetivo Específicos**

- Identificar los pasos para la constitución de una empresa.
- Realizar un estudio de mercado.
- Definir el modelo de negocio apropiado.
- Seleccionar las estrategias adecuadas para la comercialización de los productos.
- Evaluar la factibilidad de la constitución de un negocio dedicado a la confección y comercialización de prendas de vestir femeninas.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes**

El sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo, con 174 125 puestos de trabajo que representan el 21 % de los que produce la industria manufacturera del país, dijo el miércoles 15 de marzo del 2017 el ministro de Industria y Productividad, Santiago León. Las ventas del sector textil fueron de USD 1 313 millones en 2016 y representaron el 5 % del sector manufacturero, señaló el titular de esa cartera, quien agregó que se trata de un área prioritaria para la economía nacional, que supuso el 8 % del producto interno bruto (PIB) industrial entre 2007 y 2015. (El Comercio , 2017)

## **3. PLAN DE NEGOCIO**

Un plan de negocio se le denomina según Longenecker: un documento en el que se describe la idea básica que fundamenta una empresa y en el que se describen consideraciones relacionadas con su inicio y su operación futura, otro concepto menciona que es una forma de pensar sobre el futuro del negocio: a donde ir, cómo ir rápidamente, o que hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos (Abner Carreño, 2015)

Este permite aclarar aquellas dudas que este pudiera tener, obligándolo en cierta manera a realizar investigaciones de los factores internos y externos que puedan influir en el negocio y por ende obtener una idea más clara para alcanzar el éxito.



**Figura 1. Estructura de un Plan de negocio**

*Fuente:* (Longenecker, Moore, Petty, Palich, 2010)

No hay un solo formato que sirva de guía al momento de redactar un plan de negocios. Sin embargo los inversionistas siempre buscan ver formatos con el que se familiaricen en cuanto a su estructura ya que este podría ser una opción para lograr financiamiento si en algún caso se requiera

### **3.1 Análisis competitivo: modelo de las 5 fuerzas de Porter**

Estas 5 fuerzas determinan las consecuencias de comprender y enfrentar la competencia, y se pueden aprovechar para maximizar los recursos y rebasar a la competencia.

- Amenaza de nuevos entrantes: Son nuevos competidores que planean introducirse o se están introduciendo al mercado en el cual se desenvuelve la empresa, con nuevas capacidades que ejerce presión y pretende afectar los precios, costos.
- Rivalidad entre los competidores existentes: entre los rivales se detecta la rentabilidad de los negocios, y en donde se aprovecha los factores más relevantes para elaborar estrategias.
- Poder de negociación de los proveedores: los proveedores aprovechan la necesidad que hay en la empresa, y puedan imponer sus condiciones incrementando los precios, disminuyendo calidad de materia prima.
- Poder de negociación de los compradores: clientes que están bien organizados, el lado opuesto de los proveedores, capaces de obtener precios bajos, y mayor calidad en el producto (incrementando costos).
- Amenaza de productos o servicios sustitutos: Cumplen la misma función o algo similar, poseen características relativamente iguales, a un precio más bajo y de menor calidad muchas veces, afectando la rentabilidad del sector.

### **3.2 Metodología**

Según Baena la Investigación científica es una actividad que permite obtener un conocimiento, es decir, es un proceso que mediante la aplicación del método científico, procura obtener

información relevante y fidedigna para obtener, unificar, corregir y aplicar el conocimiento. (Baena Paz, 2014)

### **3.3 Tipo de la Investigación**

Cuando la investigación se clasifica por los medios utilizados para obtener los datos, se divide en: documental de campo y experimental (Mendoza, 2016)

La investigación a realizarse en este proyecto será una investigación documental y de campo.

- Es documental porque nos permite estudiar un evento por medio de un análisis y comparación de distintas fuentes
- De campo porque nos permite obtener información en el campo real en donde se encuentra el objeto a estudiar del cual se puede conocer necesidades y problemas con el fin de dar una aplicación de estos conocimientos a manera práctica.

### **3.4 Enfoque de la Investigación**

La investigación tiene un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo)

- Enfoque Cuantitativo: se utiliza la recolecciones de datos basados en una medición numérica este servirá para estudiar el comportamiento de los encuestados hacia un determinado evento.
- Enfoque Cualitativo: En este se utiliza la recolección de datos mediante encuestas, cuestionarios, etc. de las cuales arroja un resultado, analizando estos nos permitirá descifrar nuevas interrogantes en la investigación.

