

# Proyecto de inversión Mexikini

Ramírez Barragán, Edna

2019-10

---

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/4400>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

# UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto  
Presidencial del 3 de abril de 1981



## **PROYECTO DE INVERSIÓN MEXIKINI**

DIRECTOR DEL TRABAJO  
MTRA. ADRIANA CRUZ Y CORRO

ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE CASO  
que para obtener el Grado de  
MAESTRÍA EN INGENIERÍA FINANCIERA

Presenta

**EDNA RAMIREZ BARRAGAN**

Puebla, Pue.

2019

## ÍNDICE

ÍNDICE.....	2
ABSTRACT.....	4
CAPÍTULO I.- DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO Y PLANEACIÓN.....	5
1.1 Diseño de modelo de negocios.....	5
1.1.1 Análisis de necesidades.....	5
1.1.2 Análisis de recursos.....	5
1.1.3 Identificación de capital humano.....	6
1.1.4 Estado de situación financiera inicial.....	7
1.1.5 Definición del problema.....	8
1.1.6. Análisis de alternativas de solución.....	8
1.1.6 JUSTIFICACIÓN de la alternativa seleccionada (lean canvas).....	9
1.2 Planeación.....	10
1.2.1 Datos generales de la empresa.....	10
1.2.1.1 Objetivos.....	11
1.2.1.2 Alcances Y Limitaciones.....	11
1.2.2 Nombre: "Mexikini".....	12
1.2.3 Razón o denominación social.....	12
1.2.4 Objeto social.....	14
1.2.4.1 Objetivo de la empresa.....	16
1.2.5 Misión.....	16
1.2.6 Visión.....	16
1.2.7 Valores.....	16
1.2.8 Ejes rectores.....	17
CAPÍTULO II.- ESTUDIO DE TÉCNICO.....	18
2.1 Descripción del Producto.....	18
2.2 Especificaciones del producto.....	18
2.3 Descripción del proceso.....	26
2.4 Identificación de maquinaria y equipo.....	37
2.5 Presupuesto de maquinaria y equipo.....	38
2.6 Depreciación de maquinaria y equipo.....	39
2.7 Valor de Rescate en libros.....	40
2.8 Recursos Humanos.....	41
2.9 Descripción de instalaciones.....	49
CAPÍTULO III.- ESTUDIO DE MERCADO.....	54
3.1 Situación actual de la industria o sector.....	54

3.2	Segmentación y selección del mercado meta. ....	57
3.3	Investigación de mercado. ....	59
3.4	Análisis de la competencia. ....	71
3.5	Canales de distribución. ....	72
3.6	Estrategia y presupuesto de promoción y publicidad. ....	72
	<b>CAPÍTULO IV.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO. ....</b>	<b>76</b>
4.1	Presupuesto de Inversión Inicial. ....	76
4.2	Costo unitario de producción. ....	77
4.3	Análisis de precios. ....	79
4.4	Capacidad de producción. ....	81
4.4.1	Capacidad Técnica. ....	81
4.4.2	Capacidad Económica. ....	81
4.4.3	Capacidad de Mercado. ....	81
4.4.4	Comparativo. ....	82
4.5	Presupuesto de ventas. ....	82
4.6	Presupuesto de costo de venta. ....	82
4.7	Presupuesto de gastos de operación. ....	83
4.8	Financiamiento. ....	83
4.9	Punto de equilibrio. ....	83
4.10	Estado de resultados Pro-Forma y Flujos Netos de Efectivo. ....	85
4.11	Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada. ....	85
4.12	Valor Actual Neto. ....	86
4.13	Periodo de Recuperación de la Inversión. ....	86
4.14	Tasa Interna de Retorno. ....	86
4.15	Índice del Valor Actual Neto. ....	87
	<b>CAPÍTULO V.- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. ....</b>	<b>89</b>
5.1	Principios y programas de RSE en la empresa. ....	89
5.2	Autoevaluación de RSE. ....	90
5.3	Interpretación de resultados. ....	92
	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. ....</b>	<b>95</b>
	<b>REFERENCIAS. ....</b>	<b>96</b>
	<b>ANEXOS. ....</b>	<b>97</b>

## **RESUMEN EJECUTIVO.**

“Mexikini” nace de un proyecto de investigación en la Maestría de Ingeniería Financiera con la finalidad de satisfacer una necesidad en la sociedad, con un enfoque ecológico y pro medio ambiental, sensibilizando a la población a consumir productos de esta nueva tendencia.

En la creación del proyecto se abordaron diversos ámbitos, desde los elementos conceptuales para la preparación de un proyecto, el producto, el lugar, los procesos y procedimientos para la constitución de una empresa, las responsabilidades que se adquieren para la misma, el estudio de mercado, en el cual se analiza si el producto será bien aceptado por el mercado meta o necesita adecuaciones (como sucedió en nuestro proyecto, ya que al colocarse en un rango de edad determinado los gustos se enfocaron a un sector un poco más conservador).

En el estudio técnico se analizaron los procesos de elaboración, la intervención de personas, mano de obra, productos, tiempos, insumos para la transformación del textil, su viabilidad técnica, entre otros aspectos importantes y determinantes del proyecto como lo es la tela obtenida mediante la transformación de botellas de PET.

En el estudio económico se tomaron valores tangibles sobre la rentabilidad, periodos, y plazos, así como costos de oportunidad del proyecto. Por lo que, a continuación podrán ver como todos estos factores combinados generan una empresa responsable con el medio ambiente y cómo cumple con ciertos objetivos establecidos para intentar posicionarse en un mercado desatendido o con deseos insatisfechos mediante la transformación de mercancía, ofreciendo trabajo justo y la conservación y difusión de la cultura mexicana en manos de mexicanos.

### **ABSTRACT**

Mexikini is a research Project at MIF who has the objective to fulfill some social needs, however in an ecological and environmental way, making final customer more consent of this new tendency.

At the ramp up of the project, we have consider some elements like the conceptual categories and needs to create a company , the legal and functional responsibilities that the members of the board acquired with it. And also in the market study we have changed the main idea of what the product was going to be since our target customer were a Little bit older than we expect. This is the reason why the prototype has turned into a conservative one.

Regarding the technical production process, the team has to consider all of the timing, raw material, human work, machine work, and also the technical viability, such as the acquisition of the recycled fabric.

In the economic study we took tangible values like utilities, periods, the second better option of inversion.

At the beginning of the project we start to build the alignments in order to create an enterprise ethical, responsible, and ecofriendly offering a fair trade and eventually the preservation of the Mexican culture though our designs.

## **CAPÍTULO I.- DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO Y PLANEACIÓN.**

### *1.1 DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIOS.*

“Mexikini” es una empresa mexicana dedicada a la producción y comercialización de productos textiles hechos a base de tela reciclada obtenida a través de la transformación de botellas de plástico (PET). Destacando por la variabilidad en diseños textiles estampados y bordados artesanales mexicanos.

#### 1.1.1 ANÁLISIS DE NECESIDADES.

Se pretende crear un modelo de negocio que sea responsable con el medio ambiente debido a que la materia prima es a base de tela reciclada, ya que tan sólo en México, se desechan diariamente cerca de 9 millones de botellas de plástico.<sup>1</sup>

Con la elaboración de trajes de baño se pretende minimizar el impacto ambiental de las botellas que son desechadas en el mar y darles un segundo uso mediante la transformación de éste, fomentando en la sociedad una consciencia ecológica en el consumo de productos reciclados. Con la elaboración de cada traje de baño se generará la reducción de 24 botellas contaminantes al medio ambiente. Lo que indica que a largo plazo y con el incremento de las ventas, este tipo de productos promueven el cuidado y protección del medio ambiente.

Asimismo, la marca pretende incursionar en la difusión de estos trajes de baño, con diseños bordados y estampados hechos a base de inspiraciones regionales mexicanas añadiendo como valor agregado al arte textil del país.

#### 1.1.2 ANÁLISIS DE RECURSOS.

##### ○ RECURSOS LIMITADOS.

Debido al largo tiempo que tarda en degradarse el plástico y al uso indebido de componentes plásticos en nuestra vida, estamos acabando con la naturaleza aportando alrededor de 13 toneladas de este material, destruyendo nuestros ecosistemas naturales.<sup>2</sup>

##### ○ RECURSOS EXISTENTES.

Se tiene un Capital social de \$300,000.00 aportado en partes iguales por cada uno de los 2 socios, teniendo un 50% de acciones sobre la empresa.

---

<sup>1</sup> <https://www.elsoldemexico.com.mx/mexico/en-mexico-cada-dia-desechan-nueve-millones-de-botellas-de-plastico-222479.html>

<sup>2</sup> <https://www.listindiario.com/la-vida/2018/06/05/518062/sin-contaminacion-por-plasticos>

○ RECURSOS MATERIALES.

Para las instalaciones de la empresa se pretende rentar un local en Cuautlancingo donde se contará con los siguientes recursos materiales:

- 1 Escritorio
- 2 sillas para escritorio
- 1 mesa de corte
- 2 Mesas de trabajo.
- 5 Sillas.
- 2 racks para almacenamiento.
- 1 Maniquí.

○ RECURSOS TECNOLÓGICOS.

- 1 Laptop Dell.
- 2 Celulares LG.
- 1 Máquinas de coser Overlock.
- 1 Máquinas de coser rectas.
- 1 Plancha para sublimar
- 1 Impresora para papel transfer
- 1 Cortadora manual de tela
- 1 Lector de código de barras.
- 1 Impresora inalámbrica de etiquetas.

1.1.3 IDENTIFICACIÓN DE CAPITAL HUMANO.

- *Gerente General.* El Gerente será el responsable de la dirección de la empresa, encargado de la planificación y establecimiento de las políticas generales, así como de transmitir los objetivos de la empresa a todos los colaboradores y altos mandos. Tipo de recurso: Socio/inversionista.
- *Compras.* Responsable de organizar, coordinar y controlar la adquisición y entrega de materia prima y suministros necesarios para la correcta operación de la empresa. Esta persona estará encargada del control de inventarios (almacén). Tipo de recurso: Socio/inversionista.
- *Producción.* El responsable de este puesto se encarga de la planeación, supervisión y coordinación de las actividades productivas, verificando que la calidad de los productos cumple con los estándares y controles establecidos. Estas actividades serán gestionadas por el Gerente General de la empresa. Tipo de recurso: Socio/inversionista.
- *Ventas/ Marketing.* El responsable de esta área será el encargado del posicionamiento de la marca, el mantenimiento de las redes sociales y el e-commerce establecimiento de puntos de venta en sitio, cadena de suministro y supervisión en el control de inventarios, por lo que se considera un único recurso para las actividades de compra y venta. Tipo de recurso: Socio/inversionista.

- *Diseñador.* El Diseñador Textil será el encargado de realizar los bosquejos de los productos para su posterior elaboración. Dentro de sus responsabilidades se encuentra la transformación de la idea de los socios en el producto terminado y la dirección y coordinación de la confección de las prendas. Tipo de recurso: Externo (por honorarios).
- *Contador.* El contador de la empresa será el responsable de analizar los documentos contables con la finalidad de garantizar que las operaciones de la empresa se realizan adecuadamente. Esta persona también será responsable de realizar la nómina de los empleados. Tipo de recurso: Externo (por honorarios).
- *Patronista.* El patronista de la empresa será el encargado de transformar los bocetos proporcionados por el diseñador para posteriormente realizar el corte de los mismos.
- *Operadores.* Los operadores de las máquinas serán los responsables de la costura y acabados que proveerá el patronista.
- *Técnico en producción.* Será el encargado del estampado de los diseños y la captura del código de barras para su automático control en el sistema de inventario. Una vez que las prendas se hayan enfriado, procederá al empaquetado y etiquetado externo del producto.

#### 1.1.4 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL.

##### BALANCE GENERAL.

Tabla 1. Estado de Situación Financiera.

Estado de Situación Financiera Mexikini S.A.S.			
ACTIVO		PASIVO	
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>			
CAJA Y BANCOS	\$ 173,293.79		
ALMACEN	\$ 30,336.28		
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$ 203,630.07</b>		
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	\$ 17,224.13	CAPITAL SOCIAL	\$ 300,000.00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 21,597.00	<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$ 300,000.00</b>
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 57,548.80		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 96,369.93</b>	<b>TOTAL PASIVO MAS</b>	
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 300,000.00</b>	<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$ 300,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 1.1.4



### 1.1.5 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.

De acuerdo a datos publicados por National Geographic, a nivel mundial se producen alrededor de 448 millones de toneladas de plástico, y menos de una quinta parte de éste es reciclado, por lo que se busca aprovechar esta situación para convertir el plástico en el insumo principal de nuestro producto terminado.<sup>3</sup> La transformación de botellas de PET que el proveedor nos distribuirá, será de rollos de 50 metros de tela reciclada, los cuales están hechos por 3,234 botellas de plástico, con lo cual se pretende atenuar la gran deuda ecológica que como sociedad hemos generado. Al igual que con esta nueva tendencia de negocio, se crea una mayor demanda agregada en la difusión y comercialización de inspiraciones textiles mexicanas.

### 1.1.6. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.

#### ANÁLISIS FODA.

- Elaboración de trajes de baño.
  - F. Diseños exclusivos, uso de material reciclado, fomento de la cultura mexicana, apoyo a zonas indígenas.
  - O. Expansión del negocio en las playas mexicanas y el extranjero.
  - D. Poca demanda al no tratarse de un producto de primera necesidad, precio.
  - A. Variabilidad en los costos de producción.
  
- Toallas.
  - F. Alta demanda, precios accesibles.
  - O. Diseños atractivos al consumidor.
  - D. Las ganancias se limitan a los precios ya establecidos en el mercado.
  - A. Gran número de competidores.
  
- Bolsas para uso playero.
  - F. Múltiples usos y no son exclusivos a un determinado lugar.
  - O. Inclusión de gran variedad de modelos dentro de los productos ofrecidos.
  - D. No habría posibilidad de tener márgenes de ganancias mayores a los del mercado. Diferenciador en el producto difícil de ofrecer.
  - A. Número de competidores que comercializan bolsas.

---

<sup>3</sup> <https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/2018/05/datos-sobre-la-contaminacion-por-plastico>

## ANÁLISIS DE PUNTOS PONDERADOS.

Tabla 2. Elección de producto a fabricar.

Peso.	Unidad.	Valor de Referencia.			Calificación.			Calificación Ponderada.		
		Traje de baño.	Toallas.	Bolsas.	Traje de baño.	Toallas.	Bolsas.	Traje de baño.	Toallas.	Bolsas.
0.30	E-commerce	10	5	8	10	5	8	3	1.5	2.4
0.20	Capital	120	100	180	6.6	10	5.5	1.32	2	1.1
0.30	Número de proveedores	2	3	3	6.67	10	10	2	3	3
0.10	Número de competidores	10	7	5	10	7	5	1	0.70	0.50
0.10	Responsabilidad social	10	10	8	10	10	8.00	1	1	0.8
1.00							<b>TOTAL</b>	<b>8.32</b>	<b>8.20</b>	<b>7.80</b>

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 1.1.6

De los puntos ponderados se puede concluir que los trajes de baño tienen mayor afluencia en el comercio electrónico, seguido de las bolsas y por último las toallas, lo cual los coloca en nivel de importancia con mejor calificación. En cuanto al capital requerido para la actividad preponderante y emprender un negocio, la tabla de puntos ponderados indica que se requiere más capital para crear bolsas, en segundo lugar trajes de baño y en tercer lugar las toallas. La tercera categoría es la cantidad de proveedores existentes en el mercado, donde ubicamos mayor cantidad de proveedores en el negocio de toallas y bolsas y por último en el de trajes de baño, no obstante esto no afectó la puntuación en gran medida para la decisión tomada. El siguiente punto de decisión en la matriz fue el número de competidores, en el cual, existe un gran universo de creadores y maquilas de toallas, y las bolsas generalmente ya están posicionadas para temas de accesorios debido a que se trata de un complemento de joyería más que un transportador de objetos, mismo que ya cuenta con cierto posicionamiento, sin embargo, al identificar a todos los posibles competidores ecológicos de los trajes de baño nos dimos cuenta que tanto en el país como en el extranjero existen varias empresas o personas que se dedican al sector sustentable.

### 1.1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA ALTERNATIVA SELECCIONADA (LEAN CANVAS).

Se ha elegido la comercialización de trajes de baño hecho a base de material reciclado (PET) ya que se considera que esta alternativa de solución va a tener dos beneficios significativos, uno en la sociedad dando el reconocimiento a nuestra cultura mexicana y dos, en el cuidado y preservación del medio ambiente utilizando material reciclado.

### Cuadro 3. Lean Canvas de la empresa Mexikini S.A.S.

MEXIKINI S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas).

