

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO**

Tema:

**ESTABLECIMIENTO DE UNA FABRICA Y TIENDA DE ROPA MHS,
VISTE BIEN, EN EL DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO DE QUETZALTENANGO.
QUETZALTENANGO.**

**ASESOR: LIC. RUDY ALBERTO JUÍ KUNZE
REVISOR: LIC. JORGE EDUARDO VELÁSQUEZ FUENTES
ALUMNA: MELVY ARGENTINA LÓPEZ JUÁREZ
CARNÉ 200641405**

SAN MARCOS MARZO DE 2025

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CONSEJO DIRECTIVO

MsC. Juan Carlos López Navarro	DIRECTOR
Licda. Astrid Fabiola Fuentes Mazariegos	SECRETARIA CONSEJO DIRECTIVO
Ing. Agr. Roy Walter Villacinda Maldonado	REPRESENTANTE DOCENTES
Lic. Oscar Alberto Ramírez Monzón	REPRESENTANTE ESTUDIANTIL
Br. Luis David Corzo Rodríguez	REPRESENTANTE ESTUDIANTIL

COORDINACION ACADEMICA

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	COORDINADOR ACADEMICO
Ing. Agr. Carlos Antulio Barrios Morales	COORDINADOR CARRERAS TECNICO EN PRODUCCION AGRICOLA E INGENIERO AGRONOMO CON ORIENTACION EN AGRICULTURA SOSTENIBLE
Lic. Heliuv Edilzar Vásquez Navarro	COORDINADOR CARRERA DE PEDAGOGÍA Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
Licda. Aminta Esmeralda Guillén Ruíz	COORDINADORA CARRERA DE TRABAJO SOCIAL, TECNICO Y LICENCIATURA
Ing. Victor Manuel Fuentes López	COORDINADOR CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS, TECNICO Y LICENCIATURA
Lic. Mauro Estuardo Rodríguez Hernández	COORDINADOR CARRERA DE ABOGADO Y NOTARIO Y LECENCIATURA EN CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES
Dr. Byron Geovany García Orozco	COORDINADOR CARRERA MEDICO Y CIRUJANO
Lic. Nelson de Jesús Bautista López	COORDINADOR PEDAGOGÍA EXTENSIÓN DE SAN MARCOS
Licda. Julia Maritza Gándara González	COORDINADORA EXTENSIÓN DE MALACATAN
Licda. Mirna Lisbeth de León Rodríguez	COORDINADORA EXTENSIÓN DE TEJUTLA
Lic. Marvin Evelio Navarro Bautista	COORDINADOR EXTENSIÓN DE TACANA

Lic. Robert Enrique Orozco Sánchez	COORDINADOR DEL INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN
Lic. Mario René Requena	COORDINADOR DE ÁREA DE EXTENSIÓN
Ing. Oscar Ernesto Chávez Ángel	COORDINADOR CARRERA DE INGENIERIA CIVIL
Lic. Carlos Edelmar Velásquez González	COORDINADOR CARRERA CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA
Lic. Danilo Alberto Fuentes Bravo	COORDINADOR CARRERA PROFESORADO EN EDUCACIÓN PRIMARIA BILINGÜE INTERCULTURAL
Lic. Yovani Alberto Cux Chan	COORDINADOR CARRERAS SOCIOLOGÍA, CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

MIEMBROS DEL DEPARTAMENTO DE EPS

Ing. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador de Carrera
Lic. Byron Lionel Orozco García	Coordinador EPS
MsC. Edvin Bernardo Gonzáles Dardón	Secretario
Ph.D, Robert Enrique Orozco Sánchez	Vocal
Ph.D, Rubén Francisco Ruiz Mazariegos	Vocal
Lic. Rudy Alberto Jui Kunze	Vocal
Lic. Jorge Eduardo Velásquez Fuentes	Vocal

TRIBUNAL EXAMINADOR

MSc. Juan Carlos López Navarro	Director
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador Académico
MSc. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador Carrera Administración de Empresas, Técnico y Licenciatura
Lic. Rudy Alberto Juárez Kunze	Asesor
Lic. Jorge Eduardo Velásquez Fuentes	Revisor

San Marcos 19 agosto de 2024

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA**



**CENTRO UNIVERSITARIO
DE SAN MARCOS**

Ingeniero:
V́ctor Manuel Fuentes Ĺpez
Coordinador
Carrera de Administraci3n de Empresas
Centro Universitario de San Marcos
Edificio.

Respetable Ingeniero.

Atentamente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que, con base al nombramiento emitido por el departamento de EPS, se me asigna como **ASESOR ESPECIFICO** del **INFORME INDIVIDUAL** en su modalidad de **PLAN DE NEGOCIOS**, titulado "**ESTABLECIMIENTO DE UNA FABRICA Y TIENDA DE ROPA "MHS" VISTE BIEN, EN EL MUNICIPIO Y DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO**" Presentado por la estudiante: **Melvy Argentina Ĺpez Júrez** quien se identifica con carn3 No. **200641405**.

Al respecto, me permito informarle que he revisado dicho trabajo, habiendo concluido con el respectivo proceso, respetando las normas que para el efecto establece nuestra unidad acad3mica, por lo que, en virtud de lo anterior, el suscrito ha quedado satisfecho, emitiendo para el efecto **OPINION FAVORABLE**, para que el referido trabajo pueda seguir con los tr3mites correspondientes para el acto de investidura.

Se agradece la atenci3n dada la presente; sin otro particular, me es grato suscribirme de ustedes.

Deferentemente:

A large, stylized handwritten signature in black ink, overlapping the typed name and title.

Lic. Rudy Alberto Jui Kunze
Asesor

Lic. Rudy Alberto Jui Kunze
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS
COL. 8205

ID Y ENSEÑAD A TODOS.

cc. archivo

San Marcos , 05 de Septiembre de 2024.

Ing. Víctor Manuel Fuentes

Cordinador de la Carrera Administración de Empresas

Centro Universitario de San Marcos

De manera atenta me dirijo a usted para remitirle con **DICTAMEN FAVORABLE** el trabajo de tesis con la modalidad Plan de Negocios, que constituye el trabajo de graduación del estudiante: **Melvy Argentina López Juárez**, carné No. **200641405**. Titulado: **“Establecimiento de una fábrica y tienda de ropa MHS, Viste Bien, en el municipio y departamento de Quetzaltenango”**.

En virtud de reunir los requisitos metodológicos y académicos que exigen las normas y reglamentos de la carrera de Administración de Empresas de este Centro Universitario, se somete a consideracion de las instancias academicas convenientes para que la estudiante continúe con los tramites correspondientes.

Sin otro particular me suscribo de usted.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Lic. Jorge Eduardo Velásquez Fuentes

Colegiado 16,659

Revisor

C.C Archivo



San Marcos, 04 de marzo de 2025

Miembros Comisión de EPS
Carrera Administración de Empresas
Centro Universitario de San Marcos
Edificio.

Respetuosamente, me permito informarles que de acuerdo al nombramiento respectivo en mi calidad de encargada de la Comisión de Redacción y Estilo de la Carrera de Administración de Empresas, he tenido a la vista el trabajo de graduación denominado **ESTABLECIMIENTO DE UNA FABRICA Y TIENDA DE ROPA "MHS", VISTE BIEN, EN EL MUNICIPIO Y DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO**, modalidad plan de negocios, presentado por la estudiante **MELVY ARGENTINA LÓPEZ JUÁREZ**, carné **200641405** previo a optar el Título de Licenciada en Administración de Empresas, y en virtud que el referido informe, a mi consideración, cumple con los lineamientos establecidos, me permito emitir **DICTAMEN FAVORABLE** para que se traslade a donde corresponde y se continúe con el proceso administrativo respectivo.

Atentamente.

A handwritten signature in black ink, enclosed in a hand-drawn oval. The signature is stylized and includes the number "20" and "33" written next to it.

Licda. Gladys del Rosario Mérida Pérez
Encargada Comisión de Redacción y Estilo
Carrera Administración de empresas

Marzo 6 de 2025

Ingeniero:

Víctor Manuel Fuentes López
Coordinador Carrera Administración de Empresas
Centro Universitario de San Marcos.

Para su conocimiento y efectos, transcribo a usted el punto QUINTO del acta no. 001-2025 de sesión ordinaria del Departamento del Ejercicio Profesional Supervisado realizada de manera presencial en el salón del Centro de Computo el día viernes 6 de marzo de 2025, que dice:

QUINTO: Se tuvo a la vista la solicitud presentada el día 6 de marzo del año 2025, por la estudiante: Melvy Argentina López Juárez, carné: 200641405 la cual dice:

En mi calidad de estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) y contando con los dictámenes favorables para mi informes, tanto del asesor Lic. Rudy Alberto Jui Kunze; como por el revisor Lic. Jorge Eduardo Velásquez Fuentes, solicito se autorice la emisión del **DICTAMEN FINAL** para el mismo, que esta denominado: "Establecimiento de una fábrica y tienda de ropa MHS Viste Bien, en el municipio y departamento de Quetzaltenango".

Para lo cual el Departamento de Ejercicio Profesional Supervisado de la Carrera Administración de Empresas, de conformidad con el artículo 24 inciso d, del normativo vigente, por unanimidad, **APRUEBA** el Trabajo denominado "*Establecimiento de una fábrica y tienda de ropa MHS Viste Bien, en el municipio y departamento de Quetzaltenango*". presentado por la estudiante: **Melvy Argentina López Juárez, carné: 200641405** Presentado como informe final de Trabajo de Graduación. El presente acuerdo deberá remitirse a la Coordinación de la Carrera de Administración de Empresas para su conocimiento y efectos de conformidad con la normativa vigente del Ejercicio Profesional Supervisado.



MSc. Edvin Bernardo Dardón González

Secretario

Departamento Ejercicio Profesional Supervisado
Administración de Empresas USAC - CUSAM

CC. Archivo.

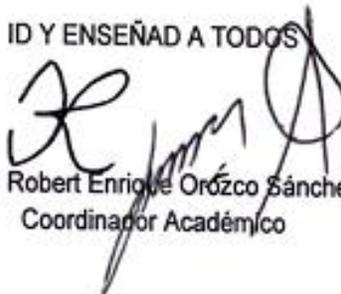
ESTUDIANTE: MELVY ARGENTINA LOPEZ JUAREZ
CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
CUSAM, Edificio.

Atentamente transcribo a usted el Punto **QUINTO: ASUNTOS ACADÉMICOS, inciso a) subinciso a.34) del Acta No. 005-2025**, de sesión ordinaria celebrada por la Coordinación Académica, el 12 de marzo de 2025, que dice:

"QUINTO: ASUNTOS ACADÉMICOS: a) ORDENES DE IMPRESIÓN. CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. a.34) La Coordinación Académica conoció Providencia No. CAECUSAM-46-2025, de fecha 11 marzo de 2025, suscrita por el Ing. Victor Manuel Fuentes López, Coordinador Carrera Administración de Empresas, a la que adjunta solicitud de la estudiante: MELVY ARGENTINA LOPEZ JUAREZ, Carné No. 200641405, en el sentido se le **AUTORICE IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN ESTABLECIMIENTO DE UNA FABRICA Y TIENDA DE ROPA MHS, VISTE BIEN, EN EL DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO DE QUETZALTENANGO, QUETZALTENANGO**, previo a conferírsele el Título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. La Coordinación Académica en base a la opinión favorable del Asesor, Comisión de Revisión y Coordinador de Carrera, **ACORDÓ: AUTORIZAR IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN ESTABLECIMIENTO DE UNA FABRICA Y TIENDA DE ROPA MHS, VISTE BIEN, EN EL DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO DE QUETZALTENANGO, QUETZALTENANGO**, la estudiante: MELVY ARGENTINA LOPEZ JUAREZ, Carné No. 200641405, previo a conferírsele el Título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS."

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Ph.D. Robert Enrique Orozco Sánchez
Coordinador Académico



DEDICATORIA

A DIOS: Mi creador y dador de sabiduría, porque nunca me has dejado, y me has enseñado que no debo rendirme, porque sin tu ayuda nada de esto sería posible, y hoy que me permites cosechar un triunfo más en mi vida es un buen día para decirte Gracias por tu Fidelidad.

A MIS PADRES: Héctor Ovidio López Miranda y Marta Elena Juárez García, por la paciencia, esfuerzo, sacrificio y amor, cada uno de sus sacrificios tienen recompensa, este triunfo es para ustedes también.

A MIS ABUELOS: Emilio López, (+) Zenaida Miranda, Alberto Juárez (+), Emilia García (+) porque cuando necesite ayuda siempre estuvieron y por el amor incondicional brindado.

A MI ESPOSO: Héctor Antonio López, Con un profundo y gran amor por su apoyo y motivación a lograr cada uno de mis sueños, por ser un pilar fundamental en mi vida, mis éxitos también son suyos.

A MIS HIJOS: Samuel Adrián, y Valerie Ximena López López, porque no existe mejor y mayor motivación que el amor hacia ustedes.

A MIS

HERMANOS: Evelin Fabiola, Héctor Ovidio (tito), Lourdes Beatriz, Emilio Alberto, Rocío Migdalia, Josué Vinicio, y Zulmy Duviela López Juárez, por su amor y apoyo incondicional, porque a pesar de la distancia siempre buscamos la unidad, Dios los bendiga.

A MIS

SOBRINOS: Jancarlo, Emily, Santiago, Sofía, Andrés, Jeremy, Fernandito, Valentina, y Ariansito. Con mucho cariño y amor hacia ustedes, que mi triunfo sea motivación a perseguir y lograr sus metas.

A MIS CUÑADAS

Y CUÑADOS: Por ser parte de mi familia con mucho cariño y aprecio.

A MIS SUEGROS: Con mucho respeto y alta estima.

A MIS AMIGAS: Lourdes, Fabiola y Sucely, por su sincera y valiosa amistad a lo largo de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO ESPECIAL

A PASTOR: Raymundo Fuentes, por el apoyo espiritual y moral, recibido siempre. Bendiciones siempre a su amada familia.

A IGLESIA

CRISTIANA

MINISTERIOS PENIEL: Por ser un lugar que Dios ha usado para consagrarme y afirmar mi fe.

A MIS DOCENTES DEL

CUSAM: Por la ardua labor de formar profesionales responsables, muchas gracias.

A LOS LICENCIADOS: Rudi Alberto Jui Kunze y Jorge Eduardo Velásquez, por su apoyo y consejos.

A UNIVERSIDAD SAN

CARLOS DE GUATEMALA,

CUSAM SAN MARCOS: Tricentenario Alma Mater, a la Facultad de Ciencias Económicas, carrera de Administración de empresas, institución que permite mi desarrollo profesional y que brinda al pueblo guatemalteco, profesionales con alta conciencia.

INDICE GENERAL

1. RESUMEN EJECUTIVO	1
2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y EL NEGOCIO	3
2.1 Descripción general de la empresa	3
2.2 Visión	5
2.3 Misión	5
2.4 Valores.....	5
2.5 Análisis estratégico	6
2.5.1 Estrategias a corto plazo	6
2.5.2 Estrategias a mediano plazo	7
2.5.3 Estrategias a largo plazo	7
2.6 Equipo de trabajo.....	8
2.6.1 Gerente administrativo	9
2.6.2 Jefe de recursos humanos	9
2.6.3 Jefe de diseño de moda	10
2.6.4 Encargado del departamento de producción.....	10
2.6.5 Encargado de bodega e inventarios	10
2.6.6 Vendedores o dependientes de tienda.....	11
2.6.7 Operarios o confeccionistas	11
3. PRODUCTO O SERVICIO	12
3.1 Necesidades a satisfacer	12
3.2 Características	12
3.3 Descripción del Producto	12
3.4 Identidad del Producto	13
3.4.1 Necesidades a satisfacer:	13

3.4.2 Características:	13
3.4.3 Nuestras propuestas de valor	14
3.4.4 Valor diferencial.....	14
3.4.5 Valor de innovación.....	15
4. EQUIPO DE GESTIÓN	17
4.1 Personal clave de dirección	17
4.2 Cargos y funciones del personal clave de dirección	17
4.2.1 Puesto: Director Ejecutivo	17
4.2.2 Puesto: Director Financiero.....	18
4.2.3 Community manager o encargado de rrss	19
4.2.4 Operarios de maquinas	21
4.3 Prestaciones Laborales:	22
4.3.1 Bonificación:.....	22
4.3.2 Aguinaldo	22
4.3.3 Bono 14.....	23
4.3.4 Vacaciones:.....	23
4.3.5 Indemnización:	23
4.4 Planilla de sueldos y salarios de personal de la empresa MHS.....	25
5. MERCADO Y COMPETENCIA	26
5.1 Mercado Objetivo.....	26
5.2 Comportamiento de la Oferta.....	26
5.3 Comportamiento de la demanda.....	27
5.4 Calculo de la demanda	27
5.5 Competidores	28
5.6 Productos que se Ofrecerán	28

5.7 Estrategia de precios	29
5.7.1 Fijación de precios basada en las condiciones de mercado	29
5.8 Análisis de distribución	29
5.9 Estrategia de comercialización	30
5.10 Política de servicio	30
5.10.1 Antes de la venta.....	30
5.10.2 Durante la venta.....	31
5.10.3 Después de la venta.....	31
6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.....	32
6.1 Organigrama de la empresa	32
6.2 Forma de Organización	35
6.3 Descripción de puestos del personal clave de dirección.....	35
6.3.1 Puesto: Gerente Administrativo.....	35
6.3.2 Puesto Jefe diseño de moda.....	37
6.3.3 Puesto: Jefe de Recursos humanos.....	40
6.3.4 Puesto de bodeguero o encargado de Inventarios.....	44
6.3.5 Puesto: Dependientes de tienda	47
6.3.6 Puesto de Operario o Confeccionista de prendas.....	49
6.4 Organización Legal	51
6.4.1 Empresa Mercantil	51
6.4.2 Registro de Marca o Signo Distintivo	54
6.4.3 Licencia en Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	56
6.4.5 Estudio de impacto ambiental	57
6.4.6 Norma ISO 28000	57
7. PLAN DE MARKETING.....	61

7.11 Estrategia de Promoción y Publicidad	61
7.11.1 Promoción	61
7.11.2 Publicidad oral e impresa	61
7.11.3 Publicidad en internet.....	62
7.11.4 Publicidad por radio y televisión	67
7.12 Total de población objetivo y tasa de crecimiento	71
7.13 Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población	71
7.14 Resultados del estudio de mercado.....	72
8. PLAN DE PRODUCCIÓN.....	92
8.1 Objetivo del estudio técnico de producción.....	92
8.2 Localización de instalaciones	93
8.3 Distribución en planta	94
8.4 Flujograma.....	95
8.5 Ciclo de Producción	97
8.5.1 Ciclo de producción de MHS Viste Bien.....	97
8.6 Especificaciones de tienda y fábrica.....	100
8.7 Equipo e instalaciones	115
8.8 Limpieza y mantenimiento	117
8.9 Materia Prima	117
8.9.1 Proceso de recepción de materias primas	118
8.9.2 Proveedores.....	119
8.9.4 Condiciones de almacenamiento	120
8.9.5 Higiene y Mantenimiento:.....	122
8.10 Determinación de la capacidad instalada	124
8.11 Programación	127

8.12 Proyección de ventas.....	131
8.13 Normas de higiene y seguridad	132
8.13.1 Normas de Higiene y Seguridad en la Tienda de Ropa	133
8.14 Estrategia de desarrollo	134
9. PLAN FINANCIERO	137
9.1 Inversión inicial	137
9.2 Proyección de ventas.....	141
9.3 Estados financieros	144
9.4 Punto de equilibrio	151
10. ANÁLISIS DE RIESGO	152
10.1 Acciones de mitigación y eliminación de riesgos	153
10.2 Supervisión y control de riesgos	156
11. CONCLUSIONES.....	158
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	159
13. ANEXOS	160

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cadena de valor de la empresa MHS.....	7
Tabla 7 Establecimientos catalogados como fabricas.....	26
Tabla 2 Descripción de puestos de trabajo	34
Tabla 3 Inscripción en SAT	53
Tabla 4 Inscripción de propiedad intelectual	56
Tabla 5 Total gastos de constitución.....	59
Tabla 6 Remodelación de instalaciones.....	60
Tabla 8 Presupuesto de publicidad	71
Tabla 9 Población de la cabecera municipal de Quetzaltenango	71
Tabla 10 Consolidado de productos a la venta	115

Tabla 11 Costo de materia prima	115
Tabla 12 Mobiliario y equipo	116
Tabla 13 Equipo de cómputo	117
Tabla 14 Útiles y enseres	117
Tabla 15 Costo Materia Prima	118
Tabla 16 Costo Material de Empaque.....	118
Tabla 17 Costo de inversión	137
Tabla 18 Fuente de inversión.....	137
Tabla 19 Amortización del capital mensual del préstamo	138
Tabla 20 Amortización de gastos de constitución	139
Tabla 21 Depreciación por remodelación de instalaciones	139
Tabla 22 Depreciación de Mobiliario y Equipo.....	140
Tabla 23 Depreciación de Equipo de Cómputo	140
Tabla 24 Gastos Fijos	140
Tabla 25 Gastos Variables.....	141
Tabla 26 Proyección de ventas	142
Tabla 27 Materia prima requerida para operaciones	143
Tabla 28 Estado de Resultados	144
Tabla 29 Flujo de fondos	146
Tabla 30 Cálculo de VAN y TIR.....	147
Tabla 31 Relación Beneficio Costo	148
Tabla 32 Balance General.....	149
Tabla 33 Análisis de riesgos	152
Tabla 34 Acciones de mitigación y eliminación de riesgos.....	153

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Sexo de los entrevistados.....	73
Gráfica 2 Rango de edad de los entrevistados	74
Gráfica 3 Área de trabajo de los entrevistados	75
Gráfica 4 Rango de salario de los encuestados.....	76

Gráfica 5 Conocimiento en redes sociales de la empresa “MHS Viste Bien”	77
Gráfica 6 Frecuencia en cuanto a compra de ropa.....	78
Gráfica 7 Preferencia de compra de ropa	79
Gráfica 8 Factores importantes al momento de elegir una tienda de ropa	80
Gráfica 9 Tipo de compra que ocurre con más frecuencia	81
Gráfica 10 Personalización de prendas de ropa.....	82
Gráfica 11 Preferencia en adquisición de ropa nacional o importada	83
Gráfica 12 Gusto por colecciones de ropa nuevas por temporada (estilos y colores)	84
Gráfica 13 Encontrar servicios adicionales en una tienda de ropa.....	85
Gráfica 14 Aspectos que hacen sentir cómoda y bienvenida a las personas en una tienda de ropa	86
Gráfica 15 Promociones y descuentos que pueden llegar a motivar la compra	87
Gráfica 16 Preferencia en cuanto a ubicación de tienda de ropa.....	89
Gráfica 17 Métodos de pago al momento de compra.....	90
Gráfica 18 Punto de equilibrio	151

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Análisis FODA	6
Ilustración 3 Análisis de distribución	29
Ilustración 2 Estructura organizacional de la empresa MHS	33
Ilustración 4 Funciones para impulsar el negocio vía internet	63
Ilustración 5 Distribución en planta de la empresa MHS.....	94
Ilustración 6 Flujograma de empresa MHS.....	96
Ilustración 7 Diagrama de procesos para la empresa MHS.....	128
Ilustración 8 Diagrama del proceso de venta en la empresa MHS.....	129

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Logotipo de la empresa MHS.....	4
Imagen 2 Slogan de la empresa MHS	4
Imagen 3 Producto: sudadera básica	100

Imagen 4 Producto: sudadera con capucha.....	102
Imagen 5 Producto: sudadera con cremallera o zipper.....	103
Imagen 6 Productos propios: sudadera a picos.....	104
Imagen 7 Productos propios: sudadera cuello con traslape izquierdo.....	105
Imagen 8 Productos propios: sudadera cuchillas o corte anatómico	106
Imagen 9 Pants	107
Imagen 10 Playera básica hombre y mujer.....	108
Imagen 11 Blusa manga globo	109
Imagen 12 Blusa lisa con mangas de campana.....	110
Imagen 13 Producto: conjunto de pants y sudadero	111
Imagen 14 Producto: conjunto deportivo	112
Imagen 15 Producto: pijamas hombre y mujer.....	113
Imagen 16 Producto: blazer juvenil de dama	114

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1 Ubicación geográfica de la empresa.....	3
Mapa 2 Macro localización de la empresa	93

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios denominado: “Establecimiento de una Fábrica y Tienda de Ropa ‘MHS’, Viste Bien, en el Municipio y Departamento de Quetzaltenango” consta de ocho capítulos, los cuales se dividen de la siguiente manera:

El Capítulo I: El Negocio y la Empresa, describe la idea del negocio, el cual se centra en la creación de una fábrica y tienda de ropa llamada "MHS, Viste Bien", ubicada en Quetzaltenango. Se detalla la visión, misión, y los objetivos de la empresa, así como los productos que se ofrecerán, principalmente pants y sudaderos. La propuesta busca diferenciarse en el mercado local a través de la calidad y originalidad de sus diseños.

El Capítulo II: Producto o Servicio, explora las necesidades que el negocio busca satisfacer. Se menciona que, aunque hay una amplia oferta de ropa en el mercado, la mayoría de las empresas locales se dedican a la reventa, no a la fabricación. "MHS, Viste Bien" pretende llenar este vacío ofreciendo productos originales y de alta calidad fabricados localmente, destacándose en un mercado que carece de fábricas de ropa con diseños propios.

El Capítulo III: Equipo de Gestión, se centra en la estructura organizativa y los roles clave dentro de la empresa. Se definen los puestos de dirección, incluidos el Director Ejecutivo, Director Financiero, y otros cargos esenciales. Además, se describen las competencias y requisitos necesarios para cada puesto, destacando la importancia de un liderazgo efectivo y de la capacidad para gestionar tanto el personal como las operaciones diarias.

El Capítulo IV: Organización Administrativa Legal, describe la estructura legal de la empresa, que operará como una empresa mercantil individual. Se detallan los trámites necesarios para la constitución legal, incluyendo la inscripción en el Registro Mercantil y la obtención de licencias y permisos. Además, se presenta el organigrama de la empresa, resaltando la importancia de una organización eficiente para el logro de los objetivos empresariales.

El Capítulo V: Mercado y Competencia, realiza un análisis del mercado objetivo de "MHS, Viste Bien", centrado en la cabecera municipal de Quetzaltenango. Se examina el

comportamiento de la oferta y la demanda, identificando a los competidores directos e indirectos. La empresa se posiciona como una opción innovadora que ofrece productos de alta calidad y diseños únicos, lo que le permite diferenciarse en un mercado competitivo.

El Capítulo VI: Estudio Técnico y de Producción, se detallan las estrategias operativas de la empresa, incluyendo el ciclo de producción y la cadena de suministro. Se describen las etapas desde la investigación y desarrollo hasta la venta final del producto. También se abordan aspectos como lo necesario para la inversión inicial de la empresa incluyendo Mobiliario y Equipo, Equipo de Cómputo y demás gastos necesarios.

El Capítulo VII: Estudio Financiero, evalúa la viabilidad financiera del proyecto, analizando los costos de inversión inicial, costos operativos, ingresos proyectados, y la rentabilidad esperada. Se realiza un análisis del punto de equilibrio y se concluye que el negocio es financieramente viable, con una proyección de crecimiento sostenido a lo largo de los próximos años.

Por último, el Capítulo VIII: Análisis de Riesgo, se identifican los principales riesgos a los que se enfrenta la empresa, clasificados en categorías como tecnológicos, laborales, administrativos, legales, financieros, y naturales. Se proponen medidas de mitigación para cada tipo de riesgo con el fin de garantizar la estabilidad y continuidad del negocio en el largo plazo.

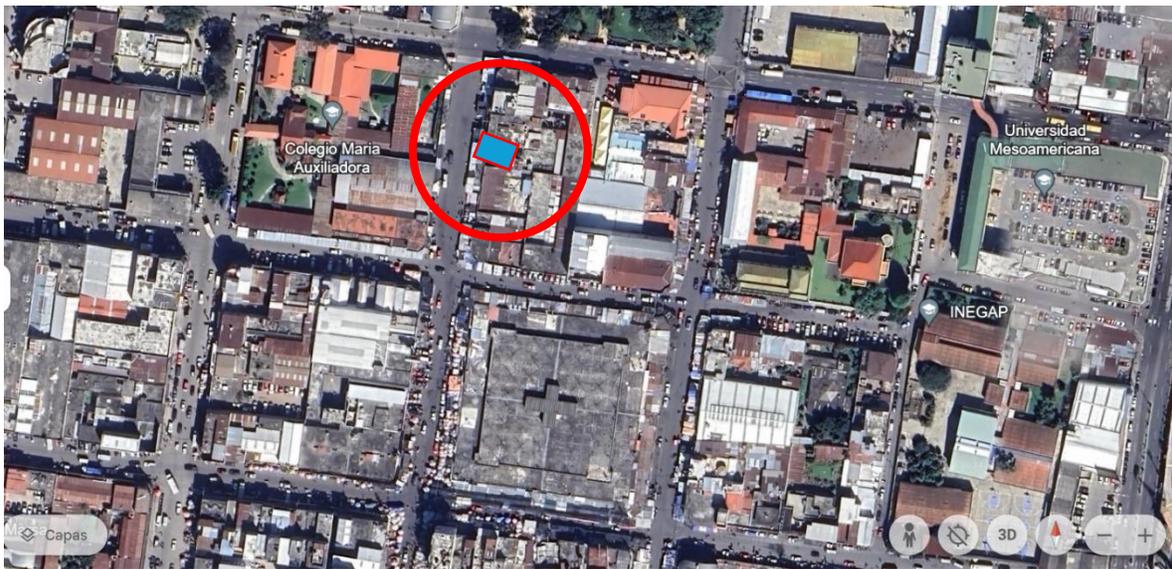
2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y EL NEGOCIO

2.1 Descripción general de la empresa

FABRICA Y TIENDA DE ROPA “MHS”, VISTE BIEN es una empresa dedicada a la producción y venta de ropa para dama y caballero. Su modelo de negocio abarca desde la creación de diseños propios hasta la comercialización de productos terminados, lo que le permite ofrecer una amplia variedad de prendas tanto para mujeres como para hombres.

En cuanto a su producción, la empresa cuenta con una fábrica equipada con maquinaria moderna que permite la confección de prendas de alta calidad. La producción se enfoca en crear ropa que combine estilo y comodidad, utilizando telas de buena calidad y siguiendo las últimas tendencias de la moda. Los procesos de producción están diseñados para garantizar la eficiencia, la durabilidad de los productos, y la satisfacción del cliente.

Mapa 1 Ubicación geográfica de la empresa



Fuente: Google Maps

En el presente mapa se encuentra la ubicación de MHS el cual ofrecerá sus productos no solo a los lugares aledaños sino a todo el país ya que contará con envíos por medio de servicios de paquetería.

Su dirección exacta se establecería en 17 avenida 2-29, La Democracia, Quetzaltenango

Nombre: MHS, Slogan: Viste Bien

Imagen 1 Logotipo de la empresa MHS



Fuente: Elaboración propia

Logotipo: El logotipo es una forma o característica que representa el nombre de una empresa o producto, por lo tanto, el logotipo de MHS tiene características en su forma de letra, así como en los colores utilizados.

El logotipo de MHS, se caracteriza por sus letras tipo cursiva tomando en cuenta que las marcas de diseñadores importantes no tienen tanto adorno, mismas que son iniciales de los nombres de los fundadores, se utiliza letra simple sin adornos ni imágenes ya que se toma en cuenta la frase que dice que “En lo simple esta la belleza”, el color verde Mónaco de fondo y letras blancas, ambos representan moda.

Imagen 2 Slogan de la empresa MHS



Fuente: Elaboración propia

Slogan: Es una frase, o escritura breve asociada a una marca, pretende crear impacto al consumidor, de tal manera que al escuchar la frase la persona piense en la marca que representa.

Slogan:(Zamora, 2011) El slogan es una frase para fines publicitarios designada a ser grabada en la mente del público a quien va dirigido. En este caso el slogan es la frase “Viste

Bien” la frase denota simplicidad, pero muy significativo para las personas que conocen el gusto de vestir bien.

2.2 Visión

Ser una marca reconocida a nivel nacional e internacional por distribuir piezas de calidad y en tendencia, ampliando nuestro alcance a los clientes, a través de diferentes puntos de venta y fomentando el desarrollo del país a través de la generación de empleo

2.3 Misión

Diseñar, crear y personalizar, prendas de calidad, innovarnos constantemente para la satisfacción y comodidad de nuestros clientes.

2.4 Valores

- **CALIDAD:** Utilizando materia prima de primera, desde los hilos hasta el material de terminación.
- **PUNTUALIDAD:** En las labores, en la elaboración y entrega de los productos al cliente.
- **TRABAJO EN EQUIPO:** Participar activamente en el cumplimiento de objetivos en común.
- **DILIGENCIA:** Mantener un espíritu de trabajo con energía y buen ánimo.
- **LIDERAZGO:** Motivar a los colaboradores.
- **PASIÓN:** Por el trabajo que se realiza.
- **EQUIDAD:** Con los colaboradores, así como con los clientes. El permanecer neutros ante cualquier situación respaldará una transparencia acorde al servicio que se brindará.
- **RESPECTO:** Este valor se le asigna al trato con los colaboradores, clientes y proveedores, al reconocimiento de la dignidad y valor de las personas.
- **ADAPTACIÓN AL CAMBIO:** Por innovaciones y cambios de temporadas y gustos.

Ilustración 1 Análisis FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar productos de calidad. ✓ Tener colaboradores calificados y que les apasiona su trabajo. ✓ Estar en constante capacitación para innovar y diversificar los productos. ✓ Se cuenta con la infraestructura adecuada y el equipo necesario para la elaboración de los productos. ✓ Se tiene presencia digital en todas las redes sociales. ✓ Se cuenta con tienda en línea y sitio web. ✓ Ofrecer diferentes medios de pago como: Transferencias, pago con tarjeta de crédito y débito, depósitos. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Exportar nuestros productos a Estados Unidos de América. ✓ Abrirse a nuevos mercados ✓ Acceso a financiamiento por parte de entidades bancarias para expansión del negocio. ✓ Apoyo de programas de capacitaciones para pequeñas empresas, ya sea por parte del gobierno central o entidades internacionales.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Poca cultura de compras por medio de tiendas en línea. ✓ Poca oferta de materia prima a nivel nacional. ✓ Costos altos de aranceles de importación de material. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia de mercados. ✓ Precios desvalorizados en mercados y plazas. ✓ Inestabilidad en políticas de Facebook o plataformas digitales. ✓ Costos altos de distribución.

Fuente: elaboración propia

2.5 Análisis estratégico

2.5.1 Estrategias a corto plazo

Ubicar y contactar distribuidores de telas de buena calidad, para mantener la calidad en las prendas que se confeccionan. Capacitar a nuestros colaboradores al menos una vez

por mes, esto ayudará a mantener la calidad en las prendas elaboradas, así como el clima y buen ánimo de trabajo. Asignar a un encargado de las redes sociales de la empresa, pues nos ayudará a ser más eficientes.

2.5.2 Estrategias a mediano plazo

Que nuevos diseños sean lanzados al menos cuatro veces al año, incentivar al cliente por medio de promociones en tienda física y ofertas en redes sociales: como: 2x1, giveaway, rifas.