### **3.5 Técnicas de la Investigación**

En esta investigación se realizarán encuestas personales con respuestas abiertas y cerradas basada para su medición en la escala de Likert esta nos permitirá conocer opiniones y actitudes del encuestado hacia dicha pregunta afirmativa o negativa y como método cualitativo aplicaremos las entrevistas estructuradas, ambas técnicas de recolección de información serán realizadas a una pequeña muestra de la población femenina en la ciudad de Guayaquil. Una vez se establezca la técnica de investigación, se realizará lo siguiente:

- Elaboración del cuestionario de preguntas.
- Tabular la información recopilada
- Analizar la información del cuestionario
- Analizar los resultados.

## **4. PROPUESTA**

### **4.1 Análisis del Entorno FODA**

- **FORTALEZA:**

1. Se mantiene en la tendencia de nuevos diseños
2. Busca adecuar sus diseños con la mejor calidad en telas.
3. Modista presencial para toma de medida y cambios.
4. Vestidos ya elaborados para elección, con opción de modificaciones o arreglos al instante.
5. Personal con potencial creativo y capacitado.
6. Confecciones inmediatas sin tantos días de espera para su entrega.
7. Años de experiencia en el mercado

- **OPORTUNIDADES:**

1. Confección y comercialización de vestidos al por mayor y menor.
2. Diseños de vestidos exclusivos y personalizados.
3. En ocasiones el cliente prefiere enviar a confeccionar un vestido ya que en el mercado no existe tanta variedad.
4. Aprovechar la apertura comercial, para mantener lazos comerciales con empresas que adquieren el producto al por mayor, y
5. Mantener una búsqueda de posibles clientes a nivel nacional.
6. Interés en la apertura de una tienda donde se comercialicen todo tipo de vestido.

- **DEBILIDADES:**

1. No estar debidamente constituida y legalizada.
2. No contar con un local físico para comercializar la prenda.
3. Personal no asegurado.
4. Alta carga laboral en cuanto a la elaboración del producto.
5. Se estima que el mayor porcentaje de clientes no tiene contacto con el taller donde se confeccionan los vestidos.
6. El contacto y conocimiento del cliente por el lugar de confección es solo un página en un sitio web.

- **AMENAZAS:**

1. El cliente prefiere visitar un local, poder palpar y ver la calidad del producto.
2. Competencia puede aprovecharse al imitar diseños, mejorarlos así como también el formato de asesorías que se ofrece a través de la página web.
3. El consumidor suele preferir productos que se encuentren en casas comerciales.
4. Los vestidos enviados a confeccionar bajo un modelo en específico suelen tener un costo más elevado que los que ya se encuentran en el mercado. Incluso aún superan el valor máximo que una persona estaría dispuesta a pagar por un vestido confeccionado que son \$150 según encuestas.

#### **4.1. Estudio económico.**

- **Inversión**

La inversión inicial requerida es de \$82.378,95 (dólares americanos), la cuál será financiada mediante aportación de accionistas con un 39% y un financiamiento en CFN (Corporación

Financiera Nacional) con el 61%, dicha inversión será necesaria para inicio de las actividades económicas del negocio con el registro de la marca, patente, la constitución legal de la empresa, es necesario el alquiler que será de 1 mes de arriendo y 2 meses de garantía, el arrendador no cubrirá los gastos por instalaciones el cual se deberá contrata un servicio por instalaciones. En cuanto a lo que es propiedad, planta y equipo, la empresa la empresa considera adquirir muebles, enseres, equipos de oficina y de cómputo. El negocio cuenta con la maquinaria y vehículo ya que ha funcionado informalmente con las mismas y las cuales han

#### *Financiamiento del Proyecto*

<i>Fuentes de financiamiento</i>	% Aporte	Valor
<i>Aporte de accionistas</i>	39%	\$ 32.378,95
<i>Financiamiento CFN</i>	61%	\$ 50.000,00
<b>TOTAL</b>	100%	\$ 82.378,95

sido de gran ayuda para confeccionar y brindar un producto de calidad a sus clientes.

Elaborado por los autores

#### **4.2. Ingresos proyectados**

Según lo estimado para la demanda del producto, el mercado tendría una demanda de 3.000 vestidos en el año 1

Miss Vestidos contará con vestidos para cuatro tipos de ocasiones:

- vestidos para matrimonios.
- vestidos para quinceaños.
- vestidos para bautizo
- vestidos para graduación

De acuerdo con la demanda estimada, se describe la cantidad de vestidos que cubrirá la demanda en el año 1, se proyectan ventas de los 5 primeros años con un aumento del 2.5% a partir del año 2, el incremento se dará con respecto al año anterior.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
2,50% INGRESOS	\$ 277.825,00	\$ 284.770,63	\$ 291.889,89	\$ 299.187,14	\$ 306.666,82
UNIDADES	3000	3075	3152	3231	3311

Elaborado: Por los autores

#### **4.3. Evaluación Financiera**

Según (Slim, 2015) para obtener la TMAR (Tasa mínima atractiva de retorno) se consideró la tasa de inflación del ecuador que es 0.39% más el riesgo de la inversión que para este tipo de

proyectos, se considera un porcentaje superior a 10%. (Por ejemplo, negocios con nuevas ideas de emprendimiento, productos de moda, coleccionables). En este caso es considerado de alto riesgo, con una tasa promedio del 14.61%, dando una TMAR de 15%.