<b>1.- OBJETIVO</b>				
Creación de trajes de baño con inspiraciones (bordadas o estampadas) de las regiones más representativas de México fomentando la identidad cultural y el apoyo a las artesanas mexicanas. Los productos serán hechos a base de PET buscando contribuir con la reducción de residuos plásticos.				
<b>3.- PROBLEMA</b>	<b>5.- SOLUCIÓN</b>	<b>4.- PROPUESTA DE VALOR</b>	<b>10.- VENTAJA DIFERENCIAL</b>	<b>2.- SEGMENTOS CLIENTES</b>
1.- Contaminación por PET. 2.- Pérdida de identidad cultural. 3.- Retribución insuficiente a las artesanas por su trabajo.  *Alternativas = 1.- Comprando cualquier tipo de traje de baño. 2.- Comprando un traje de baño de acuerdo a la tendencia de mercado. 3.- Compra de trajes de baño tejidos pagando un precio mínimo.	1.- Reciclaje. 2.- Empoderamiento. 3.- Fair Commerce  <b>9.- INDICADORES CLAVE</b> 1.- Ventas. 2.- Número de visitas a la página. 3.- Búsquedas en google.	La propuesta de valor consiste en plasmar en el producto diseños de trajes típicos de los estados más representativos de la República Mexicana, operando mediante el comercio justo y fomentando la reducción de contaminantes plásticos generados por el ser humano.	1.- Los bikinis están hechos con residuos plásticos (PET). Y actualmente nadie ha producido algún tipo relacionado a nuestro producto.  2.- Se da una amplia difusión de la cultura mexicana, a través de los estampados étnicos de las regiones más reconocidas por sus diversidades culturales.	1.- Mujeres de 15 a 34 años. 2.- NSE AB, C+ y C
<b>8.- ESTRUCTURA DE COSTOS</b>			<b>6.- CANALES</b>	
<b>Fijos</b> = Teléfono, Luz, Internet, Renta de local, Publicidad  <b>Variables</b> = Tela, Mano de Obra, Viáticos.			*Internet, E- commerce, Cadena de distribución directa.	
			<b>7.- SOSTENIBILIDAD FINANCIERA</b>	
			* Los clientes pagan por adquirir trajes de baño de material reciclado, mediante comercio justo fomentando la divulgación de toda la biodiversidad cultural que México posee.  * El dinero se obtendrá en su mayoría por compras hechas con tarjetas de crédito o débito. De igual manera habrá pagos en efectivo, pero cabe recalcar que es un negocio de e-commerce por lo tanto el mayor ingreso de efectivo es mediante transacciones bancarias.	
			<b>11.- IMPACTO</b>	
			*El impacto es favorable para el medioambiente ya que cada año a nivel mundial se producen alrededor de 448 millones de toneladas de plástico, por lo que con la elaboración de este proyecto podemos reducir el % de contaminación.  *Se tiene además un impacto social ya que con la difusión de las inspiraciones en los trajes de baño se darán a conocer las etnias existentes en México.	

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 1.1.7

#### 1.2 PLANEACIÓN.

##### 1.2.1 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA.

“Mexikini” es una empresa comercializadora mexicana dedicada al diseño y comercialización de trajes de baño con inspiraciones estampadas o bordadas con diseños típicos de las regiones culturales de los estados de la República Mexicana. Hechos a través de residuos plásticos (PET). Laborando en base al comercio justo. La idea nace de cuatro jóvenes emprendedores de crear un producto sustentable y sostenible rescatando la cultura mexicana.

### 1.2.1.1 OBJETIVOS.

Objetivo general:

- Desarrollar un proyecto de inversión para la producción y comercialización de trajes de baño hechos a base de material reciclado (PET).

Objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado.
- Determinar los factores técnicos en la elaboración del traje.
- Elaborar el estudio financiero del proyecto de negocios.
- Determinar la factibilidad del proyecto de inversión.

### 1.2.1.2 ALCANCES Y LIMITACIONES.

Alcances:

- Entrega de proyecto de inversión para la elaboración y comercialización de trajes de baño hechos a base de material reciclado (PET).
- Evaluación desde el punto de vista financiero con indicadores como el TIR, TREMA y RSI.
- Investigación de mercado y análisis de pre-factibilidad.

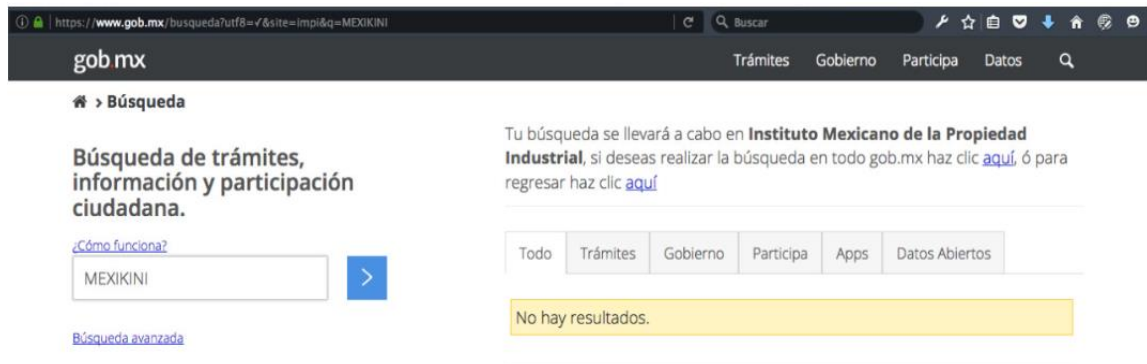
Limitaciones:

- La falta de experiencia en el proceso de producción de trajes de baño, así como de confección de telas.
- El tiempo con el que se cuenta para la elaboración del proyecto es corto.
- Falta de información sobre el reciclado de material PET, ya que el nivel de información presente es bajo, no se ha investigado a detalle la manera más redituable tanto ambiental como económicamente.

### 1.2.2 NOMBRE: "MEXIKINI".

El nombre de la empresa está formado por dos palabras claves de nuestro producto principal, "Mexi" derivado de que se trata de un producto mexicano y "kini" ya que el principal producto en el que nos enfocaremos serán los bikinis.

Imagen 4. Registro de marca.

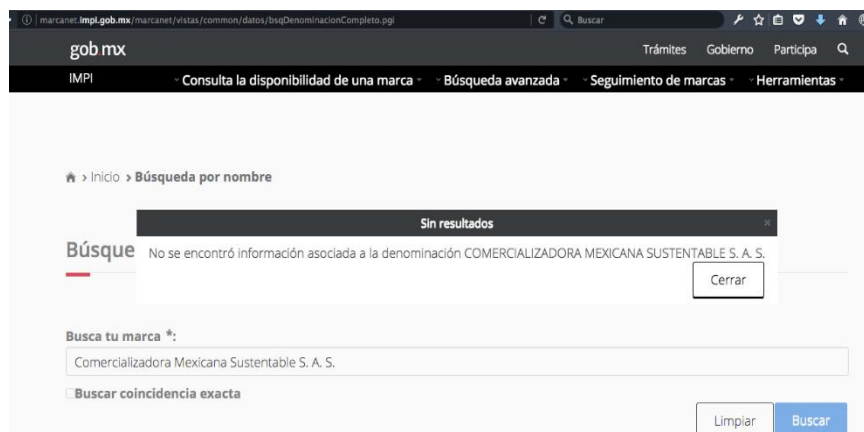


Fuente: Sitio oficial de Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

### 1.2.3 RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL.

Comercializadora Mexicana Sustentable S.A.S

Imagen 5. Registro IMPI del nombre de la empresa.



Fuente: Sitio oficial de Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Se ha elegido ser una Sociedad por Acciones Simplificada, la cual “es un tipo de sociedad que se constituye de una manera más fácil que una sociedad anónima. La pueden formar una o varias personas humanas o jurídicas. En las S.A.S., la responsabilidad de los socios está limitada a sus acciones.”<sup>4</sup>

<sup>4</sup> <http://www.derechofacil.gob.ar/leysimple/sociedad-por-acciones-simplificada-sas/>

#### Requisitos para constituir una S.A.S.:

- Firma electrónica (e. firma) de los accionistas.
- Al menos uno de los accionistas debe contar con la autorización de la denominación de la sociedad (obtenida en línea).
- Ingresos anuales que no excedan los 5 millones de pesos.
- Que los accionistas no sean simultáneamente accionistas con toma de decisión de otro tipo de sociedad mercantil (por ejemplo: administrador, mayoría accionaria, etc.)

#### Obligaciones de una S.A.S.:

##### A. Difundir en el Sistema Electrónico de Publicaciones de Sociedades Mercantiles.

- Los contratos celebrados entre el accionista único y la Sociedad.
- El Aviso cuando se haya suscrito y pagado la totalidad del capital social.
- La Convocatoria de Asamblea de Accionistas.
- El Informe anual sobre la situación financiera de la Sociedad.
- El Aviso sobre las inscripciones que se realicen en el libro de registro de acciones del aumento o disminución del capital social variable.

B. Todas las acciones deberán pagarse en el plazo establecido por los accionistas, en menos de un año.

C. Llevar el libro del registro de acciones de la Sociedad.

D. Cambiar de tipo de Sociedad una vez que se rebase el monto de ingreso anual de 5 millones de pesos.

#### Características:

- Constitución de la empresa a partir de uno o más socios (solamente personas físicas).
- Responsabilidad limitada de los accionistas, protegiendo su patrimonio.
- El capital puede ser a partir de \$1 peso y podrán utilizar medios electrónicos para la toma de acuerdos entre los accionistas.
- Los ingresos anuales no podrán superar los 5 millones de pesos (cifra actualizable en el DOF).

#### Beneficios:

- Trámite en línea accesible desde cualquier dispositivo electrónico.
- No genera gastos en la constitución de la sociedad.
- Permite constituir una sociedad a partir de una persona física.
- Permite acceder a esquemas de financiamiento, de seguridad social, entre otros.
- Permite el crecimiento de las empresas y la generación de empleos.”<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> <https://www.gob.mx/tuempresa/articulos/crea-tu-sociedad-por-acciones>

#### 1.2.4 Objeto social.

El objeto de la compañía comprende:

A. La producción, transformación, elaboración, confección, almacenamiento, comercialización, exportación, importación, intermediación, distribución, incluyendo compra y venta de materiales textiles tejidos o no tejidos, prendas, maquinaria, repuestos, excedentes industriales, elementos accesorios y actuar tanto dentro del país como en el extranjero título propio o como representante de firmas nacionales o extranjeras productoras o distribuidoras de éstas.

B. La sociedad podrá construir y operar los montajes e instalaciones industriales que sean necesarias tales como fábricas, plantas eléctricas o de aguas, muelles, talleres, edificios, bodegas, almacenes o agencias.

C. Establecer los sistemas de distribución y ventas que considere más adecuadas para la realización de su objeto social.

D. Desarrollar y realizar toda clase de actividades comerciales sobre productos de la industria textil, su adquisición, explotación, y enajenación sean estas materias primas o productos terminados o no terminados.

E. Participar, formar, organizar o financiar con personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho público o derecho privado, de manera local e internacional así como concurrir a su constitución con aportes de capital o de industria, sociedades, asociaciones, corporaciones o fundaciones, que tengan objetos iguales o semejantes, conexos o complementarios a los de Mexikini S.A.S., o que tengan por objeto ejecutar o celebrar negocios que den por resultado abrirle nuevos mercados a los artículos que produce la sociedad o procurarle clientela, o mejorarla, o facilitarle en cualquier forma las operaciones que constituyen el objeto principal de Mexikini S.A.S. o entrar con ellas en toda clase de arreglos o contratos y suscribir o tomar interés en las mencionadas sociedades, asociaciones o empresas.

F. Fusionarse con compañías cuyo objeto social pueda incluirse dentro del suyo, o bien incorporar a ella tales sociedades, absorberlas o ser absorbida por ellas.

G. Adquirir y administrar acciones, cuotas y partes de interés social en otras compañías, así como bonos y otros valores y eventualmente enajenarlos; administrar y eventualmente enajenar las acciones, cuotas y partes de interés social que actualmente posee; constituir gravámenes y limitaciones sobre los bienes mencionados.

H. Participar en procesos de titularización pública o privada, de activos e inversiones, emitir acciones, bonos o certificados de depósito de mercancías o cualquier otro título valor de acuerdo con las normas y requisitos previstos en la Ley.

I. Colocación de sus excedentes de tesorería y sus reservas en el mercado de capitales, de manera transitoria o permanente, suscribiendo bonos, adquiriendo títulos, acciones, derechos, efectuando depósitos o realizando cualquier tipo de operación con entidades financieras.

J. Podrá invertir en papeles o documentos de renta fija, variable, estén o no inscritos en el mercado público de valores. En todo caso, los emisores y/o receptores de la inversión, pueden ser de carácter público, privado o mixto, nacionales o extranjeros.

K. Intervenir en los mercados de capital obteniendo préstamos, otorgando garantías para respaldarlos o concediendo préstamos.

L. Invertir sus fondos disponibles de reserva, previsión u otros en la adquisición de bienes y derechos de toda clase, muebles o inmuebles, corporales o incorporales, pudiendo conservarlos, explotarlos, enajenarlos, gravarlos o limitarlos, según las necesidades de la sociedad.

M. Adquirir el dominio y/o invertir en toda clase de bienes muebles o inmuebles, levantar las construcciones y demás obras necesarias o convenientes para el desarrollo de sus negocios.

N. Actuar como contratista, constructor, consultor, desarrollador, vendedor, interventor, diseñador, beneficiario o proyectista de obras civiles, mejoras, modificaciones, reparaciones, proyectos de desarrollo inmobiliario, en bienes inmuebles propios o de terceros, bajo cualquier modalidad de negocio con personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho público o derecho privado, en los Estados Unidos Mexicanos o en el exterior.

O. Adquirir la concesión para el uso de aguas y otros recursos naturales.

P. Adquirir, conservar, usar, enajenar y explotar, patentes, derechos de registro, permisos, privilegios, procedimientos industriales, marcas, lemas y nombres registrados, dibujos, patrones e insignias, y cualquier otro bien incorporeal relativo al establecimiento y a toda la producción y gestionar y obtener la inscripción de los registros respectivos ante la autoridad competente.

Q. La realización de actividades definidas como de ciencia, tecnología e innovación, realización de proyectos de investigación y creación de nuevas tecnologías aplicables a la industria textil u otras de su objeto social en cooperación con instituciones públicas o privadas nacionales o extranjeras, o de manera individual por la sociedad o por sus ejecutivos para el desarrollo de su objeto social, y obtener los respectivos títulos de propiedad industrial y otros de la nuevas tecnologías y productos, resultado de las actividades, investigaciones y estudios.

R. Capacitar y entrenar personal en el país o en el exterior.

S. Participar en la implementación de programas sociales y ambientales enmarcados en el contexto de responsabilidad social empresarial.

T. Participar en procesos de licitación, con personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras,

U. Celebrar y suscribir todo género de contratos o actos civiles o mercantiles, industriales o financieros, que estén directamente relacionados con el objeto social y los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir las obligaciones que legal o convencionalmente se deriven de la existencia y actividad de la sociedad.



Parágrafo 1. El objeto social podrá realizarse parcial y gradualmente, de acuerdo con lo que al respecto vaya determinando el Presidente y la Junta Directiva.

Parágrafo 2. La Compañía podrá actuar por sí misma, ella sola, o en cooperación con otra u otras personas de acuerdo con los contratos que ella celebre para el desarrollo de su objeto social.

#### 1.2.4.1 OBJETIVO DE LA EMPRESA.

Obtener un rendimiento mínimo de 20% en un periodo menor a 5 años ofreciendo trajes de baño a partir de materiales reciclables como lo es el PET, en el cual se soluciona el paradigma del reciclado de botellas las cuales, son transformadas mediante un proceso sustentable, para la reutilización del petróleo el cuál es un producto no renovable, con la finalidad de satisfacer una necesidad de vestimenta agregando como valor agregado una huella cultural comercializando de manera inclusiva en cuanto a tallas respecte.

#### 1.2.5 MISIÓN.

“Ser una empresa comprometida en crear consciencia de nuestra huella ecológica satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes; ofreciendo una gama de productos de primera calidad y diseños conservadores para lograr la satisfacción total de nuestros consumidores a través de la recolección y reutilización de plásticos, promoviendo actividades rentables y sustentables”.

#### 1.2.6 VISIÓN.

“Ser la empresa de productos textiles de estilos únicos y responsables con el medio ambiente a través del uso sostenido de materia prima elaborada con insumos reciclados que marcará tendencia en el mercado nacional.”

#### 1.2.7 VALORES.

- *Innovación.* A través del uso de telas elaboradas con material reciclado.
- *Solidaridad.* A través del reconocimiento y acercamiento con las comunidades indígenas mexicanas. Dar de sí antes de pensar en sí.
- *Trabajo en equipo.* A través de reconocimiento y aprovechamiento de las facultades de cada miembro.
- *Calidad.* A través de lo que el cliente final desea de nuestro producto. Amor por el detalle.
- *Respeto.* A través del reconocimiento y apoyo económico a las comunidades indígenas que nos faciliten sus diseños.

### 1.2.8 EJES RECTORES.

- *Apoyo al comercio justo.* Pagar el precio justo sin aprovecharse de los productores para garantizar una cadena de bienestar.
- *Mejora en la calidad de vida de la sociedad.* Para lograr un crecimiento económico y de esta manera un desarrollo económico.
- *Revivir tradiciones.* No dejar extinguir aquello que nos hace únicos.
- *Valorar al equipo de trabajo.*
- *Ser una empresa socialmente responsable (ESR).*

### CONCLUSIONES DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO Y PLANEACIÓN.

Derivado de la necesidad que existe actualmente de reciclar y crear conciencia para disminuir los desechos en el medio ambiente generados por el ser humano, decidimos emprender una Sociedad por Acciones Simplificada que se dedique a la elaboración de trajes de baño que den un segundo uso al plástico a través de la utilización de telas hechas con PET reciclado. Estos trajes de baño tendrán inspiraciones tradicionales mexicanas buscando preservar la identidad y el amor por lo mexicano, valorando nuestras raíces y apoyando a las comunidades indígenas a través de una remuneración justa.