2.5.3 Estrategias a largo plazo

- Mantener siempre la calidad de los productos, esto se refiere a buenos acabados y materiales de alta gama de esta manera diferenciarnos de la competencia.
- Invertir en la compra de maquinaria para diversificar nuestros productos, y así cubrir más necesidades de los clientes.
- Personal apto y capacitado de acuerdo con su área, pues el conocimiento hará mejores los procesos.
- Promocionar las comprar tanto en tienda física como en línea.
- Abrirse a nuevos canales de comercialización como lo es en climas cálidos.
- Ofrecer y comercializar nuestros productos a través de la vía web, a otros países.

Tabla 1 Cadena de valor de la empresa MHS

<p style="text-align: center;">Infraestructura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organización “MHS Viste Bien”, Contamos con una infraestructura adecuada y equipo para elaborar los productos. 	MARGEN
<p style="text-align: center;">Recursos humanos:</p> <p style="text-align: center;">Se cuenta con personal capacitado y apto en la gestión del recurso humano.</p>	
<p style="text-align: center;">Logística Interna:</p> <p style="text-align: center;">El manejo de un número de ítems o stock tanto de material, materia prima y producto terminado está a cargo del bodeguero o encargado de inventarios, esto hará que se mantengan las</p>	

cantidades máximas y mínimas y la empresa no tendrá que batallar o improvisar respecto a pedidos grandes o voluminosos.		
Comercial y Marketing:		
Estrategia para vender: actividades de rebajas y promociones de temporada y fechas importantes en tienda física como en redes sociales y plataforma web, vinculaciones y colaboración con influencer.		
Post Venta:		
Excelente reacción en la respuesta de quejas y reclamos, política de fidelización.		
Compras:	Operaciones	Sala:
<p>Poca oferta de materia prima a nivel nacional.</p> <p>Costos altos de aranceles de importación de material.</p> <p>Se gestionarán importaciones unificadas con otras empresas del mismo rubro a manera que se hagan pedidos unificados y así bajar costos de aranceles en importaciones.</p>	<p>Transformación de insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de prendas. • Patronaje de prendas. • Corte, • Ensamblaje, • Control de calidad y empaque o presentación. • Traslado y organización de prendas a tienda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Área grande muy organizada y decorada acorde al giro del negocio, donde se dispondrá de 2 vendedores para la atención directa de los clientes que visitaran la tienda.

Fuente: Elaboración propia.

2.6 Equipo de trabajo

El grupo de personas que se organiza para alcanzar un objetivo común recibe el nombre de equipo, es por ello que se conoce como trabajo, al esfuerzo que cada persona brinda hacia una actividad productiva por la cual reciben una remuneración.

Tal como menciona (Zamora, 2011) cuando se habla de equipo suele referirse al grado de cohesión que existe entre sus miembros para un determinado fin propuesto por la empresa.

El equipo de trabajo de MHS estará conformado de la siguiente manera

- Gerente Administrativo

- Jefe de recursos humanos
- Jefe de diseño de moda
- Jefe del departamento producción
- Encargado de bodega e inventarios
- Vendedores o dependientes de tienda
- Operarios o confeccionistas

2.6.1 Gerente administrativo

Un gerente administrativo es responsable del funcionamiento eficaz de una organización. Supervisa las actividades diarias del personal administrativo de una empresa y se asegura de que todas las operaciones de la oficina funcionen sin problemas. El gerente administrativo tiene una amplia gama de responsabilidades administrativas, que puede incluir la supervisión de las nóminas, los recursos humanos, la contabilidad y otras funciones similares.

También puede gestionar el presupuesto de la empresa, lo que incluye la elaboración de informes financieros y la garantía de su exactitud. En MHS VISTE BIEN, el gerente administrativo será el encargado de comunicar, informar a agentes externos la participación de la empresa, objetivos y logros de la misma, así como la gestión. Tomar las decisiones de alto nivel sobre política y estrategia empresarial.

2.6.2 Jefe de recursos humanos

Es la figura dentro de una empresa que dirige todos los procesos de gestión de talento humano y, a grandes rasgos abarca la administración de recursos, el monitoreo del rendimiento general de la empresa, la contratación y capacitación de personal, pero también incluye motivar y retener a los empleados actuales en favor de la organización.

Otras de sus tareas más importantes es vigilar el desempeño (para que se cumplan con los objetivos del negocio) y brindar a los trabajadores las prestaciones, recursos, conocimientos y herramientas necesarios para ejecutar sus tareas diarias de la mejor manera

2.6.3 Jefe de diseño de moda

El jefe de diseño de moda debe ser innovador y creativo. Y que, a la vez, tenga un gran interés y conocimiento de todo tipo de prendas de vestir, además de un conocimiento teórico y práctico. Pues, debe saber plasmar su estilo y expresar todas sus ideas mediante diversas telas, materiales de producción, colores, etc. Para finalmente, definir, planificar, crear y desarrollar colecciones de ropa y complementos.

2.6.4 Encargado del departamento de producción

El Jefe o encargado del departamento de producción es uno de los puestos más importantes en el área de procesos de producción.

Es quien se dedica a supervisar todos los aspectos de la producción para que al momento en el que las prendas o productos lleguen a piso de tienda, éstas den el mejor rendimiento o ganancia para la compañía sin que la calidad del producto sea mala.

En “MHS Viste Bien” el encargado del departamento de producción aunado a lo anterior tendrá asignada tareas concernientes al patronaje, ya que la empresa en sus inicios no contará con suficientes fondos para contratar personal encargado del patronaje.

El trabajo de un Jefe de Producción es estar en el corazón de la industria de la moda; las fábricas. parte fundamental del proceso de producción y quien hace posible que las prendas que se venden en tienda tengan la mejor calidad con buenos terminados.

2.6.5 Encargado de bodega e inventarios

El jefe de bodega es la persona responsable de las operaciones diarias de las bodegas o centros de distribución. Supervisan a los trabajadores y se aseguran de que todo funcione bien. Deben ser capaces de planificar con antelación y mantenerse organizados, porque tendrán que hacer un seguimiento de los niveles de inventario y asegurarse de que no haya escasez.

Los jefes de bodega también se coordinan con otros departamentos de la empresa para asegurarse de que todo funciona correctamente.

2.6.6 Vendedores o dependientes de tienda

Es la persona responsable de acoger, atender y vender directamente a la clientela que se dirige a la tienda o establecimiento los productos o servicios que se ofrecen y que más se ajusten a su demanda. Busca siempre la satisfacción de los clientes y la consiguiente fidelización con el objetivo de ampliar y consolidar la cartera de clientes/as.

En función del tamaño del comercio y del producto a vender, las tareas que desarrollará pueden variar. En el caso de “MHS Viste Bien” se encargarán de todo el proceso desde la recepción del producto, pasando por la distribución del mismo en el local y la gestión de promociones y descuentos, hasta el cierre diario de caja y el encargo de nuevos stocks.

2.6.7 Operarios o confeccionistas

Los operarios o confeccionistas juegan un papel muy importante en este negocio, ya que son los encargados de llevar a cabo el ensamblaje o unión de piezas de tela para formar el producto terminado, mismo que debe cumplir con requisitos de control de calidad para poder trasladarlo a tienda. En “MHS Viste Bien”, los operarios son las personas que se juegan la calidad del producto, para esto deben ser personas capacitadas en la materia y cumplir con la responsabilidad que el cargo requiere.

3. PRODUCTO O SERVICIO

3.1 Necesidades a satisfacer

En nuestro medio se cuenta con una oferta muy amplia de ropa y lugares dedicados a la fabricación y comercialización de ropa, en el caso de fabricación aún son escasos los lugares ya que la mayoría realiza la actividad de revender, pero respecto a ventas se puede observar variedad tanto nacional como importado de México, es ahí donde nos damos cuenta de la demanda del producto ya que vivimos en un área fría y nuestro producto estrella que es el pants y sudadero es de material muy calentito y suave esto favorece la búsqueda de ropa calentita y cómoda. específicamente de pants y sudaderos, los cuales son en gran parte muy populares en los municipios de Quetzaltenango y departamentos cercanos como lo es San Marcos, Huehuetenango, Totonicapán, Aun habiendo una enorme oferta de ropa no existen fabricas con diseños propios y exclusivos y que a su vez distribuya por mayor.

3.2 Características

La idea del presente Plan de Negocios se basa en la idea de una fábrica y tienda de ropa, y con producto estrella que es pants y sudaderos denominado “MHS,” el cual busca diferenciarse de muchos comercios del municipio de Quetzaltenango, debido a aspectos de calidad en el servicio, una perfecta relación entre calidad y precio y, sobre todo, debido a muchos cambios originados desde la pandemia, enfocarnos bastante en el comercio electrónico ya que es lo que actualmente está tomando mucho auge. La originalidad de los diseños es un valor muy claro para diferenciarnos de la competencia.

Para tal propósito se establecerán amplias y cómodas instalaciones, adecuadas para la puesta en marcha del negocio dicha dirección es 17 avenida 2-29, La Democracia, Quetzaltenango, con mobiliario nuevo, abierto de lunes a sábados en horarios de 8:00 am 5:00 pm.

3.3 Descripción del Producto

Se contará con una gama de productos textiles, con diseño y fabricación propia, como lo son los pants y sudaderos, para damas caballeros y niños. Así como otros subproductos: blusas, vestidos, pantalones, playera, chumpas, suéteres entre otros. Lo cual

serán elaborados con la más alta calidad, utilizando como materia prima principal el algodón (en la elaboración de pants y sudaderos), utilizando colores de moda y en tendencia, trabajando las tallas estándares ejemplo: XS, S, M, L, XL, así mismo se trabajarán tallas plus de acuerdo con las exigencias de los clientes.

3.4 Identidad del Producto

3.4.1 Necesidades a satisfacer:

La primera necesidad que se pretende satisfacer es la de vestir lo cual representa una de las necesidades primarias o básicas del ser humano, seguidamente el deseo de vestir prendas o tanto hagan sentir cómodo como también vestir con calidad y clase.

3.4.2 Características:

Se trabajará principalmente con tela 100% algodón, (en el caso de pants y sudaderos, playera de caballero y dama, pijamas) importado, la tela es suave, no desmota, no cambia de color, dicha tela tiene un subproducto que se identifica con el nombre de resorte que sirve para los acabados esenciales de nuestro producto.

Para las prendas de dama: frenchi, satín, seda, charmuse, queen, raso, lona, gabardina, sincatex.

No se descarta utilización de otros tipos de tela o algodón combinado con spandex, existen otros tipos de telas para otras que en un futuro se trabajarán las siguientes telas:

Acetato.	Polietileno / Polipropileno.
Algodón biológico.	Cachemir.
Qatar	Lana.
Cáñamo orgánico.	Lana virgen.
Lino.	Lino.
Lyocell.	Poliéster.
Nilon.	
Frenchi	
Seda	

3.4.3 Nuestras propuestas de valor

- La principal: contar con un área de ajuste de la prenda a la medida del cliente ya que en su mayoría solamente se venden tallas estándar, en este caso si al cliente le no le queda de una vez se trabajará el ajuste a su medida o en caso contrario, retener la prenda y posteriormente enviarla al domicilio del cliente.
- Utilizar tela de la mejor calidad.
- Crear estilos únicos y personalizados de ropa deportiva casual.
- Contar con tabla de medidas para mayor exactitud y comodidad del cliente.
- Establecer precios cómodos y al alcance de nuestros clientes a los cuales ira dirigido nuestro producto.

3.4.4 Valor diferencial

El valor diferencial que presenta la empresa es lo que hará posible su existencia, aceptación y constante crecimiento, al mismo tiempo se hará que se note la diferencia frente a la competencia, ya que se tendrá distintos medios de comercialización, física y digital o electrónica, siempre enfatizando el medio digital ya que es lo actual, con atención personalizada, personal capacitado, conocimiento amplio en ventas presenciales y online, así como el servicio innovador que se pretende impulsar; serán el medio perfecto para acrecentar la rentabilidad.

Como parte de un análisis previo se establecieron ventajas comparativas y competitivas que harán posible la puesta en marcha de esta empresa.

3.5 En nuestro producto

En “MHS Viste Bien” el valor diferencial ante la competencia es: crear estilos únicos, brindar al cliente una atención personalizada asesorándole al momento de la compra, respecto a colores, estilos, tendencias e imagen, y contar con tabla de medida para mayor exactitud y comodidad.

Así mismo dentro de las mismas instalaciones de la tienda, en el taller y área de ensamblaje, se ofrecerán ajustes a las prendas cuando el cliente así lo solicite, y dicho

servicio será gratuito esto hará que en nuestros clientes se genere confianza de comprar sus prendas con nosotros.

3.4.5 Valor de innovación

La clave para “MHS Viste Bien” será mantenerse abiertos a nuevas ideas y enfoques para seguir siendo relevantes y competitivos en la industria de la moda. Para ello se detalla una serie de actividades que hará que se mantenga el valor de innovación.

- **Creatividad en el diseño:** Innovar en el diseño de prendas para ofrecer productos únicos y atractivos para los clientes. Esto podría implicar el uso de nuevas técnicas de diseño, materiales innovadores o colaboraciones con diseñadores emergentes.
- **Tecnología de fabricación:** Incorporar tecnología de vanguardia en el proceso de fabricación para mejorar la eficiencia y la calidad de los productos. Esto podría incluir el uso de maquinaria automatizada, técnicas de impresión 3D para prototipos o sistemas de corte y confección avanzados.
- **Sostenibilidad:** Adoptar prácticas sostenibles en todas las etapas de producción, desde la selección de materiales hasta el embalaje y la distribución. La innovación en este sentido podría incluir el uso de materiales reciclados u orgánicos, técnicas de tintura ecológicas o la implementación de programas de reciclaje para prendas usadas.
- **Experiencia de compra:** Innovar en la experiencia de compra en la tienda física y en línea para ofrecer a los clientes una experiencia única y personalizada. Esto podría incluir el uso de realidad aumentada para probarse prendas virtualmente, sistemas de recomendación personalizados o servicios de personalización de productos.
- **Colaboraciones y alianzas:** Buscar oportunidades de colaboración con otras marcas, artistas o influencers para crear colecciones exclusivas o promociones especiales. Estas asociaciones pueden ayudar a aumentar la visibilidad de la marca y atraer a nuevos clientes.
- **Investigación de mercado y análisis de datos:** Utilizar datos y análisis de mercado para identificar tendencias emergentes y anticipar las necesidades y

preferencias de los clientes. Esto puede incluir el análisis de datos de ventas, encuestas de satisfacción del cliente o seguimiento de tendencias en redes sociales y medios de comunicación.

- Agilidad y adaptabilidad: Mantenerse ágil y adaptable en un entorno empresarial en constante cambio, respondiendo rápidamente a las nuevas oportunidades y desafíos que surjan en el mercado de la moda.

4. EQUIPO DE GESTIÓN

4.1 Personal clave de dirección

Las personas que serán contratadas para llevar a cabo las actividades propias del negocio deberán pasar por un proceso de reclutamiento y selección de personal, en donde se contratará a los mejores candidatos que reúnan los requisitos establecidos en cada puesto de trabajo para que su resultado en el mismo sea eficiente.

4.2 Cargos y funciones del personal clave de dirección

4.2.1 Puesto: Director Ejecutivo

Esta persona será la encargada de planificar, organizar, dirigir controlar el funcionamiento de la empresa, el desarrollo de estrategias tanto de comercialización, venta, así como todas las que involucren el éxito a corto, mediano y largo plazo para MHS.

Dentro de las funciones que debe cumplir están:

- Planear, ejecutar y dirigir todo lo relacionado al área administrativa
- Supervisar el cumplimiento de las actividades
- Velar por la correcta distribución en la adquisición de materiales, mobiliario y/o cambios.
- Establecer políticas y normas administrativas que conduzcan al fortalecimiento del bien de la empresa
- Realizar tareas complementarias asignadas por los socios.

Como competencias específicas relacionadas al puesto, se mencionan:

- Inteligencia para resolver problemas que se presenten en el desarrollo de las actividades
- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de comunicación
- Capacidad de escucha
- Perseverancia y constancia
- Capacidad de liderazgo
- Integridad moral y ética

- Requisitos vinculados al puesto:
- Licenciatura en Administración de Empresas o carrera a fin
- Mínimo 3 años de experiencia en puestos similares de dirección o coordinación
- Conocimientos sólidos en dirección (preferible) dirección de empresas industriales
- Experiencia en el manejo de equipos de trabajo
- Conocimientos de paquetes de computación básicos.

4.2.2 Puesto: Director Financiero

Director financiero es el profesional responsable de utilizar los recursos monetarios de la organización de la mejor forma posible, detectando oportunidades que permitan generar inversión y ahorro para la empresa.

Funciones y Responsabilidades del Director Financiero

- Garantizar el uso correcto de los recursos de la empresa.
- Diseñar y supervisar el presupuesto anual.
- Estimar los ingresos y gastos mediante proyecciones.
- Realizar periódicamente informes de resultados.
- Prevenir adversidades económicas que puedan afectar productos y servicios.
- Dar seguimiento a compromisos financieros (impuestos, nómina, deudas, pagos a proveedores, etc.).
- Identificar oportunidades de inversión beneficiosas para la organización.
- Supervisar auditorías internas.
- Gestionar la comunicación financiera.
- Evaluar y obtener métodos de financiación

Sus competencias:

- Inteligencia para resolver problemas financieros

- Capacidad de análisis financiera
- Perseverancia y constancia
- Capacidad de liderazgo
- Integridad moral y ética
- Habilidades:
- Negociación.
- Pensamiento flexible.
- Capacidades para obtener, sintetizar y analizar información financiera.
- Visión estratégica.
- Trabajo bajo presión.

Conocimientos:

- Contabilidad
- Presupuestos
- Herramientas de cálculo
- Evaluación de proyectos de inversión.
- Matemáticas financieras.
- Probabilidad y estadística

Requisitos para el puesto

- Licenciatura en Auditoria
- Mínimo 3 años de experiencia en puesto similar
- Manejo de Paquetes de Office
- Amplios conocimientos en finanzas.

4.2.3 Comunity manager o encargado de rrss

Un Community es un mánager que va a gestionar la voz de la empresa en internet y determina la imagen pública de la marca, lo que denominamos su identidad 2.o. Esto no es trivial y por tanto requiere de entrenar habilidades y conocimientos técnicos.

Habilidades imprescindibles del Community Manager:

- Habilidades de comunicación
- Grandes dosis de empatía
- Solucionador/a de problemas
- Nivel de redacción escrita elevado
- Equilibrio emocional y mediador/a
- Implicación total y compromiso con la marca
- Apasionado/a de las redes sociales

Principales funciones del Community Manager

- Creación y planificación de contenido

La principal función que desarrolla este profesional es la creación de contenido atractivo y de calidad. Por lo general, el community manager no se limita a crear y redactar contenido sólo para las redes sociales, este profesional también suele encargarse de gestionar el blog corporativo de la empresa.

- Conocimiento en herramientas de programación

Además, el experto en redes sociales debe decidir cuál es la mejor hora para publicar el contenido. Para ello dispone de herramientas que le indican cuál es el momento del día (y cuál es el día de la semana) en el que el contenido va a tener mayor aceptación.

- Monitorizar y medir

El Community manager también tiene que monitorizar todas las publicaciones y novedades del sector de su empresa, convirtiéndose en los ojos de la empresa en Internet. Esta práctica no sirve únicamente para identificar oportunidades y amenazas a tiempo, también permite detectar el contenido más relevante de la competencia y del sector.

- Conocimiento del público al que se dirige

Es vital que el Community Manager conozca a su público objetivo; no sólo a sus fans, también a los potenciales fans. De esta manera podrá plantear la

estrategia y determinar cuáles son las acciones con las que tendrá mayor éxito entre dicho público.

- Interactuar con los usuarios y crear relaciones de fidelidad

Crear relaciones estables y duraderas con los fans para conseguir involucrarlos. Debe ser capaz de ponerse en la piel de los usuarios y darse cuenta de que no están en las redes sociales para comprar nuestros productos, sino para disfrutar.

- Conseguir conversiones

Hay que planificar minuciosamente cada detalle y anticipar los efectos que tendrá cada acción.

Habilidades

- Buena ortografía y redacción
- Conocimiento de las redes sociales.
- Análisis de métricas.
- Comunicación.
- Trabajo en equipo
- Paciencia.
- Iniciativa
- Tolerancia a la frustración

Requisitos para ser CM

- Poseer carrera o especialización de Community Manager
- Amplios conocimientos en RRSS
- Conocimiento básico en programación
- Experiencia mínima de 2 años en puestos similares

4.2.4 Operarios de maquinas

Son las personas encargadas de realizar las operaciones concernientes al ensamblaje de las prendas que se fabrican en una empresa textil.

Funciones

- Participar directamente en el proceso de producción.
- Manejar las maquinarias y herramientas específicas y necesarias para lograr la transformación de producto.
- Entender los planes de producción.
- Seguir paso a paso las especificaciones de producción,
- Verificar que el proceso de calidad en la producción.

Requisitos para Operarios

- Como mínimo Educación Básica
- Poseer conocimientos en manejo de máquinas industrial plana
- Conocimiento en manejo de maquina overlok

4.3 Prestaciones Laborales:

Las prestaciones laborales son aquellas que por derecho le pertenecen al trabajador y que están establecidas en el Código de Trabajo guatemalteco.

4.3.1 Bonificación:

Como bonificación se comprende la forma de retribución al recurso humano para que se vea motivado a trabajar en forma eficiente en la consecución de los objetivos y metas propuestas por la empresa.

Él (Decreto 37, 2001) se crea a favor de todos los trabajadores del sector privado del país cualquiera que sea la actividad en que se desempeñe, una bonificación incentivo de doscientos cincuenta quetzales, (Q.250.00) que deberá pagar a sus empleadores junto al sueldo mensual devengado, reformando la bonificación incentivo a que se refieren los Decretos 78-89 y 7-2000, ambos del Congreso de la República.

La bonificación denominada por productividad y eficiencia deberá ser convenida en las empresas, de mutuo acuerdo y en forma global con los trabajadores y de acuerdo con los sistemas de tal productividad y eficiencia que se establezcan.

4.3.2 Aguinaldo

El Aguinaldo (Decreto 76, 1978) es un beneficio económico anual que todo patrono debe pagar a los trabajadores. En Guatemala, las leyes reguladoras de la prestación del

aguinaldo para los trabajadores del sector privado y del estado establecen que esta prestación será el equivalente al cien por ciento del sueldo o salario ordinario mensual, por un año de servicio continuo o la parte proporcional cuando el tiempo laborado sea menor a un año.

El cincuenta por ciento del aguinaldo debe pagarse por parte de los patronos en la primera quincena de diciembre y el otro cincuenta por ciento en la segunda quincena de enero siguiente.

Las empresas o patronos particulares que, por convenios, pactos colectivos, costumbres o voluntariamente cubran el cien por ciento de la prestación de aguinaldo en el mes de diciembre, no están obligados al pago de ningún complemento en el mes de enero.

Es una prestación la que garantiza la Constitución política de la República de Guatemala y que está emitido en el Gobierno del General Lucas García, dicha prestación tiene por objeto sufragar los gastos de final de año o fiestas navideñas, las fechas que cubre esta prestación están entre el 01 de diciembre al 30 de noviembre del siguiente año, de igual manera si un trabajador solo ha trabajado una fracción de ése tiempo, se le pagará de forma proporcional sobre su sueldo base. (Ministerio de Trabajo y Previsión Social)

4.3.3 Bono 14

El (Decreto 42, 1992) establecido por el Gobierno del presidente de ese entonces, Jorge Serrano Elías. Éste da derecho al trabajador a devengar un sueldo base anual, siempre y cuando su relación laboral tenga cumplidos 12 meses laborados entre las fechas del 01 de julio al 30 de junio del siguiente año, caso contrario, el cálculo se haría de forma proporcional. (Ministerio de Trabajo y Previsión Social)

4.3.4 Vacaciones:

De acuerdo con el artículo 130 (Decreto 1441, 1994), cada trabajador tiene derecho a gozar 15 días hábiles de vacaciones por un periodo de un año laborado consecutivo.

4.3.5 Indemnización:

La ley (Decreto 1441, 1994) específicamente en su artículo 82 establece que el trabajador puede reclamar su indemnización en caso de despido por parte de su empleador,

en el caso de ser el trabajador que renuncie a su empleo, el patrono no está obligado a pagar dicha prestación.

Incentivos no Económicos:

- Ambiente de trabajo
- Capacitaciones constantes
- De acuerdo con su desempeño; estabilidad laboral
- Enriquecimiento del puesto
- Recreativos.

4.4 Planilla de sueldos y salarios de personal de la empresa MHS

Descripción	Salario Nominal	Salario por puesto	Bonificación	Sueldo + Bonificación	Sueldo Anual	Aguinaldo	Bono 14	Bono Vacacional	Indemnización	Total Sueldo + Prestaciones	Cuota Patronal IGSS	SUELDO ANUAL TOTAL
Gerente Administrativo	Q 5,750.00	Q 5,750.00	Q 250.00	Q 6,000.00	Q 72,000.00	Q 6,000.00	Q 6,000.00	Q 800.00	Q 6,000.00	Q 90,800.00	Q 8,742.30	Q 99,542.30
Jefe Recursos Humanos	Q 5,500.00	Q 5,500.00	Q 250.00	Q 5,750.00	Q 69,000.00	Q 5,750.00	Q 5,750.00	Q 700.00	Q 5,750.00	Q 86,950.00	Q 8,362.20	Q 95,312.20
Jefe de Producción	Q 4,800.00	Q 4,800.00	Q 250.00	Q 5,050.00	Q 60,600.00	Q 5,050.00	Q 5,050.00	Q 600.00	Q 5,050.00	Q 76,350.00	Q 7,297.92	Q 83,647.92
Encargado de Bodega	Q 3,800.00	Q 3,800.00	Q 250.00	Q 4,050.00	Q 48,600.00	Q 4,050.00	Q 4,050.00	Q 500.00	Q 4,050.00	Q 61,250.00	Q 5,777.52	Q 67,027.52
Dependiente de tienda (2)	Q 3,227.82	Q 6,455.64	Q 500.00	Q 6,955.64	Q 83,467.68	Q 6,955.64	Q 6,955.64	Q 800.00	Q 6,955.64	Q 105,134.60	Q 9,815.16	Q 114,949.76
Operarios (3)	Q 3,227.82	Q 9,683.46	Q 750.00	Q 10,433.46	Q 125,201.52	Q 10,433.46	Q 10,433.46	Q 1,200.00	Q 10,433.46	Q 157,701.90	Q 14,722.73	Q 172,424.63

Fuente: Elaboración propia con base a (Acuerdo Gubernativo 307, 2023)

5. MERCADO Y COMPETENCIA

5.1 Mercado Objetivo

También se le conoce como mercado meta, y se refiere al mercado al cual se dirige la totalidad de los esfuerzos y medios de marketing encaminados a ganar clientes reales para la tienda de ropa.

El mercado objetivo está conformado por la cabecera municipal de Quetzaltenango, donde se toma como universo la proyección de población total al año 2024. (INE, 2007)

5.2 Comportamiento de la Oferta

Actualmente se conoce diferentes negocios cada uno con categoría diferente, ya que existe categoría de niños, categoría uniforme, categoría vestidos de novia y quince años y una gran mayoría categoría tejidos, y son pocos quienes se dedican a fabricar y comercializar producto similar al de “MHS, Viste Bien” tal como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 2 Establecimientos catalogados como fabricas

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
Moseli, la casa del pants	Quetzaltenango
El Zepelin	Quetzaltenango
Tan chula yo	Quetzaltenango
A.x. Store	Quetzaltenango
Cavani Gentleman	Quetzaltenango

Fuente: Elaboración propia con base al Estudio de Mercado

En la tabla anterior puede observarse, el orden de los establecimientos que ofertan productos similares al que se pretende brindar, también se puede mencionar que los establecimientos enlistados ninguno fabrica la misma calidad y diseños que se pretende introducir al mercado, por lo cual existen grandes posibilidades de tener un nivel de aceptación alto debido a la propuesta innovadora que se considera será el diferencial en el mercado.

5.3 Comportamiento de la demanda

El estudio de mercado llevado a cabo fue indispensable debido a que se enfocó en la obtención de objetivos relacionados a la demanda que ésta representa. Para ello se llevó a cabo una encuesta en la cual demostró que en la actualidad no existe en la cabecera municipal de Quetzaltenango una fábrica que tenga la misma calidad en diseño, corte y colores en tendencia, así también en la que los clientes se sientan en confianza para hacer su propia combinación de diseño y colores.

5.4 Calculo de la demanda

La demanda se refiere a un grupo de consumidores que desean o necesitan consumir determinados productos por los que están dispuestos a pagar e invertir tiempo en ellos. Factores como preferencia, tiempo, ingresos, costumbres, y otros son los que determinan que un negocio, en este caso “MHS, Viste Bien”, logre atraer un porcentaje de la demanda, dependiendo del trabajo de mercadeo que se haga y de la capacidad instalada que se tenga.

Para facilitar este análisis, la demanda se divide en patrones cíclicos con base a su comportamiento en un período de tiempo, por lo que la demanda puede ser:

- Horizontal: Cuando la fluctuación de la demanda es en torno a una medida que no varía a lo largo de un período de tiempo.
- De tendencia: Es cuando existe un incremento o decremento claramente definido en la demanda.
- Estacional: Es cuando se da un patrón que se repite presentando incrementos o decrementos que dependen de épocas, horarios, temporadas, etc.
- Cíclico: Se da cuando los incrementos y decrementos de la demanda se dan en períodos de tiempo más largos que los anteriores y que pueden ser incluso de años, lustros o decenios y por lo mismo son menos previsibles.
- Aleatorio: Se le llama así al patrón de la demanda que tiene una serie de variaciones que son imprevisibles.

El estudio de mercado llevado a cabo en la cabecera municipal de Quetzaltenango ha demostrado que la demanda de la ropa será de tipo estacional, debido a que habrá una

variación en ventas de acuerdo con la temporada, por lo que son diferentes a lo largo del año.

5.5 Competidores

Actualmente existen diferentes negocios que comercializan prendas de algodón, como lo son los sudaderos y pants, blusas, pantalones, playeras, pijamas, entre ellos podemos mencionar los que se encuentran en la cabecera municipal de Quetzaltenango, tanto en mercados, plazas y centros comerciales, que en su mayoría son revendedores y cabe mencionar que son prendas importadas, en muchos casos son franquicias de ropa de marcas famosas, otras son adquiridas en el municipio San Francisco el Alto de Totonicapán, así como también hay un potencial competidor que es la empresa de PRICE SHOES de México, este producto se puede encontrar más en mercados, ya que dentro de sus productos mantiene un fuerte catálogo de prendas similares, sin embargo los de nuestro medio no lo fabrican, únicamente son intermediarios, o como lo decimos en el medio son revendedores.

5.6 Productos que se Ofrecerán

Los productos que se fabricaran y posteriormente se comercializara serán productos de calidad, utilizando en la mayoría de las prendas como base el algodón, colores de temporada y en tendencia, en todas las tallas, incluso tallas plus o tallas especiales, de acuerdo con las exigencias de los clientes, se realizaran colecciones de prendas cada trimestre enfocándonos en los cambios de temporada.

Por otro lado, se hace mención que para exhibir las prendas se contactara con personalidades reconocidas: como por ejemplo influencers, modelos tanto femenina como masculina y de esa forma hacer mayor realce a nuestras prendas.

También se trabajarán sublimación en vinil textil, y bordados, con diseños requeridos por los clientes, y diseños propuestos por nosotros.

5.7 Estrategia de precios

La asignación arbitraria de gastos fijos puede ser superada utilizando este método que determina los precios usando solo los costos directamente atribuibles a una producción específica. Habiendo elegido el enfoque que será empleado para el cálculo de los costos de los productos que se pretende establecer, la atención puede dirigirse a establecer el margen que será agregado al costo del producto. Este margen puede calcularse como la utilidad o rendimiento que se desea obtener posterior al costo de producción y que significara el costo de ventas.

5.7.1 Fijación de precios basada en las condiciones de mercado

Los enfoques para fijar precios que se han considerado son: la estructura de costos de la empresa y las metas de márgenes de ganancias.

En esta parte de la investigación, se describen los enfoques de fijación de precios basados en las condiciones de los mercados que son aquellos que se realizan a partir de factores externos a la organización como es el mercado. Sus elementos de oferta y demanda también condicionan el precio bajo el cual se puede determinar el costo de adquisición al producto.

5.8 Análisis de distribución

La eficiente distribución del producto hace esencial el funcionamiento de la empresa, por lo que se considera que el cliente cuente con acceso al producto que se ofrece a través de un canal directo; quedando representado de la siguiente manera.

Ilustración 2 Análisis de distribución



Fuente: Elaboración propia

5.9 Estrategia de comercialización

En la etapa de investigación se ha determinado que en la actualidad los negocios hacen su publicidad en diferentes medios los cuales actualmente son liderados por las principales redes sociales, seguido de otros medios, denominados secundarios, a continuación, se detallan por orden de importancia:

- Medios digitales
- Páginas de Internet
- Radio y Televisión
- Volantes
- Vallas publicitarias

Por lo que “MHS Viste Bien”, pretende llegar a través de su estrategia ingresar a la mente de la población objetivo mediante:

- Anuncios en internet y redes sociales
- Volantes
- Anuncio en radio y televisión.

Todo esto se realizará de manera masiva para que el posicionamiento no sea tan tardado, llegando a garantizar a los clientes la información correcta.

5.10 Política de servicio

La política de servicio es determinante debido a la manera de atraerlos y captarlos, por ello en la empresa se pretenden las siguientes políticas de atención y servicio al cliente, por considerarlos vitales para el crecimiento de esta

5.10.1 Antes de la venta.

- a) Priorizar al cliente: Las políticas de producto y servicio, se establecen de manera tal que el cliente defina el producto a adquirir, así como que el mismo cumpla con las necesidades que posee.
- b) Acaparar la atención del cliente: Lográndolo por medio de la publicidad que la empresa realizará en los diferentes medios de comunicación, así como de vox populi por lo innovador.

- c) Publicación diseños: Esta parte se hace con el fin de dar a conocer por medio de las redes sociales, colores, medidas y material utilizado para su elaboración. Siempre utilizar diseños propios para evitar postear imágenes que no pertenezcan al negocio y posteriormente tener problemas legales por marcas registrada, desencadenando pérdida de seguidores.

5.10.2 Durante la venta.

- a) Lograr una disponibilidad en diseños: Brindar información referente a precios de diferentes diseños, calidad de telas, colores y tallas.
- b) Atención personalizada: Esto se realizará a todos los clientes o clientes potenciales tomando en cuenta que los medios de comunicación serán directos (ventas – cliente), así como también medios electrónicos y digital.
- c) Atención con el cliente: Preguntar al cliente durante la entrega del producto para conocer si el producto satisface su necesidad.

5.10.3 Después de la venta.

- a) Establecer un lazo amigable con los clientes y consumidor final
- b) Siempre estar en contacto por medio de correo electrónico, generación de contenido a través de las redes sociales y Sitio Web enviando las promociones y descuentos.

Crear Programa de fidelización para premiar la preferencia del cliente.