Los indicadores de rentabilidad calculados demuestran que el proyecto es viable y rentable desde el punto de vista financiero para los accionistas y promotores del mismo, según lo indica (Santa Cruz, 2017) ya que el VAN (\$123.296,02) es superior a cero; y la TIR (75%) es superior a la TMAR de 15% y la inversión se recupera en 1,36 años

## 5. CONCLUSIONES

El negocio será constituido como Sociedad Anónima una vez que empiece sus actividades está deberá registrarse bajo ciertos parámetros que se deberían cumplir en cuanto a los procesos dentro del negocio como tal, en relación a los trabajadores de la empresa, se deberá empezar por la elaboración de un contrato, afiliación al IESS, pago de decimos, utilidades, fondos de reserva, etc. así como también la elaboración de estados financieros mensuales, de esta manera se generaría un movimiento de capital mucho más alto al actual. Ya que dentro del negocio informal solo se cubría mensualmente con el pago de los trabajadores en este caso solo de las costureras porque no se manejaba ninguna parte contable.

El estudio de mercado dio a conocer que hay una demanda existente para los distintos productos que actualmente se comercializan en el negocio y a su vez destacan cierto interés por adquirir vestidos para bodas es por esta razón que se buscará producir y exhibir más de estos vestidos al instalar el local comercial.

El modelo de negocio que se definió en el proyecto aportó en manera que se logró tener un detalle más organizado de los productos que se ofrecen actualmente, la publicidad que se maneja en redes sociales y otros medios viables para su promoción, el detalle de la distribución a los cliente tanto en la ciudad de Guayaquil como en provincias y nos permitió colocar precios acorde al mercado.

Al comercializar el producto se utilizará la estrategia de diferenciación porque al ser confeccionistas se pueden realizar cualquier tipo de diseños que el cliente desee y a bajo precio a diferencia del mercado, por lo general las tiendas que venden este tipo de producto y a un precio cómodo ofrecen modelos iguales sin opción a la confección de algún modelo en específico, salvo aquellas boutiques o diseñadores que realizan este tipo de trabajo pero ya a un valor mucho más alto.

Los indicadores de rentabilidad calculados demuestran que el proyecto es viable y rentable desde el punto de vista financiero para los accionistas y promotores del mismo, ya que el VAN (\$123.296,02) es superior a cero; y la TIR (75%) es superior a la TMAR de 15%. La inversión se recupera en 1,6 años

## **6. RECOMENDACIONES**

- Actualizar conocimientos en la rama de corte y confección de vestidos de alta costura.
- Estar a la vanguardia en cuanto a estilos, diseños, colores para así de esta manera dar asesoría al cliente.
  - Reforzar la parte publicitaria del negocio utilizando como herramienta principal el internet ya que la tecnología nos permite llegar a muchas más personas. Y como medio las redes sociales.
  - Mejorar la calidad de edición en las fotografías para presentar un producto agradable ya que este ayudará a captar la atención del cliente al momento de hacer publicidad pagada en redes sociales.
  - Diferenciarse de la competencia ofreciendo un producto de calidad y a precios accesibles, ofreciendo variedad y opción a confección de modelos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Abner Carreño, D. S. (15 de Diciembre de 2015). *Plan de negocio*. Obtenido de

<http://plandenegociosudo.blogspot.com/2015/12/que-es-el-plan-de-negocios.html>

El Comercio . (15 de Marzo de 2017). Obtenido de [http://www.elcomercio.com/actualidad/sectortextil-](http://www.elcomercio.com/actualidad/sectortextil-ecuador-feria.html)

[ecuador-feria.html](http://www.elcomercio.com/actualidad/sectortextil-ecuador-feria.html)

Longenecker, Moore, Petty, Palich. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. Ciudad de Mexico: South-Western/Cengage. Obtenido de

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/laex/loranca\\_r\\_ra/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo3.pdf)

Mendoza, M. (12 de Febrero de 2016). *Investigacion documental de campo o experimental*. Obtenido de

<https://es.slideshare.net/MabelMendoza8/investigacion-documental-de-campo-o-experimental-58259697>