## CAPÍTULO II.- ESTUDIO DE TÉCNICO.

### 2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

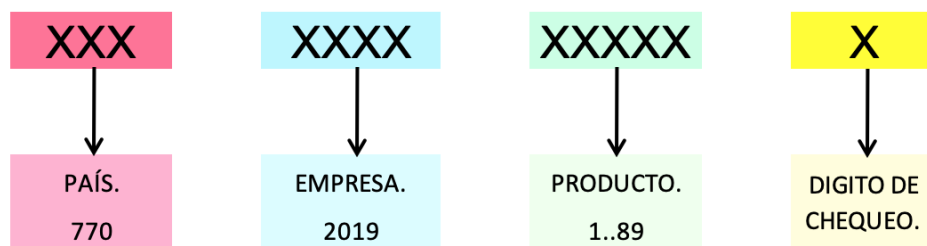
Se ponen a disposición del público trajes de baño para dama que toman como base para sus aplicaciones inspiraciones de diseños típicos de la cultura mexicana. Es importante considerar que la materia prima de nuestro producto será a base de PET reciclado.

Este producto que cubre parte del cuerpo de las mujeres tiene como finalidad ser usado para nadar, bañarse o tomar el sol en playas, ríos o piscinas.

### 2.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO.

Se pretende llevar un sistema de identificación por código de barras. Éste es una tecnología que permite la captura automática de información y permite identificar productos mediante un código numérico que por lo general se combina con uno alfabético. Las características son las siguientes:

Imagen 6. Descripción del código de barras del traje de baño.



Fuente: Elaboración Propia.

- Registro de productos con software de gestión de código de barras
- El usuario lee manualmente las etiquetas con un lector infrarrojo.
- El software proporciona un albarán y se anota el tiempo utilizado.

A largo plazo se pretende sustituir el código de barras por un QR (Quick Response). El cuál es un sistema para almacenar información en una matriz de puntos o un código de barras bidimensional, requiere lectores con cámaras, y se encuentra enfocado hacia el mercadeo.



## ESPECIFICACIONES AL CONSUMIDOR:

Trajes de baño para dama:

- Talla: S, M, L, XL y XXL

La usuaria podrá identificar su talla de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla 7. Descripción de las medidas del traje de baño.

Tallas	Busto	Cintura	Cadera	Torso	
S	80-85 cm	63-65 cm	88-90 cm	148-150 cm	
M	90-95 cm	70-75 cm	95-100 cm	154-157 cm	
L	100-105 cm	80-85 cm	105-110 cm	160-163 cm	
XL	110-115 cm	90-95 cm	115-120 cm	166-169 cm	
XXL	120-125 cm	100-105 cm	125-130 cm	172-175 cm	

Fuente: Elaboración propia.

- Dos modelos: Traje de baño con estampado y traje de baño con diseños bordados.
- Se manejará una única temporada o colección al arranque del proyecto.
- Tendencia: Diseños únicos inspirados en los trajes típicos más reconocidos de la cultura mexicana.
- Detalles: Algunos modelos podrán llevar un bordado elaborado por artesanas locales.

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.

Tabla 8. Especificaciones técnicas del traje de baño.

Insumo.	Cantidad.	Unidad.
<b>Corte.</b>		
Tela.	1.2	Metro.
<b>Ensamble.</b>		
Aguja.	2	Unidad.
Hilo.	2	Metros.
Etiqueta (interna).	0.05	Unidad.
<b>Sublimado.</b>		
Papel	1	Unidad.
Tinta	1	Unidad
<b>Empaquetado.</b>		
Etiqueta (externa).	1	Metro.
Bolsa.	1	Unidad.

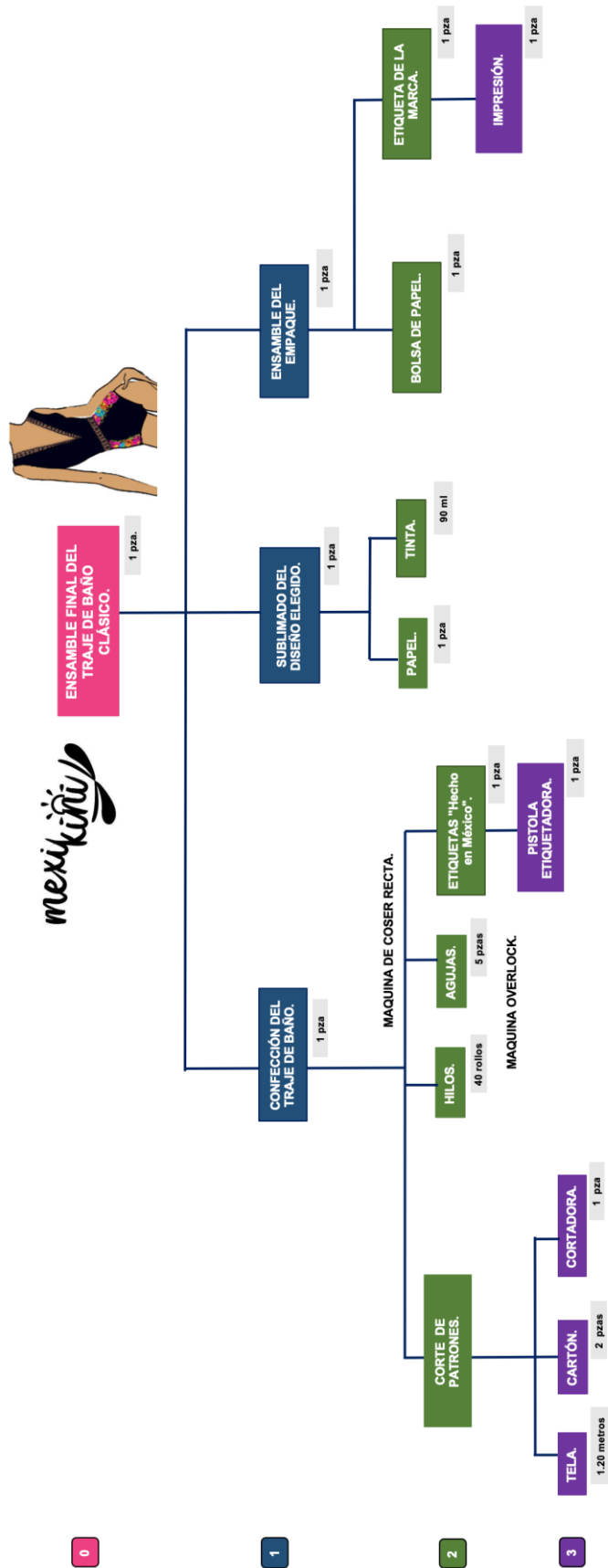
Fuente: Elaboración propia.

Traje de baño de una sola pieza (clásico): Cubre el dorso femenino, elaborado 100% en Nylon–elastano<sup>6</sup> reciclado, estampado o bordado, con un largo promedio de 55 cm, dependiendo del torso.

---

<sup>6</sup> El Nylon o elastano utilizado como materia prima para los trajes de baño es proveniente de un proceso de transformación de PET.

Figura 8. Requerimiento de materiales del traje de baño.



mexiñiti

ENSAMBLE FINAL DEL TRAJE DE BAÑO CLÁSICO. 1 pza.

0

1

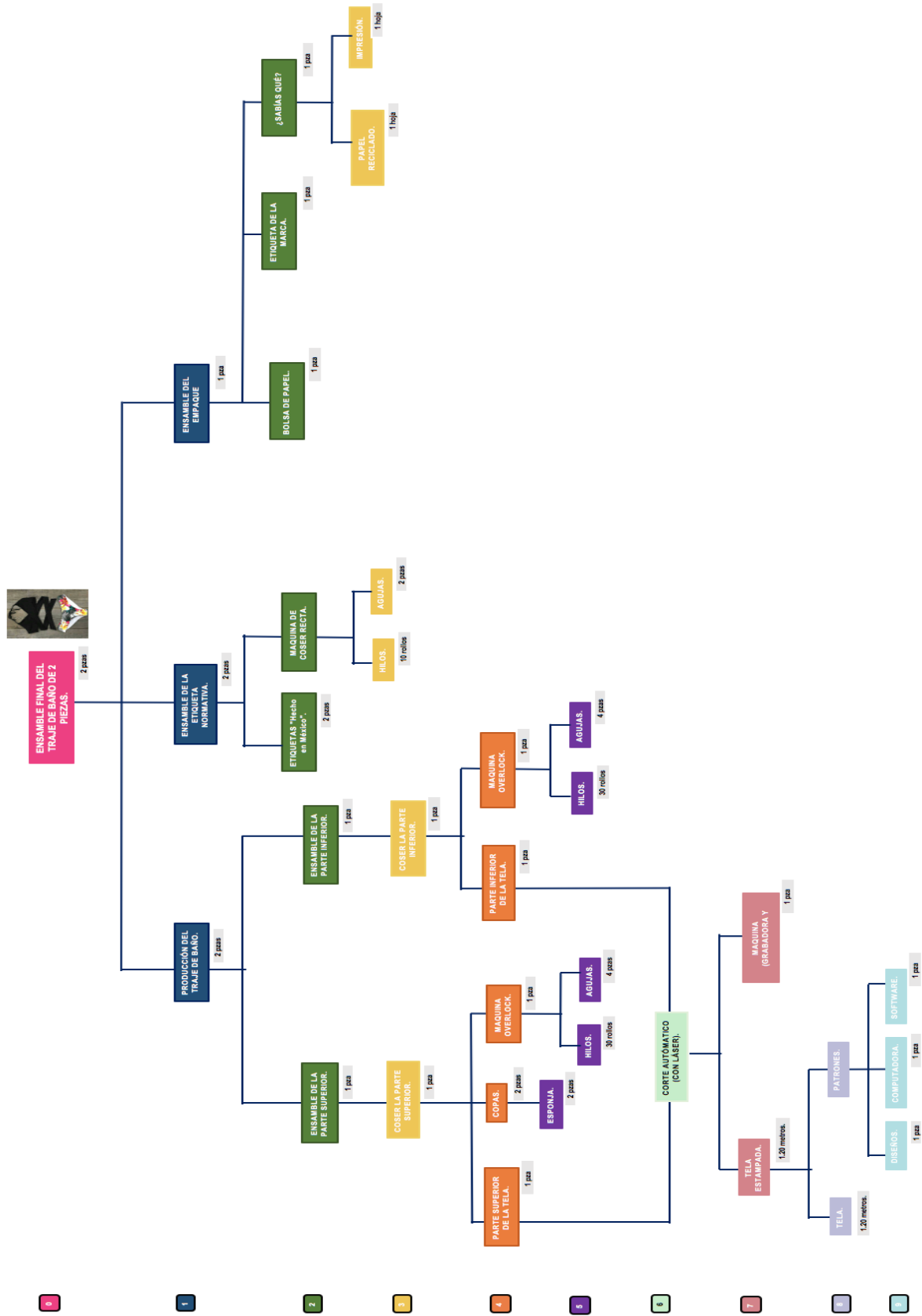
2

3

Fuente: Elaboración propia.



Figura 9. Requerimiento de materiales para un traje de baño estilo Bikini.



Fuente: Elaboración propia.



Figura 9.1. Ficha Técnica del traje de baño de dos piezas – bikini bordado.

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO.	
	<b>DATOS DEL PRODUCTO.</b>
	Linea. Traje de baño de 2 piezas - Bikini bordado talla XXL.
	Nombre del producto. Traje de baño estilo bikini talla XXL.
	Referencia. Modelo X2055
	Materias Primas. Nylon 100% elásticos en elastano - Nylon. 2 Copas.
	Dimensiones. Busto (cms): Cintura (cms): Cadera (cms): Torso (cms): 120 - 125    100 - 105    125 - 130    172 - 175
	Color. * Son en base al diseño de temporada.
	Empaque. Si    Tipo: Bolsa de Papel.
	<b>DATOS COMERCIALES.</b>
	Precio de Venta Internacional.
<b>DESCRIPCIÓN.</b>	
<p>Traje de baño tipo bikini, sotén brassier, diseño para anudar en espalda, opcional uso de tira al cuello. Bikini tipo falda, medio cubrimiento de cadera sin averturas laterales. Tela resistente al cloro, no se deterioran los colores ni estampados o bordados con los químicos del agua. Estampados y bordados disponibles por temporada.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se muestra el primer prototipo del traje de baño que la empresa “Mexikini” maquilará:

Figura 10. Prototipo del traje de baño clásico (una sola pieza) – Sublimado.



Fuente: Elaboración propia.

## ETIQUETA INTERNA.

El Logotipo Hecho en México es un distintivo establecido por el Gobierno Federal, a través de la Secretaría Economía (SE), para identificar los productos hechos en nuestro país frente a los productos provenientes del extranjero. El objetivo es fortalecer el mercado interno, favorecer la competitividad de los productos nacionales y fomentar su consumo.

Las personas físicas con actividad empresarial y las personas morales (empresas) que produzcan, elaboren, y/o fabriquen productos en territorio nacional podrán solicitar, de forma gratuita, la autorización para el uso del logotipo "Hecho en México".

Figura 11. Diseño del etiquetado.



Fuente: Elaboración propia.

## ETIQUETA EXTERNA Y EMPAQUE.

Se utilizará como empaque una bolsa en la que se colocará la etiqueta adherible de la marca.

Imagen 12. Diseño del empaque.



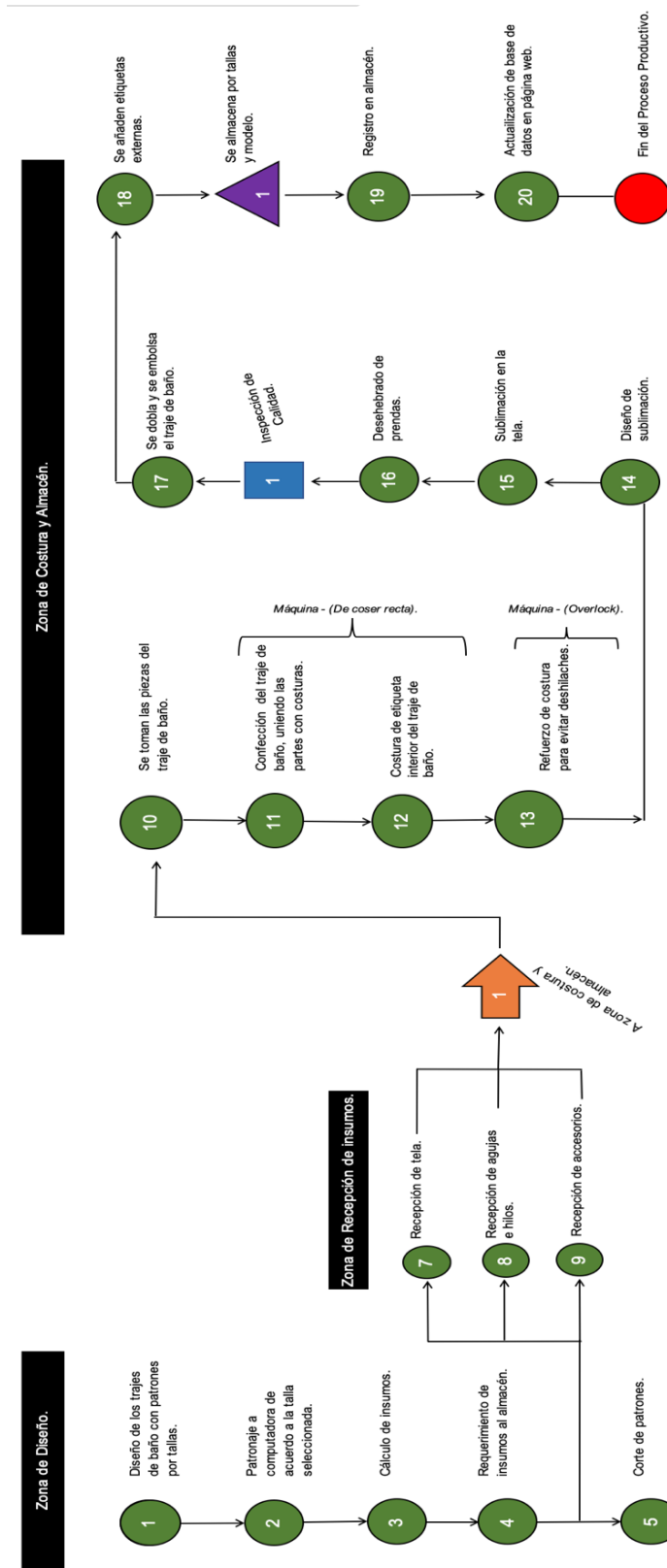
Fuente: Elaboración propia.

### 2.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.

Cabe resaltar que la empresa “Mexikini” maneja 2 tipos de producción, una es para los trajes de baño estampados/sublimados y la otra para los trajes con bordados. Para efectos prácticos solo se mencionará el proceso productivo y el requerimiento de materiales del traje de baño de 1 pieza estampado/sublimado.

# DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES – PROCESO DE PRODUCCIÓN.

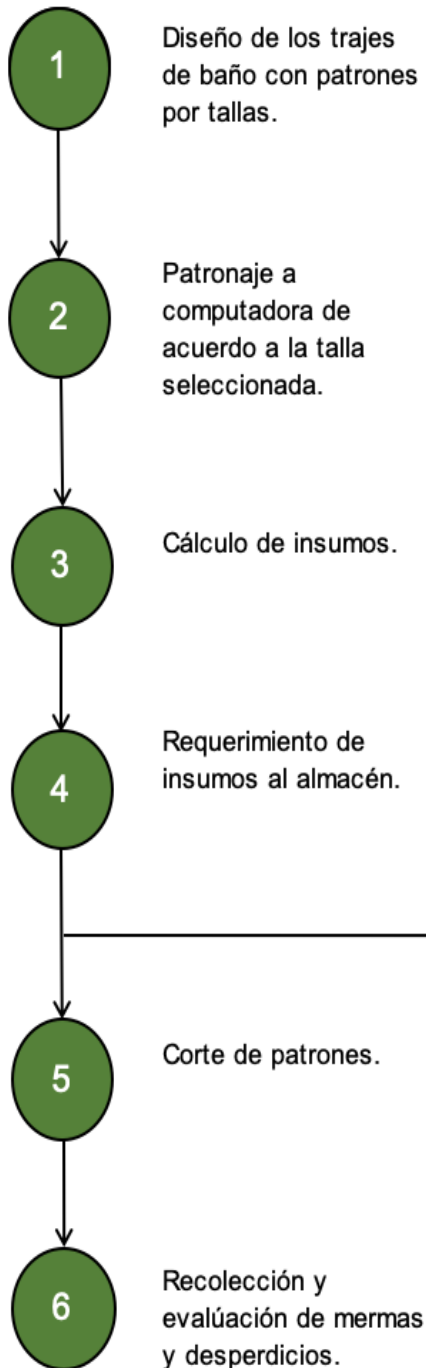
Figura 13. Diagrama de flujo: Proceso de producción de un traje de baño estampado de 1 pieza.



Fuente: Elaboración propia.

*El proceso de Producción inicia en la zona de Diseño.*

### Zona de Diseño.



⇒ *Diseño:*

El proceso creativo (diseño) es llevado a cabo cuidadosamente por la diseñadora Textil. Consiste en dibujar un boceto en el que se plasme la idea para posteriormente realizar el diseño a computadora y asignarle un número de control a cada modelo.

⇒ *Patronaje:*

El patronista de la empresa es el encargado de recibir los diseños elaborados y realizar los patrones correspondientes de acuerdo con las tallas que se manejen (siendo éstas: chica, mediana y grande).

⇒ *Cálculo de los insumos:*

Una vez se cuenten con los patrones para cada talla, el patronista será encargado de realizar los cálculos necesarios para determinar el material que requiere por unidad (cantidad de tela, hilo, tamaño del estampado).

⇒ *Requerimiento de insumos al almacén:*

Una vez definida con precisión la cantidad de insumos que serán necesarios, se le solicitan al encargado del almacén, el cual deberá anotar en su bitácora la cantidad de materia prima que entra y sale del establecimiento, llevando un adecuado control de inventarios.

⇒ *Corte:*

El encargado de corte recibirá tanto la tela proporcionada por almacén como la tela sublimada para sus respectivos cortes. Se realiza el corte de la tela con la cortadora a mano y se procede a enviar la tela cortada a las responsables de costura.

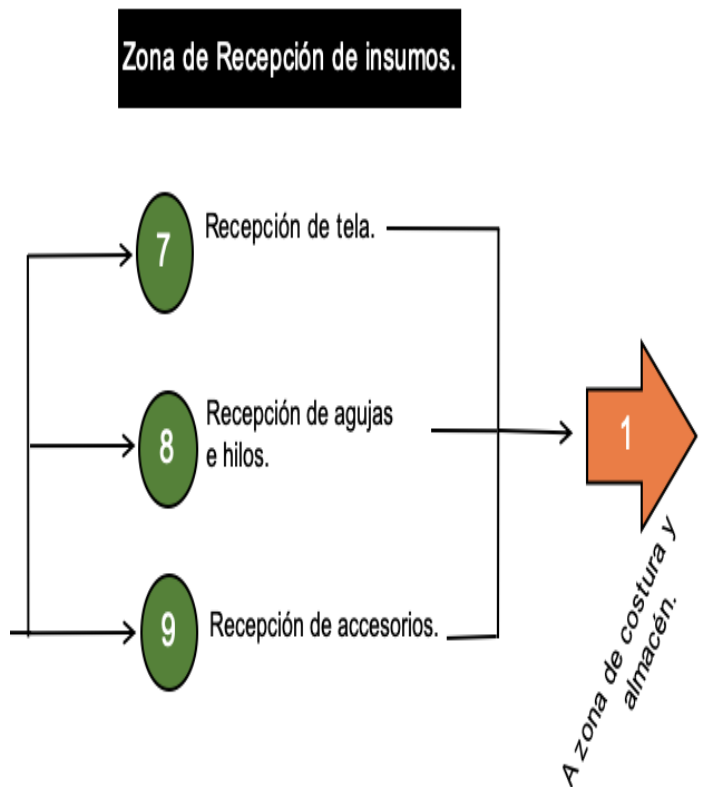
⇒ *Recolección y evaluación de mermas y*

*desperdicios:*

Una vez que se haya concluido el corte de los patrones, se hará una evaluación de la tela especial remanente, para determinar si puede ser utilizada para patrones futuros.

Si este fuese el caso se llevará al área de almacén y en caso de que no pueda ser reutilizada se depositará en el área designada para los desperdicios.

*En paralelo, se pasa a la zona de Recepción de insumos.*



⇒ *Recepción de tela:*

Se verificará que la tela requerida sea del color, material indicado y que los metros sean suficientes para la producción.

⇒ *Recepción de hilo:*

Se contará el número de rollos de hilo para verificar que coincidan con los solicitados, asimismo se revisará que el material y el color coincidan con el requerimiento.

⇒ *Recepción de Accesorios:*

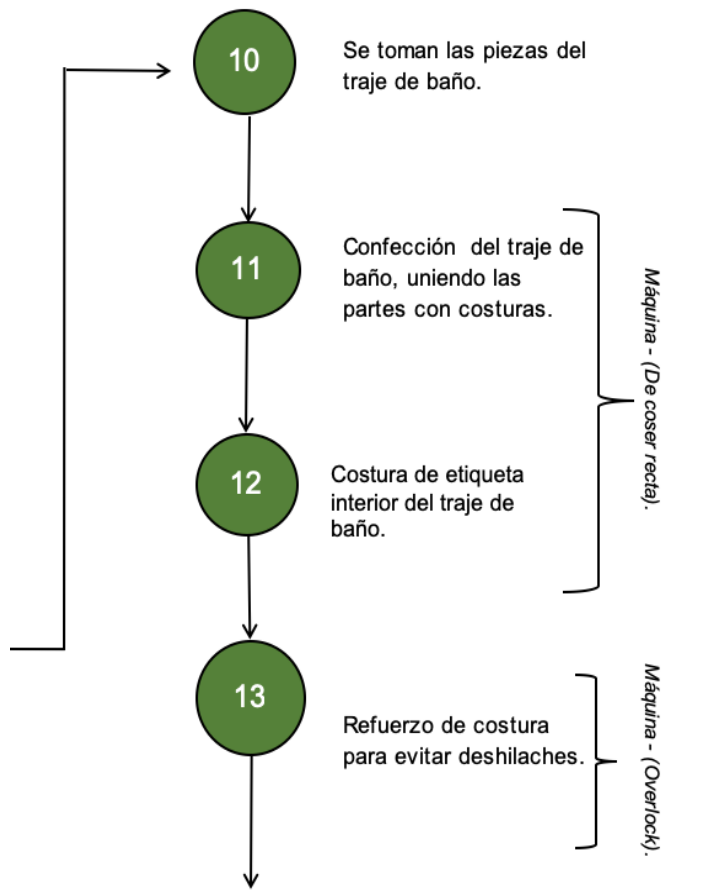
Los alfileres, agujas, etiquetas y cualquier tipo de accesorio que sea solicitado se contabilizarán y se verificará que coincida con los requerimientos para la

producción.

⇒ *Transporte a zona de costura y almacén:*

Una vez que los insumos cumplan con las necesidades del modelo de traje de baño a fabricar se transportarán al área de costura.

Zona de



traje de baño.

Mediante la maquina overlock se repasan las costuras para evitar que la prenda se deshilache.

Una vez estando en la zona de costura y almacén se realiza lo siguiente:

⇒ *Confección del traje de baño:*

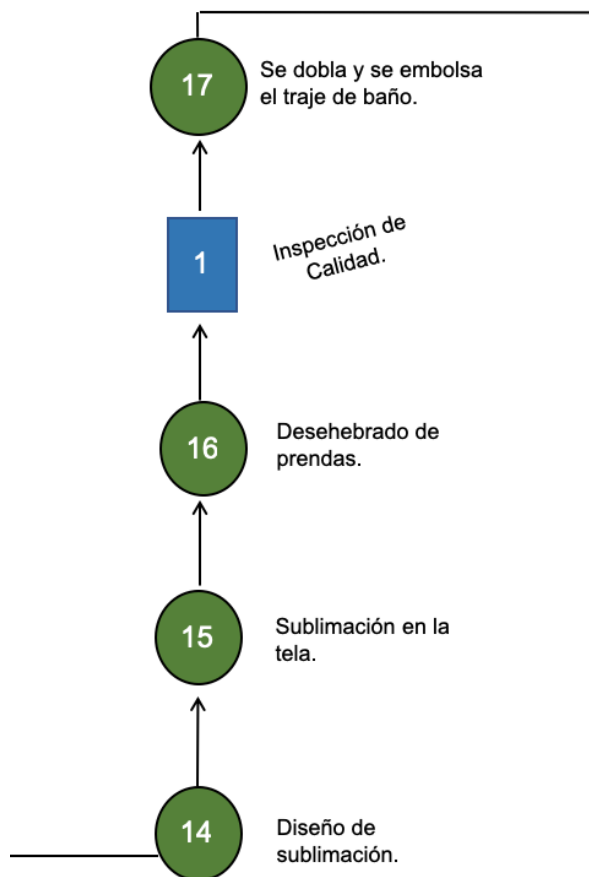
Se toma la parte delantera del traje de baño para su unión con la parte trasera, mediante la máquina recta, procurando que las uniones sean resistentes y que las medidas queden proporcionales. En este proceso, se cuida la calidad de las puntadas, los detalles de costura y el correcto seguimiento del diseño.

⇒ *Costura de etiquetas interiores del traje de baño.*

Una vez concluida la costura del traje de baño, se cose a éste la etiqueta con las especificaciones pertinentes al consumidor. Esto se realiza con la máquina de coser recta.

⇒ *Refuerzo a la costura del*

## Costura y Almacén.



⇒ *Diseño de Sublimación:*

Con los patrones correspondientes, el diseñador adecua el diseño del estampado a las medidas del área a sublimar y transfiere la información al responsable de impresión.

⇒ *Sublimación en la tela:*

El responsable de sublimado recibe la USB con los diseños a sublimar y procede a imprimir los estampados en tela transfer. Previo al planchado del diseño se realiza la desinfección de la tela para posteriormente, con las impresiones, realizar el planchado del diseño en la tela.

⇒ *Deshebrado de prendas:*

Una vez terminada la confección de la prenda, se procede a remover todos los hilos remanentes que se encuentran en las costuras, procurando no descoser o dañar la prenda.

⇒ *Inspección de calidad de las prendas:*

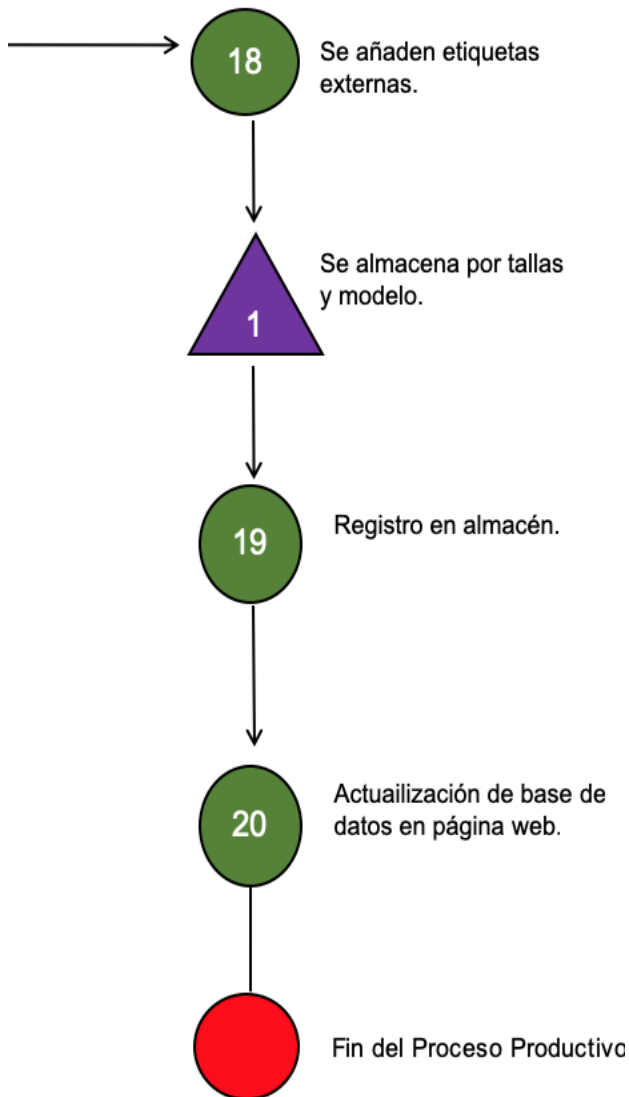
Una vez terminado el proceso de deshebrado, se hace una inspección detallada de la calidad de los trajes de baño. Se verifica que la talla coincida con la información de la etiqueta, que los

bordes y puntadas no tengan desperfectos, que esté bien cosida y que la tela, los estampados y los accesorios estén en excelentes condiciones.

⇒ *Se dobla y embolsa el traje de baño:*

Se recolectan las prendas confeccionadas que hayan pasado la inspección de calidad y se doblan de manera que no se puedan arrugar, ni manchar, de ahí se embolsan para tener protección del polvo o de cualquier otra índole.





⇒ *Se añaden etiquetas externas:*

Con el uso de la pistola etiquetadora, se coloca en el área seleccionada una etiqueta exterior que contiene información relevante acerca del modelo, la marca y las características propias de la prenda.

⇒ *Se almacena la prenda por tallas y modelo:*

Una vez colocados los trajes de baño en su respectiva bolsa, se llevan al almacén donde estarán listas para la venta al público.

⇒ *Se registra unidad en el Sistema de Almacén:*

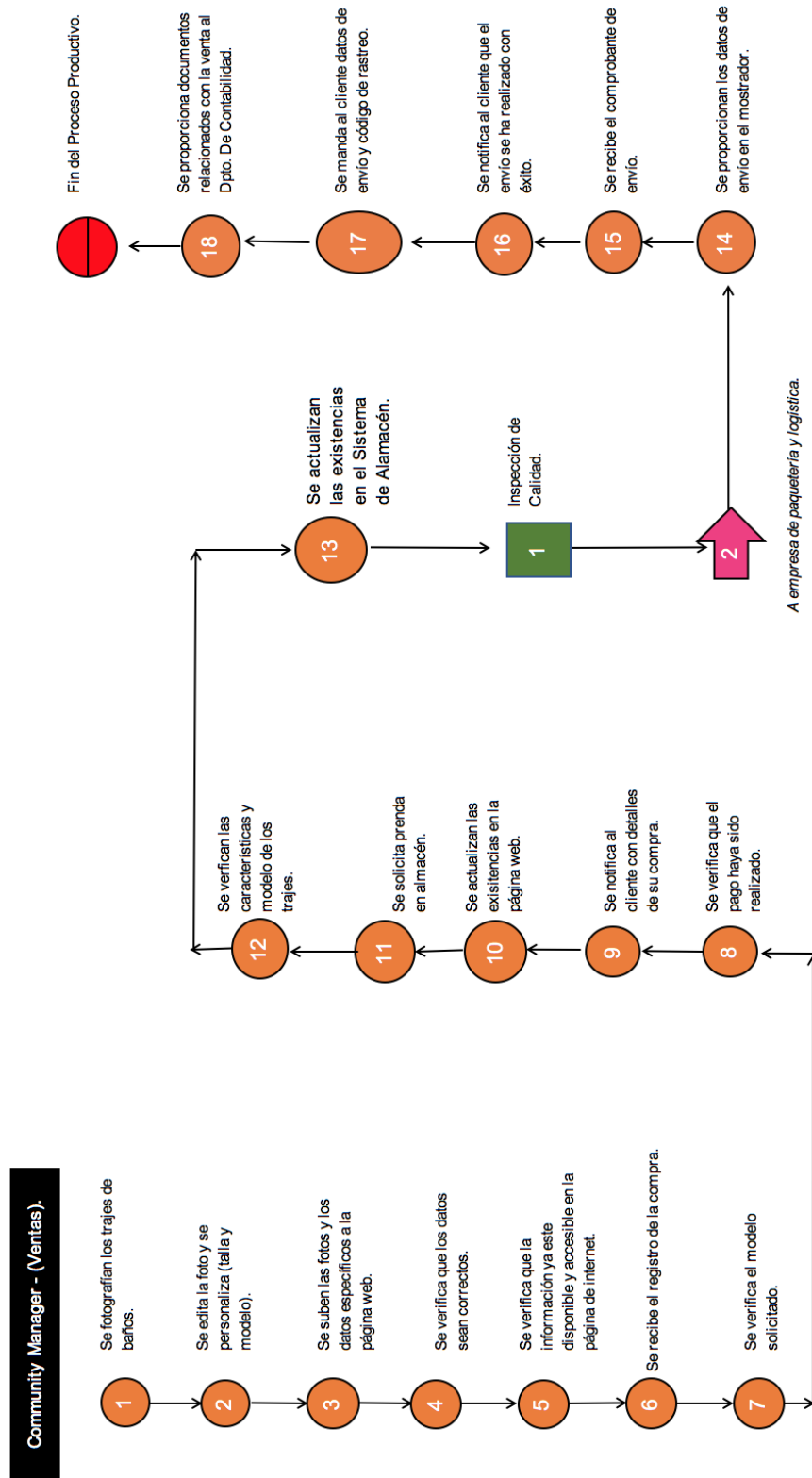
En este proceso se registra en el Sistema de Almacén la entrada de un nuevo producto, para que pueda ser contabilizado y se conozca de la ubicación y existencia de estos.