6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

6.1 Organigrama de la empresa

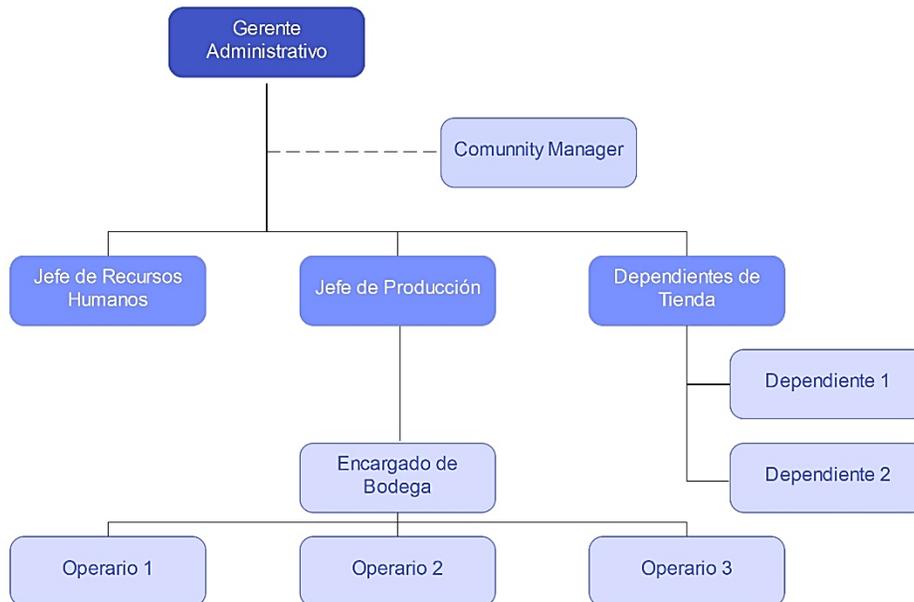
Un organigrama es la representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa. Muestra todos los cargos que existen, la persona responsable de cada área y la relación que existe entre un departamento y otro.

Al momento de definir la estructura organizacional se debe tener en cuenta:

- Eficacia: una estructura organizativa es eficaz si permite la contribución de cada individuo al logro de los objetivos de la empresa.
- Eficiencia: una estructura organizativa es eficiente si facilita la obtención de los objetivos deseados con el mínimo costo posible.
- La organización formal: es el modo de agrupamiento social que se establece de forma elaborada y con el propósito de establecer un objetivo específico. Se caracteriza por las reglas, procedimientos y estructura jerárquica que ordenan las relaciones entre sus miembros. Es impartida por la misma Organización

Por tal motivo y para una mayor y mejor comprensión de forma más detallada, las líneas de autoridad y puestos de trabajo se establece la estructura organizacional con que contará en la tienda de Ropa MHS Viste Bien, se presenta a continuación:

Ilustración 3 Estructura organizacional de la empresa MHS



Fuente: Elaboración propia

La relación de cada uno de los puestos funcionales dentro de la estructura organizativa de la empresa es la siguiente:

- Gerente Administrativo: Es el responsable máximo de la empresa, encargándose de la gestión y coordinación de todas las áreas.
- Community Manager (la línea discontinua indica relación indirecta): Responsable de la gestión de la presencia en redes sociales y la comunicación digital de la empresa. Aunque está vinculado al Gerente Administrativo, su función puede ser de colaboración más que de subordinación directa.
- Jefe de Recursos Humanos: Encargado de la gestión del personal, que incluye reclutamiento, selección, capacitación, y bienestar de los empleados.
- Jefe de Producción: Responsable de supervisar y gestionar el proceso de fabricación de los productos de la empresa.
- Encargado de Bodega: Bajo la supervisión del Jefe de Producción, maneja el inventario de materias primas y productos terminados, asegurando que los

materiales estén disponibles para la producción y que los productos terminados estén listos para la distribución.

- Operarios (1, 2, y 3): Trabajan bajo la dirección del Encargado de Bodega para ejecutar las tareas de producción, ensamblaje, y otros procesos necesarios para la fabricación de productos.
- Dependientes de Tienda: Trabajan bajo la supervisión del Jefe de Producción o de un supervisor de tienda, encargándose de las ventas y atención al cliente en el punto de venta. Los dependientes individuales (1 y 2) reportan directamente a los Dependientes de Tienda.

Referente a la organización de la tienda de ropa “MHS Viste Bien”, por el momento se consideraría pequeña y con actividades lucrativas del 12% de contribuyente normal.

Su línea de comunicación es lineal, en donde el mando se ejerce en línea descendente hasta llegar a la parte de menor jerarquía (Isolve, 2000). Para ello se requerirá por el momento a un total de 10 personas, siendo las siguientes:

Tabla 3 Descripción de puestos de trabajo

No.	Descripción	Descripción
1	Gerente administrativo	• Se encargará del manejo integral de la organización
1	Jefe de diseño de moda	• Será el encargado de planificar y desarrollar nuevas colecciones de ropa. Debe saber plasmar su estilo y expresar todas sus ideas mediante diversas telas, materiales de producción, colores, etc. Para crear y desarrollar las colecciones de ropa que la empresa lanzara en cada temporada.
1	Jefe del departamento de recursos humanos	• Encargado directo de la gestión del talento humano, así mismo se encargará de la supervisión, entrenamiento, desarrollo, gestión de quejas y reclamos, gestión de crisis, y el monitoreo de la satisfacción del cliente.

1	Jefe del departamento de Producción	• La Jefatura del departamento de Producción será la encargada de gestionar la producción y fabricación de los productos.
1	Encargado de bodega e inventarios	• Persona que estará a cargo del producto terminado y de todo el material para la fabricación, estableciendo sus niveles máximos y mínimos de materia prima conforme a la planificación de colecciones y mantener siempre el abastecimiento de estos.
2	Dependientes de tienda	• Personas encargadas de atender a los clientes que ingresen al área de tienda
3	Operarios	• Es el personal que elaborara o ensamblara las piezas de ropa.

Fuente: Elaboración propia

6.2 Forma de Organización

Esta es una empresa creada con finalidades de lucro cuyo propietario es una sola persona quien aporta la totalidad del capital para la inversión. Estará legalmente inscrita y funcionará como empresa mercantil individual de régimen de actividades lucrativas.

6.3 Descripción de puestos del personal clave de dirección

La especificidad de cada puesto se desglosa a continuación:

6.3.1 Puesto: Gerente Administrativo

Nombre del Cargo: Gerente Administrativo

Número de personas que ocupan el cargo: 1.

Cargo del Jefe Directo: Ninguno

- **Funciones:**

Planificar y coordinar procedimientos y sistemas administrativos, así como idear modos de optimizar procesos, contratar y formar personal, así como asignar responsabilidades y espacio en la oficina.

- Actividades por realizar:
 - ✓ Gestión del personal: Contratar, capacitar, supervisar y motivar al equipo de trabajo. Esto puede incluir la elaboración de horarios, la evaluación del desempeño y la resolución de conflictos.
 - ✓ Gestión financiera: Supervisar las operaciones financieras de la tienda, incluyendo la elaboración y seguimiento del presupuesto, la gestión de inventario, la contabilidad y la presentación de informes financieros.
 - ✓ Operaciones diarias: Asegurarte de que la tienda esté funcionando sin problemas en términos de operaciones diarias, como la apertura y cierre de la tienda, la gestión de caja, el mantenimiento del inventario y la seguridad del local.
 - ✓ Control de inventario: Supervisar el inventario de la tienda, asegurándose de que haya suficiente stock disponible para satisfacer la demanda de los clientes, y minimizando las pérdidas por mermas o robos.
 - ✓ Gestión de proveedores: Establecer y mantener relaciones con proveedores de productos y servicios para la tienda, negociando términos y precios favorables y asegurando un suministro constante y de calidad.
 - ✓ Atención al cliente: Garantizar un alto nivel de servicio al cliente en la tienda, asegurándose de que los clientes reciban una atención amable, profesional y eficiente en todo momento.
 - ✓ Implementación de políticas y procedimientos: Asegurarse de que se sigan todas las políticas y procedimientos de la empresa en áreas como atención al cliente, seguridad laboral, manejo de efectivo, entre otros.
 - ✓ Gestión de la tienda en línea (si corresponde): Si la tienda tiene una presencia en línea, supervisar las operaciones relacionadas con el comercio electrónico, incluyendo la gestión de la plataforma de ventas en línea, el procesamiento de pedidos y la atención al cliente en línea.

- ✓ **Análisis y reportes:** Analizar el desempeño de la tienda en términos de ventas, rentabilidad, satisfacción del cliente y otros indicadores clave, y presentar informes regulares al equipo directivo.
- ✓ **Planificación estratégica:** Participar en la planificación estratégica a largo plazo de la tienda, contribuyendo con ideas y recomendaciones para el crecimiento y la expansión del negocio

- **Requerimientos y habilidades:**

Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía, etc.

- **Habilidades Personales:**

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

Idioma: inglés nivel intermedio

Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos en carrera a fin.

Títulos: Ingeniero Industrial, Licenciado en Administración de Empresas.

Estudios complementarios: Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

6.3.2 Puesto Jefe diseño de moda

Nombre: Jefe de diseño de moda

Número de personas que ocupan el puesto: 1

Cargo del Jefe Directo: Gerente Administrativo

- **Funciones:**

Crear y desarrollar colecciones de ropa y complementos teniendo en cuenta las tendencias culturales y sociales de un periodo específico.

- Actividades por realizar:
 - ✓ Investigación y desarrollo de conceptos: Investigar tendencias de moda actuales y emergentes, así como estilos históricos relevantes. Desarrollar conceptos y temas para las colecciones futuras de la empresa.
 - ✓ Diseño de prendas y accesorios: Crear diseños originales para prendas de vestir, calzado, bolsos y otros accesorios. Utilizar programas de diseño asistido por ordenador (CAD) para desarrollar bocetos y especificaciones técnicas.
 - ✓ Selección de materiales y tejidos: Seleccionar telas, materiales y adornos apropiados para cada diseño. Colaborar con proveedores para adquirir los materiales necesarios.
 - ✓ Creación de prototipos y muestras: Trabajar con el equipo de desarrollo de productos para crear prototipos y muestras de las prendas diseñadas. Realizar ajustes según sea necesario para garantizar la calidad y el ajuste adecuado.
 - ✓ Colaboración con equipos internos: Trabajar en estrecha colaboración con otros departamentos, como producción, marketing y ventas, para garantizar una alineación en términos de visión creativa y comercialización de productos.
 - ✓ Seguimiento de tendencias y análisis de mercado: Mantenerse al tanto de las tendencias de moda, analizar el rendimiento de las colecciones anteriores y realizar investigaciones de mercado para identificar oportunidades y desafíos.
 - ✓ Participación en desfiles y eventos de moda: Presentar colecciones en desfiles de moda y eventos relevantes de la industria para promover la marca y establecer relaciones con clientes potenciales y colaboradores.
 - ✓ Cumplimiento de plazos y presupuestos: Gestionar el tiempo y los recursos de manera eficiente para cumplir con los plazos de entrega y los presupuestos establecidos para cada proyecto.

- ✓ Mantenimiento de la coherencia de la marca: Asegurarse de que los diseños sean coherentes con la identidad de marca y los valores de la empresa.
- ✓ Adaptación a cambios y feedback: Estar abierto a recibir feedback de superiores, compañeros de trabajo y clientes, y realizar ajustes en los diseños según sea necesario.
- **Requerimientos y Habilidades**
 - ✓ Creatividad: La capacidad de generar ideas originales y creativas es fundamental para el diseño de moda.
 - ✓ Conocimiento de tendencias: Mantenerse al tanto de las últimas tendencias de moda y ser capaz de aplicarlas de manera innovadora en tus diseños.
 - ✓ Habilidades artísticas: Un buen ojo para el color, la forma y la composición es crucial para crear diseños atractivos y visualmente impactantes.
 - ✓ Habilidades técnicas: Conocimiento profundo de técnicas de diseño, corte, confección, y costura, así como comprensión de la construcción de patrones y ajustes de ajuste.
 - ✓ Adaptabilidad: Ser capaz de adaptarse rápidamente a cambios en las tendencias de moda, necesidades del mercado, y requerimientos de los proyectos.
 - ✓ Pensamiento analítico: Capacidad para analizar datos de mercado y retroalimentación de clientes para informar decisiones de diseño y estrategias comerciales.
 - ✓ Trabajo en equipo: Habilidad para colaborar efectivamente con otros diseñadores, desarrolladores de productos, equipos de marketing y ventas, y proveedores.
 - ✓ Pasión por la moda: Un verdadero amor por la moda y el deseo de seguir aprendiendo y creciendo en el campo son fundamentales para el éxito a largo plazo como diseñador de moda

- **Habilidades Personales**

Idioma: inglés nivel intermedio

Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos en carrera a fin.

Títulos: Diseñador de moda. Nivel técnico o licenciatura.

Estudios complementarios: Computación.

Experiencia: 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

6.3.3 Puesto: Jefe de Recursos humanos

Nombre del Cargo: Jefe de recursos humanos

Número de personas que ocupan el cargo: 1.

Cargo del Jefe Directo: Gerente administrativo

- Funciones:

Supervisar las funciones administrativas y organizativas de una empresa o negocio. Se le atribuye la dirección el departamento de RRHH y desempeña un importante papel como puente entre la dirección y los empleados.

- Actividades Por Realizar:

- ✓ Reclutamiento y selección: Desarrollar estrategias de reclutamiento para atraer talento adecuado, revisar currículums, entrevistar candidatos y seleccionar a los mejores candidatos para puestos vacantes.
- ✓ Inducción y capacitación: Planificar y coordinar programas de inducción para nuevos empleados, así como programas de capacitación y desarrollo profesional para mejorar las habilidades y competencias del personal existente.
- ✓ Administración de personal: Mantener registros actualizados del personal, incluyendo contratos laborales, beneficios, y otra documentación relevante. Gestionar los horarios de trabajo, las licencias y las vacaciones.
- ✓ Desempeño y evaluación: Desarrollar y supervisar sistemas de evaluación de desempeño para medir el rendimiento de los empleados, proporcionar retroalimentación constructiva y coordinar revisiones de desempeño regulares.

- ✓ Gestión del clima laboral: Implementar estrategias para promover un ambiente de trabajo positivo y colaborativo, abordando conflictos laborales y promoviendo la comunicación efectiva entre los empleados y la dirección.
- ✓ Compensación y beneficios: Administrar programas de compensación y beneficios, incluyendo salarios, bonificaciones, seguro médico, planes de jubilación, y otros incentivos.
- ✓ Cumplimiento legal: Asegurarse de que la empresa cumpla con todas las leyes laborales y regulaciones pertinentes, incluyendo normativas de seguridad laboral, igualdad de oportunidades, y políticas antidiscriminatorias.
- ✓ Gestión del cambio: Ayudar a gestionar el cambio organizacional, incluyendo reestructuraciones, fusiones, adquisiciones, y otras iniciativas que puedan afectar al personal.
- ✓ Relaciones laborales: Mantener relaciones positivas con los sindicatos u otras organizaciones laborales, negociar contratos colectivos, y resolver disputas laborales de manera efectiva.
- ✓ Desarrollo de políticas y procedimientos: Colaborar en el desarrollo y la implementación de políticas y procedimientos de recursos humanos que reflejen las necesidades y valores de la organización.
- ✓ Planificación estratégica de recursos humanos: Colaborar con la alta dirección en la planificación estratégica de recursos humanos, anticipando las necesidades futuras de personal y desarrollando planes para reclutar, retener y desarrollar talento.
- Requerimientos y habilidades:
 - ✓ Conocimiento legal: Un buen entendimiento de las leyes laborales y regulaciones relevantes es fundamental para asegurar que la organización cumpla con los requisitos legales en cuanto al empleo, la compensación, los beneficios y otras áreas relacionadas con los recursos humanos.

- ✓ **Habilidades de liderazgo:** Capacidad para liderar y motivar a un equipo de profesionales de recursos humanos, así como para influir y negociar efectivamente con otras partes interesadas dentro de la organización.
- ✓ **Gestión del cambio:** Habilidad para gestionar y liderar el cambio organizacional, incluyendo la implementación de nuevas políticas, procedimientos y sistemas de recursos humanos.
- ✓ **Visión estratégica:** Capacidad para desarrollar e implementar una estrategia de recursos humanos alineada con los objetivos y valores de la organización, así como para anticipar y planificar las necesidades futuras de talento.
- ✓ **Excelentes habilidades de comunicación:** Capacidad para comunicarse de manera clara y efectiva, tanto verbalmente como por escrito, con una amplia variedad de personas, incluyendo empleados, gerentes y ejecutivos.
- ✓ **Habilidades analíticas:** Capacidad para analizar datos y métricas relacionados con recursos humanos para identificar tendencias, problemas y oportunidades, y tomar decisiones informadas.
- ✓ **Empatía y habilidades interpersonales:** Capacidad para comprender las necesidades y preocupaciones de los empleados, así como para establecer relaciones sólidas y de confianza con ellos.

- **Habilidades personales:**

Idioma: inglés nivel intermedio

Estudios superiores: Universitarios o postgrado

Títulos: Licenciatura en Recursos humanos.

Estudios complementarios: Computación, finanzas y administración.

Experiencia: 2 años de experiencia como mínimo en cargos similar

- **Puesto de Jefe de Departamento de Producción**

Nombre: Jefe de Producción

Número de personas que ocupan el puesto: 1

Cargo del Jefe Directo: Gerente Administrativo

- Funciones:

Controlar los indicadores productivos de la planta (costos, mano de obra, tasa de rendimiento total, volumen de producción, disponibilidad y productividad, etc.), asegurar el cumplimiento del plan de producción.

- Actividades por realizar
 - ✓ Planificación de la producción: Establecer planes de producción a corto y largo plazo en función de la demanda del mercado, las capacidades de la empresa y los recursos disponibles.
 - ✓ Programación de la producción: Crear cronogramas de producción detallados que indiquen cuándo se deben fabricar cada tipo de prenda, teniendo en cuenta factores como la disponibilidad de materias primas, la capacidad de la maquinaria y el tiempo de entrega.
 - ✓ Gestión de la cadena de suministro: Coordinar con proveedores de materiales y componentes para asegurar un suministro oportuno y de calidad. Esto implica realizar pedidos, dar seguimiento a las entregas y resolver problemas de abastecimiento.
 - ✓ Control de calidad: Establecer estándares de calidad para las prendas de vestir y garantizar que se cumplan en todas las etapas de producción. Esto puede incluir la implementación de procedimientos de control de calidad, inspecciones regulares y solución de problemas de calidad.
 - ✓ Optimización de procesos: Identificar oportunidades para mejorar la eficiencia y la productividad en el proceso de fabricación, ya sea a través de la implementación de nuevas tecnologías, la optimización de la disposición de la planta o la revisión de los métodos de trabajo.
 - ✓ Gestión de personal: Supervisar y coordinar al equipo de trabajo en el área de producción, asegurándose de que estén capacitados, motivados y trabajando de manera eficiente. Esto puede incluir la asignación de tareas, la resolución de conflictos y el seguimiento del desempeño.

- ✓ Seguridad en el trabajo: Garantizar que se cumplan todas las normas de seguridad en el área de producción, proporcionando capacitación al personal, implementando medidas de seguridad y realizando inspecciones regulares para prevenir accidentes y lesiones.
- ✓ Análisis y mejora continua: Analizar regularmente el desempeño del área de producción en términos de eficiencia, calidad y costos, e implementar medidas para mejorar continuamente los procesos y resultados.
- Requerimientos y habilidades:

El Jefe de producción debe tener un sólido conocimiento técnico sobre los procesos de fabricación de prendas de vestir, incluyendo técnicas de corte, confección, acabado y control de calidad, además de poseer conocimientos acerca de manejo de personal y manejo de cadena de suministros.

- Habilidades personales

Idioma: español

Estudios: Corte y Confección, Alta Costura, Sastrería.

Títulos: Diseño de Modas

Estudios complementarios: Computación, administración.

Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

6.3.4 Puesto de bodeguero o encargado de Inventarios.

Nombre del Cargo: Bodeguero

Número de personas que ocupan el cargo: 1

Cargo del Jefe Directo: Jefe de producción

- Funciones:

Se encarga de mantener al día el inventario de productos que se manejan en la bodega. Verifica las condiciones de la mercancía que se resguarda. Es el encargado de

verificar que todos los artículos o productos que entran al almacén y salen de este se encuentren en óptimas condiciones.

- Actividades por realizar:
 - ✓ Recepción y entrega de mercancía: El bodeguero es responsable de recibir los materiales y productos que llegan a la fábrica o al taller, verificando que las cantidades y la calidad sean correctas. Esto implica inspeccionar la mercancía, compararla con los registros de pedido y notificar a los departamentos correspondientes sobre cualquier discrepancia
 - ✓ Almacenamiento: Organizar y almacenar los materiales y productos en el almacén de manera que sean fáciles de encontrar y acceder cuando sea necesario. Esto puede incluir etiquetar los productos, asignarles ubicaciones específicas en el almacén y mantener un sistema de inventario actualizado.
 - ✓ Control de inventario: Llevar un registro preciso de todos los productos y materiales almacenados en el almacén. Esto implica realizar recuentos regulares de inventario para verificar las existencias y actualizar los registros en consecuencia. Además, el bodeguero puede utilizar sistemas informáticos o software especializado para gestionar el inventario de manera más eficiente.
 - ✓ Distribución de materiales: Coordinar la distribución de materiales y productos a los diferentes departamentos de la fábrica según las necesidades de producción. Esto implica asegurarse de que los productos correctos se entreguen en el momento adecuado y en las cantidades requeridas para evitar retrasos en la producción.
 - ✓ Gestión de devoluciones y desperdicios: Gestionar devoluciones de productos defectuosos o excedentes, así como el manejo adecuado de los desperdicios generados durante el proceso de producción. Esto puede incluir coordinar devoluciones con proveedores, organizar la disposición adecuada de productos no utilizables y mantener registros de estos procesos.
 - ✓ Mantenimiento del almacén: Mantener el área de almacenamiento limpia, ordenada y segura. Esto implica asegurarse de que los pasillos estén

despejados, que los materiales estén almacenados de manera segura y que se sigan las normas de seguridad y salud ocupacional.

- ✓ Colaboración con otros departamentos: Trabajar en estrecha colaboración con otros departamentos, como producción, compras y logística, para garantizar una coordinación efectiva en el flujo de materiales y productos a lo largo de la cadena de suministro.
- Requerimientos y Habilidades
 - ✓ Conocimiento técnico: Debe tener un buen entendimiento de los productos y materiales que se almacenan en la fábrica de ropa, así como de los procedimientos de almacenamiento adecuados para cada tipo de producto. Además, es útil tener conocimientos básicos de sistemas informáticos y software de gestión de inventario.
 - ✓ Habilidades organizativas: Ser capaz de organizar y mantener el almacén de manera eficiente y ordenada. Esto implica habilidades para clasificar, etiquetar y almacenar productos de manera que sean fáciles de encontrar y acceder cuando sea necesario.
 - ✓ Atención al detalle: Un bodeguero debe prestar atención a los detalles para realizar un seguimiento preciso de los inventarios y asegurarse de que las cantidades y la calidad de los productos sean correctas. También debe ser capaz de identificar posibles errores o discrepancias en los registros de inventario.
 - ✓ Habilidades de comunicación: Ser capaz de comunicarse de manera efectiva con otros departamentos, proveedores y colegas. Esto incluye la capacidad de transmitir información sobre el estado del inventario, coordinar la distribución de materiales y resolver cualquier problema o discrepancia que pueda surgir.
 - ✓ Capacidad para trabajar en equipo: El trabajo de un bodeguero a menudo involucra colaboración con otros departamentos y colegas dentro de la empresa. Ser capaz de trabajar en equipo de manera efectiva es esencial para garantizar un flujo de trabajo suave y coordinado.

- ✓ Flexibilidad y adaptabilidad: La naturaleza del trabajo de un bodeguero puede implicar enfrentarse a situaciones inesperadas o cambios en las prioridades. Ser capaz de adaptarse rápidamente a nuevas circunstancias y tomar decisiones eficientes es crucial.
- ✓ Capacidad física: El trabajo en un almacén puede ser físicamente exigente, ya que puede implicar levantar y mover objetos pesados, así como estar de pie durante largos períodos de tiempo. Por lo tanto, tener una buena condición física y capacidad para manejar tareas físicamente demandantes es importante.
- Habilidades personales:

Idioma: español

Estudios: Diversificado, estudios universitarios.

Títulos o nivel de estudios: Perito contador, carrera afín.

Estudios complementarios: Computación, todos los paquetes de office.

Experiencia: 1 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

6.3.5 Puesto: Dependientes de tienda

Nombre del Cargo: Dependiente de tienda

Número de personas que ocupan el cargo: 2

Cargo del Jefe Directo: Gerente administrativo

- Funciones:

Las funciones principales y fundamentales de las personas dependientes de tienda, es de atender a los clientes que visitan las instalaciones, enseñarles el producto, y atender las necesidades del cliente.

- Actividades Por Realizar
 - ✓ Atención al cliente: Saludar a los clientes cuando entran a la tienda, ayudarles a encontrar lo que están buscando, responder preguntas sobre

productos y proporcionar asesoramiento sobre estilos, tallas y combinaciones.

- ✓ Venta y promoción: Promover productos y promociones especiales de la tienda, ofrecer asistencia en la selección de productos y realizar ventas mediante el proceso de cobro en caja.
- ✓ Organización del mostrador: Mantener el mostrador limpio, ordenado y bien organizado, asegurándote de que los productos estén correctamente exhibidos y etiquetados para facilitar la búsqueda y la selección por parte de los clientes.
- ✓ Gestión de inventario: Ayudar en la reposición de productos en el mostrador y en la gestión del inventario, asegurándote de que los productos estén disponibles y que se mantenga el stock adecuado en el área de exhibición.
- ✓ Procesamiento de transacciones: Registrar las ventas de los clientes utilizando el sistema de punto de venta (POS), procesar pagos en efectivo, tarjeta de crédito u otros métodos de pago, y emitir recibos y comprobantes de compra.
- ✓ Servicio postventa: Ofrecer asistencia adicional a los clientes después de la compra, como la gestión de cambios o devoluciones, la resolución de problemas con productos defectuosos y la proporcionar información sobre políticas de devolución y garantía.
- ✓ Conocimiento del producto: Mantenerse informado sobre los productos de la tienda, incluyendo características, precios, materiales y cuidado de las prendas, para poder proporcionar información precisa y útil a los clientes.
- ✓ Asistencia en el probador: Ayudar a los clientes a seleccionar y probarse prendas en los probadores, proporcionando sugerencias y recomendaciones sobre estilos y tallas según sea necesario.
- ✓ Seguimiento de ventas: Registrar las ventas realizadas durante tu turno, llevar un registro de las transacciones y reportar las ventas y el inventario al final del día o del turno.

- ✓ Cumplimiento de normas: Seguir las políticas y procedimientos de la tienda, incluyendo las relacionadas con el servicio al cliente, seguridad, manejo de efectivo y protección de datos del cliente.

- Requerimientos y habilidades

Los dependientes de tienda deben de tener una actitud proactiva, un espíritu amable y fácil capacidad de comunicación, buena actitud y habilidad para las ventas.

- Habilidades Personales

Grado académico: Básico o Diversificado culminado.

Persona proactiva, responsable, educada y acuciosa

Experiencia de 1 año en puesto similar

6.3.6 Puesto de Operario o Confeccionista de prendas

Nombre del Cargo: Operario o confeccionista

Número de personas que ocupan el cargo: 3

Cargo del Jefe Directo: Jefe de producción

- Funciones:

Desempeña un papel crucial en el proceso de fabricación de prendas de vestir, realizar acabados de prendas. Realiza la unión de piezas según un modelo textil que se le asigne y sus complementos.

- Actividades por realizar:
 - ✓ Interpretación de diseños: Analizar los diseños proporcionados por el equipo de diseño y comprender cómo deben ser confeccionados en la práctica.
 - ✓ Ensamblaje de prendas: Unir las piezas cortadas para ensamblar las prendas de acuerdo con las instrucciones del diseño, utilizando técnicas de costura apropiadas y asegurándose de que las costuras sean fuertes y limpias.
 - ✓ Pruebas de ajuste: Realizar pruebas de ajuste en las prendas para garantizar que se ajusten correctamente al cuerpo y cumplan con los estándares de calidad de la marca.

- ✓ Acabado y detalle: Agregar detalles finales a las prendas, como ribetes, botones, etiquetas y adornos, asegurándose de que estén colocados correctamente y contribuyan al aspecto final deseado.
 - ✓ Control de calidad: Inspeccionar cada prenda terminada para detectar y corregir cualquier defecto de fabricación, garantizando que cada pieza cumpla con los estándares de calidad establecidos por la marca.
 - ✓ Cumplimiento de plazos: Trabajar dentro de plazos ajustados para garantizar que las prendas se completen a tiempo para su lanzamiento en la colección o para satisfacer los pedidos de los clientes.
 - ✓ Colaboración con otros departamentos: Trabajar en estrecha colaboración con el equipo de diseño, el equipo de producción de productos y otros departamentos para garantizar una comunicación fluida y una ejecución efectiva de los diseños.
 - ✓ Optimización de procesos: Identificar oportunidades para mejorar la eficiencia y la calidad en el proceso de fabricación, proponiendo y aplicando mejoras en los métodos de trabajo y en la utilización de equipos y tecnologías.
- Habilidades y requerimientos:

Conocimiento sobre las diferentes telas, materiales, herramientas, máquinas y equipos para la confección de ropa. Dominio de las distintas funciones de la máquina de coser, como enhebrar el hilo y adaptarla a los diferentes tipos de textiles. Autonomía en el mantenimiento rutinario de la máquina de coser.

- Habilidades personales:

Grado académico: Básico o Diversificado culminado.

Título: Modista o confeccionista de prendas de vestir

Persona proactiva, responsable, educada y acuciosa

Experiencia de 1 año en puesto similar.

6.4 Organización Legal

6.4.1 Empresa Mercantil

La empresa no cuenta con socios por lo que la única persona que funge como propietaria, será la representante legal ante el registro mercantil y es la responsable de las obligaciones en que esta incurra.

Para la inscripción de la nueva tienda MHS Viste bien, que se ubicara en la cabecera de Quetzaltenango, será necesario realizar los trámites correspondientes en el Registro Mercantil, quien tendrá a su cargo la inscripción de la empresa y proporcionar la patente comercio según lo establecido en el Artículo 344 del Código de Comercio, así como en la Superintendencia de Administración Tributaria quien aplica la legislación tributaria, la recaudación, control y fiscalización de todos los tributos internos que debe percibir el Estado.

Procedimiento de inscripción de Empresa Mercantil individual, Régimen Normal en el Registro Mercantil.

Preparación de documentos:

- Descargar solicitud SAT-RM 01 PROCESO EN LINEA
- Obtener legalización de firma ante notario
- Inscripción comerciante individual y empresa RMG y SAT:
- Pagar arancel de inscripción (proceso en línea)
- Solicitar inscripción de comerciante individual y empresa
- Obtener timbres fiscales
- Retirar patente de empresa
- Habilitación y autorización de libros:
- Solicitar habilitación y autorización de libros
- Pagar habilitación y autorización de libros contables
- Retirar autorización de libros contables de RM
- Retirar habilitación de libros contables en SAT

Autorización e impresión de facturas (trámite adicional)

- Obtener facturas.

Procedimiento de inscripción de Empresa Mercantil Individual, Régimen General en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT)

Para la inscripción de la empresa individual, el trámite establece que el interesado deberá presentarse al edificio de la SAT, en una de las ventanillas del departamento y registro tributario unificado y solicitar únicamente el formulario de inscripción y actualización de información de contribuyentes en el Registro Unificado Tributario (SAT No. 0015) con un valor de Q1.00 requisito para llenar el formulario SAT No. 0016.

- Para llenar este formulario se utilizará la máquina de escribir o a mano con letra de molde.
- No se aceptará la presentación del formulario con tachaduras, enmiendas o similares
- Si se trata de inscripción de utilizará la casilla No. 2

Seguidamente se escribirán los datos solicitados en “Datos de Identificación Para Persona Individual” en las casillas de la No. 2 a la No. 12 y en “Datos Generales” en las casillas No. 22 a la No. 37 en caso de que proceda. De lo contrario escriba una línea para anular el espacio del formulario SAT No. 0015.

La empresa individual (Empresa Mercantil) debe tomar la decisión de cuál será el régimen de pago de impuestos, para el impuesto del valor agregado se optó por el régimen general de declaración jurada mensual, para el ISR se optó por el régimen optativo, renta bruta trimestral (7% - 25%) mientras que el impuesto de solidaridad será acreditable al ISR.

Requisitos de Inscripción para los Contribuyentes Tipificados para este Régimen son:

- Formulario SAT No. 0016 (debido a que el propietario ya cuenta con NIT, se utilizará este formulario para actualizar la información de la empresa)
- Original y fotocopia legalizada y fotocopia simple del DPI
- Constancia de colegiado activo (profesionales liberales) queda en poder de la oficina o agencia tributaria.

Inscripción de negocio (datos generales)

En el formulario SAT No. 0016 (con valor de Q1.00) en el reverso del mismo del numeral 74 al 89 (Inscripción del negocio datos generales) se deberá escribir los datos solicitados:

- ✓ Nombre comercial
- ✓ Código y nombre de actividad económica de la empresa
- ✓ Fecha de inicio de operaciones
- ✓ Dirección
- ✓ Municipio
- ✓ Departamento
- ✓ Número de teléfono

Dependiendo del tipo de organización se deberá leer detenidamente el formulario SAT No. 0015 instructivo, el reverso y el anverso.