⇒ *Se actualiza base de datos en página web:*

Se registra en la página web la entrada de las tallas y modelos, para que el público conozca su diseño, existencia y disponibilidad.

## DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES – PROCESO DE VENTA

Figura 13.2. Diagrama de Flujo: Proceso de Venta E-commerce.



Fuente: Elaboración Propia.

⇒ *Se fotografía los trajes del baño:*

Para que el cliente conozca la oferta de prendas de vestir, se toma una fotografía que será exhibida en la página web como modelo. Se coloca la prenda en la zona con las características técnicas necesarias como luz, color, contraste, etc. y se procede a retratar la prenda.

⇒ *Se edita la foto y se personaliza (talla y modelo):*

La fotografía se revisa y debe cumplir con aspectos de calidad que exponga la calidad de la prenda, el diseño, el estilo y el color seleccionado. De la misma forma, se configura en el formato y tamaño ideal según lo requiera la página web.

⇒ *Se sube las fotos y los datos específicos a la página web:*

Una vez que la fotografía cumpla con las características específicas adecuadas, se configura un espacio en la página web para poder colocar la fotografía. El espacio será creado en las categorías que coincidan con los modelos, es decir, en la categoría de tipo de prenda, temporada, colección, etc. Una vez que se coloca la fotografía, se añaden las especificaciones y descripción comercial de los productos: tallas disponibles, colores, estilo, colección, temporada, etc.

⇒ *Se verifica que la información esté correcta:*

Antes de terminar con la configuración del espacio destinado a la prenda, se verifica por última vez que todos los datos sean correctos.

⇒ *Se verifica que la información esté accesible y disponible:*

Una vez que se ha terminado la configuración de la página web, se accede a la misma desde un ordenador diferente, con la intención de saber si el proceso ha sido llevado con éxito y que la información sea correcta y concuerda con las fotos exhibidas.

⇒ *Se recibe el registro de compra:*

Una vez que se exhibió la prenda, el cliente ya está en condiciones de hacer la compra. El cliente genera su pedido donde especifica forma de pago, cantidad de trajes de baño, talla y modelo (colección), especificaciones y dirección para el envío. Una vez hecho el pedido, la notificación se hará presente en la página del administrador de la página web.

⇒ *Se verifica el modelo solicitado:*

Con intención de no cometer errores y de ofrecer el mejor servicio, se corrobora en el inventario físico que efectivamente está disponible el modelo seleccionado.

⇒ *Se verifica que el pago haya sido realizado:*

Se entra al registro de pagos y se verifica que el depósito ha sido realizado con éxito y por el monto correcto. Las formas de pago ofrecidas son PayPal, MasterCard, Visa y pago en Oxxo.

⇒ *Se notifica al cliente con detalle de su compra:*

El sistema genera una notificación donde se confirma la compra, el modelo escogido, la talla, el color y la cantidad de prendas, así como el monto total y el costo del envío. Esta notificación llega al correo proporcionado por el cliente al momento de haber realizado su compra.

⇒ *Se actualizan las existencias en la página web:*

En el contador de inventarios con el que cuenta la página web y que está relacionada directamente con el carrito de compras, se especifica la cantidad de piezas, los diferentes colores, modelos, diseños y tallas que existen de ese modelo específico.

⇒ *Se solicita la prenda en el almacén:*

Una vez que se realizó el proceso digital, comienza el proceso físico. Se solicita la prenda comprada al almacén con las especificaciones ya determinadas.

⇒ *Se verifica características y modelo de los trajes:*

Una vez que se recibe el traje de baño, se coteja minuciosamente que las características solicitadas por el comprador coincidan con la prenda del inventario físico, con la finalidad de evitar errores en el envío.

⇒ *Se actualizan existencias en el Sistema de Almacén:*

Una vez cotejada la información, se procede a descontar la prenda en el Sistema de Almacén con el que se cuenta, para que se pueda contabilizar y detectar las existencias del modelo.

⇒ *Inspección de Calidad:*

Se hace una inspección final del artículo, donde se corrobora que el traje de baño está en condiciones óptimas y que no tiene ningún defecto relacionado al proceso productivo.

⇒ *Se lleva el paquete a empresa de logística:*

Se lleva el paquete a empresa de logística (FedEx) con la que se tiene un convenio para que los costos de envío sean menores.

⇒ *Se proporcionan los datos de envío en mostrador:*

Se entrega el paquete y se realiza el pesaje de este. Después, se da la información que proporcionó el cliente para que llegue su envío.

⇒ *Se notifica al cliente que el envío se realizó con éxito:*

La empresa logística envía al cliente un correo en el que se le notifica que el envío está en proceso.

⇒ *Se manda al cliente datos de envío y código de rastreo:*

Para que el cliente puede hacer un seguimiento de su paquete y se le da los detalles de hora aproximada de entrega.

⇒ *Se proporciona documentos de la venta al contador:*

Se recolectan todos los documentos generados en el proceso de venta y se les otorga al Departamento de Contabilidad, donde se archivarán para llevar la contabilidad interna y fiscal de la empresa.

## 2.4 IDENTIFICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

Tabla 14. Maquinaria y equipo empleado.

Cantidad.	Maquinaria/Equipo.	Características.	Imagen del producto.	Proveedor.	Costo unitario.	Costo total.	Garantía.	Requerimientos de energía eléctrica.
1	Escritorio	ESCRITORIO EN L VALENTINI ECLISSE (OLMO)		Office Depot	\$ 5,499.00	\$ 5,499.00	NA	NA
2	Sillas para escritorio	SILLA EJECUTIVA RED TOP MARBELLA (NEGRO)		Office Depot	\$ 1,699.00	\$ 3,398.00	NA	NA
1	Mesa de corte	Mesa Para Hacer Patrones Y Cortar Tela. mesa De Corte.		Mercado libre.	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	1 año.	NA
2	Mesas de trabajo.	Mesa de Madera, de 240cm x 100cm x 78cm. Espesor de 8cm.		Carpintero.	\$ 3,750.00	\$ 7,500.00	1 año.	NA
5	Sillas	Sillas de plástico, 45cm x 43 cm x 45 cm		Sam's.	\$ 499.00	\$ 2,495.00	1 año.	NA
2	Racks.	Racks fácil de armar, de 35.5cm x 60.9cm x 76.2cm. Capacidad de carga 340kg.		Home depot.	\$ 600.00	\$ 1,200.00	1 año.	NA
1	Laptops.	Laptop Inspiron 15 serie 3000. Marca Dell. Procesador Intel® Celeron® de doble núcleo. Windows 10 Home Single Language (Dell recomienda Windows 10 Pro.). Memoria de 4 GB		Sam's.	\$ 8,999.00	\$ 8,999.00	2 año.	Voltaje 120
2	Celulares.	LG Q6 prime LGM700H Modelo: MSM8940 Sistema Operativo Android Marca LG.		Costco.	\$ 6,299.00	\$ 12,598.00	1 año.	Voltaje 120
1	Máquina de coser Overlock.	Máquina de Coser Overlock Singer Blanca. Una máquina portátil de sobrehilado e instructivo. Modelo 14sh754		Mercado libre.	\$ 8,999.00	\$ 8,999.00	2 año.	Voltaje 120
1	Máquina de coser Recta.	Máquina de Coser Electrónica Singer 80 Puntada. 30cm x 43.5cm x 18.4 cm. Modelo Starlet 6680		Mercado libre.	\$ 6,899.00	\$ 6,899.00	2 años.	Voltaje 120
1	Plancha para sublimar	Plancha manual De Sublimacion Profesional 40x60 Colomake Modelo: Apertura Caiman Tamaño: 40x60 cm Controlador: Tecnología		Mercado libre.	\$ 10,500.00	\$ 10,500.00	2 años	110
1	Impresora para papel transfer	HP M254dw Impresora inalámbrica, LCD 2.7"		HP	\$ 3,838.80	\$ 3,838.80	NA	100-240

1	Maniqui Torso Femenino- Talla Grande Para Modista.	Modelo 150. cuello: 38-43cm parte superior: 84-100cm cintura: 64-80 cm, caderas: 85-102cm		Amazón.	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	1 año.	NA
1	Lector de Código de barras	Unitech AS10 Lector de Código Barras, USB, negro		Amazón.	\$ 632.13	\$ 632.13	NA	USB
1	Impresora inalámbrica de etiquetas	Brother QL-800 High-Speed Professional Label Printer		Amazón.	\$ 2,052.00	\$ 2,052.00	NA	NA
						<b>\$ 112,267.93</b>		

Fuente: Elaboración Propia. (Ver Excel anexo 2.4)

## 2.5 PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

Tabla 15. Desglose de Activo Fijo.

Unidades.	Activo.	TIPO DE ACTIVO.	Costo Unitario.	Costo Total.
1	Escritorio	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 5,499.00	\$ 5,499.00
2	Sillas para escritorio	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 1,699.00	\$ 3,398.00
1	Mesa de corte	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
2	Mesas de trabajo.	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 3,750.00	\$ 7,500.00
5	Sillas	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 499.00	\$ 2,495.00
2	Racks.	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 600.00	\$ 1,200.00
1	Laptops.	EQUIPO DE COMPUTO	\$ 8,999.00	\$ 8,999.00
2	Celulares.	EQUIPO DE COMPUTO	\$ 6,299.00	\$ 12,598.00
1	Máquina de coser Overlock.	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 8,999.00	\$ 8,999.00
1	Máquina de coser Recta.	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 6,899.00	\$ 6,899.00
1	Plancha para sublimar	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 10,500.00	\$ 10,500.00
1	Impresora para papel transfer	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 3,838.80	\$ 3,838.80
1	Cortadora manual de tela	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 12,760.00	\$ 12,760.00
1	Maniqui Torso Femenino- Talla Grande Para Modista.	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
1	Lector de Código de barras	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 632.13	\$ 632.13
1	Impresora inalámbrica de etiquetas	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 2,052.00	\$ 2,052.00
			<b>\$ 82,025.93</b>	<b>\$ 96,369.93</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Ver Excel anexo 2.5

## 2.6 DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

Tabla 16. Depreciación.

Unidades.	Activo.	TIPO DE ACTIVO.	Costo Unitario.	Costo Total.	% DE DEPRECIACIÓN.
1	Escritorio	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 5,499.00	\$ 5,499.00	10%
2	Sillas para escritorio	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 1,699.00	\$ 3,398.00	10%
1	Mesa de corte	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	11%
2	Mesas de trabajo.	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 3,750.00	\$ 7,500.00	11%
5	Sillas	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 499.00	\$ 2,495.00	10%
2	Racks.	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 600.00	\$ 1,200.00	10%
1	Laptops.	EQUIPO DE COMPUTO	\$ 8,999.00	\$ 8,999.00	33%
2	Celulares.	EQUIPO DE COMPUTO	\$ 6,299.00	\$ 12,598.00	33%
1	Máquina de coser Overlock.	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 8,999.00	\$ 8,999.00	11%
1	Máquina de coser Recta.	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 6,899.00	\$ 6,899.00	11%
1	Plancha para sublimar	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 10,500.00	\$ 10,500.00	11%
1	Impresora para papel transfer	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 3,838.80	\$ 3,838.80	11%
1	Cortadora manual de tela	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 12,760.00	\$ 12,760.00	11%
1	Maniqui Torso Femenino-Talla Grande Para Modista.	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	10%
1	Lector de Código de barras	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 632.13	\$ 632.13	10%
1	Impresora inalámbrica de etiquetas	MAQUINARA Y EQUIPO	\$ 2,052.00	\$ 2,052.00	11%
TOTAL			<b>\$ 82,025.93</b>	<b>\$ 96,369.93</b>	

DEPRECIACION AÑO 1	DEPRECIACION AÑO 2	DEPRECIACION AÑO 3	DEPRECIACION AÑO 4	DEPRECIACION AÑO 5
\$ 549.90	\$ 549.90	\$ 549.90	\$ 549.90	\$ 549.90
\$ 339.80	\$ 339.80	\$ 339.80	\$ 339.80	\$ 339.80
\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00
\$ 825.00	\$ 825.00	\$ 825.00	\$ 825.00	\$ 825.00
\$ 249.50	\$ 249.50	\$ 249.50	\$ 249.50	\$ 249.50
\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
\$ 2,969.67	\$ 2,969.67	\$ 2,969.67	\$ 2,969.67	\$ 2,969.67
\$ 4,157.34	\$ 4,157.34	\$ 4,157.34	\$ 4,157.34	\$ 4,157.34
\$ 989.89	\$ 989.89	\$ 989.89	\$ 989.89	\$ 989.89
\$ 758.89	\$ 758.89	\$ 758.89	\$ 758.89	\$ 758.89
\$ 1,155.00	\$ 1,155.00	\$ 1,155.00	\$ 1,155.00	\$ 1,155.00
\$ 422.27	\$ 422.27	\$ 422.27	\$ 422.27	\$ 422.27
\$ 1,403.60	\$ 1,403.60	\$ 1,403.60	\$ 1,403.60	\$ 1,403.60
\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
\$ 63.21	\$ 63.21	\$ 63.21	\$ 63.21	\$ 63.21
\$ 225.72	\$ 225.72	\$ 225.72	\$ 225.72	\$ 225.72
<b>\$ 15,179.79</b>	<b>\$ 15,179.79</b>	<b>\$ 15,179.79</b>	<b>\$ 15,179.79</b>	<b>\$ 15,179.79</b>



Costo variable.	DEPRECIACIÓN.	1ER AÑO	2o AÑO	3ER AÑO	4o AÑO	5o AÑO
Costo de Producción.	MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 6,330.37	\$ 6,330.37	\$ 6,330.37	\$ 6,330.37	\$ 6,330.37
Costo Fijo.	DEPRECIACIÓN.					
Gastos de Administración.	MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 1,722.41	\$ 1,722.41	\$ 1,722.41	\$ 1,722.41	\$ 1,722.41
Gastos de Administración.	EQUIPO DE COMPUTO	\$ 7,127.01	\$ 7,127.01	\$ 7,127.01	\$ 7,127.01	\$ 7,127.01
		\$ 8,849.42	\$ 8,849.42	\$ 8,849.42	\$ 8,849.42	\$ 8,849.42
<b>TOTAL DE DEPRECIACIÓN =</b>		<b>\$ 15,179.79</b>	<b>\$ 15,179.79</b>	<b>\$ 15,179.79</b>	<b>\$ 15,179.79</b>	<b>\$ 15,179.79</b>
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración Propia.

Ver Excel Anexo 2.6

## 2.7 VALOR DE RESCATE EN LIBROS.

Tabla 17. Valor de rescate en libros.

Maquinaria y Equipo.							SALVAMENTO
Unidades.	Activo.	% DE DEPRECIACIÓN.	Saldo Pendiente de Deducir.	Saldo Pendiente de Deducir.	Saldo Pendiente de Deducir.	Saldo Pendiente de Deducir.	Saldo Pendiente de Deducir.
1	Escritorio	10%	\$ 4,949.10	\$ 4,399.20	\$ 3,849.30	\$ 3,299.40	\$ 2,749.50
2	Sillas para escritorio	10%	\$ 3,058.20	\$ 2,718.40	\$ 2,378.60	\$ 2,038.80	\$ 1,699.00
1	Mesa de corte	11%	\$ 4,450.00	\$ 3,900.00	\$ 3,350.00	\$ 2,800.00	\$ 2,250.00
2	Mesas de trabajo.	11%	\$ 6,675.00	\$ 5,850.00	\$ 5,025.00	\$ 4,200.00	\$ 3,375.00
5	Sillas	10%	\$ 2,245.50	\$ 1,996.00	\$ 1,746.50	\$ 1,497.00	\$ 1,247.50
2	Racks.	10%	\$ 1,080.00	\$ 960.00	\$ 840.00	\$ 720.00	\$ 600.00
1	Laptops.	33%	\$ 6,029.33	\$ 3,059.66	\$ 89.99	\$ (2,879.68)	\$ (5,849.35)
2	Celulares.	33%	\$ 8,440.66	\$ 4,283.32	\$ 125.98	\$ (4,031.36)	\$ (8,188.70)
1	Máquina de coser Overlock.	11%	\$ 8,009.11	\$ 7,019.22	\$ 6,029.33	\$ 5,039.44	\$ 4,049.55
1	Máquina de coser Recta.	11%	\$ 6,140.11	\$ 5,381.22	\$ 4,622.33	\$ 3,863.44	\$ 3,104.55
1	Plancha para sublimar	11%	\$ 9,345.00	\$ 8,190.00	\$ 7,035.00	\$ 5,880.00	\$ 4,725.00
1	Impresora para papel transfer	11%	\$ 3,416.53	\$ 2,994.26	\$ 2,572.00	\$ 2,149.73	\$ 1,727.46
1	Cortadora manual de tela	11%	\$ 11,356.40	\$ 9,952.80	\$ 8,549.20	\$ 7,145.60	\$ 5,742.00
1	Maniqui Torso Femenino-Talla Grande Para Modista.	10%	\$ 3,600.00	\$ 3,200.00	\$ 2,800.00	\$ 2,400.00	\$ 2,000.00
1	Lector de Código de barras	10%	\$ 568.92	\$ 505.70	\$ 442.49	\$ 379.28	\$ 316.07
1	Impresora inalámbrica de etiquetas	11%	\$ 1,826.28	\$ 1,600.56	\$ 1,374.84	\$ 1,149.12	\$ 923.40
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 81,190.14</b>	<b>\$ 66,010.35</b>	<b>\$ 50,830.56</b>	<b>\$ 35,650.77</b>	<b>\$ 20,470.98</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Ver Excel Anexo 2.6

## 2.8 RECURSOS HUMANOS.

### DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTOS.

Tabla 18. Descripción del puesto – Gerente.

<b>Nombre del puesto:</b> Gerente General	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b> El Gerente será el responsable de la dirección de la empresa, encargado de la planificación y establecimiento de las políticas generales, así como de transmitir los objetivos de la empresa a todos los colaboradores y altos mandos.	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Escolaridad:</b> Licenciatura en Administración de Empresas / Negocios / Licenciatura en Diseño	<b>Idioma (s):</b> Inglés Español
<b>Conocimientos necesarios:</b> -Paquetería Office -Manejo de Bases de Datos -Conocimientos generales de la industria	<b>Experiencia:</b> Mínima 4 años
<b>COMPETENCIAS</b> 2. Poder de negociación. 3. Comunicación afectiva a todo nivel. 4. Liderazgo. 5. Capacidad de persuasión 6. Capacidad de análisis. 7. Interés por la moda. 8. Análisis y resolución de problemas. 9. Organización y dirección. 10. Orientación a resultados	<b>FUNCIONES</b> Participar en reuniones directivas Verificar que se cumpla el Plan Estratégico de la empresa Controlar y supervisar los Estados Financieros Administrar los presupuestos Gestión de Compras Gestión financiera Verificar el cumplimiento de los planes de producción
<b>OTRAS CARACTERÍSTICAS</b> Edad: 30-50 años Sexo: Indistinto Sueldo: 12,000	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 20. Descripción del puesto – Diseñador.

Nombre del puesto: Diseñador Textil	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
El Diseñador Textil será el encargado de realizar los diseños de los productos para su posterior elaboración. Dentro de sus responsabilidades se encuentra la transformación de la idea de los socios en el producto terminado y la dirección y coordinación de la confección de las prendas.	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Escolaridad:</b> Licenciatura en diseño textil, diseño de modas o afín.	<b>Idioma (s):</b> Español
<b>Conocimientos necesarios:</b>	<b>Experiencia:</b> Mínima 1 año
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Procesos de producción</li> <li>- Paquetería de diseño</li> <li>-En tejidos y materiales</li> <li>- En dibujo, diseño y edición</li> <li>- Patrones y fabricación de prendas de vestir</li> <li>- En texturas, patrones, tintes e hilos</li> <li>- Eescalas y tamaños.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS</b>	<b>FUNCIONES</b>
<p>Aptitudes para dibujar Creativo.</p> <p>Atención al detalle.</p> <p>Habilidades artísticas.</p> <p>Habilidades comunicativas.</p> <p>Interés en moda y tendencias.</p> <p>Interés por el diseño.</p> <p>Trabaja bajo presión</p>	<p>Analizar tendencias del mercado</p> <p>Analizar tendencias culturales</p> <p>Diseño de colecciones y sus respectivos prototipos</p> <p>Elaboración de muestrario</p> <p>Elabora las fichas técnicas de los productos</p> <p>Supervisa la ejecución de los diseños</p> <p>Verifica la calidad en los diseños</p>
<b>OTRAS CARACTERÍSTICAS</b>	
<p>Edad: 25- 40 años</p> <p>Sexo: Indistinto</p> <p>Sueldo: 12,000</p>	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 21. Descripción del puesto – Compras.

Nombre del puesto: Compras	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Responsable de organizar, coordinar y controlar la adquisición y entrega de materia prima y suministros necesarios para la correcta operación de la empresa. Esta persona estará encargada del control de inventarios (almacén).	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Escolaridad:</b> Licenciatura en Administración, Negocios, Comercio, Logística o carrera afín.	<b>Idioma (s):</b> Español Inglés
<b>Conocimientos necesarios:</b> - Manejo de Office -En adquisición de productos - Logística. -Manejo de SAP -Gestión de proveedores	<b>Experiencia</b> Mínima de 3 años en puesto similar
<b>COMPETENCIAS</b>	<b>FUNCIONES</b>
Trabajo bajo presión	Elaborar y mantener al día el registro
Analítico	Solicitar cotizaciones de compra
Organizado	Elaborar Ordenes de Compra
Orientado a resultados	Realizar presupuesto de compras
Proactivo	Verificar la calidad en las compras realizadas
Comunicación asertiva	
Tolerante a la frustración	
Poder de toma de decisiones	
<b>OTRAS CARACTERÍSTICAS</b>	
Edad: De 25 en adelante	
Sexo: Indistinto	
Sueldo: 10,000	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 22. Descripción del puesto – Ventas.

Nombre del puesto: Ventas	
<p><b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>                      El responsable de esta área será el encargado del posicionamiento de la marca, el mantenimiento de las redes sociales y el e-commerce establecimiento de puntos de venta en sitio, cadena de suministro y supervisión en el control de inventarios.</p>	
<p><b>REQUISITOS</b></p> <p><b>Escolaridad:</b>                      Licenciatura en Marketing, Publicidad, Administración, Negocios</p> <p style="text-align: right;"><b>Idioma (s):</b> Español</p>	
<p><b>Conocimientos necesarios:</b>                      Paquetería Office                      Conocimientos en Marketing y Publicidad                      Conocimiento de diseños de páginas web</p> <p style="text-align: right;"><b>Experiencia:</b> Mínima 3 años</p>	
<p><b>COMPETENCIAS</b>                      Organización y Sentido de Urgencia                      Habilidad para la solución de problemas y toma de decisiones asertivas                      Capacidad de escuchar                      Liderazgo                      Proactividad                      Habilidades de persuasión y negociación                      Orientación al cliente                      Trabajo bajo presión</p>	<p><b>FUNCIONES</b>                      Elaboración de planes de venta                      Seguimiento a usuarios                      Planeación de estrategias de venta                      Actualización de página web                      Control de Inventarios</p>
<p><b>OTRAS CARACTERÍSTICAS</b></p> <p>Edad: 25- 40 años                      Sexo: Indistinto                      Sueldo: 10,000</p>	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 22. Descripción del puesto – Contador.

<b>Nombre del puesto:</b> Contador	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
El contador de la empresa será el reponsable de analizar los documentos contables con la finalidad de garantizar que las operaciones de la empresa se realizan adecuadamente. Esta persona tambien será responsable de realizar la nómina de los empleados.	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Escolaridad:</b> Licenciatura en Contabilidad	<b>Idioma (s):</b> Español
<b>Conocimientos necesarios:</b> Paqueteria Office Prácticas de contabilidad Análisis de información contable	<b>Experiencia:</b> Mínima 2 años
<b>COMPETENCIAS</b> Analítico Responsable Enfoque en resultados	<b>FUNCIONES</b> Supervisión de registros contables Elaboración de Estados Financieros Presentación de declaraciones Elaboración de nóminas
<b>OTRAS CARACTERÍSTICAS</b>	
Edad: 30- 45 años Sexo: Indistinto Sueldo:4,000	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 23. Descripción del puesto – Operador.

<b>Nombre del puesto:</b> Operador de Máquinas	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Los operadores de las máquinas serán los responsables de la interpretación de los patrones que proveerá el diseñador.	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Escolaridad:</b> Corte y confección o afín	<b>Idioma (s):</b> Español
<b>Conocimientos necesarios:</b> Procesos de manufactura Telas Máquinas de coser recta y over	<b>Experiencia</b> Mínima 1 año
<b>COMPETENCIAS</b> Buena vista Habilidad con las manos Detallista Preciso	<b>FUNCIONES</b> Operar las máquinas para realizar el producto final. Realizar mantenimientos / limpieza a las máquinas utilizadas.
<b>OTRAS CARACTERÍSTICAS</b>	
Edad: 25- 45 años Sexo: Femenino Sueldo: 6,000	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 24. Descripción del puesto – Técnico operador.

<b>Nombre del puesto:</b> Patronista	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Responsable de elaborar moldes, coordinar la elaboración de muestras así como toma de tiempos, elaborar medidas y liberación de patrones.	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Escolaridad:</b> Diseño de Modas; Patronaje; Diseño Textil	<b>Idioma (s):</b> Español
<b>Conocimientos necesarios:</b> Elaboración de patrones en base a muestra de producto	<b>Experiencia:</b> No necesaria
<b>COMPETENCIAS</b> Destreza manual	<b>FUNCIONES</b> Elaboración de patrones Elaboración de muestras Toma de tiempo Elaboración de medidas
<b>OTRAS CARACTERÍSTICAS</b>	
Edad: 20- 45 años Femenino Sueldo: \$10,000	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 25. Descripción del puesto – Técnico producción.

<b>Nombre del puesto:</b> Técnico de Producción (Sublimado)	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
El responsable del estampado de los diseños y la captura del código de barras para su automático control en el sistema de inventario. Una vez que las prendas se hayan enfriado, procederá al empaquetado y etiquetado externo del producto.	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Escolaridad:</b> Ingeniería Industrial, Logística, Calidad	<b>Idioma (s):</b> Español
<b>Conocimientos necesarios:</b> Procesos de manufactura Just in Time Tiempos y movimientos	<b>Experiencia</b> Mínima 1 año
<b>COMPETENCIAS</b>	<b>FUNCIONES</b>
Trabajo en equipo Habilidad para capacitar personal en manejo de equipo Responsable	Recorridos en producción para verificar el proceso Verificar que los productos cuenten con los estándares de calidad establecidos Buscar la eficiencia de las
<b>OTRAS CARACTERÍSTICAS</b>	
Edad: 30- 45 años Sexo: Indistinto Sueldo:7,000	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 26. Descripción del puesto – Personal de Limpieza.

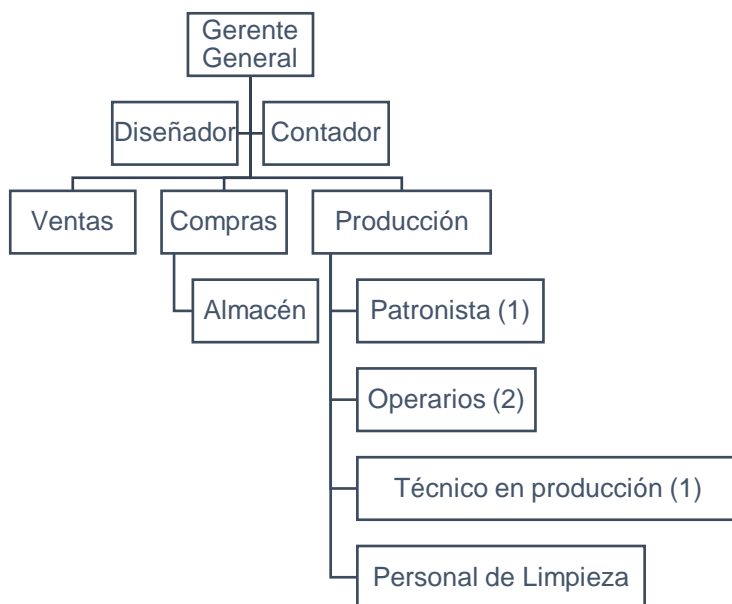
<b>Nombre del puesto:</b> Personal de Limpieza	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Encargado de la limpieza garantizando la higiene de las instalaciones, equipo y mobiliario.	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Escolaridad:</b> Primaria terminada	<b>Idioma (s):</b> Español
<b>Conocimientos necesarios:</b> Afines al puesto	<b>Experiencia</b> No necesaria
<b>COMPETENCIAS</b>	<b>FUNCIONES</b>
Destreza manual	Aseo de las instalaciones Movimiento de equipo cuando sea requerido Solicitar con anticipación el material
<b>OTRAS CARACTERÍSTICAS</b>	
Edad: 20- 45 años Femenino Sueldo: \$3,900	

Fuente: Elaboración Propia.



## ORGANIGRAMA.

Diagrama 27. Descripción de Organigrama.



## PRESUPUESTO DE PERSONAL.

Para los costos de personal se considera un 20% de beneficios sobre el sueldo base por conceptos de Infonavit, IMSS y aguinaldo.

Tabla 28. Presupuesto de personal.

Cantidad.	Puesto.	Mensual.	Beneficios.	Total mensual.	Anual.
1	Gerente General.	\$ 6,600.00	\$ 3,400.00	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00
1	Compras/Ventas	\$ 5,940.00	\$ 3,060.00	\$ 9,000.00	\$ 108,000.00
<b>Operarios textiles:</b>			\$ -		
1	OVER	\$ 2,640.00	\$ 1,360.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
1	RECTA	\$ 2,640.00	\$ 1,360.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
1	Técnico de Producción	\$ 2,640.00	\$ 1,360.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
1	Contador.	\$ 2,640.00	\$ 1,360.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
1	Patronista	\$ 3,960.00	\$ 2,040.00	\$ 6,000.00	\$ 72,000.00
1	Diseñador.	\$ 5,940.00	\$ 3,060.00	\$ 9,000.00	\$ 108,000.00
1	Personal de limpieza.	\$ 1,980.00	\$ 1,020.00	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 34,980.00</b>	<b>\$ 18,020.00</b>	<b>\$ 53,000.00</b>	<b>\$ 636,000.00</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Ver Excel Anexo 2.8.3

## 2.9 DESCRIPCIÓN DE INSTALACIONES.

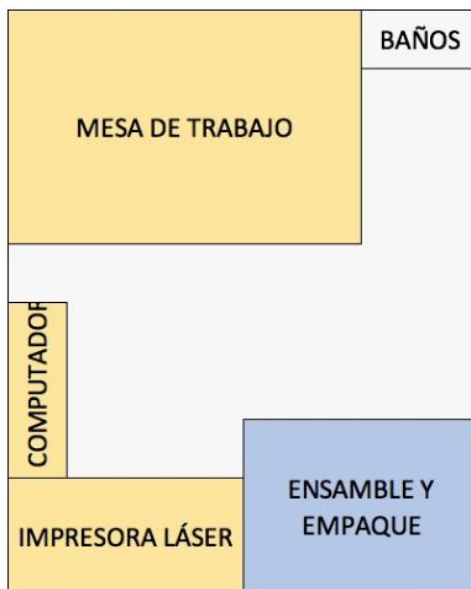
Se hizo una búsqueda de tres lugares posibles para desarrollar las actividades del negocio, se tomaron en cuenta dimensiones de los locales, instalaciones con las que contaba, número de pisos, uso de espacios de vecinos, inversión en adecuación del espacio, si se va a comprar, rentar, gastos por estos conceptos. Se buscaron tres opciones en tamaño. Un lugar pequeño, uno mediano y uno grande.

La primera opción, ubicada en una zona peligrosa de la ciudad (46 poniente, zona de tráfico de autopartes robadas), un lugar de \$2,000 de renta mensual, muy económica, de 20 metros cuadrados, y se diseñó una distribución tratando de que toda la maquinaria y mobiliario se distribuyera adecuadamente. No dan factura por la renta que cobran. Se tomaron fotos del espacio para dejar un registro gráfico de la opción.

Imagen 29. Opción 1 de renta de local.



Imagen 29.1 Layout 1.



Layout Opción 1.