Tabla 4 Inscripción en SAT

No.	Requisitos SAT	Costo unitario		Costo Total	
4	Compra de libros de contabilidad	Q	25.00	Q	100.00
400	Habilitación de c/folio en SAT	Q	0.25	Q	100.00
4	Autorización Registro Mercantil c/folio	Q	7.50	Q	30.00
2	Compras y ventas	Q	20.00	Q	40.00
	v/c/folio SAT	Q	25.00	Q	25.00
	Timbres fiscales	Q	275.00	Q	275.00
6	Impresión de talonarios de facturas	Q	75.00	Q	450.00
	Pago por apertura de negocio por servicio	Q	500.00	Q	500.00
TOTAL				Q	1,520.00

Fuente: Elaboración propia y SAT en línea

6.4.2 Registro de Marca o Signo Distintivo

El (Mineco, 2007) establece una serie de pasos al momento de registrar una marca distintiva en el país de Guatemala, los cuales se detallan a continuación:

- Antes que nada, se debe elegir la marca que se desea. Se elabora con un diseñador gráfico, una compañía de publicidad o por cuenta propia el signo distintivo de su marca. Es decir, la figura, los colores, el tipo de letra, la marca en sí y procurar tener claro del mensaje que transmitirá su marca a través de dichos símbolos distintivos.
- Adquirir en las oficinas del Registro de la Propiedad Intelectual, un formulario de solicitud de búsqueda retrospectiva del distintivo (Q5.00), completarlo con la información requerida, efectuar el pago respectivo en Caja (denominativos Q100.00; gráficos Q200.00 y mixtos Q200.00). Formulario Número RPI-7-CC-C-V (Solicitud de Búsqueda Retrospectiva)
- Presentar el formulario y recibo de cancelación de la tasa en la recepción, solicitando la búsqueda requerida.
- Adquirir formulario la solicitud de registro inicial de distintivo (Q5.00), completarlo con la información requerida, anexando los documentos pertinentes, adhiriendo los ejemplares del signo solicitado en el formulario y las copias, firma del solicitante, firma y sello del Abogado Auxiliante, colocando el timbre respectivo. Formulario Número RPI-09-CCC-C-V (Solicitud de Registro Inicial de Marca)
- Si todo está bien proseguimos a llenar el Formulario Número RPI-10-CCC-C-V (Solicitud de Registro Inicial de Nombre Comercial o Emblema), este sirve para ya comenzar a registrar nuestra marca.
- Efectuar el pago de Q110.00 por presentación de la solicitud, adjuntar copia del recibo correspondiente al expediente.
- **Adjuntar a la solicitud los siguientes documentos:**
 - Si es persona individual, fotocopia legalizada de documento de identificación
 - Si se tratare de persona jurídica, fotocopia legalizada del documento que acredite la representación

- Si se tratare de persona individual o jurídica extranjera no domiciliada en Guatemala, deberá acompañar copia legalizada del mandato con cláusula especial otorgado a un abogado guatemalteco colegiado activo
 - Original o fotocopia legalizada del recibo que acredite el pago de la tasa de Q110 por ingreso de la solicitud
 - Cuatro reproducciones de la marca si fuera mixta o figurativa
 - Si fuera figura tridimensional, las reproducciones deberán consistir en una vista única o varias vistas diferentes bidimensionales
 - De toda solicitud y documentos que se presenten deberán adjuntarse una copia para efectos de reposición.
- Ingresar la solicitud en la recepción, donde efectúa un examen de los documentos adjuntos previo a la solicitud, quienes al aceptarlo sellan de recibido la solicitud y las copias. Presentada la solicitud, el Registro anotará la fecha y hora de su presentación, asignará un número de expediente y entregará al solicitante un recibo de la solicitud y de los documentos presentados. Se tendrá como fecha de presentación de la solicitud la fecha de su recepción por el Registro, siempre que, al tiempo de recibirse, la misma hubiera contenido al menos los siguientes requisitos:
 - Que contenga información que permita identificar al solicitante o su representante e indique dirección para recibir notificaciones en el país.
 - Que indique la marca cuyo registro se solicita o tratándose de marcas denominativas con grafía, forma o colores especiales, o de marcas figurativas mixtas o tridimensionales con o sin color, se acompaña una reproducción de la marca.
 - Que indique los nombres de los productos o servicios para los cuales se usa o se usará la marca
 - Que acompañe el comprobante de pago de la tasa establecida
 - El expediente es trasladado a la Sección de Forma y Fondo para su examen, si la solicitud cumple con todos los requisitos, se emite resolución declarando con lugar la solicitud y se extiende el edicto correspondiente por el cual se deben cancelar Q50.00

- El solicitante debe efectuar tres publicaciones del edicto, en el término de quince días en el Diario Oficial, debiendo presentar los ejemplares originales al registro dentro del mes siguiente a la fecha de la última publicación. El edicto deberá contener el nombre y domicilio del solicitante; el nombre del representante o solicitante cuando lo hubiese; la fecha de presentación de la solicitud; el número de la solicitud o expediente; la marca tal como se hubiere solicitado; la clase a que correspondan los productos o servicios que distinguirán la marca; y por último, la fecha y firma del Registrador o el funcionario del Registro que éste designe para el efecto.
- Si no presentan oposición a la inscripción, el solicitante requiere se emita la orden de pago de Q90.00 para que se efectúe la anotación que corresponde y presentarla al Registro para que se inscriba el signo distintivo solicitado.
- Para que el Registro le haga entrega del título respectivo, el solicitante debe cancelar en Caja la suma de Q50.00
- La vigencia de la marca es de 10 años renovables por períodos iguales

Tabla 5 Inscripción de propiedad intelectual

No.	Inscripción en Propiedad Intelectual	Costo Unitario	Costo Total
1	Formulario de búsqueda de retrospectiva	Q 5.00	Q 5.00
1	Pago en caja de mixtos	Q 200.00	Q 200.00
1	Formulario de registro inicial	Q 5.00	Q 5.00
1	Pago de registro inicial	Q 110.00	Q 110.00
1	Edicto favorable	Q 50.00	Q 50.00
1	Orden de pago de inscripción	Q 90.00	Q 90.00
1	Cancelar en caja	Q 50.00	Q 50.00
TOTAL			Q 510.00

Fuente: Elaboración propia

6.4.3 Licencia en Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN)

Se tiene la resolución de calificación del lugar y factibilidad de drenaje de aguas pluviales. Al haber conseguido este requerimiento se empieza a tramitar el permiso de

construcción anexando este permiso ambiental en el caso de los municipios que no pertenecen al área metropolitana. Por aparte como se realizará el proyecto en el municipio de San Marcos se debe solicitar a la Oficina de Planificación de la Municipalidad, la revisión vial y zonificación, para por último obtener el permiso de construcción.

6.4.5 Estudio de impacto ambiental

Para el caso de la fábrica MHS Viste bien es indispensable llenar el formulario de Evaluación Ambiental Inicial proporcionado por el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales en el que se explican los detalles del negocio. Este formulario se presenta al Ministerio, junto con una copia para que sea sellada como constancia de la recepción y con la documentación siguiente:

- Acta de constitución de la empresa.
- Patentes de la empresa.
- Nombramiento del representante legal.
- Fotocopia de la DPI del representante legal.

Para llenar el formulario anterior, deberá tomarse en cuenta lo siguiente:

- Impacto al aire: Se generará polvo de la mota de la tela y se generarán ruidos de las máquinas.
- Impacto en el agua: Por el sector dónde se instalará el negocio, se sabe que se utilizará agua potable suministrada por el la Empresa Municipal de Agua Xela, para limpieza y servicios sanitarios.
- Impacto en el suelo: Se generarán desechos orgánicos por los alimentos de los empleados; así como también desechos inorgánicos como retazos de tela, bolsas y otros. Todos estos desechos serán entregados a los camiones municipales recolectores de basura.
- Impacto en las personas: El personal que trabaje para en la fábrica podría estar expuesto a accidentes, golpes, etc. por lo que se debe insistir en el uso correcto de las maquinas e implementos y complementos adecuados.

6.4.6 Norma ISO 28000

Para la seguridad de la cadena de suministro le aportará:

Disponer de herramientas que agilizan y facilitan las actividades de comercio internacional (compras y ventas internacionales).

Aumenta la credibilidad de la empresa. El certificado ISO 28000 aporta valor añadido porque permite diferenciarse de la competencia ya que la norma contribuye directamente a la credibilidad de la organización.

Aplicable a cualquier empresa de la cadena de suministro. La norma ISO 28000 se aplica en cualquier empresa que participe en alguna fase de la cadena vinculada con el suministro: finanzas, fabricación, gestión de la información, representante aduanero, transitorio, transportista, almacén o servicio.

Sistema compatible con la certificación ISO 9001 (de gestión de la calidad) OEA (Operador Económico Autorizado) certificación ISO 45001 (de Seguridad y Salud Laboral) o ISO 27001 (de Seguridad de la Información).

Requisitos ISO 28000 sobre la cadena de suministro

La norma pretende la gestión de la seguridad de riesgos a la cadena de suministro aportando un marco de buenas prácticas para reducir los riesgos por las personas y las cargas en la cadena.

Identifica y valora los riesgos potenciales de seguridad del proceso de suministro. Se centra en las áreas de logística, identificando amenazas (terrorismo, fraude, piratería, etc...). Los aspectos críticos de seguridad en la cadena de suministro son financieros, de fabricación, gestión de la información y logística, almacenaje en tránsito y depósito de mercancías.

Establecer un sistema de control y minimización de los riesgos y amenazas de la cadena de suministro que se pueden controlar y minimizar. Así se consigue reducir los efectos de los incidentes de seguridad.

Formación y competencia del personal. Se deben tener los conocimientos necesarios sobre un sistema de gestión de la cadena de suministro, incluidos los aspectos de seguridad basados en la norma ISO 28001 y la figura del Operador Económico Autorizado.

Medidas para la seguridad de los productos. La norma ISO 28001 requiere establecer las medidas que garanticen la seguridad de los productos y servicios en todas las fases de la cadena de suministro.

Auditoría ISO del sistema de gestión de la calidad y seguridad según ISO 28000. Se puede realizar integrada con otras normas con la ISO 9001 o el OEA.

Formación en seguridad en la cadena de suministro. Formación presencial, mixta u on-line sobre la gestión y seguridad según ISO 28000 o OEA (Operador Económico Autorizado).

La Fábrica MHS Viste Bien, podrá mediante capacitaciones al recurso humano alcanzar dicha certificación, lo cual hará establecer por encima de la competencia actual en el medio y poder posicionarse en el mercado con un nivel alto de calidad en cuanto a sus servicios que ofrecerá. Por lo que este tipo de certificación se hará con el pasar del tiempo luego de entrar al mercado.

En este caso los puestos de mayor rango según la jerarquía serán los encargados de dichas capacitaciones, para que por medio de ello se pueda lograr:

Tabla 6 Total gastos de constitución

Descripción	Costo
Inscripción SAT	Q 1,520.00
Inscripción Registro Mercantil	Q 780.80
Inscripción Propiedad Intelectual	Q 510.00
TOTAL	Q 2,810.80

Fuente: Elaboración propia

El monto total por invertir para poder constituir legalmente la empresa es de Q2.810.80, dicha cantidad cubre los gastos en dependencias donde es obligatorio el registro debido al tamaño de esta.

A continuación, se presenta el total de la inversión que será necesaria para la puesta en marcha de la empresa MHS.

Tabla 7 Remodelación de instalaciones

Descripción	Total
Remodelación y división de instalaciones	Q 10,000.00
5 cubetas de pintura	Q 4,500.00
Señalización de parqueo e instalaciones	Q 1,000.00
TOTAL	Q 15,500.00

Fuente: elaboración propia

7. PLAN DE MARKETING

7.11 Estrategia de Promoción y Publicidad

Como parte de las estrategias de promoción y publicidad para la empresa MHS se contará con las siguientes habilidades.

7.11.1 Promoción

La promoción se refiere a la manera de ofertar o descontar el valor del producto con la finalidad de captar clientes nuevos y/o retener los ya existentes asegurando su lealtad y fidelidad.

Para tal motivo por ser una empresa que cuenta con el contacto directo al cliente personalmente, podrá manejar una promoción masiva como parte de fechas importantes, priorizando las siguientes:

- Promociones por apertura de empresa
- Descuentos especiales a las primeras 30 personas que adquieran uno de los productos.
- Promociones en fechas especiales como lo es: día de la amistad, día de la madre, día de la mujer, día del padre, día del niño, y aniversario de la empresa.

7.11.2 Publicidad oral e impresa

En este tipo de publicidad es necesario involucrar varios aspectos que van desde una presentación oral a una conversación formal con uno o más compradores posibles con la finalidad de informar acerca de los productos que se ofrecerán.

Por otro lado, está la publicidad impresa en la cual se puede disponer de varias herramientas e instrumentos específicos para su aplicación. Se ha determinado que para llevar a cabo la publicidad impresa se utilizaran volantes, y mantas vinílicas ya que son opciones fáciles de realizar y manejar, además es necesario mencionar que tienen un costo relativamente bajo y que representan un ahorro para la empresa, esto permitirá fortalecer económicamente otras áreas que así lo requieran.

Como ventajas de la publicidad oral e impresa se puede mencionar las siguientes:

- Se puede crear en el cliente una conciencia al instante despertando el interés por el producto que se está ofreciendo.
- Tiene una vida útil muy larga y de esta manera el mensaje se puede transmitir a gran variedad de clientes y consumidores
- Se puede brindar la atención a un público objetivo específico utilizando los medios impresos como volantes.
- Permite llegar a las personas que no se familiarizan mucho con el internet ya sea personas mayores de edad, o que no sepan leer, o no informáticos.

Dentro de los objetivos que se pueden mencionar utilizando la publicidad oral e impresa se pueden mencionar los siguientes:

- Informar a los posibles clientes por medios de imágenes la calidad, colores y estilos de nuestras prendas.
- Ilustración de nuestra tienda física.
- Convencer al cliente mediante una conversación utilizando las herramientas impresas para generar mayor demanda logrando que el cliente tome la decisión de acudir a las instalaciones de la tienda física.

7.11.3 Publicidad en internet

Esta estrategia de publicidad actualmente es la más utilizada y en los últimos meses ha aumentado su costo debido a su eficiencia ya comprobada ya que se usa una combinación de varias estrategias, incluyendo, redes sociales, imágenes y reseñas de páginas web relacionadas a hipervínculos, grupos de noticias, anuncios por correo electrónico, etc.

Ejemplo de cómo se hará la segmentación para la empresa “MHS, Viste Bien”

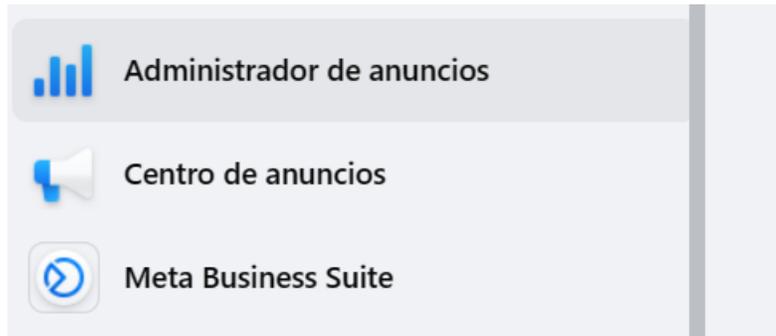
Ejemplo: Definimos nuestro público principal

Los anuncios que son relevantes para las personas que los ven son más personalizados y tienen más probabilidades de impulsar acciones. Con un público principal, puedes definir los parámetros de tu público objetivo en función de distintos criterios, como los datos demográficos, la ubicación, los intereses, los comportamientos en internet y las

conexiones. También puedes guardar los públicos que crees en el administrador de anuncios para futuras campañas.

Ilustración 4 Funciones para impulsar el negocio vía internet

1. Clic en administrador de anuncios



2. Clic en crear



3. En la siguiente ventana aparecen varias opciones en la que debemos elegir una de todas o la que más se adapte al objetivo de nuestro anuncio.

Crear nueva campaña Nuevo conjunto de anuncios o anuncio ×

Subasta

Elige un objetivo de campaña

- Reconocimiento
- Tráfico
- Interacción
- Clientes potenciales
- Promoción de la app
- Ventas



El objetivo de la campaña es la finalidad comercial que persigues con tus anuncios. Pasa el mouse por cada uno para obtener más información.

[Información sobre los objetivos de campañas](#) Cancelar Continuar

4. Luego de elegir en este caso la opción interacción que es la que mejor se adapta a nuestro anuncio entonces nos aparece la siguiente ventana

Elige una configuración de campaña



Crea la campaña de interacción a partir de una configuración personalizada y simplificada, o bien configúrala manualmente. Las sugerencias pueden variar en función de la actividad reciente de tu cuenta publicitaria.

Simplificada Personalizada Prácticas recomendadas

 **Campaña de mensajes personalizada**
Crea rápidamente una campaña optimizada para recibir más mensajes al mejor valor.
La configuración predeterminada incluye las ubicaciones Advantage+ y la estrategia de puja de volumen más alto, entre otras opciones.

 **¿Por qué veo esta sugerencia?** 

Esta configuración se sugiere en función de la información y la actividad de tu cuenta publicitaria.

 **Configuración manual**

 **Campaña manual de interacción**
Crea una campaña de interacción desde cero con la configuración estándar.

Atrás

Continuar

5. Elegimos la opción configuración manual ya que esa opción nos permite tener mucho más control sobre la configuración, y aparece la siguiente información

En la opción nombre de la campaña, se debe asignarle un nombre a nuestra campaña, en este caso, le pondríamos Sudaderas para toda la familia colores de temporada.

En la actualidad las empresas utilizan cada vez más estos medios electrónicos para la publicidad ya que son de fácil acceso y edición. Una compañía de medios publicitarios dirigida por internet puede ahorrar tiempo debido a que elimina un laborioso y costoso trabajo que permite llegar al cliente de forma rápida y efectiva no importando su ubicación.

Es importante que la publicidad por internet contenga la información necesaria para dar a conocer a la empresa y de esta forma hacer llegar el producto y servicio a los clientes. Es relevante que a primera vista la publicidad genere un impacto positivo en los clientes llamando la atención de estos y que a través de la correcta presentación de la empresa y del producto y servicio despierte el interés y a la vez se sienta atraído por ampliar la información de lo que se le está ofreciendo.

Ventajas:

- Puede ser casi automática al demandar poco tiempo
- El costo por realizar este tipo de publicidad y conseguir nuevos clientes representa una fracción de lo que costaría a través de los medios tradicionales

- Representa para la empresa un significativo ahorro en costos de asesoría
- Los productos o servicios pueden ser publicitados las 24 horas al día y no solo al mercado local sino también regional y nacional.
- Los costos de lanzamiento del producto o servicio con este tipo de publicidad son relativamente bajos y permite el acceso a clientes potenciales a un ritmo acelerado

Es posible medir los resultados de la publicidad en línea en un menor tiempo en comparación con los medios convencionales que se necesitaría aún mucho más tiempo.

Objetivos de este tipo de publicidad

- Para que este tipo de publicidad sea efectiva es importante definir los objetivos que persigue la empresa al utilizar esta estrategia publicitaria, para lo cual se establecieron los siguientes objetivos:
- Informar a los clientes del ámbito local, regional y nacional del inicio la apertura de la tienda de ropa.
- Respaldar las ventas personales que se realizan a través de la agencia, es decir los clientes que visitarán las instalaciones
- Persuadir al consumidor para generar una demanda selectiva y de esta manera fidelizar al cliente

7.11.4 Publicidad por radio y televisión

La radio y televisión son medios de comunicación efectiva que permiten el alcance a todo tipo de clientes y consumidores. Se ha elegido este tipo de estrategia publicitaria debido a que es una buena herramienta por utilizar para informar y dar a conocer del inicio de actividades del restaurante.

- **Publicidad por radio:**

Por lo general es más barata que otros medios de comunicación, puede ser dirigida a un público más estrecho y puede llegar a la gente dentro de esa audiencia donde quiera que vaya.

Para “MHS Viste Bien”, la radio resulta una herramienta indispensable para publicitar y dar a conocer a los radioescuchas de la presentación del producto que se pretende impulsar y que será innovador en el medio local, dando así a conocer los servicios que se presentarán a los habitantes de la cabecera municipal de Quetzaltenango.

De esta manera se despertará el interés en los clientes para que se acerquen a las instalaciones de la tienda con el fin de conocer las prendas que se tendrán a la venta.

A continuación, el spot de radio que se utilizara para hacer la publicidad

“[Inicio con una música enérgica y moderna de fondo]

Narrador: ¡Atención, Quetzaltenango! ¿Quieres elevar tu estilo al siguiente nivel?
¡Entonces escucha esto!

[Transición a una voz más emocionante y enérgica]

Narrador: MHS, Viste Bien, acaba de abrir sus puertas en La Democracia, y estamos listos para transformar tu look.

[Pausa dramática]

Narrador: Con prendas de calidad y estilo, desde los pants más cómodos hasta sudaderas que combinan con todo.

[Subida de tono]

Narrador: ¡Visítanos en la 17 avenida 2-29 y descubre la moda que te hará destacar!

[Pausa breve]

Narrador: Síguenos en Facebook, Instagram y TikTok como MHS Viste Bien, o contáctanos por WhatsApp al 45228609.

[Voz emocionante]

Narrador: ¡No esperes más! ¡MHS, Viste Bien, ¡tu nuevo destino de moda en Quetzaltenango!

[Final con música y efectos sonoros de cierre]”

- **Publicidad por televisión**

En la actualidad existen canales de televisión locales que buscan brindar una alternativa a pequeños y medianos negocios. Sin embargo, a pesar de ello es un medio de

comunicación con un costo relativamente alto, pero a la vez efectivo para incrementar el número de clientes de una empresa.

Se contempla diseñar un spot publicitario que impacte e informe a la población sobre los diseños que “MHS Viste Bien” tendrá disponibles a los clientes potenciales.

A continuación, el spot que se utilizara en los anuncios de televisión:

“[Escena: Imágenes vibrantes y modernas de personas jóvenes vistiendo prendas de alta calidad y estilo, caminando por la ciudad, riendo y divirtiéndose.]

Narrador: ¿Quieres lucir increíble, sentirte cómodo y destacar con tu estilo único?

[Escena: Transición suave a un primer plano de la fachada de la tienda MHS, Viste Bien, con el logo destacado y llamativo.]

Narrador: ¡Entonces necesitas visitar MHS, Viste Bien! La nueva tienda de moda en Quetzaltenango, donde encontrarás las prendas más exclusivas y de calidad.

[Escena: Clientes probándose pants y sudaderas, sonriendo y mirándose al espejo con satisfacción.]

Narrador: Desde los mejores materiales hasta diseños vanguardistas, nuestras prendas están hechas para impresionar.

[Escena: Un grupo de amigos mostrando sus nuevas adquisiciones de MHS, Viste Bien, mientras comparten risas y gestos de aprobación.]

Narrador: Y no te pierdas nuestro producto estrella: ¡los pants y sudaderas que combinan con todo!

[Escena: Texto en pantalla con la dirección de la tienda: 17 avenida 2-29, La Democracia, Quetzaltenango.]

Narrador: Nos encontrarás en la 17 avenida, en La Democracia. ¡No te lo puedes perder!

[Escena: Imágenes de teléfonos móviles abriendo las redes sociales.]

Narrador: Y para estar al tanto de todas nuestras novedades y promociones, síguenos en Facebook como MHS, Viste Bien, en Instagram como @MHSVisteBien, en TikTok y contáctanos por WhatsApp al 45228609.

[Escena: La tienda MHS, Viste Bien, con las luces encendidas y la puerta abierta, recibiendo a clientes.]

Narrador: ¡Abrimos toda la semana, de 9 de la mañana a 6 de la tarde! Ven y descubre el mejor lugar para vestirte bien. ¡MHS, Viste Bien, ¡te espera!

[Escena final: Logo de MHS, Viste Bien, con un fondo atractivo y moderno.]

Narrador: ¡MHS, Viste Bien! Donde la moda y la calidad se encuentran.”

Dentro de los canales de televisión que funcionan en el medio local se puede elegir el de mayor conveniencia para la empresa, siendo estos:

- ✓ Canal 70 Teve Globo Oficial
- ✓ Canal 52 Tvo Xela

Como parte de la aplicación de esta estrategia publicitaria se enmarcan algunas ventajas que conlleva la publicidad por radio y televisión:

- ✓ La radio y televisión son medios que llegan a todos los hogares y a público en general por lo que el mensaje será escuchado y visto por muchísimas personas
- ✓ La televisión es un medio audiovisual por excelencia, por lo que es efectivo para generar un gran impacto visual
- ✓ El mensaje puede llegar a las personas sin que lo estén buscando conscientemente.
- ✓ La publicidad por radio es relativamente barata en comparación con la publicidad impresa y permite que las personas escuchen el mensaje donde quiera que estén o viajen.
- ✓ La publicidad en una estación de radio permite alcanzar determinado segmento de mercado según la preferencia del radioescucha.

A la vez se reflejan los objetivos que tendría la puesta en marcha de la publicidad por radio y televisión.

Informar y dar a conocer al mercado la tienda y fábrica de ropa y especialmente haciendo énfasis a que son prendas fabricadas localmente.

Atraer la atención de los consumidores del medio local a través de complementos ilustrativos como las prendas modeladas por alguna personalidad reconocida en el medio.

Tabla 8 Presupuesto de publicidad

Cant.	Descripción	Costo Unitario	Costo Diario	Costo Mensual	Costo Anual
3	Radio Fabuestereo	Q 15.00	Q 45.00	Q 1,350.00	Q 16,200.00
2	TVO Xela	Q 50.00	Q 100.00	Q 3,000.00	Q 36,000.00
2	Impresión millar de volantes	Q 125.00	Q 250.00	Q 250.00	Q 3,000.00
1	Fanpage Facebook	Q 40.00	Q 40.00	Q 1,200.00	Q 14,400.00
TOTAL					Q 69,600.00

Fuente: Elaboración propia en base a costos del mercado

7.12 Total de población objetivo y tasa de crecimiento

Como mercado objetivo se tiene contemplado el municipio de Quetzaltenango densa población en donde se describe en las siguientes tablas:

Tabla 9 Población de la cabecera municipal de Quetzaltenango

AÑO	TOTAL POBLACION	TASA DE CRECIMIENTO
2021	200491	2%
2022	204075	
2023	207620	
2024	211118	

Fuente: INE, Estimación de Población Total 2015-2030

En el cuadro se puede observar un crecimiento en los últimos cuatro años, así como el proyectado para el presente, en donde la tasa de crecimiento es el 2% con una densidad poblacional de 1759.3 habitantes por Km².

7.13 Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población

Al utilizar la proyección de población del municipio de Quetzaltenango con un total de 211,118 habitantes, se procede a calcular el tamaño de la población mediante una muestra representativa determinada a través de un muestreo simple aleatorio (Cochran, 1985).

Fórmula:
$$m = \frac{N}{N(d^2)+1}$$

Donde:

m: Muestra

N: Tamaño de la población

d: Precisión (error máximo admisible)

m: Muestra

N: 211,118

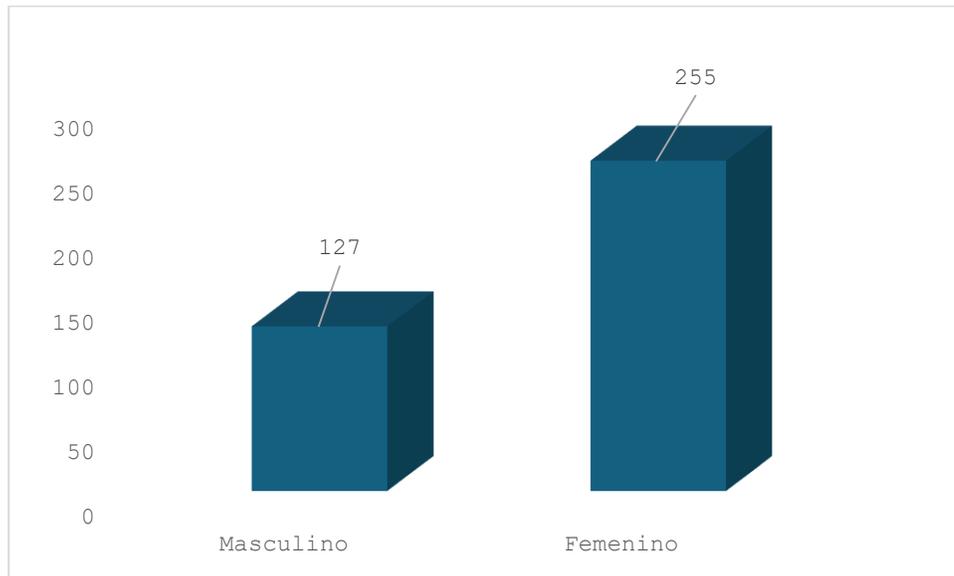
d: 0.05 = 5%

$$m = \frac{211,118}{211,118 (0.05)^2 + 1} \quad \underline{\underline{382 \text{ Boletas}}}$$

7.14 Resultados del estudio de mercado

Mediante el uso estadístico en el presente informe, se procedió a realizar un estudio de campo en el municipio de Quetzaltenango, el cual arrojó los siguientes datos:

Gráfica 1 Sexo de los entrevistados

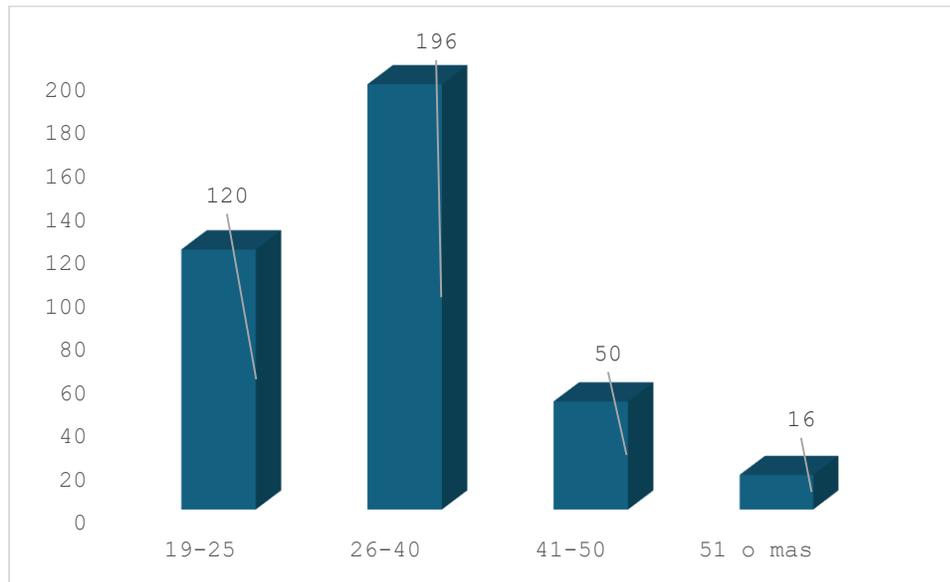


Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

Se midió el sexo del entrevistado para conocer y vincular sus respuestas de preferencias de ropa, con ello se logró establecer inicialmente que el sexo femenino es el que dio mayor importancia a la entrevista realizada, así mismo se ha podido notar que tiene mayor frecuencia de compras en centros comerciales o mercados.

Esto quedará evidenciado en el desglose de las demás interrogantes que se realizaron por medio del estudio de mercado, como se puede observar el poder femenino que es una de las fuerzas que impulsan la economía nacional, no solamente porque en su mayoría son las encargadas de administrar la economía de un hogar.

Gráfica 2 Rango de edad de los entrevistados



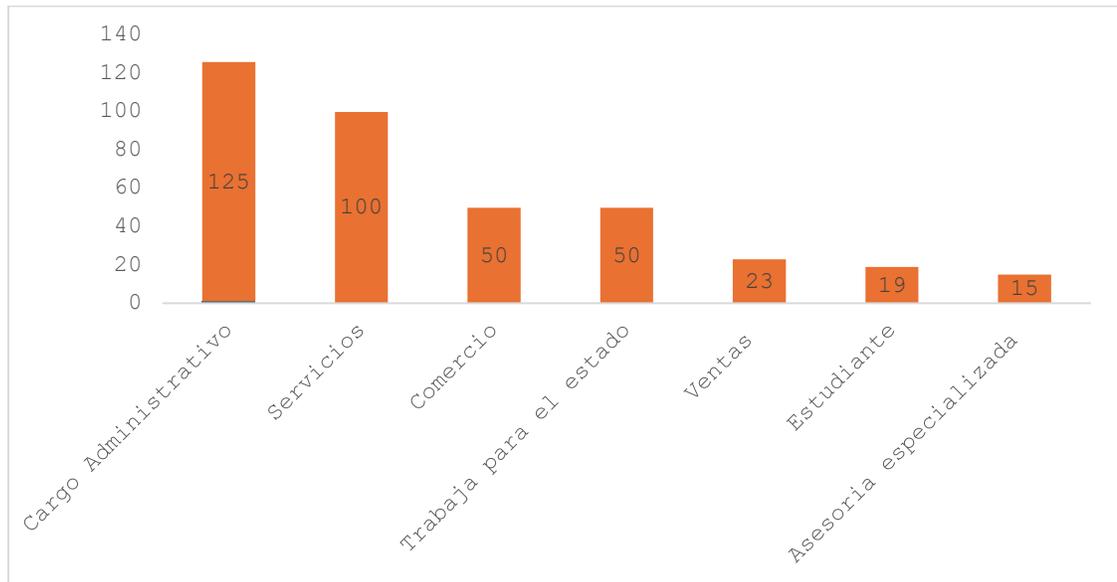
Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

En la encuesta realizada se pudo observar que en su mayoría los entrevistados están comprendidos entre las edades de 19 a 50 años, y que el punto focal se encuentra, entre la edad de 26-40, ya que la un poco más de la mitad de los entrevistados están comprendidos en estas edades, seguido del rango comprendido dentro de 19-25.

Podemos entender que el motivo por cual estos dos rangos de edades son los más sobresalientes es porque están en edades en el cual su mayoría está laborando y por lo tanto para realizar sus labores diarias es necesaria cierto tipo de ropa para desempeñarse en lo que hacen.

Así mismo los dos siguientes rangos también son importantes dentro del estudio ya que se considera que en su mayoría muchos ya empiezan a jubilarse lo que da la impresión de que aseguran un ingreso, mismo que sirve para sus gastos de las necesidades básicas como lo es el comer y el vestir.

Gráfica 3 Área de trabajo de los entrevistados

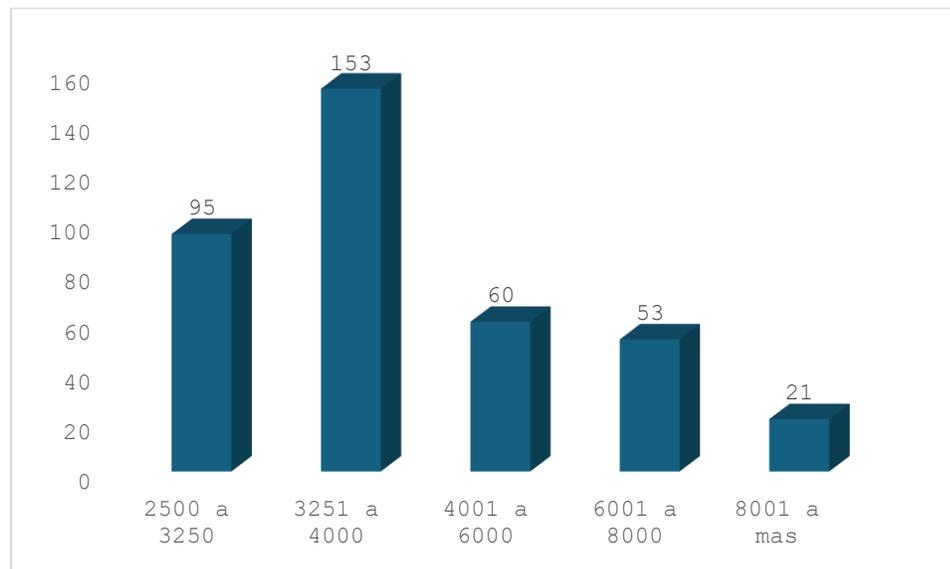


Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

El área de trabajo en un estudio de mercado es muy importante ya que de esto depende que nivel de adquisición tiene el entrevistado, por ende, la oportunidad que representa para el negocio el que le pueda ofrecer o venderle los productos.

Podemos observar que el cargo administrativo es donde se encuentra la mayor parte de las personas que se entrevistaron, el municipio de Quetzaltenango ha ido creciendo en los últimos años, esto ha conllevado a que su nivel de empleo tiene su mayor lugar en los cargos administrativos en las diferentes empresas, por lo cual vemos el resultado de 125 personas que laboran con cargos administrativos, seguido por los servicios, que se prestan en las diferentes áreas, así mismo el comercio y los trabajadores para el estado cada uno de ellos que obtuvieron la misma cantidad dentro de los entrevistados.