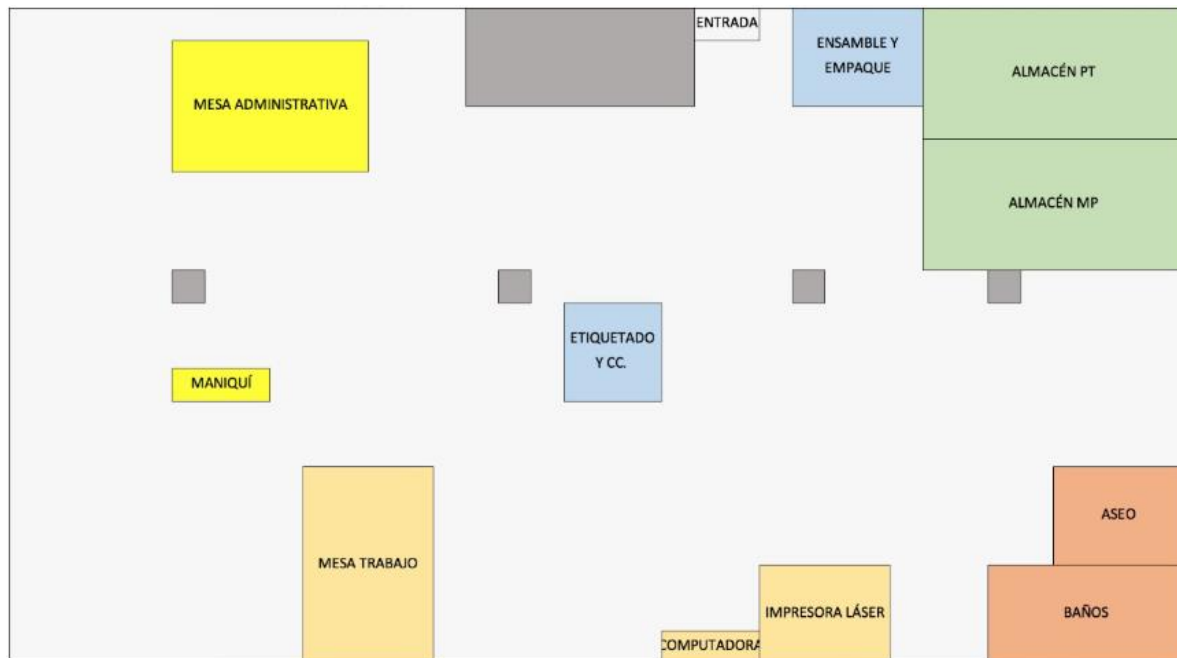
Fuente: Elaboración propia.

La segunda opción, ubicada en Cuautlancingo, Puebla. El costo de la renta es de \$10,000 mensuales, de 180 metros cuadrados, a unos metros de Avenida Forjadores, avenida importante para llegar rápidamente al centro de la ciudad de Puebla o Cholula. El problema que tiene es que se encuentra en segundo piso y podría representar un problema de inicio para la instalación de la maquinaria y equipo. Ya tiene instalaciones eléctricas necesarias para conectar las máquinas como puede apreciarse en las fotografías. Si dan factura mensual de renta aumentando los impuestos correspondientes, (IVA).

Imagen 30. Opción 2 de renta de local.



Imagen 30.1 Layout 2.



Layout Opción 2.

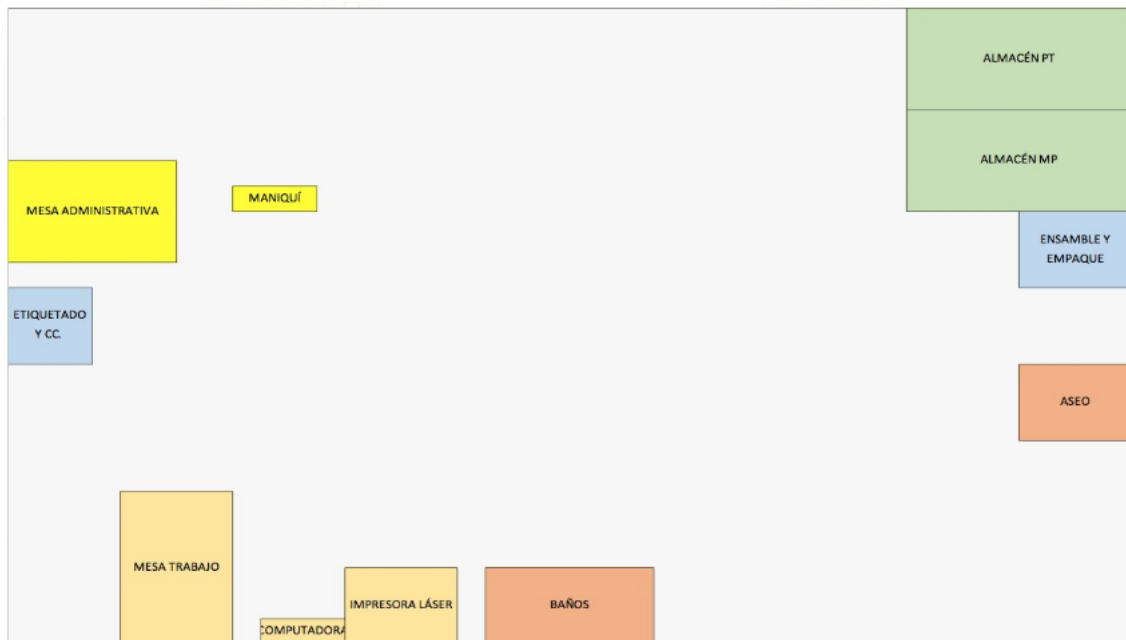
Fuente: Elaboración propia.

La tercera opción es una bodega de 500 mts<sup>2</sup> está en el Km. 14.5 de la carretera federal Puebla-Tlaxcala elaborada para fábrica. Con todas las instalaciones necesarias para únicamente conectar la maquinaria y equipo. El precio mensual de la renta es de \$15,000 mensuales.

Imagen 31. Opción 3 de renta de local.



Imagen 31.1 Layout 3.



Layout Opción 3.

Fuente: Elaboración propia.

En los tres casos piden referencias comerciales, un mes de depósito y un mes de renta adelantado así como la firma de contrato a un plazo mínimo de un año.

Para la actividad que realizaremos, necesitamos un espacio que permita instalar la maquinaria y equipo en su totalidad, mesas de trabajo, mesa administrativa y de diseño, requerimos bodegas de materia prima y producto terminado, todos los espacios deben ser suficientes para transitar y trabajar sin generar problemas a ninguna parte del proceso.

#### ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Se hubiera querido elegir la opción más económica pero sus dimensiones no permiten instalar toda la maquinaria y equipo, la problemática de su ubicación ha sido otra razón por la que no se ha elegido esta opción y no dan factura por la renta mensual.

La tercera opción es muy buena pero el espacio sobra y la renta se eleva mucho, si dan factura mensual y la ubicación es un poco lejos.

En cuanto a la segunda opción es la que elegimos, la consideramos viable, de dimensiones adecuadas y ubicación céntrica entre Puebla y Cholula. Consideramos que además del mes adelantado y el depósito, los gastos de instalación serán \$10,000.00 más, por lo que la inversión total de la instalación en la ubicación será de \$30,000.00.

#### CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO.

Del estudio técnico, se puede resumir que los trajes de baño para dama serán en varias tallas y adecuado a lo establecido en la NOM-004-SCFI-2006, se fabricarán para el arranque del proyecto dos modelos de trajes de baño con estampados o diseños bordados, y sus características serán detalladas en la etiqueta externa. Se ha realizado una descripción de actividades paso por paso desde el diseño del traje de baño, hasta la venta al cliente final, lo cual facilitará revisar el proceso cada vez que sea necesario y en su caso, adecuarlo a las nuevas necesidades que se presenten en el futuro. Para este fin, se ha elaborado un diagrama de flujo con el proceso de producción y otro del proceso de venta.

Se han elaborado tablas detalladas que contienen el mobiliario y equipo total que se ocupará para iniciar actividades, derivado de ésta, también se ha realizado el presupuesto del costo unitario y total, para elaborar un presupuesto de este rubro.

También se ha tomado en cuenta la depreciación y valor de rescate en libros, de cada uno de estos elementos para un periodo de 5 años. Se ha proyectado también el personal que será contratado para producir los trajes de baño, elaborando un organigrama funcional y con ello como base, se han realizado las descripciones de puestos, perfiles, requisitos, competencias, funciones y sueldo de cada puesto. Se ha proyectado que la inversión anual en personal será por un total de \$1,130.932.00 para el primer año.

Se realizó una búsqueda de espacios adecuados para la operación de la empresa, teniendo tres opciones con grandes diferencias en dimensiones, localización y costo de renta. Considerando estos elementos y que nos proporcionaran factura por la renta del espacio, nos decidimos por un local en Cuautlancingo, con un lugar de estacionamiento apto para camioneta de carga, el local de 180 mts<sup>2</sup> nos permite distribuir adecuadamente el mobiliario y equipo adquirido, la ubicación permite llegar de varios puntos de la ciudad de Puebla y Cholula. Por último el precio mensual de la renta es de \$10,000.00 (diez mil pesos 00/100) M.N. más IVA y nos darán factura mensual. Proyectamos gastos de instalación de \$30,000.00 (treinta mil pesos 00/100) M.N.

## CAPÍTULO III.- ESTUDIO DE MERCADO.

### 3.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA O SECTOR.

La Industria textil es el nombre que se da al sector de la economía dedicado a la producción de ropa, tela, hilo, fibra y productos relacionados.<sup>7</sup> La industria textil en México se ha caracterizado por concentrar empresas dedicadas a la producción de fibras sintéticas, prendas de vestir, calzado, artículos para baño y telas. Es importante destacar que desde hace unos años, el número de importaciones supera al de exportaciones.

#### INDUSTRIA TEXTIL: EXPORTACIONES.

La industria textil es un sector significativo para la economía mexicana, tanto en términos de generación de empleo como de exportaciones. El ramo textil mexicano ha logrado exportar 4.695 millones de dólares, colocándose como el quinto proveedor a nivel mundial, y ha logrado ser el tercer generador más importante del PIB.

El 60% de las exportaciones totales textiles del país se destinan a EEUU. Esta proporción es más alta en prendas de vestir (91.8%) donde existe mayor protección de EEUU contra importaciones asiáticas. El segundo mercado en importancia es el resto de los países del Continente Americano, donde se canaliza el 22%% de las exportaciones mexicanas de este sector. En esta región México tiene celebrados tratados de libre comercio con Nicaragua, Costa Rica, Venezuela, Colombia, Bolivia y Chile. El 18% de las exportaciones de la cadena se destina a países de fuera del continente.

Debido a la creciente demanda de la población mexicana, se prevé que el mercado nacional registre una ligera expansión propiciada por un crecimiento moderado en el poder de compra de los salarios. Esto también se espera suceda por el abastecimiento de las importaciones.

#### INDUSTRIA TEXTIL: IMPORTACIONES.

China y Estados Unidos son los mayores proveedores tanto de prendas de punto como de no punto, seguidos de países asiáticos, cuyas prendas son de menor calidad y tienen un precio más bajo. España ocupa el puesto número 28 en prendas de punto y el puesto número 10 en prendas que no son de punto.

El mercado mexicano presenta grandes atractivos para empresas españolas que quieren exportar. Algunas de las razones que encontramos son las siguientes:

- Es el onceavo país más poblado del mundo, con 119 millones de habitantes.
- El sector textil es importante para la economía mexicana, teniendo cada vez una mayor apertura al exterior
- El gobierno está llevando a cabo políticas para reducir los casos de contrabando.
- No existen barreras arancelarias.

---

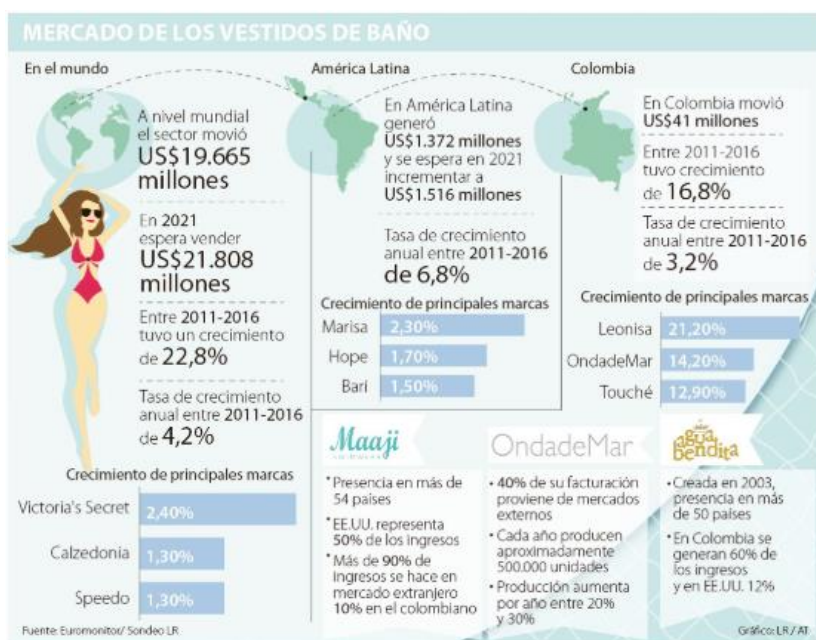
<sup>7</sup> <https://www.iqpc.es/industria-textil/>

Los países miembros de la UE firmaron en 1997 un Tratado de Libre Comercio, por lo que las importaciones españolas no tienen que pagar aranceles.

La industria textil en México se ha situado como uno de los sectores más importantes para el mercado nacional desde su crecimiento y se han impulsado una serie de medidas en materia aduanal para evitar la importación de textiles mediante prácticas desleales como el dumping, a través de requisitos obligatorios:

- Estar incluido en el padrón de importadores de sectores específicos para textiles.
- Cumplir con el aviso del permiso automático anticipado ante la autoridad aduanera para cualquier operación que implique introducir fibras o textiles provenientes del extranjero.
- Cumplir con las obligaciones y documentos generales establecidos por la SE para cualquier empresa que desee importar mercancía a territorio mexicano.<sup>8</sup>

Imagen 32. Mercado de los vestidos de baño.



Fuente: Euromonitor/Sondeo LR

QUÉ TIPO DE MERCADO ES:

- **Geográfico:** El mercado es considerado internacional ya que la venta de trajes de baño no se limita a una población, zona o estado determinado. A pesar de que existen países en el que las mujeres no tienen permitido utilizar este tipo

<sup>8</sup> <https://ibercondor.com/blog/la-industria-textil-mexico/>



de prendas, esto no se compara con el porcentaje de la población que si hace uso del producto.

- *Cliente:* Desde el punto de vista del cliente el mercado de trajes de baño para dama pertenece al mercado del consumidor, ya que se trata de un producto que se adquiere para el uso personal de cada individuo.
- *Competencia:* De acuerdo con la clasificación de mercado de Ricardo Romero en su libro "Marketing", los trajes de baño se encuentran dentro de un mercado de competencia monopolística ya que tanto en México como en el mundo existe gran cantidad de empresas que se dedican a la venta de trajes de baño sin embargo cada una ofrece un diferenciador que caracteriza su producto.
- *Tamaño del mercado:* Dentro de la investigación, se identifican alrededor de 10 marcas mexicanas que se dedican a la fabricación y venta de trajes de baño para dama, sin embargo, sólo una de estas empresas ofrece un producto con diseños bordados mexicanos. A diferencia del mercado nacional, fuera del país se identifican empresas que tienen un enfoque socio-ambiental similar al de Mexikini, por lo que podrían considerarse como competidores directos al ofrecer trajes de baño eco friendly.

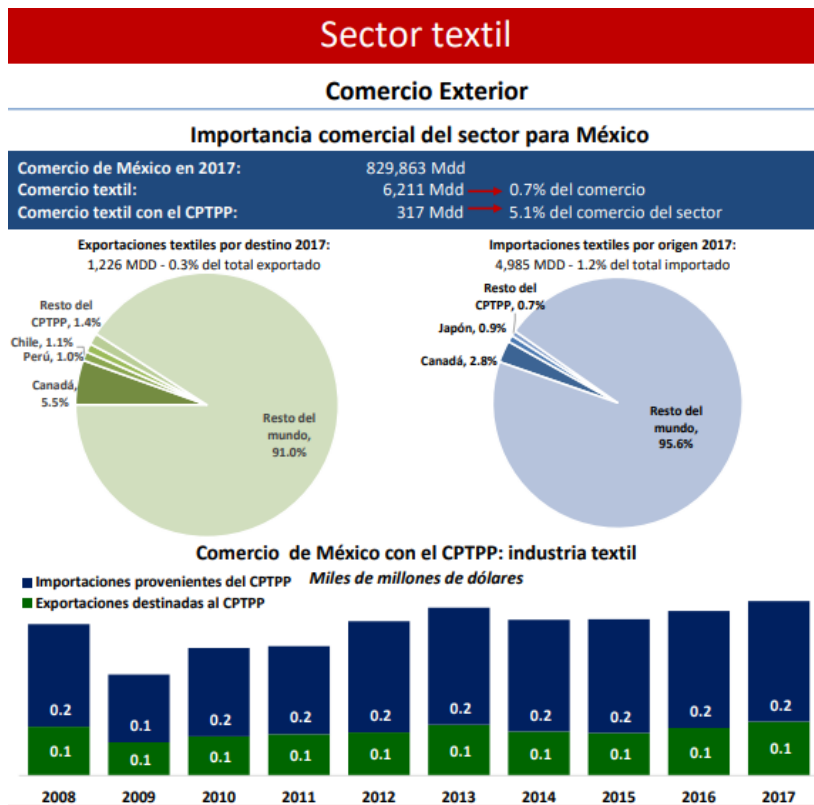
#### BARRERAS DE ENTRADA:

- Lealtad a marcas reconocidas de trajes de baño dentro y fuera de México.
- Puede requerir mayor inversión al tener que estar actualizando la publicidad y la innovación en los productos para mantenerse competitivos.
- Economías de escala. La capacidad de producción de Mexikini no igualaría a aquellas marcas que tienen mayor reconocimiento de mercado.
- Falta de experiencia en la industria textil. Lo que llevará a que los demás competidores posean una ventaja sobre Mexikini al menos durante el lanzamiento del producto y durante el tiempo que se va conociendo a detalle el sector.