Gráfica 4 Rango de salario de los encuestados



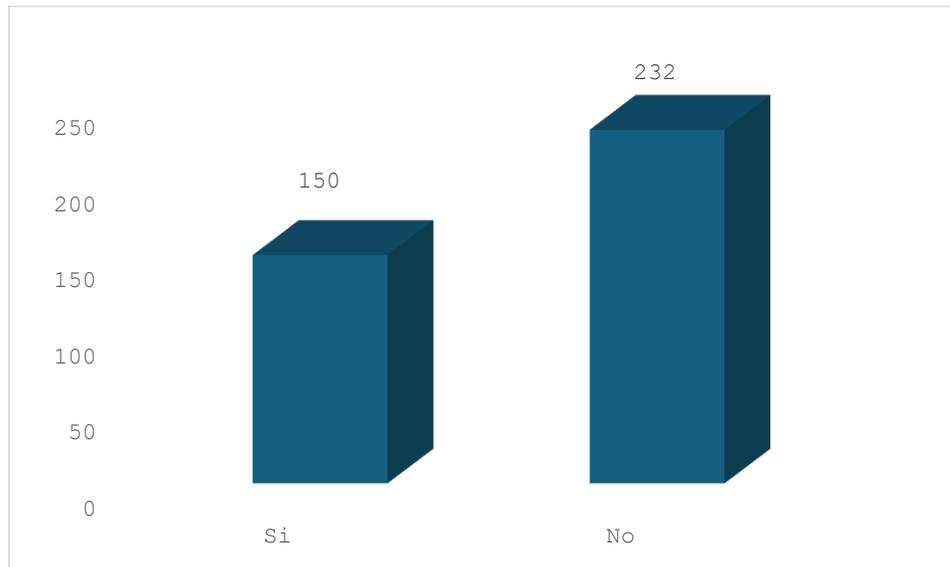
Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

Según lo encuestado, podemos encontrar que en su mayoría está el grupo de personas que ganan desde el salario mínimo hasta Q4000, quetzales, algo que podemos notar que es normal ya que están dentro del rango oficial tomando como base el salario mínimo de nuestro país, seguidamente por un salario que está por debajo del salario mínimo, un grupo de personas no tienen un salario digno y esto no nos beneficia para nada, ya que dicho sueldo no alcanza aun para el sustento de estas personas y se supone que para comprar ropa sería algo realmente alucinante.

Así mismo existe otras sesenta personas de nuestra muestra que su salario está arriba de los cuatro mil, podríamos tomar este grupo como nuestros clientes potenciales.

De la misma forma tenemos dos grupos más de personas que tienen un salario arriba de los Q6,000 y arriba de los Q8,000, lo cual representan para la empresa MHS Viste Bien, un posible cliente, ya que el salario podría ser apto para darse ciertos tipos de gustos, como es la compra de ropa, que aparte de ser un gusto es una necesidad.

Gráfica 5 Conocimiento en redes sociales de la empresa “MHS Viste Bien”

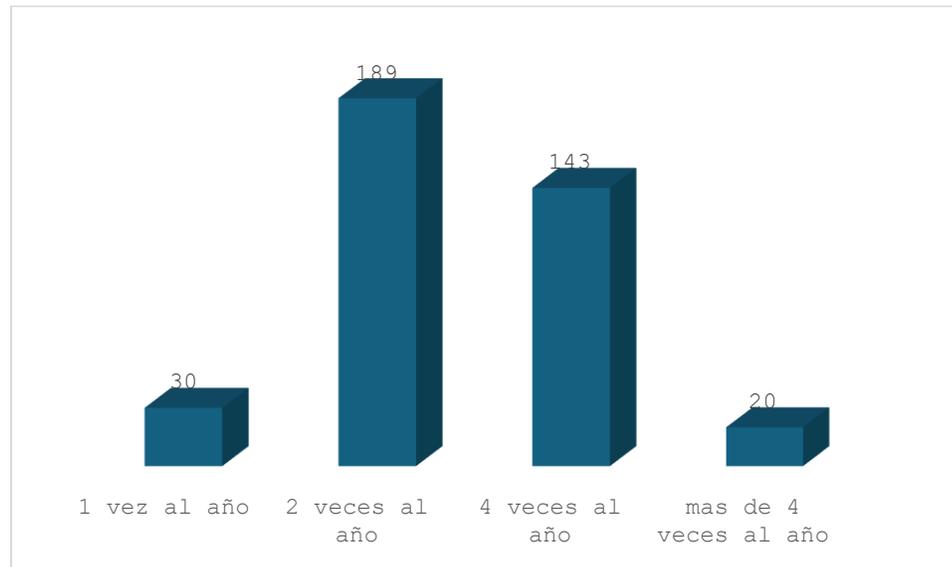


Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

La anterior pregunta fue planteada para descubrir si las personas encuestadas han escuchado de la empresa ya que de lo contrario tomar acciones pertinentes para cambiar a favor los resultados e invertir en publicidad y reconocimiento de marca.

Según los resultados de los 382 encuestados, 150 personas respondieron que, si han escuchado y conocen la marca, quizá lo han visto en redes sociales que es la tendencia, o por medio de la publicidad de boca en boca que es la mejor. Esto representa para la empresa que no es desconocida y que de alguna manera hay personas que han comprado el producto y se han sentido satisfechos con la calidad.

Gráfica 6 Frecuencia en cuanto a compra de ropa



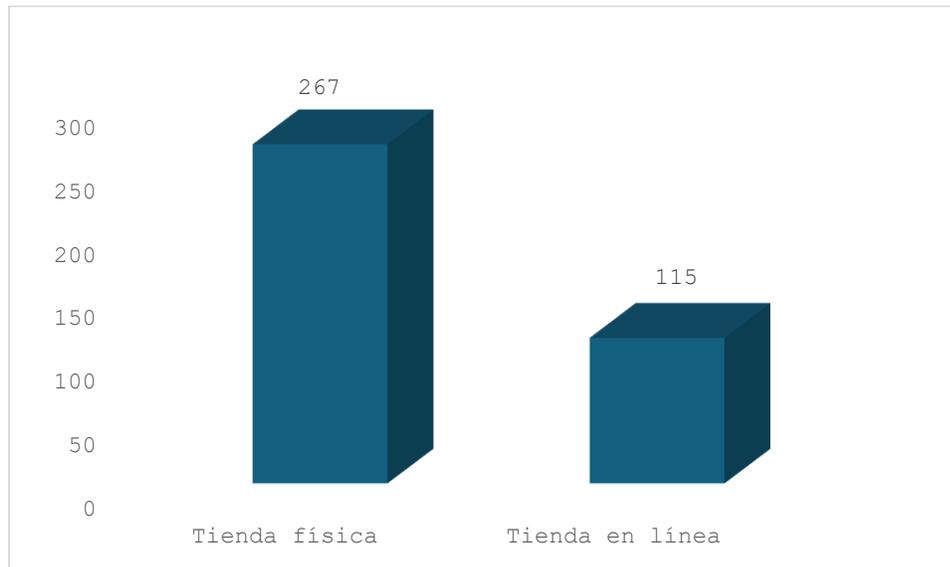
Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

Como podemos observar en la pregunta 6, 30 personas respondieron que compran o adquieren ropa por lo menos una vez al año, quizá sea por la economía del país ya que en esto es reflejado que muchos no ganan ni el salario mínimo, la mayor parte de los encuestados respondieron que compran dos veces al año, esto ya es un resultado que nos da ventaja ya que se puede considerar que al menos una de las dos veces podría realizarse la compra en la tienda.

Seguidamente se observa que un grupo muy considerable de personas compran 4 veces al año, esto es una buena noticia para la empresa porque podría ser la opción de una de esas veces que comprar o adquieren ropa.

Y por último tenemos el grupo que compra más de cuatro veces al año, en este grupo se encuentran las personas que tienen un sueldo mucho más alto al salario mínimo, personas que tienen un cargo alto en empresas o instituciones.

Gráfica 7 Preferencia de compra de ropa

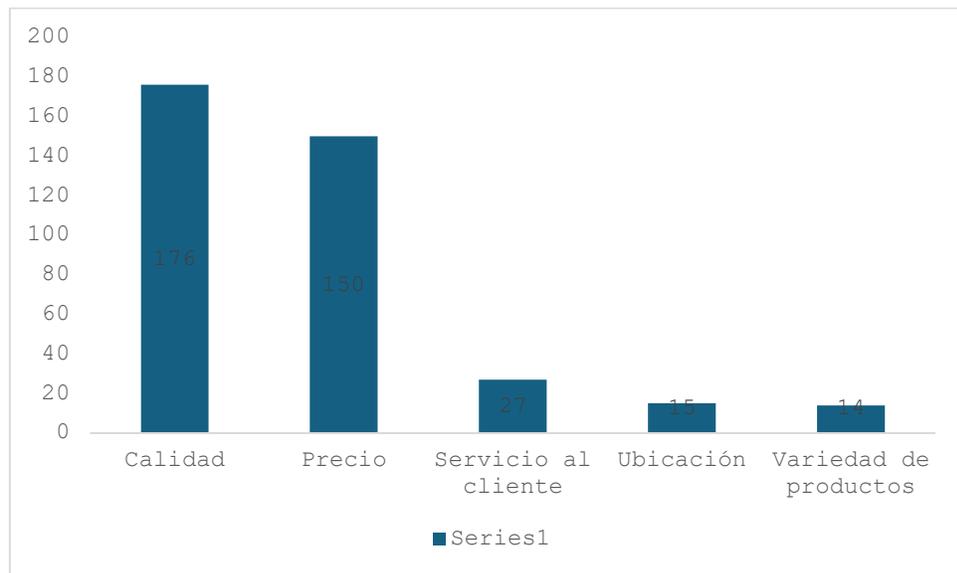


Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

Tal como observamos los resultados en la gráfica, existe un número muy representativo que ha respondido sobre su preferencia en cuanto a las compras en tienda física, ya que ellos toman en cuenta varios factores como es el tallarse la ropa, ver la calidad del producto entre otros, así mismo quieren evitar estafas que mucho se han dado en las compras en línea.

En su contraparte están las respuestas respecto a las compras en línea que, si bien no es mucho, pero es un número que va en crecimiento, ya que cada vez son más las personas que compran en línea ya que también hay factores que determinan esta decisión como lo es falta de tiempo para ir a la tienda a adquirir un producto, es algo que no afecta ya que también la empresa vende en línea.

Gráfica 8 Factores importantes al momento de elegir una tienda de ropa



Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

En la presente grafica de la pregunta 8, podemos contemplar diferentes factores y los más importantes que un cliente busca a la hora de comprar ropa nueva o visitar una tienda de ropa, lo cual arroja resultados muy interesantes y que comprometen más a la empresa a ofrecer un producto que cumpla con los requerimientos de los clientes.

Podemos ver que la mayor parte de los encuestados respondieron que como primer factor buscan calidad en el producto.

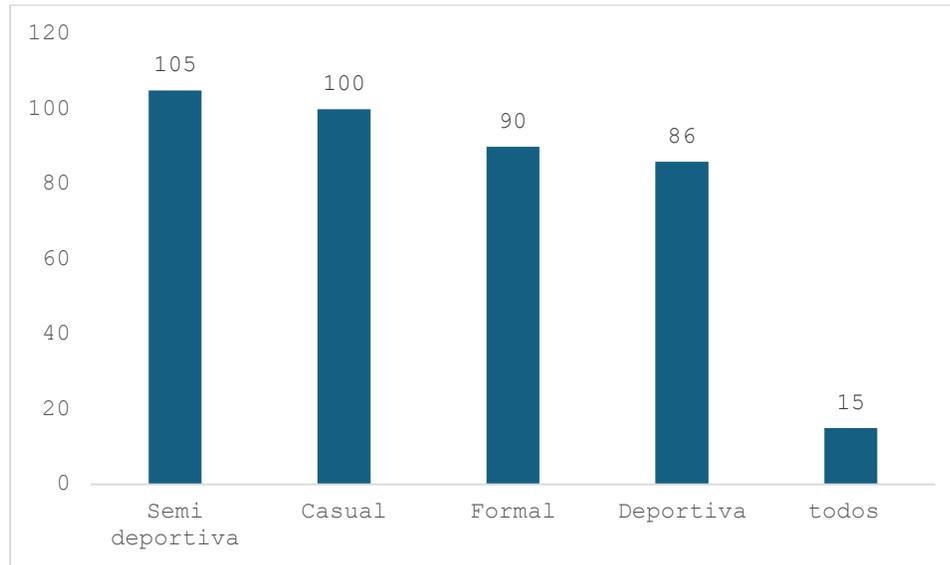
En segundo lugar, respondieron que el precio es un factor muy importante a la hora de realizar una compra de prendas de vestir, lo cual siempre va ir de la mano con la calidad y creemos que son los factores con los que hay que enfrentarse a la competencia.

Podemos observar que para los encuestados la atención al cliente no es tan importante frente a la calidad y el precio, aunque realmente el servicio al cliente si es un factor de gran importancia para las empresas más cuando se trata de ventas de productos. Ya que una mala atención se reflejará en baja renta o ingresos de un negocio.

También podemos observar que la ubicación no es tan importante a la hora de elegir una tienda de ropa, ya que si los precios y calidad salen a relucir, ante todo, las personas o los clientes pueden hacer cualquier esfuerzo para ubicar la tienda aun no esté tan cerca.

La variedad de productos es un factor muy poco importante ya que se sabe que la tienda siempre tiene que ofrecer variedad de acuerdo con su giro o su rama.

Gráfica 9 Tipo de compra que ocurre con más frecuencia



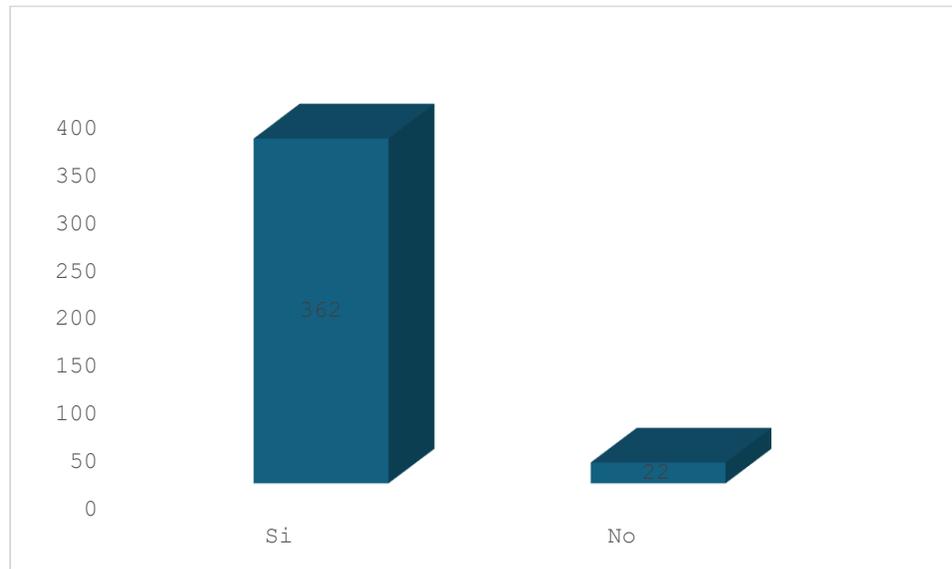
Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

Según los resultados arrojados de la encuesta la mayor parte de los encuestados respondieron que compran ropa semi-deportiva, este resultado conviene mucho a la empresa por la línea que maneja, seguidamente con la ropa casual, hoy en día un pants o sudadero se pueden no solamente incluir como ropa deportiva sino como prendas semi-deportiva o casual ya que con el transcurrir de los años se ha convertido en prendas de uso diario por comodidad.

Así como también podemos observar un resultado importante la ropa formal que también no dejan de ser prendas que están en el closet de nuestro público o mercado objetivo.

Y tenemos como dos últimos lugares la ropa deportiva y la opción todos, de quienes podemos comentar que son pocas las personas que le dan tanto énfasis a la compra de ropa deportiva y pocas las que compran de todo.

Gráfica 10 Personalización de prendas de ropa

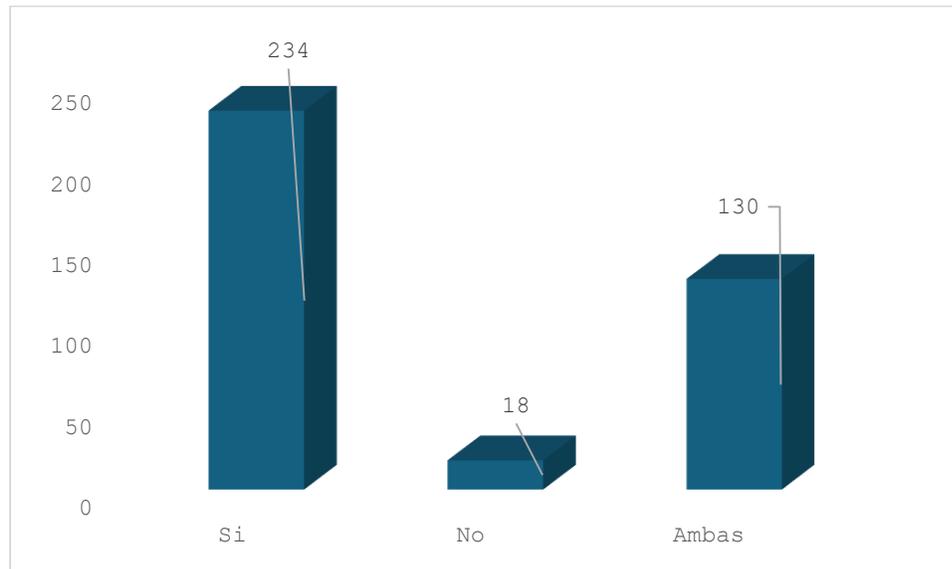


Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

En esta pregunta que es una pregunta cerrada, se le cuestiono a los encuestados si les gustaría que la tienda de ropa ofreciera el servicio de personalizar la prenda a la medida, con lo cual casi en su totalidad respondieron que si, a lo que otras 22 personas respondieron con un no, esto se debe a que en ocasiones muchos buscan ropa que no les queda del todo bien, hay que hacer un tipo de arreglo o personalización a la medida, pero no lo ofrecen en toda tienda de ropa, pero que en la tienda MHS, Viste Bien, se implementara para que sea un servicio extra como parte de agradecimiento por elegir el negocio para hacer la compra.

Las personas que respondieron que no, totalmente comprensible, ya que existen personas que tienen medidas casi perfectas y pues no tienen que batallar tanto para encontrar la prenda a su medida.

Gráfica 11 Preferencia en adquisición de ropa nacional o importada



Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

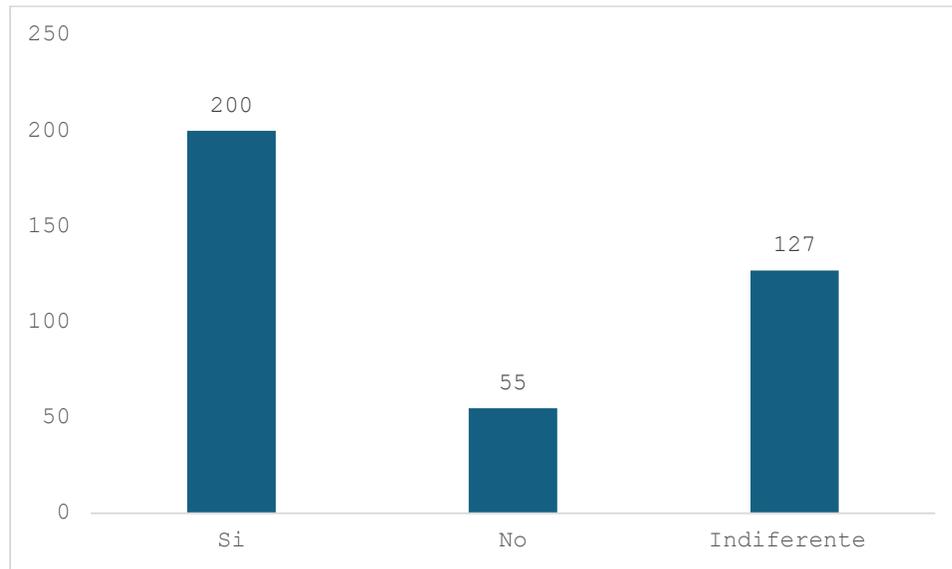
Para analizar la pregunta sobre la preferencia de comprar ropa de marca nacional en lugar de importada, los resultados son con si 61%, no 5% y ambas 34%.

El 61% de los encuestados indicaron que prefieren comprar ropa de marca nacional. Esto puede reflejar una preferencia por apoyar la economía local, valorar las marcas nacionales por razones de identidad cultural o considerarlas competitivas en términos de calidad y precio.

Solo el 5% de los encuestados expresaron que no prefieren comprar ropa de marca nacional en lugar de importada. Esta minoría puede tener preferencia por marcas internacionales debido a la percepción de prestigio, moda o tendencias globales que estas ofrecen.

Un significativo 34% de los encuestados están abiertos a comprar tanto ropa de marca nacional como importada. Esto sugiere una flexibilidad en la elección basada en factores como la disponibilidad de productos, calidad percibida, precio y preferencias personales.

Gráfica 12 Gusto por colecciones de ropa nuevas por temporada (estilos y colores)

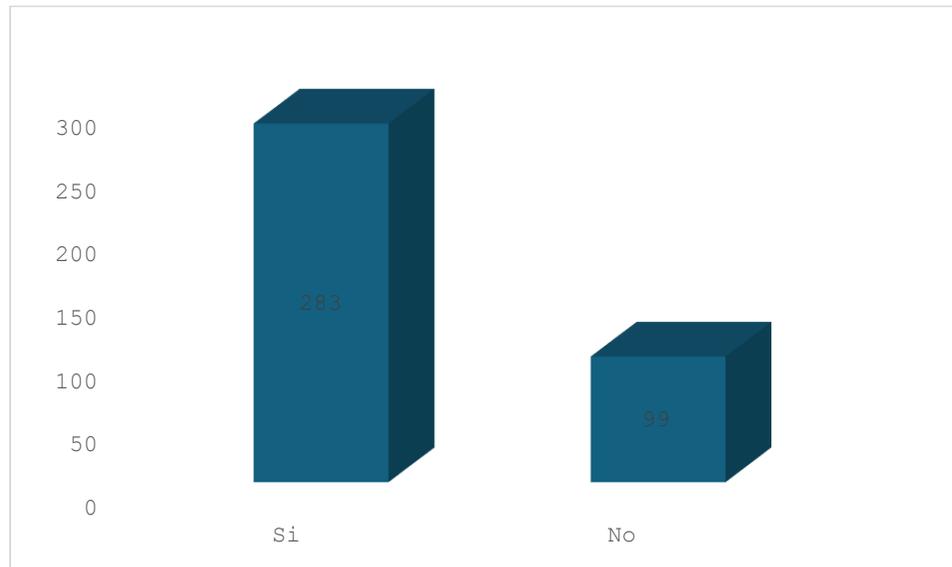


Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

Según los resultados a la pregunta arroja datos muy importantes para la empresa, ya que a muchas personas siempre les será de agrado que haya cambios de temporada con la ropa, para que no se vuelva monótono o aburrido mantener un mismo estilo o línea siempre, se cree que es algo que se valorara a la hora de planificar el lanzamiento de nuevas colecciones de ropa, siempre de acuerdo con la temporada o estación del año.

También hubo un resultado notable en la opción indiferente, ya que esto denota que a muchas personas no les importa si hay o no lanzamientos nuevos ya que a ellos quizá les interés más encontrar lo que buscan, y por último 55 personas respondieron que no tienen interés porque la empresa haga lanzamientos de colecciones o por cambio de temporada.

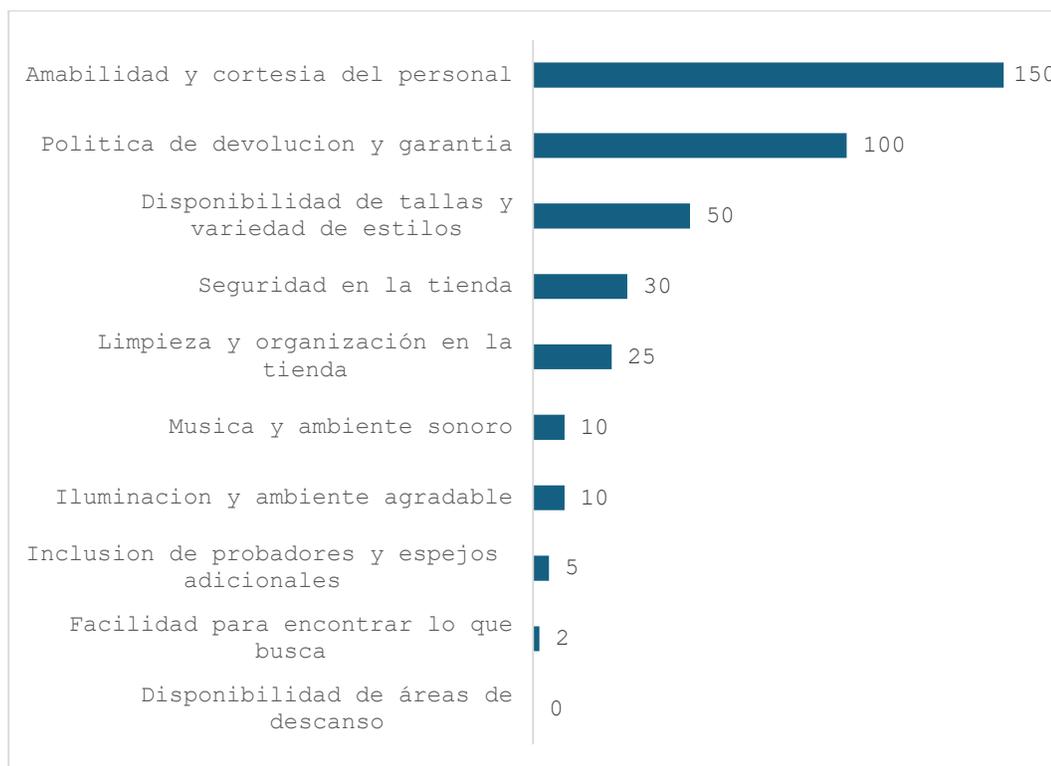
Gráfica 13 Encontrar servicios adicionales en una tienda de ropa



Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

De acuerdo a las respuestas recibidas de la pregunta, donde el encuestado tiene que responder si le gustaría que se implementara el servicio de asesoría de estilo en la tienda de ropa, el 74.08% respondió que sí, muchos argumentando que a veces hacen malas elecciones ya que no hay quien asesore respecto a colores y estilos de acuerdo al cuerpo o forma del mismo, ya que si existiera un servicio adicional como es asesoría de imagen, se sentirían en más confianza a la hora de comprar porque que no sería compra en vano. Por otro lado, se encontró que el 25.9% de los encuestados respondieron negativamente, y es algo aceptable ya que existe poco conocimiento respecto a este servicio.

Gráfica 14 Aspectos que hacen sentir cómoda y bienvenida a las personas en una tienda de ropa



Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

En esta pregunta que es de opción múltiple se le cuestiono a los encuestados sobre Que aspectos de una tienda de ropa los harían sentir más cómodo/a y bienvenido/a, a lo cual podían elegir más de una opción, y en el que encontramos que la opción más votada es la de amabilidad y cortesía del personal, como segundo lugar está la política de devolución y garantía, en tercer lugar está la de disponibilidad de tallas y variedad de estilos, hacemos énfasis en estas tres opciones porque son las más elegidas por las personas.

Amabilidad y cortesía del personal: Esta opción indica que muchos de los encuestados valoran la atención y el trato recibido por parte del personal de la tienda. Esto sugiere que para los clientes potenciales es importante sentirse bien recibidos y atendidos durante su visita.

Política de devolución: Esta elección indica que la flexibilidad y claridad en las políticas de devolución son un factor crucial para los consumidores. Una política de devolución clara y conveniente puede influir significativamente en la decisión de compra

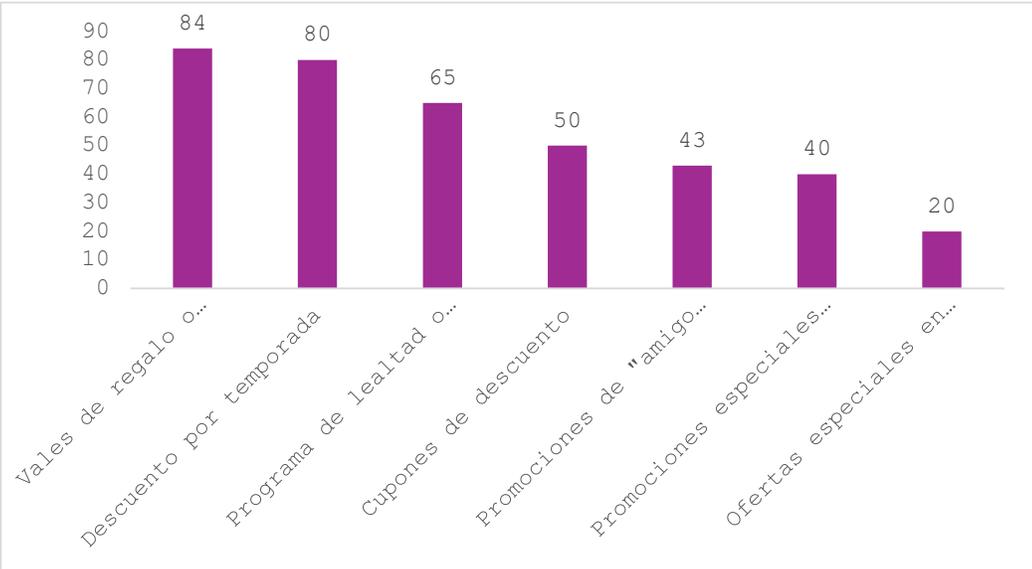
de los clientes, ya que les ofrece seguridad y tranquilidad en caso de necesitar cambiar o devolver productos.

Disponibilidad de tallas y estilos: La tercera opción más votada resalta la importancia de contar con una amplia gama de tallas y estilos de ropa. Esto sugiere que los clientes valoran tener variedad y opciones para elegir, lo cual es crucial para satisfacer las necesidades y preferencias individuales de cada cliente.

En resumen, estos resultados indican que para hacer que los clientes se sientan cómodos y bienvenidos en la nueva tienda de ropa, es fundamental enfocarse en la amabilidad y cortesía del personal, establecer una política de devolución clara y flexible, y asegurar una amplia disponibilidad de tallas y estilos de ropa. Estos aspectos no solo pueden mejorar la experiencia del cliente, sino también aumentar la satisfacción y fidelidad hacia la tienda.

Las demás opciones son importantes también, son necesarias dentro de la tienda mas no indispensables.

Gráfica 15 Promociones y descuentos que pueden llegar a motivar la compra



Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

Según los resultados arrojados por la siguiente pregunta ¿Qué tipo de promociones o descuentos te motivarían a comprar en una tienda de ropa nueva? Se realiza el análisis de las opciones más elegidas, a continuación, se describen:

El 21% de los encuestados eligieron la opción vales de regalo o tarjetas de regalo con compras superiores a cierto monto: Esta opción indica que muchos encuestados se sienten atraídos por la posibilidad de recibir vales o tarjetas de regalo cuando realizan compras por encima de cierto monto. Estas promociones pueden incentivar compras adicionales y fomentar que los clientes gasten más en la tienda.

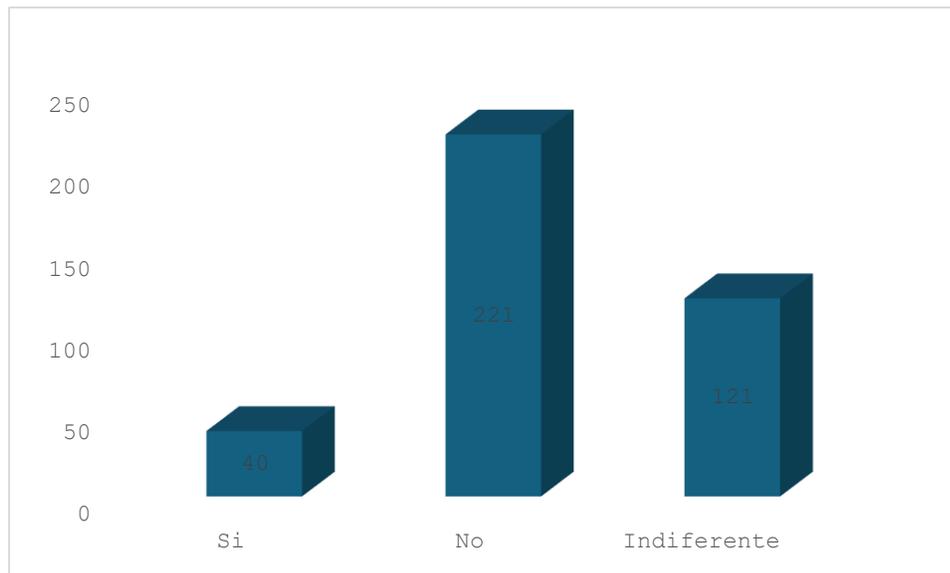
Mientras el 20% eligieron la opción descuentos por temporada: La opción de descuentos por temporada también es muy valorada. Esto sugiere que los clientes están interesados en aprovechar descuentos específicos que coincidan con cambios estacionales en la moda o en eventos de venta como rebajas de fin de temporada.

Así mismo la tercera opción más elegida representa el 17% de la totalidad de los encuestados lo cual es la de programas de lealtad o puntos de fidelidad: La tercera opción más votada destaca la importancia de programas de lealtad o sistemas de puntos de fidelidad. Estos programas pueden ofrecer beneficios a largo plazo a los clientes recurrentes, como descuentos exclusivos, acceso anticipado a ventas o recompensas por compras frecuentes.

Los resultados indican que las promociones más efectivas para motivar compras en una tienda de ropa nueva son vales de regalo o tarjetas de regalo con compras superiores a cierto monto, descuentos por temporada y programas de lealtad o puntos de fidelidad. Implementar estas estrategias puede ayudar a atraer y retener clientes, así como a aumentar las ventas y la satisfacción del cliente en la nueva tienda.

El 48% de los encuestados eligieron algunas de las demás opciones: como cupones de descuento, promoción de compra uno y lleva otro gratis, promoción de amigo secreto referido y ofertas especiales por días festivos, no fueron tan elegidas ya que en nuestro medio no son promociones usadas por negocios, pero que si se analizara mas a fondo su implementación.

Gráfica 16 Preferencia en cuanto a ubicación de tienda de ropa



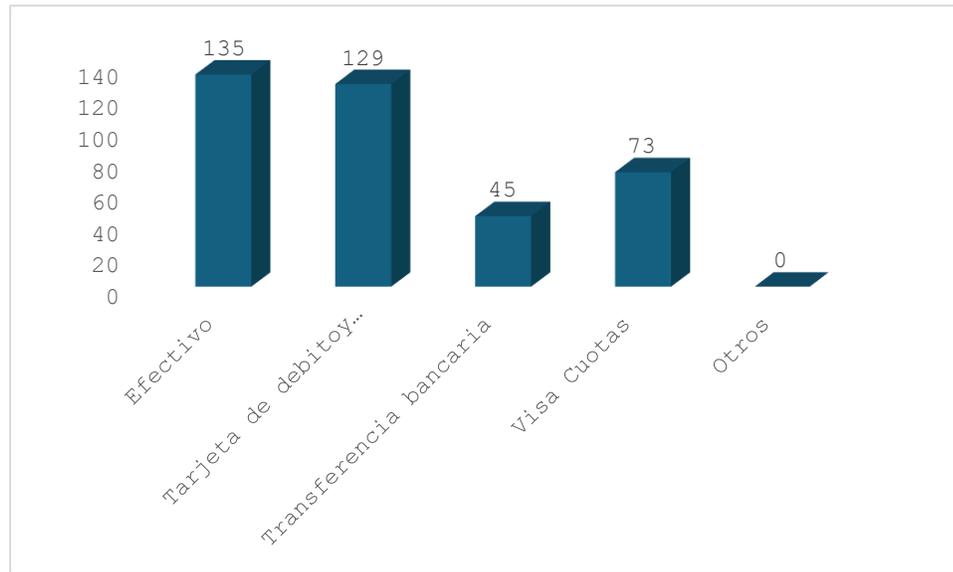
Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

Para analizar la pregunta sobre la preferencia en cuanto a la ubicación de una nueva tienda de ropa, se tiene con respuesta afirmativa el 10%, negativa el 58% e indiferente el 32%

Estos resultados muestran que la mayoría de las personas encuestadas (58%) no tienen una preferencia específica en cuanto a la ubicación de una nueva tienda de ropa. Solo el 10% de los encuestados expresaron tener una preferencia definida sobre dónde les gustaría que esté ubicada la tienda. Por otro lado, un notable 32% indicó ser indiferente respecto a la ubicación.

Este análisis sugiere que hay una considerable proporción de personas que no consideran crucial la ubicación de la tienda de ropa, mientras que un grupo menor tiene preferencias específicas al respecto, lo cual la empresa ya analizó ya que se cuenta con una ubicación ya definida donde estará la empresa.

Gráfica 17 Métodos de pago al momento de compra



Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Mayo 2023

Los resultados y opciones más elegidas de la pregunta de opción múltiple sobre los métodos de pago preferidos al comprar ropa, teniendo una mayor aceptación el pago en efectivo y con tarjeta de débito o crédito, quedando muy por debajo la transferencia bancaria y visa cuotas. Esto indica que los encuestados tienen preferencias claras sobre cómo les gustaría pagar al comprar ropa.

Pago en efectivo: Es un método tradicional y directo que sigue siendo popular debido a la percepción de seguridad y control sobre el gasto. Algunas personas prefieren este método para manejar su presupuesto de manera más tangible.

Pago con tarjeta de crédito y débito: Este método ofrece conveniencia y seguridad, ya que permite realizar pagos sin necesidad de tener efectivo. Las tarjetas de débito están vinculadas directamente a una cuenta bancaria, mientras que las tarjetas de crédito permiten aplazar el pago y ofrecen protección adicional en las compras.

Pago con Visa cuotas: Esta opción permite dividir el pago de la compra en cuotas mensuales, lo cual puede ser atractivo para quienes prefieren distribuir el costo de una compra grande en varios meses sin pagar intereses.

El pago con transferencia es poco utilizado debido a su riesgo ya que pueden ser objeto de fraude, ya sea a través de datos bancarios comprometidos o mediante estafas en las que el comprador puede intentar revertir la transferencia después de recibir el producto.

8. PLAN DE PRODUCCIÓN

8.1 Objetivo del estudio técnico de producción

El objetivo de un estudio técnico de producción es analizar y evaluar todos los aspectos relacionados con la producción de un bien o servicio para optimizar el proceso y mejorar la eficiencia. Tal como a continuación se detalla:

- Evaluación del diseño y desarrollo del producto: Analizar los diseños de ropa para asegurar que sean viables para la producción en términos de tecnología, materiales y procesos. Esto incluye la revisión de patrones, prototipos y muestras.
- Optimización de procesos de manufactura: Evaluar los métodos de corte, confección, ensamblaje y acabado para identificar oportunidades de mejora en términos de eficiencia, velocidad y calidad.
- Selección y gestión de materiales: Identificar los materiales adecuados (telas, hilos, botones, etc.) en función de costo, durabilidad y calidad, y establecer un sistema para la gestión y almacenamiento de estos materiales.
- Planificación de la capacidad de producción: Determinar la capacidad de producción necesaria para cumplir con la demanda del mercado y planificar la adquisición de maquinaria y equipo adecuados, así como la organización de la línea de producción.
- Análisis de costos de producción: Estimar y controlar los costos de producción, incluyendo materiales, mano de obra, maquinaria, y costos indirectos, para asegurar que la producción sea rentable.
- Control de calidad: Establecer procedimientos para el control de calidad en cada etapa de la producción, desde la inspección de materiales hasta el producto terminado, para garantizar que se cumplan los estándares de calidad.
- Eficiencia en el uso de la maquinaria: Analizar el rendimiento de la maquinaria textil y de confección, y establecer programas de mantenimiento preventivo y

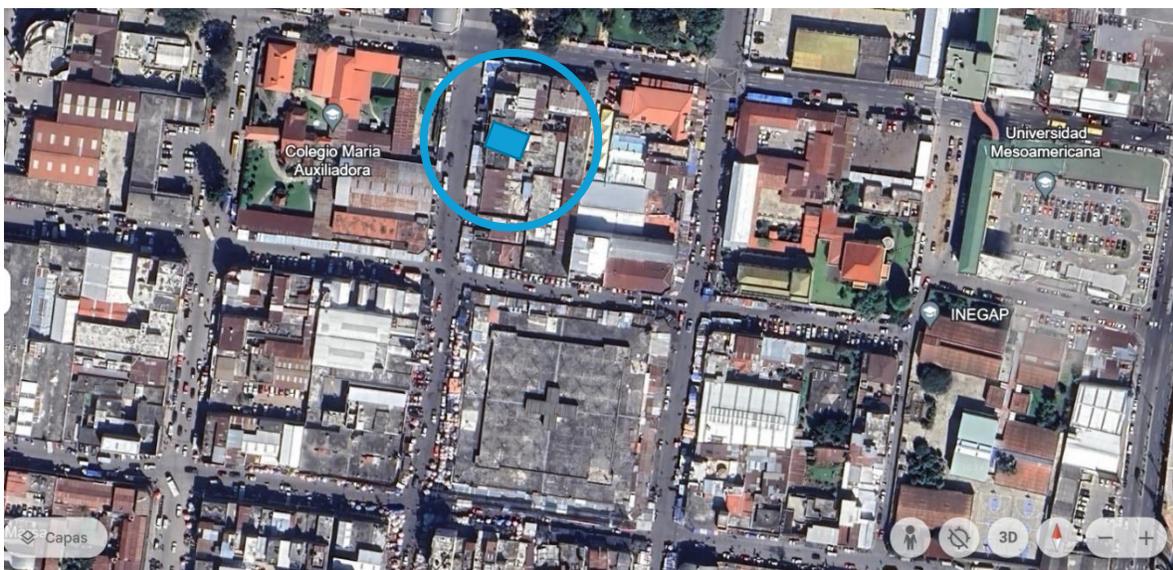
correctivo para minimizar tiempos de inactividad y asegurar una operación continua.

- Gestión de la cadena de suministro: Coordinar con proveedores y distribuidores para asegurar el suministro constante de materiales y la entrega oportuna de productos terminados.
- Sostenibilidad y cumplimiento normativo: Asegurar que los procesos de producción cumplan con las normativas ambientales y laborales, y buscar oportunidades para mejorar la sostenibilidad del proceso de fabricación.
- Planificación y control de la producción: Desarrollar un plan de producción detallado que incluya la programación de la producción, la asignación de recursos y la gestión del inventario para cumplir con los plazos de entrega y minimizar el exceso de inventario.

8.2 Localización de instalaciones

Las instalaciones de MHS Viste Bien, se encontrarán en 17 avenida 2-29, La Democracia, Quetzaltenango

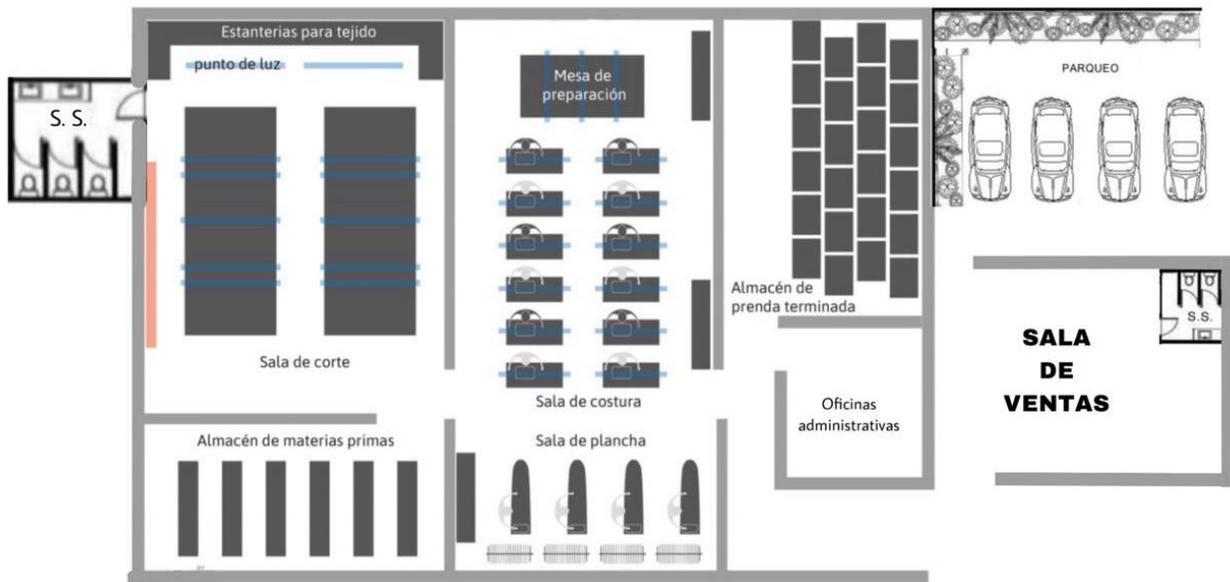
Mapa 2 Macro localización de la empresa



Fuente: Google Maps

8.3 Distribución en planta

Ilustración 5 Distribución en planta de la empresa MHS



Fuente: Elaboración propia

La distribución en planta de lo que será la empresa MHS, Viste bien, básicamente es un diseño pensado y planificado para poseer las características necesarias que toda fábrica de ropa debe de tener ya que debe poseer orden y distribución estratégica que facilite la realización de trabajo eficiente.

a) Ingreso

Contará con un amplio ingreso peatonal y vehicular, ambos en un mismo lugar para así ofrecer un cómodo ingreso a los clientes que deseen ingresar por cualquiera de las dos modalidades y a la vez por cualquier inconveniente de emergencia que pueda suscitarse dentro de las instalaciones

b) Oficinas administrativas

Las oficinas administrativas estarán ubicadas en la entrada a toda el área de fabricación ya que se considera parte fundamental para el área de operaciones, de ahí emana toda orden y planificación de la empresa.

c) Parqueo

Este se encuentra a un lado de las instalaciones de la empresa para una mejor comodidad y seguridad para los empleados y para el cliente que visite el lugar.

d) Servicios Sanitarios

Para una mejor comodidad se tienen servicios sanitarios para los clientes, así como para el personal que labore en la empresa. Los primeros se encuentran ubicados al fondo del área de fábrica, contara con baños o servicios sanitarios para hombres y mujeres y también se contará con servicios sanitarios en la tienda o sala de ventas para seguridad de los clientes que visitaran las instalaciones.

8.4 Flujograma

El diagrama de flujo o flujograma es la representación gráfica del algoritmo o proceso. (Bellows, Jeannie, & Castek, 2000)

Entonces se puede decir que es un diagrama de actividades y que representa los flujos de trabajo operacionales de los componentes de un sistema y que para su desarrollo utiliza símbolos con significados definidos representados todos por el proceso que lleva la ejecución del servicio.

- Sentido del flujo:

Significa el sentido y la secuencia de las etapas del proceso



- Límites:

Este símbolo se usa para identificar el inicio y el fin de un proceso



- Operación:

Representa una etapa del proceso y es donde se incluye el nombre de la etapa y de quien la ejecuta



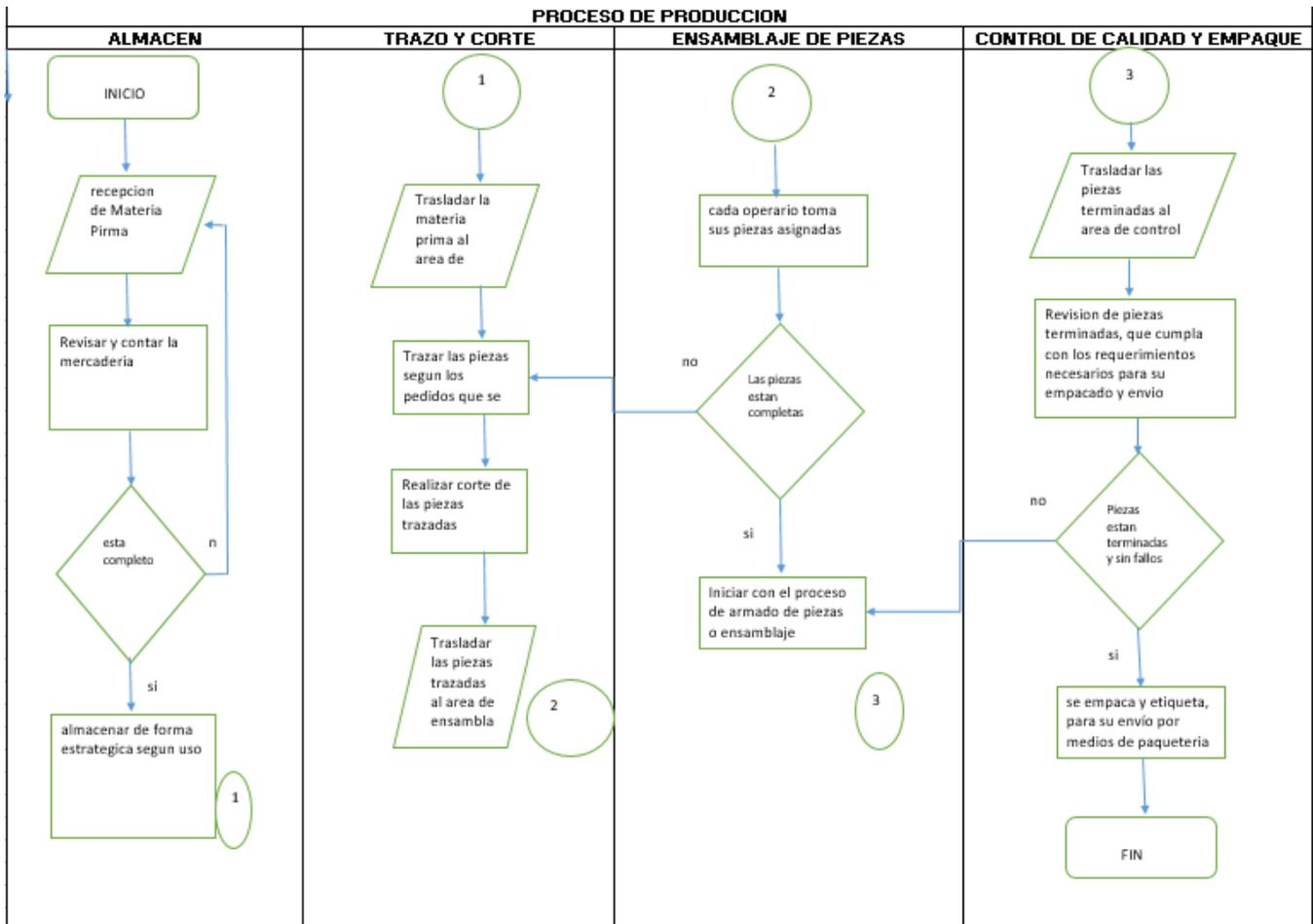
- Documento:

Simboliza al documento resultante de la operación respectiva, anotando en su interior el nombre que corresponda



Estableciendo la base teórica, se procede a definir el ciclo de producción que contará la empresa MHS Viste Bien.

Ilustración 6 Flujoograma de empresa MHS



Fuente: elaboración propia

8.5 Ciclo de Producción

El ciclo de producción se refiere al proceso que lleva desde el inicio de elaboración del producto, hasta su venta dentro de la empresa o específicamente en la tienda de la fábrica o sala de ventas, para lo cual se ha dividido en tres fases:

8.5.1 Ciclo de producción de MHS Viste Bien

El ciclo necesario para la fabricación de las prendas se describe a continuación:

- Investigación y Desarrollo (I+D):
 - ✓ Diseño del producto: Creación de conceptos y diseños de ropa o tejidos.
 - ✓ Desarrollo de prototipos: Elaboración de muestras y pruebas de los diseños para ajustar detalles y verificar viabilidad.
- Planificación y Preparación:
 - ✓ Selección de materiales: Elección de telas, hilos, botones y otros componentes.
 - ✓ Planificación de la producción: Definición de los métodos de fabricación, planificación de la capacidad y programación de la producción.
- Adquisición de Materias Primas:
 - ✓ Compra de textiles y otros insumos: Adquisición de las materias primas necesarias para la producción.
 - ✓ Recepción y control de calidad: Inspección de materiales para asegurar que cumplen con los estándares de calidad.
- Preparación de Materiales:
 - ✓ Almacenamiento y manejo: Organización y almacenamiento adecuado de los materiales.
 - ✓ Preparación de patrones y corte: Creación de patrones y corte de telas según las especificaciones del diseño.
- Confección:
 - ✓ Costura y ensamblaje: Unión de piezas de tela mediante costura para formar el producto final.

- ✓ Aplicación de acabados: Incorporación de detalles como botones, cierres, y otros adornos.
- Control de Calidad:
 - ✓ Inspección durante la producción: Revisión continua para detectar y corregir problemas de calidad.
 - ✓ Pruebas finales: Inspección del producto terminado para garantizar que cumpla con los estándares de calidad.
- Acabado:
 - ✓ Plancha y empaquetado: Planchado de los productos y empaquetado para su distribución.
 - ✓ Etiquetado: Adición de etiquetas con información del producto y cuidado.
- Distribución y venta:
 - ✓ Colocación de inventario en tienda: Media vez se haya terminado la colección se procede a asignar el inventario en tienda.
 - ✓ Logística y envío: Preparación de productos para su envío a distribuidores, minoristas o clientes finales.
 - ✓ Gestión de inventarios: Control de inventario para asegurar disponibilidad y gestión de existencias.
- Postventa:
 - ✓ Servicio al cliente: Atención a consultas y quejas de los clientes, manejo de devoluciones o cambios.
 - ✓ Evaluación y retroalimentación: Recolección de datos de feedback para mejorar procesos y productos.
- Mantenimiento y Mejora Continua:
 - ✓ Evaluación de procesos: Revisión periódica de los procesos de producción para identificar áreas de mejora.
 - ✓ Innovación: Incorporación de nuevas tecnologías y métodos para mantener la competitividad en el mercado.

En general, estos pasos representan el flujo típico de trabajo en una empresa textil.

Luego de la recepción de pedidos por parte del departamento de producción o pedido vía electrónica

- Ingreso de pedido por parte del departamento de producción o pedido via internet. El departamento de producción luego de tener en claro la cantidad que requerirá se encarga de enviarlos a confección.
- Interacción cliente
Al momento que se decide poner en acción una nueva colección el departamento de producción es el encargado de gestionar todo para que a los operarios se les encargue un pedido más una cantidad a fabricar, al igual que puede darse con un pedido vía electrónica puede ser producto de la publicidad en Facebook o de la tienda en línea.
- Confirmar pedido.
Luego de haber recibido el pedido, se procede a confirmar en caso de que el pedido sea realizado por clientes vía electrónica, se procede a pedir los datos para tomarlo, y posteriormente trasladarlo al departamento donde corresponde si el pedido es interno o proveniente del departamento de producción, de igual forma se procede a recibirlo y determinar el tiempo en el cual el pedido estará listo para surtir el inventario en tienda.
- Pago en tienda o pago en línea
Cuando la compra es en tienda, el cliente luego de haber elegido la prenda que le gusta o en la que está interesado, se procede a realizar el cobro por parte del encargado de tienda, si el pago es en línea, se ofrecerá el pago por visa en link, o pago contra entrega, esto último la empresa logística será la encargada de llevar a cabo el cobro. Y posteriormente hacer efectivo el pago de los pedidos enviados, a la empresa.

8.6 Especificaciones de tienda y fábrica.

Como parte de la oferta que se tendrá para la población o clientes potenciales, se detallan una serie de productos en su mayoría ropa semiformal o casual, para todas las edades y de acuerdo con la temporada utilizando la mejor materia prima.

a. Productos a la venta

Las sudaderas básicas sin capucha, también llamadas crewneck, ya que tienen un cuello redondo, son las sudaderas más antiguas y una de las más usadas desde el año 1940 hasta la actualidad, algo increíble porque, a pesar de que las modas han cambiado, su uso ha perdurado con el paso de los años.

Las sudaderas básicas son unas de las más vendidas en las tiendas gracias a que van con todo y son muy cómodas de usar, puedes incluso usarlas con una camisa de vestir por dentro y seguirá viéndose bien, un aspecto que las convierte en un excelente producto de merchandising.

Imagen 3 Producto: sudadera básica



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

Entre el material para fabricar una sudadera básica, está:

- 1 libra de tela, fibra textil: Algodón del color que se desee
- 8 oz. Resorte, algodón Spandex
- ½ Yarda de Cinta para terminación
- ½ oz. De Hilo del color del Sudadero.
- 1 etiqueta para prendas

El proceso de elaboración es similar entre cada una de las prendas que se mencionarán en el presente capítulo, por tal motivo esta prenda especificará y englobará cada una de las características:

- Trazo de piezas
- Corte de piezas
- Unión o ensamblar las piezas delantera y trasera en los hombros, con la maquina overlok.
- Pegado de mangas con el cuerpo, con maquina overlok
- Unión de costados desde el inicio de la manga hasta salir por la cintura.
Maquina overlok
- Cerrar puños y pretina y cuello de manera circular, con maquina plana.
- Cocer los puños y la pretina y cuello con la maquina overlok
- Con la cinta de terminación se cose de un hombro al otro de la parte de atrás así mismo se coloca la etiqueta en el centro del cuello, tomando en cuenta que debe cubrirse la costura que se hizo anteriormente para unir la parte de atrás con el cuello.

En la parte del proceso de control de calidad, luego de haber terminado la pieza se procede a su traslado al área de control de calidad, para revisar los siguientes aspectos:

- Puntada recta
- No saltos de puntada
- No Agujeros
- Hilo de mismo color que la prenda
- No, manchas

- No Hilos Sobrantes
- No fallos de tela
- Revisión que la talla de la etiqueta corresponda a la talla anotada por parte del área de corte.

Luego de haber cumplido con los requerimientos, se procede a etiquetar la prenda y doblarla para meterla a su respectivo empaque, para el envío a su destino.

Imagen 4 Producto: sudadera con capucha



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

Las sudaderas con capucha son la tendencia del momento. Son cómodas, unisex y protegen del frío a quien las lleve, sean niños jóvenes o personas mayores, son aptas para todo el mundo.

Una ventaja es que puedes personalizarlas, porque ofrecen una amplia superficie, así que puedes colocarle el estampado o bordado de tu empresa o marca y hacer regalos originales de empresas.

Las sudaderas personalizadas con capucha son una prenda completamente versátil que se ha convertido en uno de los básicos en el armario de todo el mundo. Además, existen diferentes colores y modelos.

El material para fabricar una sudadera con capucha es el siguiente:

- 1 ½ libra de tela, fibra textil: Algodón del color que se desee
- 8 oz. Resorte, algodón Spandex
- 1 yarda de Cinta para terminación
- ½ oz. De Hilo del color del Sudadero.
- 1 etiqueta para prenda
- Cinta con punta para sudadera.

Imagen 5 Producto: sudadera con cremallera o zipper



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

Para muchas personas, las sudaderas con cremallera son mucho más prácticas, ya que es más fácil ponérselas y quitárselas. Además, puedes usar una camisa debajo y bajar un poco el cierre y mostrar esta también.

Son usadas mucho por los atletas, ya que, para ellos son más cómodas que cualquier otra, si tienen mucho calor pueden bajar la cremallera para que entre más ventilación y listo.

Y a pesar de que no se pueden customizar con un diseño grande en el pecho, puedes optar por sudaderas con cremallera personalizadas en la parte trasera, donde se puede bordar o estampar cualquier diseño de tu preferencia. En la parte delantera habría que optar por un diseño más pequeño.

El material para fabricar una sudadera con cremallera o zipper es el siguiente:

- 1 ½ libra de tela, fibra textil: Algodón del color que se desee
- 8 oz. Resorte, algodón Spandex
- 1 Yarda de Cinta para terminación
- 1 zipper diente de tiburón del color de la tela, la medida varía según la talla.
- ½ oz. De Hilo del color del Sudadero.
- 1 etiqueta para prenda
- Cinta con punta para sudadera.

Imagen 6 Productos propios: sudadera a picos



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

El material para fabricar sudadera de cuello traslapado y picos es el siguiente:

- 1 ½ libra de tela, fibra textil: Algodón del color que se desee
- 8 oz. Resorte, algodón Spandex
- 1 Yarda de Cinta para terminación
- ½ oz. De Hilo del color del Sudadero.
- 1 etiqueta para prenda
- Cinta con punta para sudadera.

Imagen 7 Productos propios: sudadera cuello con traslape izquierdo



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

Es un diseño único, propio y bonito, combina con jeans, con pants, e incluso con falda por su diseño elegante, utilizando siempre material de la mejor calidad, y colores siempre de temporada

El material para fabricar la sudadera con cuello traslapado y picos es el siguiente:

- 1 ½ libra de tela, fibra textil: Algodón del color que se desee
- 8 oz. Resorte, algodón Spandex
- 1 Yarda de Cinta para terminación

- ½ oz. De Hilo del color del Sudadero.
- 1 etiqueta para prenda
- Cinta con punta para sudadera.
- Pieza de 10x10 cm de cuerina color café

Imagen 8 Productos propios: sudadera cuchillas o corte anatómico



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

Es una sudadera muy bonita especialmente para mujeres, diseñado para andar cómodo y casual, siempre manejando los mejores colores de acuerdo con la temporada.

Como parte de los materiales para su fabricación están:

- 1 ½ libra de tela, fibra textil: Algodón del color que se desee
- 8 oz. Resorte, algodón Spandex
- 1 Yarda de Cinta para terminación
- ½ oz. De Hilo del color del Sudadero.
- 1 etiqueta para prenda
- Cinta con punta para sudadera.

- Pieza de 10x10 cm de cuerina color café
- Proceso de elaboracion
- Trazo de piezas
- Corte de piezas
- Unir picos de parte delantera, trasera y manga
- Cocer ambas bolsas, pegando el detalle de cuerina
- Unión o ensamblar las piezas delantera y trasera en los hombros, con la maquina overlok.
- Armado y pegado de gorro
- Pegado de mangas con el cuerpo, con maquina overlok
- Unión de costados desde el inicio de la manga hasta salir por la cintura.
Maquina overlok
- Cerrar puños y pretina, con maquina plana.
- Unir puños pretina y gorro con el cuerpo y mangas del sudadero
- Con la cinta de terminación se cose de un hombro al otro de la parte de atrás asi mismo se coloca la etiqueta en el centro del cuello, tomando en cuenta que debe cubrirse la costura que se hizo anteriormente para unir la parte de atrás con el cuello.

Imagen 9 Pants



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

El material por utilizar para fabricar un pants es el siguiente:

- 1 libra de tela, fibra textil: Algodón del color que se desee
- 4 oz. Resorte, algodón Spandex
- ½ oz. De Hilo del color del Pants
- 1 etiqueta para prenda y talla
- Cinta con punta para pants
- 2 ojetes para cinta

Imagen 10 Playera básica hombre y mujer



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

La playera básica manga corta es una prenda funcional por excelencia pues combina casi con todo y puedes verte elegante, casual o relajada, pues te da la posibilidad pasar de la comodidad en tu hogar a la calle o el trabajo con total comodidad debido a su diseño versátil.

El material para fabricar la playera básica.

- 1 lb. De tela fibra de playera hilo 22 e hilo 21 algodón 85% spandex 15%
- 2 oz resorte de playera del mismo color de la playera
- ¼ de yarda. De cinta para terminación

- 1 etiqueta de la marca y de talla
- ¼ de oz. De hilo de color de la playera

Imagen 11 Blusa manga globo



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

La blusa de manga globo es un tipo de blusa muy moderno, estilo original y propio de la marca MHS Viste Bien, para dama, con un material fresco, ligero y manejable.

El material para elaborar la blusa tipo globo es el siguiente:

- ¾ de Yda. De tela
- ¼ de Yda. De elástico de 1cm
- 1 Boton de blusa
- ¼ de Oz. De hilo del color de la blusa

Imagen 12 Blusa lisa con mangas de campana



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

Un tipo de blusa elegante y casual, fabricado en tela lisa colores neutros que creemos que van con todo, es una buena opción para las mujeres que quieren vestir a la moda.

El material para la fabricación es el siguiente:

- 1 $\frac{1}{4}$ de tela frenchi colores neutros
- 1 botón de blusa
- $\frac{1}{4}$ de Oz. De hilo del color de la blusa

Imagen 13 Producto: conjunto de pants y sudadero



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

Conjuntos pants y sudaderas, lindas combinaciones, excelente opción para realizar las actividades diarias o bien para hacer ejercicio.

El material para la elaboración Sudadera

- 1 ½ libra de tela, fibra textil: Algodón del color que se desee
- 8 oz. Resorte, algodón Spandex
- 1 yarda de Cinta para terminación
- ½ oz. De Hilo del color del Sudadero.
- 1 etiqueta para prenda
- Cinta con punta para sudadera.

Imagen 14 Producto: conjunto deportivo



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

Cómodo traje deportivo, apto especialmente para hacer ejercicio o para usarlo casualmente. Solo en color negro y todas las tallas

Entre los materiales a utilizar para su elaboración están:

- 2 ½ libra de tela, licra
- 1 Yarda de Cinta para terminación
- ½ oz. De Hilo del color del conjunto
- 2 etiqueta para prenda
- Ziper para chumpa de 50 a 60 cm dependiendo de la talla.

Imagen 15 Producto: pijamas hombre y mujer



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

Hermosos pijamas unisex, tela playera hilo 21, muy fresca y colores en tendencia.
Todas las tallas.

El material para su fabricación es:

- 1 $\frac{3}{4}$ lb tela playera algodón hilo 21
- 4 oz. Resorte de playera
- 2 oz. De hilo color de playera
- $\frac{1}{2}$ yda. De elástico para pretina
- 2 etiquetas
- $\frac{1}{2}$ de cinta para terminación de playera

Imagen 16 Producto: blazer juvenil de dama



Fuente: imagen de inventario empresa MHS. Junio 2024

Lindo blazer diseño juvenil, elegante y casual combina con todo, apto para ir al trabajo o salir con las amigas a tomar un café, elaborado en tela frenchi de alta calidad, colores neutros, negro, blanco, beige.

El material para su elaboración es el siguiente:

- 1,50 metros de tela tejido plano (frenchi)
- 70 cm de entretela pegante (delgada)
- 2 botones
- Hilo al color de la tela

Tabla 10 Consolidado de productos a la venta

Descripción	Talla	Precio
Conjunto sudadero y pants	XS, S, M, L XL	Q 280.00
Conjunto deportivo	XS, S, M, L XL	Q 290.00
Pijamas hombre y mujer	XS, S, M, L XL	Q 200.00
Blazer juvenil de dama	XS, S, M, L XL	Q 250.00
Sudadera básica	XS, S, M, L XL	Q 180.00
Sudadera con capucha	XS, S, M, L XL	Q 180.00
Sudadera con cremallera o zipper	XS, S, M, L XL	Q 190.00
Sudadera con picos	XS, S, M, L XL	Q 180.00
Sudadera cuello con traslape izquierdo	XS, S, M, L XL	Q 180.00
Sudadera cuchillas o corte anatómico	XS, S, M, L XL	Q 180.00
Pants	XS, S, M, L XL	Q 160.00
Playera básica hombre y mujer	XS, S, M, L XL	Q 125.00
Blusa manga globo	XS, S, M, L XL	Q 130.00
Blusa lisa con mangas campana	XS, S, M, L XL	Q 130.00

Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Junio 2024

Tabla 11 Costo de materia prima

Descripción	Unidad de medida	Costo unitario
Tela Flisi de pants y sudadero	libra	Q 30.00
Tela para playera algodón hilo 22	libra	Q 20.00
Tela Qatar	libra	Q 30.00
Lycra	libra	Q 30.00
Tela Frechi	Yarda	Q 30.00
Resorte para pants y sudadera	libra	Q 16.00
Cinta diferentes colores	libra	Q 2.00
Elástico para pretinas	Rollo	Q 32.00
Entretela blanca	Yarda	Q 10.00
Resorte para palayera	libra	Q 15.00
Botones	Ciento	Q 25.00
Hilo diferentes colores	Unidad	Q 6.25

Fuente: elaboración propia a partir de estudio de mercado. Junio 2024

8.7 Equipo e instalaciones

Para que todo lo plasmado y propuesto se lleve a cabo, es necesario contar con un buen equipo y mobiliario que permitirá que las operaciones sean óptimas.

Tabla 12 Mobiliario y equipo

Cant.	Descripción	Costo Unitario		Costo Total	
3	Escritorios tipo ejecutivo	Q	1,500.00	Q	4,500.00
3	Archivos de metal	Q	2,700.00	Q	8,100.00
3	Sillas ejecutivas	Q	400.00	Q	1,200.00
1	Mesa grande de corte	Q	1,000.00	Q	1,000.00
1	Mesa para planchar	Q	800.00	Q	800.00
5	Máquinas planas industriales	Q	4,500.00	Q	22,500.00
4	Máquinas Overlok industriales	Q	4,500.00	Q	18,000.00
2	Máquinas collateras	Q	5,500.00	Q	11,000.00
1	Plancha industrial	Q	5,000.00	Q	5,000.00
2	Planchas caseras	Q	350.00	Q	700.00
1	Plotter de corte	Q	5,000.00	Q	5,000.00
1	Máquina bordadora pequeña	Q	12,000.00	Q	12,000.00
100	Agujas para las máquinas	Q	2.25	Q	225.00
	Tijeras, reglas y tizas	Q	2,000.00	Q	2,000.00
12	Cintas métricas	Q	3.00	Q	36.00
3	Pistolas etiquetadoras	Q	125.00	Q	375.00
10	Sillas de plástico	Q	30.00	Q	300.00
1	Planta telefónica	Q	500.00	Q	500.00
1	Teléfono, internet	Q	500.00	Q	500.00
3	Muebles para exhibir el producto en tienda	Q	2,000.00	Q	6,000.00
6	Estanterías con base de metal y madera	Q	1,000.00	Q	6,000.00
6	Maniqués hombre, mujer y niño para exhibir producto	Q	1,600.00	Q	9,600.00
1	Escalera para boutique	Q	400.00	Q	400.00
1	Escritorio tipo ejecutivo para encargado de tienda	Q	1,200.00	Q	1,200.00
1	Silla ejecutiva para encargado de tienda	Q	400.00	Q	400.00
300	Serchas de madera	Q	3.50	Q	1,050.00
1	bocina pre amplificada para ambientar la tienda	Q	1,000.00	Q	1,000.00
1	Sistema de cámaras de vigilancia (3 cámaras)	Q	1,500.00	Q	1,500.00
1	Sistema de pago con tarjeta (POS)	Q	800.00	Q	800.00
1	Extintor	Q	800.00	Q	800.00
	TOTAL			Q	122,486.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 13 Equipo de cómputo

Cant.	Descripción	Costo Unitario		Costo Total	
3	Computadoras portátiles marca HP	Q	5,500.00	Q	16,500.00
2	Impresoras multifuncionales EPSON	Q	1,600.00	Q	3,200.00
2	UPS	Q	500.00	Q	1,000.00
TOTAL				Q	20,700.00

Fuente: elaboración propia

8.8 Limpieza y mantenimiento

Se recomienda realizar mantenimiento y limpieza profunda a la maquinaria que estará asignada directamente para la elaboración de las prendas, para garantizar la vida útil de las mismas. Cada uno de los departamentos se encargará y organizarán de manera interna la limpieza.

Tabla 14 Útiles y enseres

Cant.	Descripción	Costo Unitario		Costo Mensual		Costo Anual	
6	Galones de deinfectante	Q	30.00	Q	180.00	Q	2,160.00
6	Galones de cloro	Q	15.00	Q	90.00	Q	1,080.00
3	Escobas	Q	15.00	Q	45.00	Q	540.00
2	Trapeadores	Q	20.00	Q	40.00	Q	480.00
1	Galón de jabon de manos tipo gel	Q	25.00	Q	25.00	Q	300.00
	Insumos varios de limpieza	Q	100.00	Q	100.00	Q	1,200.00
TOTAL						Q	5,760.00

Fuente: elaboración propia

8.9 Materia Prima

Para que la producción sea eficiente y óptima y producir productos de alta calidad es necesario optar por buenos proveedores tanto de materia prima como de material para terminación, mismo que se ha contactado desde ya proveedores de la ciudad capital, entre ellos el grupo Latintex S.A. los proveedores más grandes a nivel nacional de producto textil.

Para tal propósito, se detalla a continuación el desglose de materia prima necesaria para dicha producción diaria, con su precio unitario y el total requerido mensualmente.

Tabla 15 Costo Materia Prima

Descripción	Unidad de medida	Costo unitario
Tela Flisi de pants y sudadero	libra	Q 30.00
Tela para playera algodón hilo 22	libra	Q 20.00
Tela Qatar	libra	Q 30.00
Lycra	libra	Q 30.00
Tela Frechi	Yarda	Q 30.00
Resorte para pants y sudadera	libra	Q 16.00
Cinta diferentes colores	libra	Q 2.00
Elástico para pretinas	Rollo	Q 32.00
Entretela blanca	Yarda	Q 10.00
Resorte para palayera	libra	Q 15.00
Botones	Ciento	Q 25.00
Hilo diferentes colores	Unidad	Q 6.25

Fuente: elaboración propia

Tabla 16 Costo Material de Empaque

Cant.	Descripción	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
500	Bolsas para empaque de envío	Q 0.80	Q 400.00	Q 4,800.00
500	Bolsas de papel kraft impresas con el logotipo	Q 4.75	Q 2,375.00	Q 28,500.00
12	Rollos de sellador para empacar	Q 10.00	Q 120.00	Q 1,440.00
200	Bolsas canguro	Q 0.85	Q 170.00	Q 2,040.00
	TOTAL			Q 36,780.00

Fuente: elaboración propia

Inicialmente ésta será la propuesta de la empresa MHS, Viste Bien, apostando a futuro la diversificación de oferta, así como conocimiento de las preferencias de los consumidores.

8.9.1 Proceso de recepción de materias primas

La recepción de las mercancías la realizará una persona que tenga conocimientos en cuanto a las características de los productos, su calidad, sus condiciones óptimas en las cuales se deberán recibir, que el material este completo. Y, por último, pero sin ser menos importante, aunque el proveedor sea de plena confianza es necesario que la administración revise periódicamente el proceso, para poder llevar un control.

En este proceso el encargado de recibir materias primas deberá:

- Pesar y conocer cantidad y anotarla, o rotular
- Revisar individualmente cada uno de los productos
- Revisar la cantidad y calidad de tela o material que recibe
- Verificar que todos los productos cumplan con las especificaciones de compra.
- Comparar precios con las órdenes de compra

En necesario realizar minuciosamente cada uno de estos pasos, para evitar los errores más frecuentes, como lo pueden ser, que los productos suministrados tengan un menor peso, o que no coincida el yardaje que se pidió también envíos incompletos con la cuenta completa, productos en malas condiciones o telas con fallos, o sea sin las condiciones especificadas, O entregas de mercancías de menor calidad.

Además, se deberán efectuar inspecciones diariamente en donde se almacene toda esta materia prima para verificar que cumplan con la calidad esperada antes de usarlos, además de utilizar para su despacho el método PEPS (Primero en Entrar, Primero en Salir).

Adicionalmente a los cuidados anteriores, se deberán realizar fumigaciones trimestrales, con el propósito de evitar moscas ya que el material es delicado, polillas, hormigas, cucarachas, ratas o ratones, tal y como se describe en las condiciones de almacenamiento

8.9.2 Proveedores

La selección de proveedores se basará en cinco factores determinantes:

- Calidad en los productos
- Voluntad para trabajar de común acuerdo
- Idoneidad técnica
- Localización geográfica
- Precio

Para poder lograr un sistema efectivo de compras se debe propiciar un ambiente en el que las relaciones no sean antagónicas sino donde ambas partes sean beneficiadas.

Claves:

- Que sea de largo plazo

- Que sea de mutuo acuerdo
- Que se tenga menos, pero mejores proveedores, ya que la calidad juega un papel muy importante

8.9.4 Condiciones de almacenamiento

- Condiciones Ambientales:
 - ✓ Temperatura: Mantener una temperatura adecuada para evitar daños a las materias primas. Algunas telas y materiales pueden ser sensibles a cambios bruscos de temperatura.
 - ✓ Humedad: Controlar los niveles de humedad para prevenir la formación de moho y hongos. Los materiales textiles, especialmente los naturales como el algodón, pueden ser susceptibles a la humedad.
 - ✓ Ventilación: Asegurar una buena ventilación para evitar la acumulación de humedad y permitir la circulación de aire, lo cual es especialmente importante en almacenes grandes.
- Protección Contra Contaminantes:
 - ✓ Limpieza: Mantener el área de almacenamiento limpia para evitar la acumulación de polvo, suciedad y otros contaminantes.
 - ✓ Protección de plagas: Implementar medidas para prevenir la infestación por insectos o roedores que podrían dañar los materiales.
- Organización y Manejo:
 - ✓ Etiquetado: Etiquetar claramente los materiales con información sobre el tipo, color, cantidad y fecha de recepción para facilitar su identificación y uso.
 - ✓ Método de almacenamiento: Utilizar estanterías, racks o contenedores adecuados para mantener los materiales organizados y accesibles. Los rollos de tela, por ejemplo, deben estar bien enrollados y almacenados de manera que no se deformen.

- Seguridad:
 - ✓ Acceso restringido: Limitar el acceso al área de almacenamiento a personal autorizado para prevenir robos o daños accidentales.
 - ✓ Control de inventario: Implementar un sistema de control de inventario para realizar seguimientos regulares y evitar pérdidas o excesos.
- Manejo de Materiales:
 - ✓ Manipulación: Utilizar técnicas y equipos adecuados para mover los materiales sin dañarlos. Por ejemplo, evitar arrastrar rollos de tela por el suelo.
 - ✓ Carga y descarga: Implementar prácticas seguras para la carga y descarga de materiales para evitar daños y lesiones.
- Control de Calidad:
 - ✓ Inspección: Realizar inspecciones periódicas de los materiales almacenados para asegurar que mantienen su calidad y están libres de defectos.
 - ✓ Rotación de inventario: Implementar un sistema de rotación, como el primero en entrar, primero en salir (PEPS), para asegurar que los materiales más antiguos se utilicen primero y se minimicen los riesgos de obsolescencia o deterioro.
- Documentación:
 - ✓ Registros: Mantener registros detallados de las entradas y salidas de materiales, así como de su estado y ubicación dentro del almacén.
 - ✓ Auditorías: Realizar auditorías regulares para verificar que los procedimientos de almacenamiento y control de inventario se sigan correctamente.
 - ✓ Condiciones de higiene, limpieza y seguridad que deben contemplarse en la tienda o sala de ventas.

Para asegurar una experiencia de compra positiva y eficaz en la sala de ventas o tienda de ropa, es importante considerar varias condiciones clave. Como las que a continuación se detallan:

- **Ambiente y Comodidad:**
 - ✓ **Temperatura:** Mantener una temperatura agradable para los clientes, generalmente entre 20°C y 22°C (68°F y 72°F), para que puedan estar cómodos mientras compran.
 - ✓ **Iluminación:** Utilizar una iluminación adecuada que resalte los productos y cree una atmósfera acogedora. La iluminación debe ser suficiente para que los clientes puedan ver los detalles de la ropa sin causar fatiga visual.

- **Diseño y Organización del Espacio:**
 - ✓ **Distribución:** Organizar la tienda de manera que facilite el flujo de clientes y la navegación. Usar un diseño que permita a los clientes encontrar fácilmente lo que buscan y explorar otras áreas.
 - ✓ **Zonas de exhibición:** Crear zonas temáticas o agrupaciones de productos que faciliten la búsqueda por categorías (como ropa casual, formal, deportiva, etc.).
 - ✓ **Espacios para probadores:** Disponer de probadores cómodos y bien iluminados para que los clientes puedan probarse la ropa. Asegurarse de que sean privados y tengan suficiente espacio para moverse.

8.9.5 Higiene y Mantenimiento:

- ✓ **Limpieza:** Mantener la tienda limpia y ordenada en todo momento, incluyendo el suelo, las estanterías, los probadores y las áreas de caja.
- ✓ **Mantenimiento:** Revisar y reparar cualquier daño en el mobiliario o en la infraestructura para asegurar que todo esté en buen estado.

- Visual Merchandising:
 - ✓ Exhibición de productos: Asegurarse de que la ropa esté bien presentada en las estanterías y percheros. Utilizar maniqués y exhibidores para mostrar cómo se ven los productos cuando están puestos.
 - ✓ Rotación de productos: Actualizar y rotar los productos regularmente para mantener el interés de los clientes y destacar nuevas colecciones o promociones.

- Seguridad:
 - ✓ Cámaras de vigilancia: Instalar cámaras de seguridad para prevenir robos y mantener un ambiente seguro.
 - ✓ Personal de seguridad: Contar con personal de seguridad si es necesario, especialmente en tiendas con alto volumen de clientes o en zonas de alto riesgo.

- Experiencia del Cliente:
 - ✓ Atención al cliente: Capacitar al personal para ofrecer un servicio al cliente amable y eficiente. Asegurarse de que el personal esté disponible para ayudar con preguntas o necesidades.
 - ✓ Facilidades de pago: Ofrecer múltiples opciones de pago, incluyendo tarjetas de crédito/débito, pagos móviles y efectivo.
 - ✓ Accesibilidad: Asegurar que la tienda sea accesible para personas con discapacidades, incluyendo rampas de acceso, probadores adaptados y pasillos amplios.

- Promociones y Señalización:
 - ✓ Carteles y señalización: Utilizar señalización clara para guiar a los clientes y comunicar ofertas especiales, descuentos y promociones.
 - ✓ Ofertas y promociones: Exhibir las ofertas y promociones de manera visible para atraer la atención de los clientes.

- Ambiente y Estética:

- ✓ **Decoración:** Elegir una decoración que sea coherente con la identidad de la marca y que cree una atmósfera agradable y atractiva para los clientes.
- ✓ **Música:** Utilizar música de fondo que complemente la experiencia de compra sin ser demasiado invasiva.

Estas condiciones ayudan a crear una tienda de ropa que no solo sea funcional y eficiente, sino también atractiva y agradable para los clientes.

- En relación con los equipos y maquinaria instalada:
- Los equipos utilizados se deben limpiar después de su uso, Las partes desmontables de los equipos se deben lavar y desinfectar cada vez que se usan.
- Cuando se renueve el aceite de la freidora, esta se debe vaciar por completo y se debe limpiar a fondo.

8.10 Determinación de la capacidad instalada

La capacidad instalada es una medida clave que ayuda a las empresas a planificar la producción, gestionar los recursos y evaluar la eficiencia operativa. Permite a la fábrica de ropa conocer su potencial máximo y tomar decisiones informadas sobre expansión, inversión y ajustes operativos.

La capacidad instalada en la fábrica de ropa se refiere al máximo volumen de producción que la planta puede alcanzar bajo condiciones normales de operación, que incluye:

- **Equipamiento y Maquinaria:** La cantidad y el tipo de maquinaria disponible para la fabricación de ropa, como máquinas de coser, cortadoras, y equipos de acabado.
- **Espacio Físico:** El área disponible en la fábrica para operar, almacenar materias primas, y organizar el flujo de trabajo.
- **Personal:** La cantidad de empleados capacitados y disponibles para operar las máquinas, manejar el flujo de trabajo y llevar a cabo las distintas etapas del proceso de producción.
- **Tecnología y Procesos:** La tecnología empleada en el proceso de producción y la eficiencia de los métodos y procedimientos utilizados.

- Turnos de Trabajo: La cantidad de horas de trabajo y los turnos disponibles, que pueden afectar la cantidad de producción que se puede realizar en un período de tiempo

Luego de haber identificado cada uno de los factores se procede a desarrollar la formula.

Capacidad Instalada = (Producción por Hora × Número de Horas por Turno × Número de Turnos por Día x Número de Días Operativos por Año)

Producción por hora,	5 unidades
Número de horas	8 horas
Numero de operarios	3 operarios
Número de días al mes	22 días
Número de días al año	250

$$CI= 4 \times 3 = 12$$

$$CI= 12 * 8$$

$$CI=96 \text{ Piezas por día}$$

$$CI= 96 \times 250 = \mathbf{24,000 \text{ por año}}$$

Al analizar los factores adicionales que podrían afectar de manera mínima la producción, se considera que son tiempos muertos, dichos tiempos aparentemente no afectan, pero a la larga y unificando o sumando cada minuto, cada hora, se puede encontrar que, si afectan en la producción, de manera que todo cambia de manera significativa la producción y tiene una diferencia entre la producción normal.

De la siguiente manera se determinarán los tiempos muertos, a manera de tener un dato más exacto de producción.

Si la fábrica opera 40 horas por semana y el tiempo muerto total es de 3 horas semanales entonces al mes serian 12hrs.

Se calcula que alrededor de 3 horas semanales se pierden por cualquier situación;

$$\text{T tiempo muerto \%} = (12 \text{ hrs}/160 \text{ hrs}) \times 100 = 7.5\%$$

$$\text{TM} = (0.075) * 100$$

$$\text{TM} = 7.5\% \text{ sobre la producción mensual}$$

Tomando en cuenta que la producción mensual es de 24,000 piezas

Los tiempos muertos =

$$24,000 * 7.5\% = 1,800$$

22,600

Esto significa que el 7.5 por ciento de la producción se ha perdido debido a tiempos muertos. Por lo que se deben tomar en cuenta acciones para mejorar el rendimiento.

Una vez que se haya calculado los tiempos muertos y su porcentaje, analizar las causas principales y buscar formas de reducirlas. Algunas estrategias pueden incluir:

- **Mantenimiento Preventivo:** Implementar un programa de mantenimiento preventivo para reducir fallos inesperados, en maquinaria especialmente y de esta manera buscar disminuir el tiempo muerto.
- **Capacitación del Personal:** Capacitar al personal para minimizar errores y mejorar la eficiencia, sobre todo en el buen uso de las maquinas, esto puede incluir una rutina diaria antes de iniciar operaciones, revisar de manera general que todo esté funcionando bien en la maquina asignada.
- **Optimización de Procesos:** Revisar y mejorar los procesos de configuración y cambio de lote para reducir el tiempo de inactividad.
- **Gestión de Inventarios:** Asegurar una correcta gestión de inventarios para evitar faltas de materiales.

- **Monitorear y Repetir:** Monitorear regularmente los tiempos muertos y repite el proceso de cálculo y análisis para asegurar que las medidas tomadas sean efectivas y continúen mejorando la eficiencia operativa.

Este enfoque ayudará a identificar, calcular y reducir los tiempos muertos en la fábrica textil, optimizando así la producción y mejorando la eficiencia general.

8.11 Programación

La empresa operará los cinco días de semana laborando 8 horas diarias, así como la tienda o sala de ventas estará abierto al público en general de lunes a sábado, en horario 9:00 am 18:00 pm.

La calidad de nuestros productos y acabados finos dará como resultado que la empresa tenga el éxito esperado. Para ello se requiere establecer con detalle el proceso de atención al cliente, así como también el de fabricación y que el personal se guíe por medio de diagramas para que le faciliten la toma de decisiones.

La siguiente gráfica presenta una propuesta para un proceso de fabricación así como de atención al cliente.

Ilustración 7 Diagrama de procesos para la empresa MHS

No	Descripción	Tiempo en minutos					
1	El operario ubica sus piezas asignadas	1					
2	El operario realiza pegado de entretela o preparación de pretina o resorte	3					
3	Ensamblado (unión de piezas base, delantera posterior)	0.50					
4	Ensamblado de piezas secundarias (gorro y cuello, bolsas)	5					
5	Pegado de mangas, cuello o gorro	2					
6	Pegado de zíper o hechura de bias y ojal para botón	5.5					
7	Terminaciones, cinta en cuello, pegado de resorte o dobladillo, y pegado de etiqueta de talla	2.5					
8	Traslado de producto terminado al área de control de calidad	0.5					
		20					
RESUMEN							
	ACTIVIDAD	SIMBOLO					
	Operación		6				
	Transporte		2				
	Inspección		0				
	Espera		0				
	Almacenaje		0				
	TOTAL ACTIVIDADES REALIZADAS		8				

Fuente: Elaboración propia

En la anterior grafica se puede observar que cada operario tiene un tiempo aproximado de 20 minutos para elaborar una prenda esta cantidad representa un 4.16 % del tiempo de su día de trabajo que son 480 minutos.

Ilustración 8 Diagrama del proceso de venta en la empresa MHS

No	Descripción	Tiempo en minutos					
1	El cliente ingresa a la tienda	0.30					
2	Observa las diferentes opciones	5					
3	Pregunta por la talla y color que le interesa	0.30					
4	Se talla las opciones que el vendedor le ofrece	4					
5	Elige la opción que más le gusta	2					
6	Pregunta las formas de pago	1.00					
7	Hace el pago correspondiente a la forma que eligió	1.30					
8	El cliente espera su producto mientras lo empaacan	0.30					
9	El cliente se retira de la tienda	0.30					
		14.50					
RESUMEN							
	ACTIVIDAD	SIMBOLO					
	Operación		5				
	Transporte		2				
	Inspección		1				
	Espera		1				
	Almacenaje		0				
TOTAL ACTIVIDADES REALIZADAS			9				

Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse, el tiempo aproximado que un cliente estaría dentro de las instalaciones de la tienda es de, son 14.50 minutos.

Por otro lado, también se realiza una proyección de ingresos a partir de la asistencia a la tienda, teniendo los precios fijados que oscilan entre Q125.00 y Q280.00 por prenda.

8.12 Proyección de ventas

Descripción	Talla	Precio	Diaria	Semanal	Mensual	Anual	Total anual
Conjunto sudadero y pants	XS, S, M, L XL	Q 280.00	3	18	72	864	Q 241,920.00
Cojunto deportivo	XS, S, M, L XL	Q 290.00	4	24	96	1,152	Q 334,080.00
Pijamas hombre y mujer	XS, S, M, L XL	Q 200.00	3	18	72	864	Q 172,800.00
Blazer juvenil de dama	XS, S, M, L XL	Q 250.00	4	24	96	1,152	Q 288,000.00
Sudadera básica	XS, S, M, L XL	Q 180.00	3	18	72	864	Q 155,520.00
Sudadera con capucha	XS, S, M, L XL	Q 180.00	2	12	48	576	Q 103,680.00
Sudadera con cremallera o zipper	XS, S, M, L XL	Q 190.00	4	24	96	1,152	Q 218,880.00
Sudaderea con picos	XS, S, M, L XL	Q 180.00	3	18	72	864	Q 155,520.00
Sudadera cuello con traslape izquierdo	XS, S, M, L XL	Q 180.00	2	12	48	576	Q 103,680.00
Sudadera cuchilas o corte anatómico	XS, S, M, L XL	Q 180.00	3	18	72	864	Q 155,520.00
Pants	XS, S, M, L XL	Q 160.00	5	30	120	1,440	Q 230,400.00
Playera básica hombre y mujer	XS, S, M, L XL	Q 125.00	6	36	144	1,728	Q 216,000.00
Blusa manga globo	XS, S, M, L XL	Q 130.00	3	18	72	864	Q 112,320.00
Blusa lisa con mangas campana	XS, S, M, L XL	Q 130.00	4	24	96	1,152	Q 149,760.00
TOTAL							Q 2,638,080.00

Fuente: elaboración propia con base a proyección de mercado

8.13 Normas de higiene y seguridad

La higiene es base fundamental en tanto en la fábrica como en la tienda, ya que se maneja tela muy delicada y colores muy sensibles a la suciedad, misma que debe resguardarse para mantener la calidad en los productos y evitarse inconvenientes a la hora de sacar la tela o manejarla, al igual que con los productos terminados y colocados en tienda: a continuación, se detallan los más importantes

- Higiene Personal:
 - ✓ El personal debe utilizar uniforme y ropa de trabajo: Los empleados deben usar uniformes limpios y adecuados para evitar la contaminación de los productos.
 - ✓ Limpieza de Manos: se les instara a los empleados a lavarse las manos y desinfectantes. Se debe promover el lavado frecuente de manos.
- Limpieza del Entorno:
 - ✓ Superficies y Equipos: Para iniciar las operaciones cada empleado será responsable de la limpieza regular y desinfección de su área o maquina asignada, herramientas y superficies de trabajo.
 - ✓ Áreas Comunes: Los baños deben mantenerse limpios y en buen estado, esto correrá a cargo de las empleadas de tienda.
- Control de Plagas:
 - ✓ Inspección y Mantenimiento: Se fumigará al menos dos veces al año, más que todo en cambio de temporada para prevenir infestaciones.
- Almacenamiento de Materiales:
 - ✓ Condiciones Adecuadas: Los materiales estarán almacenados bajo techo, en lugar seco y en condiciones apropiadas para evitar daños y contaminación.
 - ✓ Separación de Productos: Se mantendrá separado siempre los materiales y los productos terminados de los desechos y materiales no aptos.
- Seguridad en el Manejo de Equipos:
 - ✓ Capacitación: Cada vez que llegue un nuevo empleado se le dará una inducción en el uso seguro de las máquinas y equipos.

- ✓ **Mantenimiento:** Se realizarán mantenimientos preventivos y correctivos regularmente.
- **Seguridad Laboral:**
 - ✓ **Equipos de Protección:** Dependiendo del material y proceso que se trabaje se brindaran equipos de protección personal (EPP) como guantes, gafas, mascarillas, etc.
 - ✓ **Protocolos de Emergencia:** Se contará con plan de emergencia y uso de extintor, se capacitará a todas las personas sobre primeros auxilios bien establecidos.
- **Control de Residuos:**
 - ✓ **Clasificación:** Se mantendrá capacitado al personal sobre el sistema de gestión de residuos para asegurar que los desechos sean clasificados y gestionados adecuadamente. Ya que con el pago de renta incluye el tren de aseo semanal.
- **Salud Ocupacional:**
 - ✓ **Exámenes Médicos:** Cada empleado gozara del servicio del IGSS, se les instara a realizarse exámenes médicos periódicos para asegurar que su salud no este expuesta a riesgos debido a sus tareas.

8.13.1 Normas de Higiene y Seguridad en la Tienda de Ropa

- **Higiene del Espacio de Ventas:**
 - ✓ **Limpieza Regular:** Las encargadas de tienda velaran por la limpieza en el área de ventas, ya que debe estar limpia y ordenada, incluyendo probadores y áreas de pago.
 - ✓ **Desinfección:** Así mismo constantemente se limpiarán superficies de alto contacto, como manijas de puertas y cajas registradoras, con regularidad.
- **Higiene Personal del Personal:**
 - ✓ Las encargadas de tienda tendrán siempre una prenda que identifique la empresa
 - ✓ **Ropa Limpia:** El gerente siempre velara porque que el personal use el uniforme asignado o ropa limpia y profesional.

- ✓ Salud del Personal: Se instará constantemente sobre las prácticas de higiene personal como el lavado frecuente de manos.
- Seguridad del Cliente:
 - ✓ Accesibilidad: Así mismo las asesoras o encargadas de tienda velaran porque que las áreas de la tienda sean accesibles y libres de obstáculos para evitar accidentes cuando los clientes se presenten a realizar compras o simplemente conocer la tienda.
 - ✓ Control de Afluencia: Deberán controlar siempre la cantidad de clientes en la tienda para evitar aglomeraciones y mantener el distanciamiento social si es necesario, de esta manera se evitará propagar ciertas enfermedades si este fuera el caso.
- Seguridad en el Manejo de Dinero:
 - ✓ Procedimientos de Caja: Se tendrán implementado procedimientos seguros para el manejo del dinero y la prevención de robos.
- Manipulación y Exhibición de Productos:
 - ✓ Etiqueta de Productos: Al momento de ingresar producto a inventario de tienda, las encargadas deben asegurarse de que los productos estén etiquetados correctamente y en buen estado.
 - ✓ Condiciones de Almacenamiento: Asegurarse que los productos en exhibición se mantengan limpios y en buenas condiciones.
- Protocolos de Emergencia:
 - ✓ Planes de Evacuación: La administración fijara un plan de evacuación claro y visible para clientes y empleados.
 - ✓ Entrenamiento: Junto al resto de los empleados se orientará al personal en procedimientos de emergencia, primeros auxilios y seguridad.

8.14 Estrategia de desarrollo

La estrategia de desarrollo se sustenta en la materialización de las siguientes etapas y/o fases:

- Captación de Inversionistas y/o búsqueda de financiamiento: Durante esta etapa se evaluarán las diversas alternativas de financiamiento, propio o externo, así

como las respectivas composiciones de participación en el proyecto. Para el caso de financiamiento por parte de una institución financiera, se deberá considerar el plazo correspondiente para la otorgación del crédito.

- Constitución legal de la sociedad: Ya definido el gerente de la empresa como el origen de las respectivas fuentes de financiamiento, se gestiona la inscripción como Sociedad para efectos del proyecto se constituirá una Sociedad Anónima.
- Ubicación y habilitación de instalación comercial: Se gestionarán los respectivos permisos con la Municipalidad de Quetzaltenango donde estará ubicada la empresa. Dicha dirección es en 17 avenida 2-29, La Democracia, Quetzaltenango.
- Desarrollo, construcción e implantación infraestructura local: Habilitado el local comercial en lo que respecta a obras civiles, se dará inicio con el proceso de ambientación. Durante este proceso no se considera utilizar un proceso de licitación privada, más bien se utilizará maestros referidos en la materia, ya que debido a ser una construcción o remodelación será de material resistente a cualquier riesgo a futuro que pueda presentarse (Más información en el Capítulo 9: análisis de riesgo)
- Adquisición e implementación equipamiento: Etapa que puede ser realizada forma paralela a la anterior, en donde se implementarán todos aquellos equipos y maquinaria requerida.
- Gestión de permisos regulatorios (habilitación y operación): Durante esta etapa se gestionarán los respectivos permisos asociados con la habilitación del lugar, de forma específica patente del comercio, permiso ante SAT, Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales.
- Contratación y capacitación de capital humano: Proceso que tiene relación con la búsqueda y selección de personal requerido para la operación de la fábrica y tienda de ropa, se realizará un proceso de inducción y/o capacitación a todo el personal y de esta manera fortalecer conocimientos e inducir a nuevas prácticas siempre siendo específicos en cada área.
- Gestión publicitaria puesta en marcha: Etapa previa a la puesta en marcha del proyecto, en donde se realizarán diversas acciones publicitarias que permitan asegurar una difusión sobre un significativo número de potenciales clientes, para

tales efectos se considerará; noticia en radio y televisión de emisión regular y redes sociales, con la información relevante de incorporar en la puesta en marcha de la empresa de ropa.

9. PLAN FINANCIERO

El presente capítulo tiene como objetivo analizar la viabilidad financiera del proyecto de establecimiento de una fábrica y tienda de ropa "MHS", ubicada en Quetzaltenango. A través de este estudio, se evaluarán los costos de inversión, los ingresos proyectados, el flujo de caja y los indicadores financieros clave que permitirán determinar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio a largo plazo.

La propuesta de valor de "MHS" radica en ofrecer prendas de vestir de calidad a precios competitivos, fabricadas localmente y diseñadas para satisfacer las necesidades de los consumidores quetzaltecos. Este estudio financiero busca cuantificar el potencial de esta propuesta y determinar si el proyecto generará los retornos esperados para los inversionistas.

9.1 Inversión inicial

La inversión necesaria para iniciar funciones MHS es de Q258,086.80, la cual será financiada en un 58% por un préstamo adquirido en una entidad bancaria del medio al 12% de interés mensual, y el 42% restante será de capital propio.

Tabla 17 Costo de inversión

Descripción	Total
Remodelación de instalaciones	Q 15,500.00
Mobiliario y equipo	Q 122,486.00
Equipo de cómputo	Q 20,700.00
Gastos de constitución	Q 2,810.80
Compra de materia prima	Q 96,590.00
TOTAL	Q 258,086.80

Fuente: elaboración propia

Tabla 18 Fuente de inversión

Descripción	Total	%
Capital propio	Q 108,086.80	41.88%
Préstamo	Q 150,000.00	58.12%
Total	Q 258,086.80	100.00%

Fuente: elaboración propia

Tabla 19 Amortización del capital mensual del préstamo

N	Intereses	Capital	Cuota mensual	Saldo a capital
0				Q 150,000.00
1	Q 18,000.00	Q 2,500.00	Q 20,500.00	Q 147,500.00
2	Q 17,700.00	Q 2,500.00	Q 20,200.00	Q 145,000.00
3	Q 17,400.00	Q 2,500.00	Q 19,900.00	Q 142,500.00
4	Q 17,100.00	Q 2,500.00	Q 19,600.00	Q 140,000.00
5	Q 16,800.00	Q 2,500.00	Q 19,300.00	Q 137,500.00
6	Q 16,500.00	Q 2,500.00	Q 19,000.00	Q 135,000.00
7	Q 16,200.00	Q 2,500.00	Q 18,700.00	Q 132,500.00
8	Q 15,900.00	Q 2,500.00	Q 18,400.00	Q 130,000.00
9	Q 15,600.00	Q 2,500.00	Q 18,100.00	Q 127,500.00
10	Q 15,300.00	Q 2,500.00	Q 17,800.00	Q 125,000.00
11	Q 15,000.00	Q 2,500.00	Q 17,500.00	Q 122,500.00
12	Q 14,700.00	Q 2,500.00	Q 17,200.00	Q 120,000.00
13	Q 14,400.00	Q 2,500.00	Q 16,900.00	Q 117,500.00
14	Q 14,100.00	Q 2,500.00	Q 16,600.00	Q 115,000.00
15	Q 13,800.00	Q 2,500.00	Q 16,300.00	Q 112,500.00
16	Q 13,500.00	Q 2,500.00	Q 16,000.00	Q 110,000.00
17	Q 13,200.00	Q 2,500.00	Q 15,700.00	Q 107,500.00
18	Q 12,900.00	Q 2,500.00	Q 15,400.00	Q 105,000.00
19	Q 12,600.00	Q 2,500.00	Q 15,100.00	Q 102,500.00
20	Q 12,300.00	Q 2,500.00	Q 14,800.00	Q 100,000.00
21	Q 12,000.00	Q 2,500.00	Q 14,500.00	Q 97,500.00
22	Q 11,700.00	Q 2,500.00	Q 14,200.00	Q 95,000.00
23	Q 11,400.00	Q 2,500.00	Q 13,900.00	Q 92,500.00
24	Q 11,100.00	Q 2,500.00	Q 13,600.00	Q 90,000.00
25	Q 10,800.00	Q 2,500.00	Q 13,300.00	Q 87,500.00
26	Q 10,500.00	Q 2,500.00	Q 13,000.00	Q 85,000.00
27	Q 10,200.00	Q 2,500.00	Q 12,700.00	Q 82,500.00
28	Q 9,900.00	Q 2,500.00	Q 12,400.00	Q 80,000.00
29	Q 9,600.00	Q 2,500.00	Q 12,100.00	Q 77,500.00
30	Q 9,300.00	Q 2,500.00	Q 11,800.00	Q 75,000.00
31	Q 9,000.00	Q 2,500.00	Q 11,500.00	Q 72,500.00
32	Q 8,700.00	Q 2,500.00	Q 11,200.00	Q 70,000.00
33	Q 8,400.00	Q 2,500.00	Q 10,900.00	Q 67,500.00
34	Q 8,100.00	Q 2,500.00	Q 10,600.00	Q 65,000.00
35	Q 7,800.00	Q 2,500.00	Q 10,300.00	Q 62,500.00
36	Q 7,500.00	Q 2,500.00	Q 10,000.00	Q 60,000.00
37	Q 7,200.00	Q 2,500.00	Q 9,700.00	Q 57,500.00
38	Q 6,900.00	Q 2,500.00	Q 9,400.00	Q 55,000.00
39	Q 6,600.00	Q 2,500.00	Q 9,100.00	Q 52,500.00

40	Q	6,300.00	Q	2,500.00	Q	8,800.00	Q	50,000.00
41	Q	6,000.00	Q	2,500.00	Q	8,500.00	Q	47,500.00
42	Q	5,700.00	Q	2,500.00	Q	8,200.00	Q	45,000.00
43	Q	5,400.00	Q	2,500.00	Q	7,900.00	Q	42,500.00
44	Q	5,100.00	Q	2,500.00	Q	7,600.00	Q	40,000.00
45	Q	4,800.00	Q	2,500.00	Q	7,300.00	Q	37,500.00
46	Q	4,500.00	Q	2,500.00	Q	7,000.00	Q	35,000.00
47	Q	4,200.00	Q	2,500.00	Q	6,700.00	Q	32,500.00
48	Q	3,900.00	Q	2,500.00	Q	6,400.00	Q	30,000.00
49	Q	3,600.00	Q	2,500.00	Q	6,100.00	Q	27,500.00
50	Q	3,300.00	Q	2,500.00	Q	5,800.00	Q	25,000.00
51	Q	3,000.00	Q	2,500.00	Q	5,500.00	Q	22,500.00
52	Q	2,700.00	Q	2,500.00	Q	5,200.00	Q	20,000.00
53	Q	2,400.00	Q	2,500.00	Q	4,900.00	Q	17,500.00
54	Q	2,100.00	Q	2,500.00	Q	4,600.00	Q	15,000.00
55	Q	1,800.00	Q	2,500.00	Q	4,300.00	Q	12,500.00
56	Q	1,500.00	Q	2,500.00	Q	4,000.00	Q	10,000.00
57	Q	1,200.00	Q	2,500.00	Q	3,700.00	Q	7,500.00
58	Q	900.00	Q	2,500.00	Q	3,400.00	Q	5,000.00
59	Q	600.00	Q	2,500.00	Q	3,100.00	Q	2,500.00
60	Q	300.00	Q	2,500.00	Q	2,800.00	Q	-

Fuente: elaboración propia a partir de datos proporcionados por entidad bancaria.

Tabla 20 Amortización de gastos de constitución

Años	Valor histórico	Tasa de depreciación	Total depreciación
1	Q 2,810.80	20%	Q 562.16
2		20%	Q 562.16
3		20%	Q 562.16
4		20%	Q 562.16
5		20%	Q 562.16
Depreciación acumulada			Q 2,810.80

Fuente: elaboración propia

Tabla 21 Depreciación por remodelación de instalaciones

Años	Valor histórico	Tasa de depreciación	Total depreciación
1	Q 15,500.00	5%	Q 140.54
2		5%	Q 140.54
3		5%	Q 140.54
4		5%	Q 140.54
5		5%	Q 140.54

Depreciación acumulada	Q	702.70
-------------------------------	----------	---------------

Fuente: elaboración propia

Tabla 22 Depreciación de Mobiliario y Equipo

Años	Valor histórico	Tasa de depreciación	Total depreciación
1	Q 122,486.00	20%	Q 24,497.20
2		20%	Q 24,497.20
3		20%	Q 24,497.20
4		20%	Q 24,497.20
5		20%	Q 24,497.20
Depreciación acumulada			Q 122,486.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 23 Depreciación de Equipo de Cómputo

Años	Valor histórico	Tasa de depreciación	Total depreciación
1	Q 20,700.00	33.33%	Q 6,900.00
2		33.33%	Q 6,900.00
3		33.33%	Q 6,900.00
Depreciación acumulada			Q 20,700.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 24 Gastos Fijos

Descripción	Costo mensual		Costo anual	
Sueldos y salarios	Q	35,989.10	Q	431,869.20
Bonificación	Q	2,250.00	Q	27,000.00
Cuota IGSS	Q	4,559.82	Q	54,717.83
Energía Eléctrica	Q	1,000.00	Q	12,000.00
Agua Potable	Q	100.00	Q	1,200.00
Tren de Aseo	Q	50.00	Q	600.00
Teléfono e internet	Q	500.00	Q	6,000.00
Community Manager	Q	2,000.00	Q	24,000.00
Depreciación Mob. y Equipo			Q	24,497.20
Depreciación Eq. De Cómputo			Q	6,900.00
Depreciación Remodelaciones			Q	140.54
Amortización Gastos de Constitución			Q	562.16
Total			Q	589,486.93

Fuente: elaboración propia

Tabla 25 Gastos Variables

Descripción	Costo mensual		Costo anual	
Compra de materia prima	Q	96,590.00	Q	1,159,080.00
Útiles de oficina	Q	586.00	Q	7,032.00
Útiles y enseres	Q	480.00	Q	5,760.00
Total			Q	1,171,872.00

Fuente: elaboración propia

9.2 Proyección de ventas

Las proyecciones de ventas constituyen un pilar fundamental para evaluar la viabilidad financiera del proyecto "MHS". En este apartado, se presentarán las estimaciones de ingresos que se esperan obtener en durante el primer año de funcionamiento, creciendo de forma escalonada en un 15% para los siguientes 4 años; tomando en cuenta tanto el mercado potencial de Quetzaltenango como las acciones comerciales que se llevarán a cabo para captar la demanda de los consumidores.

Tabla 26 Proyección de ventas

Descripción	Talla	Precio	Diaria	Semanal	Mensual	Anual	Total anual
Conjunto sudadero y pants	XS, S, M, L XL	Q 280.00	3	18	72	864	Q 241,920.00
Cojunto deportivo	XS, S, M, L XL	Q 290.00	4	24	96	1,152	Q 334,080.00
Pijamas hombre y mujer	XS, S, M, L XL	Q 200.00	3	18	72	864	Q 172,800.00
Blazer juvenil de dama	XS, S, M, L XL	Q 250.00	4	24	96	1,152	Q 288,000.00
Sudadera básica	XS, S, M, L XL	Q 180.00	3	18	72	864	Q 155,520.00
Sudadera con capucha	XS, S, M, L XL	Q 180.00	2	12	48	576	Q 103,680.00
Sudadera con cremallera o zipper	XS, S, M, L XL	Q 190.00	4	24	96	1,152	Q 218,880.00
Sudadera con picos	XS, S, M, L XL	Q 180.00	3	18	72	864	Q 155,520.00
Sudadera cuello con traslape izquierdo	XS, S, M, L XL	Q 180.00	2	12	48	576	Q 103,680.00
Sudadera cuchilas o corte anatómico	XS, S, M, L XL	Q 180.00	3	18	72	864	Q 155,520.00
Pants	XS, S, M, L XL	Q 160.00	5	30	120	1,440	Q 230,400.00
Playera básica hombre y mujer	XS, S, M, L XL	Q 125.00	6	36	144	1,728	Q 216,000.00
Blusa manga globo	XS, S, M, L XL	Q 130.00	3	18	72	864	Q 112,320.00
Blusa lisa con mangas campana	XS, S, M, L XL	Q 130.00	4	24	96	1,152	Q 149,760.00
TOTAL							Q 2,638,080.00

Fuente: elaboración propia

El total proyectado en ventas para el primer año es de Q2,638,080.00, el cual parte con la cantidad mínima vendida a diario y el impacto de la tienda de ropa MHS en Quetzaltenango, por tanto, se establecen los mínimos en cuanto a la demanda que se obtendrá para poder lograr una cantidad semanal, mensual y por consiguiente el ingreso anual.

Tabla 27 Materia prima requerida para operaciones

Descripción	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad requerida	Costo mensual
Tela Flisi de pants y sudadero	libra	Q 30.00	1,000	Q 30,000.00
Tela para playera algodón hilo 22	libra	Q 20.00	700	Q 14,000.00
Tela Qatar	libra	Q 30.00	400	Q 12,000.00
Lycra	libra	Q 30.00	300	Q 9,000.00
Tela Frechi	Yarda	Q 30.00	450	Q 13,500.00
Resorte para pants y sudadera	libra	Q 16.00	150	Q 2,400.00
Cinta diferentes colores	libra	Q 2.00	1,000	Q 2,000.00
Elástico para pretinas	Rollo	Q 32.00	10	Q 320.00
Entretela blanca	Yarda	Q 10.00	12	Q 120.00
Resorte para palayera	libra	Q 15.00	30	Q 450.00
Botones	Ciento	Q 25.00	500	Q 12,500.00
Hilo diferentes colores	Unidad	Q 6.25	48	Q 300.00
TOTAL				Q 96,590.00

Fuente: elaboración propia

Los diferentes materiales requeridos que son parte de la materia prima para el funcionamiento de la empresa MHS, se muestran en la unidad requerida y costo unitario para establecer la cantidad necesaria respecto a las ventas del cuadro anterior y con ello cumplir con la oferta demandada, alcanzado un total mensual de Q96,590.00

9.3 Estados financieros

Los estados financieros que se presentan a continuación constituyen el corazón del análisis financiero del proyecto "MHS". Estos estados proyectados ofrecen una visión detallada de la situación financiera de la empresa a lo largo de los próximos 5 años, permitiendo evaluar la viabilidad económica del negocio y tomar decisiones estratégicas informadas.

Tabla 28 Estado de Resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		Q 2,355,428.57	Q 2,708,742.86	Q 3,115,054.29	Q 3,582,312.43	Q 4,119,659.29
<u>Costo de inversión</u>						
Remodelación de instalaciones	Q 15,500.00					
Mobiliario y equipo	Q 122,486.00					
Equipo de cómputo	Q 20,700.00					
Gastos de constitución	Q 2,810.80					
Compra de materia prima	Q 96,590.00					
Materiales de empaque	Q 3,065.00					
Total de inversión	Q 261,151.80					
<u>Costos de operación</u>						
Energía Eléctrica	Q 12,000.00	Q 12,000.00	Q 12,000.00	Q 12,000.00	Q 12,000.00	Q 12,000.00
Agua Potable	Q 1,200.00	Q 1,200.00	Q 1,200.00	Q 1,200.00	Q 1,200.00	Q 1,200.00
Tren de aseo	Q 600.00	Q 600.00	Q 600.00	Q 600.00	Q 600.00	Q 600.00
Teléfono e internet	Q 6,000.00	Q 6,000.00	Q 6,000.00	Q 6,000.00	Q 6,000.00	Q 6,000.00
Community Manager	Q 24,000.00	Q 24,000.00	Q 24,000.00	Q 24,000.00	Q 24,000.00	Q 24,000.00
Promoción y Publicidad	Q 69,600.00	Q 69,600.00	Q 69,600.00	Q 69,600.00	Q 69,600.00	Q 69,600.00
Compra de materia prima	Q 1,159,080.00	Q 1,332,942.00	Q 1,532,883.30	Q 1,762,815.80	Q 2,027,238.16	
Material de empaque	Q 36,780.00	Q 42,297.00	Q 48,641.55	Q 55,937.78	Q 64,328.45	
Útiles de limpieza	Q 5,760.00	Q 6,048.00	Q 6,350.40	Q 6,667.92	Q 7,001.32	

Total costos de operación	Q 1,315,020.00	Q 1,494,687.00	Q 1,701,275.25	Q 1,938,821.50	Q 2,211,967.93
<u>Gastos de administración</u>					
Sueldos y salarios	Q 632,904.33				
Depreciación de Mobiliario y Equipo	Q 24,497.20				
Depreciación de Equipo de Computo	Q 6,900.00	Q 6,900.00	Q 6,900.00	Q -	Q -
Depreciación Remodelación de instalaciones	Q 140.54				
Amortización Gastos de Constitución	Q 562.16				
Útiles de oficina	Q 7,032.00	Q 7,383.60	Q 7,752.78	Q 8,140.42	Q 8,547.44
Interés sobre préstamo	Q 216,000.00	Q 172,800.00	Q 129,600.00	Q 86,400.00	Q 43,200.00
Total gastos de administración	Q 888,036.23	Q 845,187.83	Q 802,357.01	Q 752,644.65	Q 709,851.67
Utilidad antes de impuesto	Q 152,372.34	Q 368,868.03	Q 611,422.03	Q 890,846.28	Q 1,197,839.70
ISR	Q 38,093.09	Q 92,217.01	Q 152,855.51	Q 222,711.57	Q 299,459.92
Ganancia o pérdida del ejercicio	Q 114,279.26	Q 276,651.02	Q 458,566.52	Q 668,134.71	Q 898,379.77

Fuente: elaboración propia

Los datos presentados en este Estado de Resultados muestran un crecimiento constante y significativo en la ganancia del ejercicio a lo largo de los 5 períodos evaluados. Cada año se observa un aumento considerable en comparación con el año anterior. Esto sugiere una tendencia positiva en el desempeño financiero de la empresa

Tabla 29 Flujo de fondos

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo anterior		Q -	Q 35,976.67	Q 185,788.03	Q 355,175.11	Q 552,248.46
Capital	Q 108,086.80					
Préstamo	Q 150,000.00					
Ingresos		Q 2,638,080.00	Q 3,033,792.00	Q 3,488,860.80	Q 4,012,189.92	Q 4,614,018.41
TOTAL DISPONIBLE	Q 258,086.80					
Promoción y publicidad		Q 69,600.00				
Compra de materia prima		Q 1,159,080.00	Q 1,332,942.00	Q 1,532,883.30	Q 1,762,815.80	Q 2,027,238.16
Compra material de empaque		Q 36,780.00	Q 42,297.00	Q 48,641.55	Q 55,937.78	Q 64,328.45
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y salarios		Q 632,904.33				
Bonificación incentivo		Q 27,000.00				
Bonificación anual (Bono 14)		Q 38,239.10				
Aguinaldo		Q 38,239.10				
IGSS Patronal		Q 54,717.83				
Indemnización		Q 38,239.10				
Bono vacacional		Q 4,600.00				
Depreciación Mobiliario y Equipo		Q 24,497.20				
Depreciación Equipo de Computo		Q 6,900.00	Q 6,900.00	Q 6,900.00	Q -	Q -
Amortización Gastos de Organización		Q 562.16				
Préstamo		Q 150,000.00	Q 120,000.00	Q 90,000.00	Q 60,000.00	Q 30,000.00
INVERSION	Q 258,086.80					
TOTAL DE EGRESOS	Q 258,086.80	Q 2,281,358.82	Q 2,430,737.82	Q 2,607,023.67	Q 2,807,352.39	Q 3,050,165.43
Ganancias antes de impuestos		Q 356,721.18	Q 603,054.18	Q 881,837.13	Q 1,204,837.53	Q 1,563,852.98

IVA ANUAL por pagar (12% s/ingresos)	Q 282,651.43	Q 325,049.14	Q 373,806.51	Q 429,877.49	Q 494,359.12
ISR	Q 38,093.09	Q 92,217.01	Q 152,855.51	Q 222,711.57	Q 299,459.92
SALDOS	Q 35,976.67	Q 185,788.03	Q 355,175.11	Q 552,248.46	Q 770,033.94

Fuente: elaboración propia

Los saldos del flujo de fondos a lo largo de los 5 períodos analizados indican que la empresa está generando más efectivo del que está gastando, lo cual es una señal muy positiva de su salud financiera desde el primer año.

Al momento de contar con los Flujos de Fondos correctos se procede a colocarlos en una columna que integre los 5 años, para posteriormente actualizarlos a una tasa del 25%, para el mismo período que fueron proyectados. De este análisis resulta el Valor Neto Actual y la Tasa Interna de Retorno.

Tabla 30 Cálculo de VAN y TIR

DESCRIPCIÓN	INTEGRAL	INDIVIDUAL
INVERSION INICIAL	-Q 261,151.80	-Q 261,151.80
Flujo neto de caja 1	Q 35,976.67	Q 28,781.34
Flujo neto de caja 2	Q 185,788.03	Q 118,904.34
Flujo neto de caja 3	Q 355,175.11	Q 181,849.66
Flujo neto de caja 4	Q 552,248.46	Q 226,200.97
Flujo neto de caja 5	Q 770,033.94	Q 252,324.72
VAN	Q 546,909.23	Q 546,909.23
TIR	73%	

Fuente: elaboración propia

El VAN es una medida de la rentabilidad de un proyecto, expresada en unidades monetarias de quetzales. Un VAN positivo indica que el proyecto generará más valor presente que el costo inicial de la inversión. En este caso, un VAN de Q546,909.23 significa

que el proyecto, al finalizar su vida útil, generará un valor presente neto de más de medio millón de quetzales. Esto es una señal muy positiva y sugiere que el proyecto es financieramente atractivo.

Por otro lado, la TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea igual a cero. En otras palabras, es la tasa de rendimiento que se espera obtener de una inversión. Para el caso de la empresa MHS, una TIR del 73% indica que el proyecto generará una rentabilidad interna del 73% anual. Este es un retorno muy alto y sugiere que el proyecto es extremadamente rentable.

Tabla 31 Relación Beneficio Costo

AÑOS	1	2	3	4	5	Totales actualizados
Ingreso	Q 2,638,080.00	Q 3,033,792.00	Q 3,488,860.80	Q 4,012,189.92	Q 4,614,018.41	
Factor de descuento del 25%	Q 2,110,464.00	Q 1,941,626.88	Q 1,786,296.73	Q 1,643,392.99	Q 1,511,921.55	Q 8,993,702.15
Egresos	Q 2,546,155.97	Q 483,062.69	Q 545,935.74	Q 637,951.91	Q 778,318.07	
Factor de descuento del 25%	Q 2,036,924.78	Q 309,160.12	Q 279,519.10	Q 261,305.10	Q 255,039.27	Q 3,141,948.37

Fuente: elaboración propia

Ingresos con factor de actualización Q 8,993,702.15
Egresos con factor de actualización Q 3,141,948.37

2.86 Relación beneficio costo

Una relación beneficio-costos de 2.86 indica que por cada quetzal (o unidad monetaria) invertido en la empresa de ropa MHS, se espera obtener un retorno de 2.86 quetzales. En otras palabras, los beneficios esperados del proyecto superan los costos invertidos en el mismo.

Tabla 32 Balance General

CONCEPTO/AÑOS	1	2	3	4	5
ACTIVO					
<u>Corriente</u>					
Caja y bancos	Q 152,372.34	Q 368,868.03	Q 611,422.03	Q 890,846.28	Q 1,197,839.70
Materia prima	Q 1,159,080.00	Q 1,332,942.00	Q 1,532,883.30	Q 1,762,815.80	Q 2,027,238.16
Material de empaque	Q 36,780.00	Q 42,297.00	Q 48,641.55	Q 55,937.78	Q 64,328.45
<u>No Corriente</u>					
Mobiliario y equipo	Q 122,486.00				
(-) Dep. Mobiliario y equipo	-Q 24,497.20				
Equipo de cómputo	Q 20,700.00	Q 20,700.00	Q 20,700.00		
(-) Dep. Equipo de cómputo	-Q 6,900.00	-Q 6,900.00	-Q 6,900.00	Q -	Q -
Remodelación de instalaciones	Q 15,500.00				
(-) Dep. Remodelación de instalaciones	-Q 140.54				
Gastos de constitución	Q 2,810.80				
(-) Amort. Gastos de constitución	-Q 562.16				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	Q 129,396.90	Q 129,396.90	Q 129,396.90	Q 115,596.90	Q 115,596.90
SUMA DEL ACTIVO	Q 1,477,629.24	Q 1,873,503.93	Q 2,322,343.78	Q 2,825,196.76	Q 3,405,003.21
PASIVO					
<u>Corriente</u>					
IVA por pagar	Q 282,651.43	Q 325,049.14	Q 373,806.51	Q 429,877.49	Q 494,359.12
ISR por pagar	Q 38,093.09	Q 92,217.01	Q 152,855.51	Q 222,711.57	Q 299,459.92
<u>No Corriente</u>					
Préstamo	Q 246,000.00	Q 202,800.00	Q 159,600.00	Q 116,400.00	Q 73,200.00
Intereses por préstamo	Q 150,000.00	Q 120,000.00	Q 90,000.00	Q 60,000.00	Q 30,000.00

PATRIMONIO NETO

Capital de Trabajo	Q 646,605.47	Q 856,786.76	Q 1,087,515.24	Q 1,328,072.99	Q 1,609,604.40
Utilidad del ejercicio	Q 114,279.26	Q 276,651.02	Q 458,566.52	Q 668,134.71	Q 898,379.77
SUMA DEL PASIVO Y PATRIMONIO	Q 1,477,629.24	Q 1,873,503.93	Q 2,322,343.78	Q 2,825,196.76	Q 3,405,003.21

Fuente: elaboración propia

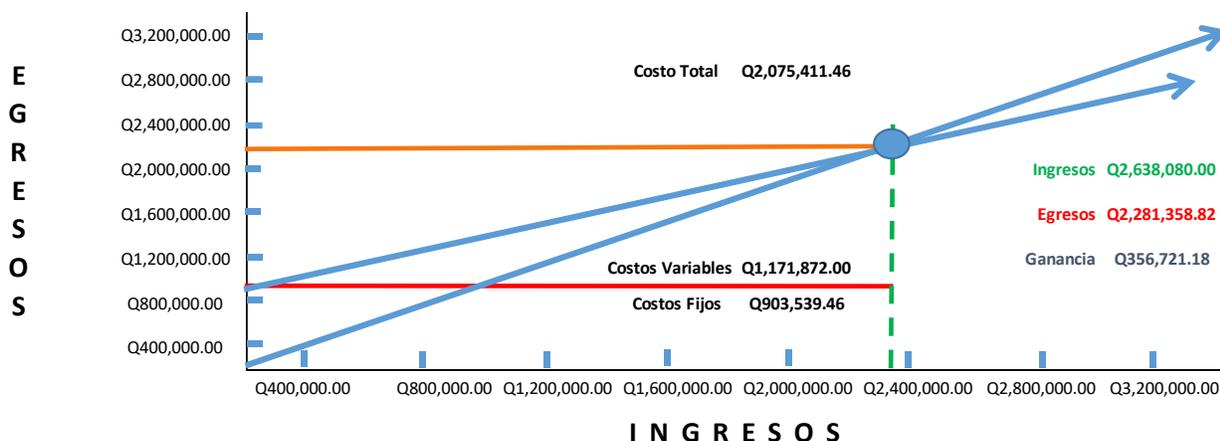
La suma total de los activos, pasivos y patrimonio de la empresa de ropa MHS para cada uno de los próximos 5 años, es un indicador global que nos brinda una visión general de cómo se espera que crezca el tamaño del negocio a lo largo de este período. En primer lugar, se espera un crecimiento sostenido, ya que la cifra total aumenta cada año, lo que sugiere un crecimiento continuo de la empresa. Esto podría ser resultado de una mayor inversión en activos, la adquisición de nuevos clientes, o la expansión de las operaciones. En segundo lugar, se menciona la salud financiera ya que el hecho de que los totales sean positivos indica que la empresa espera mantener una posición financiera sólida durante los próximos 5 años.

9.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de producción o ventas en el que los ingresos totales de una empresa igualan a sus costos totales. Es decir, es el momento en el que la empresa no gana ni pierde dinero, simplemente cubre todos sus gastos. Para tal efecto, se tiene la siguiente información.

Ingresos	Q2,638,080.00
Egresos	Q2,281,358.82
Costos Fijos	Q903,539.46
Costos Variables	Q1,171,872.00

Gráfica 18 Punto de equilibrio



Fuente: elaboración propia

Con base a la información obtenida se puede afirmar que el proyecto de producción y venta ropa MHS genera utilidades con los datos de venta proyectados, lo que indica que se encontrará por encima de su punto de equilibrio, el cual se traza en Q2,075,411.46 en ventas. Esta es una señal positiva para la sostenibilidad y rentabilidad del negocio debido a que tiene una base de costos fijos en Q903,539.46 y unos costos variables de Q1,171,872.99.

10. ANÁLISIS DE RIESGO

La identificación de riesgos en entorno, propios de la empresa MHS y operaciones se encuentran en la siguiente tabla

Tabla 33 Análisis de riesgos

Tipo de riesgo	Descripción	Probabilidad				
		Muy baja 10%	Baja 25%	Moderada 25%-50%	Alta 50%- 75%	Muy Alta + 75%
Tecnológico	El mobiliario y equipo de computación salga defectuoso o que el tiempo de garantía disminuya. Riesgos de pérdida de información	X				
Laborales	Inexistencia de mano de obra operativa para las diferentes actividades de la empresa. Probabilidad de problemas internos y externos que puedan afectar la producción		X			
Administrativos	Actividades administrativas que no sean encaminadas correctamente a falta de cumplimiento de visión, misión y objetivos	X				
Legal	Riesgo de pérdida debido a la no exigencia de acuerdos contractuales, procesos legales o sentencias adversas		X			

Financiero	Riesgo de solvencia empresarial que se asocia al rendimiento económico de la inversión. Posibilidad de que la empresa no pueda enfrentar sus obligaciones financieras			X		
Mercado	Falta de innovación en los productos y que a su vez impida su aceptación en el mercado	X				
Costos	Aumento en los precios de materia prima y/o mano de obra que tendrá repercusión den el precio de los productos		X			
Naturaleza	Riesgos impredecibles que están fuera de las intervenciones de la empresa y pueden ser altos por la zona sísmica en que se encuentra.			X		

Fuente: elaboración propia

10.1 Acciones de mitigación y eliminación de riesgos

Tabla 34 Acciones de mitigación y eliminación de riesgos

Riesgo	Derivación	Mitigación
Financiero	Falta de capital	Buscar financiamiento en una institución bancaria o ente financiero. Mantener precios accesibles a los clientes para satisfacer necesidades y rotar inventarios.

Laborales	Caídas, golpes, heridas	Rótulos con señalizaciones que indiquen reglas y normas que deben acatarse para evitar los riesgos, tomando en cuenta la seguridad en las actividades de elaboración de bisutería. Distribución en planta adecuada para la circulación libre de clientes y empleados.
Legales	No facturar, declaración de impuestos no presentada.	Extender facturas en cada venta realizada. Llevar al día los registros contables y financieros según establezca la ley. Pagar impuestos mensuales y anuales según corresponda,
Tecnológicos	Fallas en los sistemas de virus, y equipos de computación	Actualizar periódicamente el software. Capacitar al personal en la utilización de los sistemas de cómputo. Dar mantenimiento periódicamente los sistemas operativos.
Personales	Incapacidad laboral	Realizar evaluación de desempeño. Incentivar a los trabajadores con comisiones sobre ventas

Administrativos	Ineficiencia en el control y organización de la empresa. Delegación de funciones de manera inadecuada. Falta de experiencia en toma de decisiones	Definir un manual de funciones y procedimientos. Selección adecuada del personal. Utilizar métodos efectivos para delegar funciones. Utilizar métodos para la toma de decisiones mediante árboles de decisión para tomar la mejor alternativa.
Costos	Costos directos y costos indirectos	Cotizar precios en el mercado de los materiales y materias primas para mantener precios accesibles. Planes de producción de ventas. Control adecuado de los inventarios de mercaderías
Mercado	Importación de productos similares	Innovar constantemente los productos. Elaborar los productos con creatividad.
Naturales	Terremotos, pandemias	Mantener extinguidores por cualquier emergencia, dar mantenimiento al local para evitar riesgos. Considerar el contrato de seguros contra desastres naturales.

Fuente: elaboración propia

10.2 Supervisión y control de riesgos

- Riesgos financieros: falta de capital como factor puede convertirse en un obstáculo empresarial para el crecimiento económico por no poseer financiamiento.
- Riesgos laborales: cuando el colaborador sufre un accidente por realizar las actividades operativas de la empresa tales como caídas, golpes y heridas que al final ocasionan pérdidas de tiempo y económicas.
- Riesgos legales: el no facturar implica incumplimiento de leyes tributarias por lo que incurría la empresa en sanciones y es considerado como gastos innecesarios. Entre ellos está la declaración de impuestos no presentada que conlleva a multas y sanciones.
- Riesgos tecnológicos: virus de computadora que puedan llegar afectar el software, representa pérdida de información y atrasos en operaciones.
- Riesgos personales: como por ejemplo la incapacidad laboral que es un aspecto que puede generar pérdida económica relativa en el proceso productivo debido al mal desempeño de los colaboradores.
- Riesgos administrativos: ineficiencia en el control y organización de la empresa a falta de mantener una planificación que tenga como resultado, la pérdida de tiempo. De igual manera la delegación inadecuada de funciones hacia el personal que puede convertirse en un riesgo potencial. La falta de experiencia en toma de decisiones que marca un aspecto importante debido a que la decisión que se tome puede llevar al éxito o fracaso de la empresa.
- Riesgo en costos: aumento en el costo de la mercadería influye en la pérdida de clientes y como repercusión directa pérdida de espacio y participación en el mercado
- Riesgo de mercado: los gustos y preferencias del cliente son relevantes ya que se deben aprovechar los elaborados artesanalmente y contrarrestar los efectos que pueda tener la importación de artículos similares en el mercado
- Riesgos naturales: aquellos que por causas naturales pueden generar daños contundentes en la infraestructura, así como a la demanda de clientes de la empresa lo cual se estima puede llegar a generar la quiebra del negocio.

Como parte de la supervisión, el gerente general de la empresa deberá llevar a cabo una planificación que permita la evaluación y supervisión periódica del riesgo de cada área y de las funciones y actividades diversas para el buen funcionamiento de la empresa. Deben aplicarse alternativas de solución para eliminar o contrarrestar los riesgos encontrados, por lo que el apoyo de los colaboradores es importante para que identifiquen un riesgo y puedan reportarlo inmediatamente al administrador para solucionarlo rápidamente.

Una de las herramientas que permite determinar riesgos es la auditoria que debe realizarse contratando servicios a un auditor externo por lo que se deberá realizar de manera anual para descartar cualquier riesgo interno que pueda tener la empresa.

Ahora bien, el control se refiere al monitoreo constante que permitirá determinar si se cumple eficientemente las actividades delegadas en cada integrante y empleado de la empresa para salvaguardar la inversión realizada.

Deberá crearse un sistema de control efectivo y solido para evitar perdidas financieras, realizando un plan de control que permita priorizar lo que debe ser controlado con mayor frecuencia. El objetivo de este control es lograr la identificación y evaluación de los riesgos a lo que se enfrenta el negocio, para reducirlos, evitando así pérdidas significativas en la empresa.

11. CONCLUSIONES

La apertura de la fábrica y tienda de ropa "MHS, Viste Bien" tendrá un impacto significativo en la economía local de Quetzaltenango. Se crearán nuevos empleos directos e indirectos, lo que contribuirá a la reducción del desempleo y al fortalecimiento de la economía regional. Además, al promover productos fabricados localmente, se fomenta el desarrollo de la industria textil en la zona, lo cual es crucial para el crecimiento económico sostenible del departamento.

El establecimiento de la fábrica y tienda de ropa "MHS, Viste Bien" en Quetzaltenango no solo busca cubrir una necesidad de mercado, sino también construir una marca con identidad local fuerte. La propuesta de valor basada en ofrecer productos de calidad, diseñados y fabricados en la región, crea una conexión emocional con los consumidores locales. Esta estrategia de identidad de marca, combinada con un enfoque en la atención al cliente y la personalización de productos, es clave para lograr una alta fidelización de los clientes y asegurar la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

El presente plan de negocios establece una sólida base para el crecimiento y la expansión futura de la empresa. Se ha diseñado una estrategia de expansión que contempla la apertura de una nueva tienda en el municipio de Quetzaltenango cuyo desarrollo económico es alto. Además, la adopción de prácticas sostenibles en la producción y distribución posiciona a la marca como una opción responsable y consciente, alineada con las tendencias globales de consumo, lo que mejora su competitividad en el mercado.

El análisis financiero y de mercado realizado en este plan de negocios demuestra que la implementación de la tienda de ropa es viable y rentable a largo plazo. La demanda de ropa de alta calidad y a precios accesibles en la región, combinada con la capacidad de producción local, asegura un mercado estable para la marca. Las proyecciones financieras muestran un retorno de inversión positivo en un período razonable, lo que justifica la inversión inicial.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuerdo Gubernativo 307. (2023). *Salario Mínimo 2024 Guatemala*. Obtenido de Ministerio de Trabajo y Previsión Social: <https://www.vesco.com.gt/blog/salario-minimo-2024-guatemala/>
- Bellows, Jeannie, & Castek. (2000). *Activity Diagrams and Operation Architecture*. Technologies Group Inc.
- Cochran, W. (1985). *Técnicas de Muestreo*. México : Continental S.A.
- Decreto 1441. (11 de Marzo de 1994). Código de Trabajo. *Capítulo Cuarto: Descansos semanales, días de asueto y vacaciones anuales*. Guatemala: Congreso de la República de Guatemala.
- Decreto 1441. (11 de Marzo de 1994). Código de Trabajo . *Capítulo Octavo: Terminación de los contratos de trabajo*. Guatemala: Congreso de la República de Guatemala.
- Decreto 37. (6 de Agosto de 2001). *Prestaciones Laborales: Bonificación*. Guatemala: Congreso de la República de Guatemala.
- Decreto 42. (2 de Julio de 1992). *Bonificación anual para trabajadores del sector privado y público*. Guatemala: Congreso de la República de Guatemala.
- Decreto 76. (1978). Ley Reguladora del Aguinaldo. *Aguinaldo*. Guatemala: Congreso de la República de Guatemala.
- INE. (2007). *Estimacion de la población 2008-2020*. Guatemala: Instituto Nacional de Estadística.
- Isolve, M. (2000). *Historia de la Ciencia y la Tecnología*. México, DF: Limusa .
- Mineco. (2007). *Guía Para Formar Un Negocio En Guatemala*. Obtenido de <https://www.rpi.gob.gt>
- Zamora, R. (2011). *Trabajo en equipo: Motivación, Compromiso y Resultados*. España : Lulu.com.

13. ANEXOS

- Boleta de encuesta:

1. Sexo

Masculino _____

Femenino _____

2. Edad:

19 a 25 años _____

26 a 40 años _____

41 a 50 años _____

51 o más _____

3. En que trabaja:

Cargo administrativo: _____

Servicios: _____

Comercio: _____

Trabajo para el Estado _____

Ventas _____

Estudiante _____

Asesoría especializada _____

4. Cuál es su rango de salario

Q2,500 a Q3,250 _____

Q3,251 a Q4,000 _____

Q4,001 a Q6,000 _____

Q6,001 a Q8,000 _____

Q8,001 a mas _____

5. Ha visto o escuchado en redes sociales sobre la empresa “MHS Viste Bien”

Si _____

No _____

6. A cada cuanto tiempo compra ropa

1 vez al año _____

2 veces al año _____

4 veces al año _____

Más de 4 veces al año _____

7. En donde prefiere comprar ropa

Tienda física _____

Tienda en línea _____

8. Que factores considera importantes al momento de elegir una tienda de ropa

Calidad _____

Precio _____

Servicio al cliente _____

Ubicación _____

Variedad de productos _____

9. Que tipo de ropa compra con más frecuencia

Semi deportiva _____

Ropa casual _____

Ropa Formal _____

Ropa deportiva _____

Todos _____

10. Le gustaría que la tienda de ropa personalizara sus prendas de ropa

Si _____

No _____

11. Prefiere ropa nacional o importada o ambas

Si _____

No _____

Ambas _____

12. Le gusta las colecciones de ropa nuevas por temporada (estilos y colores)

Si _____

No _____

Indiferente _____

13. Le gustaría encontrar servicios adicionales en la tienda de ropa

Si _____

No _____

14. Que aspectos lo hacen sentir cómodo(a) y bienvenido(a) a una tienda de ropa

Amabilidad y cortesía del personal _____

Política de devolución del personal _____

Disponibilidad de tallas y variedad de estilos _____

Seguridad en la tienda _____

Limpieza y organización en la tienda _____

Música y ambiente sonoro _____

Iluminación y ambiente agradable _____

Inclusión de probadores y espejos adicionales _____

Facilidad para encontrar lo que busca _____

Disponibilidad de áreas de descanso _____

15. Que promociones y descuentos considera pueden llegar a motivar su compra

Vales de regalo o tarjetas de regalo _____

Descuento por temporada _____

Programa de lealtad o puntos por lealtad _____

Promociones de “amigo fiel” _____

Promociones especiales de descuentos _____

Ofertas especiales en fechas específicas _____

16. Tiene alguna preferencia en cuanto a la ubicación de la tienda de ropa

Si _____

No _____

N/S _____

17. Que métodos de pago prefiere al momento de la compra

Efectivo _____

Tarjeta de crédito o débito _____

Transferencia bancaria _____

Visa cuotas _____

Otros _____

¡Gracias por su colaboración!