#### TASA DE CRECIMIENTO:

De acuerdo con la siguiente gráfica se puede apreciar que el sector textil tiene una participación dentro del comercio mexicano del 0.7% generando con esto 6,211 MDD anuales. Además, se puede notar que tanto las importaciones como las exportaciones mantienen una tendencia constante a los largo de los últimos 10 años.

Imagen 33. Sector textil mundial.



Fuente:

[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/121184/Sector\\_Industria\\_Textil.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/121184/Sector_Industria_Textil.pdf)

### 3.2 SEGMENTACIÓN Y SELECCIÓN DEL MERCADO META.

Para realizar la segmentación de mercado de la empresa Mexikini se utilizaron datos del INEGI para poder determinar el mercado meta. Se toma como base a la población total de habitantes de México y el porcentaje correspondiente al género femenino entre los 15 y 34 años, se incluyen también para el análisis el nivel socioeconómico perteneciente a esta primera clasificación y el porcentaje de estas que realiza compras por internet.

Tabla 34. Segmentación de mercado meta.

Habitantes en Estados Unidos Mexicanos	119,938,473
Mujeres	51.4%
Edad 15-34 años	16.9%
Nivel Socioeconómico A/B y C+ y C	30.20%
Cantidad de mujeres que compra en internet	46%

Fuente: INEGI

Ver Excel Anexo 3.2.

Cálculo de Target:

Tabla 35. Target.

<b>Población total</b>	<b>% Mujeres</b>	<b>Edad: 15-34</b>	<b>Nivel A/B y C+ y C</b>	<b>% de compra por internet</b>	<b>Target</b>
119,938,473	51.40%	16.9%	30.20%	46%	1,447,348

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36. Segmentación del mercado.

<b>Segmentación del mercado</b>	
<b>Geográfica</b>	La unidad geográfica se enfoca a todo el país de México el cual tiene una población de 119 millones 938 mil 473 habitantes. Se selecciona a todo el país en función del alcance de los medios de distribución que se contará, debido a que mediante las tecnologías de información y telecomunicaciones como lo es el internet, se tendrá un mayor alcance.  Tipo de población: Población urbana.
<b>Demográfica</b>	Género: Femenino Edad: Entre 15 y 34 años. Nivel Socioeconómico: A/B y C+ y C
<b>Psicográfica</b>	Mujeres que se sientan socialmente responsables con el cuidado al medio ambiente a las que les agraden los diseños típicos mexicanos en trajes de baño contemporáneos y que sigan las tendencias de moda. Deben tener preferencia por la compra en línea.
<b>Beneficios</b>	Ofrecemos una segunda vida al PET con su transformación a textil, así como la preservación de la cultura mexicana mediante una prenda cómoda en la que puedes identificarte con la región del diseño que se representa en el traje de baño.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 37. Cuantificación del mercado meta.

<b>Cuantificación del mercado meta.</b>	
Mujeres en Mexico	61,408,498
Mujeres en Mexico de entre 15 y 34 años.	20,269,602
Nivel socioeconómico C	13.30%
Nivel socioeconómico C+	10.90%
Nivel socioeconómico A/B	6.00%
TOTAL	30.20%
<b>TOTAL POB</b>	<b>6,121,419.78</b>
<b>PERFIL DEL COMPRADOR</b>	
Mujeres que compran por Internet	46%
Doctorado	1%
Maestria	10%
Licenciatura completa	52%
Licenciatura incompleta	11%
Preparatoria completa	10%
<b>TOTAL</b>	<b>84%</b>
<b>REGION</b>	
Urbana	87%

Fuente del Perfil del comprador: El economista.

### 3.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

#### DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.

Nos enfrentamos a la existencia de un sistema de implementación de moda rápida principalmente usada por grupos empresariales de renombre como lo es Inditex, no obstante se puede apreciar la insostenibilidad del mismo ya que en fuentes externas, se observa que colocan 7,000<sup>9</sup> tiendas en 88 países alrededor del mundo con dos entradas semanales de ropa nueva en cada tienda, lo cual confirma su falta de responsabilidad medio ambiental generando grandes cantidades de químicos y contaminantes, por lo que surge la idea de darle una segunda vida al PET convirtiéndolo en textiles y aprovechando influir en las personas con la conservación de las costumbres mexicanas a través de sus diseños típicos más representativos.

<sup>9</sup> <http://ethicalhanger.com/inditex-el-imperio-del-fast-fashion-sostenible>

## HIPÓTESIS.

Existe un mercado para trajes de baño hechos con material reciclado y diseños mexicanos.

## DEFINIR NECESIDADES DE INFORMACIÓN.

- ¿Cuántas mujeres están dispuesta a comprar un traje de baño elaborado con telas de botellas de plástico reciclado y con inspiraciones tradicionales mexicanas?
- ¿Cuáles son los artículos que prefieren adquirir mediante una compra en línea?
- La cantidad de artículos comprados al año por plataformas virtuales.
- Plataformas virtuales que utiliza con más frecuencia.
- Gusto por los estampados Mexicanos.
- Razones de compra de trajes de baño.
- Cantidad de trajes adquiridos.
- Ideología de este modelo de negocio.

## DISEÑO DE RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Para poder realizar la investigación de mercado cuantitativa y detectar la demanda de la compra por internet de los trajes de baño de la empresa "Mexikini", se obtendrá a partir de la siguiente fórmula:

Fórmula para tamaño de muestra de una población finita.

$$n = \frac{Z^2 p * q * N}{Ne^2 + Z^2 p * q}$$

Valores por estimar:

n =?

e = 5% =0.05 o 10% = 0.1

Z = 1.96 (tabla de distribución normal para el 95% de confiabilidad y 5% error) o

Z = 1.65 (para el 90% de confiabilidad y 10% error)

N= 1,447,348.49 (universo)

p = 0.50

q = 0.50

Fórmula:

Con un nivel de confiabilidad del 95%

$$n = \frac{(1.96)^2(.50) * (.50) * (1,447,348.49)}{(1,447,348.49)(0.05)^2 + (1.96)^2(.50) * (.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416) * (.50) * (.50) * (1,447,348.49)}{(1,447,348.49)(0.0025) + (3.8416) * (.50) * (.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416) * (0.25) * (1,447,348.49)}{(1,447,348.49)(0.0025) + 0.9604}$$

$$n = \frac{1,390,033.5}{3,619.3316}$$

$$n = 384$$

Con un nivel de confiabilidad del 90%

$$n = \frac{(1.65)^2(.50) * (.50) * (1,447,348.49)}{(1,447,348.49)(0.10)^2 + (1.65)^2(.50) * (.50)}$$

$$n = \frac{(2.7225) * (0.25) * (1,447,348.49)}{(1,447,348.49)(0.01) + 0.6806}$$

$$n = \frac{985,101.57}{14,474.166}$$

$$n = 68$$

Se selecciona el tamaño de muestra de *68 personas* por ser una prueba piloto, los recursos con los que se cuentan y porque se considera que una confiabilidad del 90% es suficiente para la presente investigación de mercado.

#### ANÁLISIS DE LOS DATOS.

La encuesta se aplicó dentro y fuera de la República Mexicana ya que al ser un negocio electrónico, se puede ofertar a nivel mundial. Siendo un total de noventa y cinco personas del género femenino, la forma de aplicación de esta herramienta fue por medio de la plataforma survey monkey, con la finalidad de obtener de manera más sencilla la información deseada y hacer más dinámica la interacción al momento de la aplicación de la encuesta.

El perfil de las encuestadas debía cumplir con las siguientes características:

- Mujeres en un rango de edad entre 15 y 38 años.
- Gusto por vestir tendencias de estampados mexicanos en trajes de baño.
- Nivel socioeconómico de medio a alto, es decir, que pertenezcan al sector de AB, C+ y C.

La información obtenida de la encuesta es la siguiente:

*Pregunta 1: Código Postal.*

El análisis de la información arrojó que la encuesta fue realizada en diversos lugares de México y en el Extranjero, resaltando que en su mayoría: 55 personas de 95 encuestadas radican en la Ciudad de Puebla. Esta cifra representa el 59% de la muestra. Cabe mencionar que a pesar de haber realizado dicha contribución, una persona encuestada decidió omitir el código postal de su domicilio, por ende para la puntuación en porcentajes se tomó como 100% el total de 94 personas que si respondieron a la pregunta. De manera resumida, se realizó la siguiente gráfica, en donde se clasifican por países y estados, el rubro antes mencionado:

Imagen 38. Código postal.

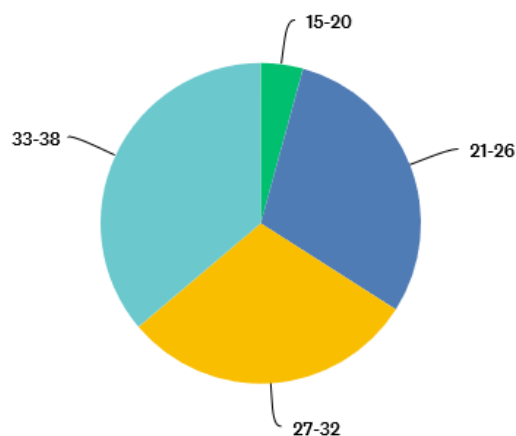


Fuente: Elaboración propia.

*Pregunta 2: Rango de edad en la que se encuentra.*

Imagen 38. Edad de los encuestados.

Respondidas: 94 Omitidas: 1



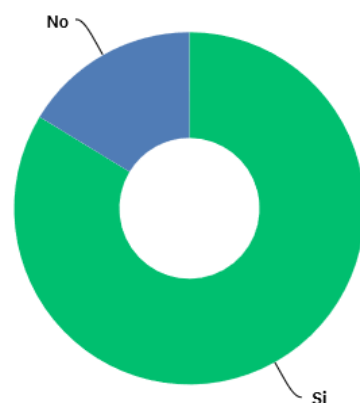
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
15-20	4,26%	4
21-26	29,79%	28
27-32	29,79%	28
33-38	36,17%	34
<b>TOTAL</b>		<b>94</b>

Fuente: Plataforma survey monkey.

Del análisis de la encuesta se puede concluir que el 36.17% de la muestra corresponde a mujeres entre los 33 y 38 años, el 59.58% oscila entre el rango de edad de los 21 a los 32 años, mientras que el 4.26% restante corresponde a encuestadas de 15 a 20 años.

*Pregunta 3: ¿Ha comprado alguna vez por internet?*

Imagen 39. Compra por internet.



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Si	83,70%	77
No	16,30%	15
<b>TOTAL</b>		<b>92</b>

Fuente: Plataforma survey monkey.

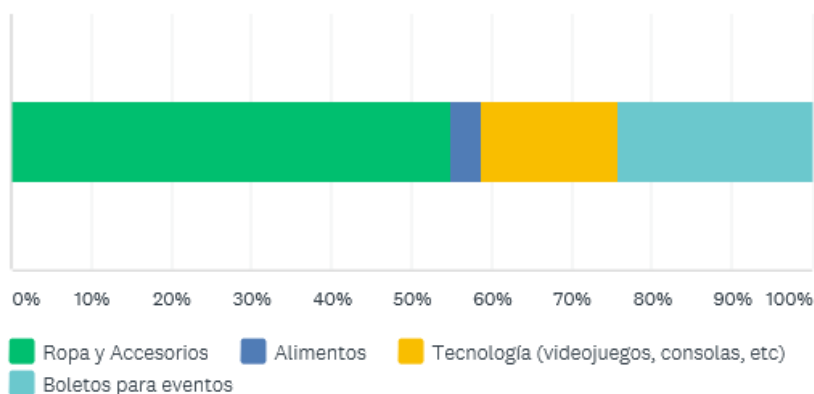
Al inspeccionar la pregunta número 3, se observó que sólo 92 de las 95 mujeres encuestadas respondieron al inciso, por lo que los datos son arrojados a partir de un total de 92 mujeres encuestadas. En donde el 83.70% de la muestra ha comprado en internet, esto es igual a un total de 77 personas, y el 16.30% restante no ha tenido acercamiento a este método de compra, lo equivalente a 15 personas encuestadas.



*Pregunta 4: ¿Qué tipo de compras realiza por internet?*

Imagen 40. Tipos de compras por internet.

Respondidas: 82 Omitidas: 13



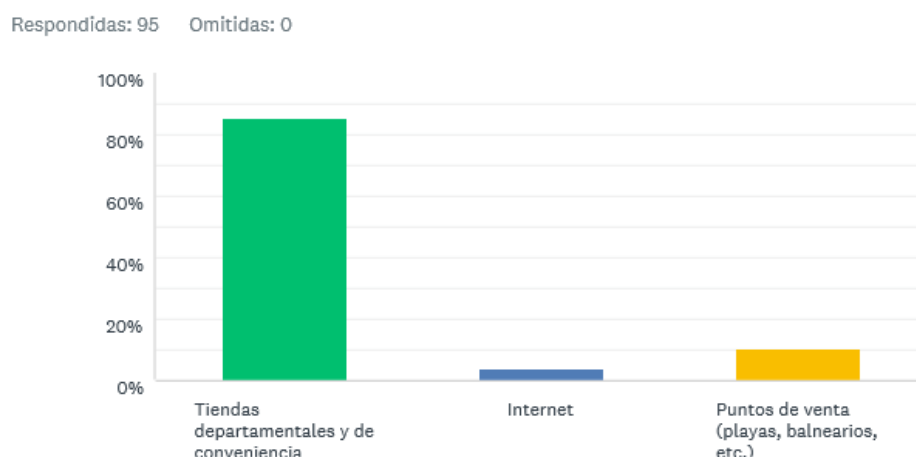
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Ropa y Accesorios	54,88%	45
Alimentos	3,66%	3
Tecnología (videojuegos, consolas, etc)	17,07%	14
Boletos para eventos	24,39%	20
<b>TOTAL</b>		<b>82</b>

Fuente: Plataforma survey monkey.

En dicho cuestionamiento 13 omitieron la pregunta, por lo que los resultados son a partir de un total de 82 personas, de las cuales 45 representan el 54.88% y adquieren ropa y accesorios por este medio, el 24.39% (20 personas) compran boletos para eventos, 14 personas consumen productos referentes a tecnología arrojando un 17.07%, y sólo el 3.66% cuyo porcentaje lo conforman sólo 3 personas que solicitan alimentos por internet.

*Pregunta 5: ¿En dónde suele comprar trajes de baño?*

Imagen 41. Lugar de compra de trajes de baño.



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Tiendas departamentales y de conveniencia	85,26%	81
Internet	4,21%	4
Puntos de venta (playas, balnearios, etc.)	10,53%	10
<b>TOTAL</b>		<b>95</b>

Fuente: Plataforma survey monkey.

Estadísticamente el 85.26% de las personas adquieren sus trajes de baño en tiendas departamentales y de conveniencia, esto es equivalente a 81 mujeres encuestadas, en cambio el 10.53% igual a 10 encuestadas adquiere sus prendas en puntos de venta (balnearios, playas, etc.). Mientras que sólo el 4.21% correspondiente a 4 personas lo compran por internet.

*Pregunta 6: ¿Con qué frecuencia compra trajes de baño?*

Imagen 41. Frecuencia de compra de trajes de baños.

Respondidas: 95 Omitidas: 0



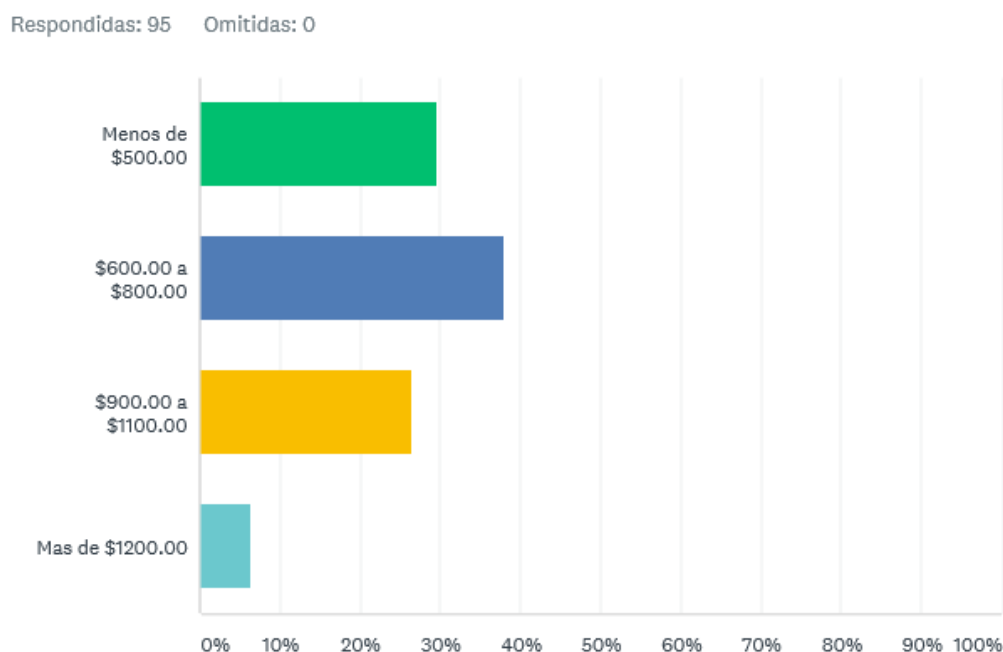
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Menos de una vez al año	54,74%	52
Una vez al año	43,16%	41
Una vez cada 6 meses	2,11%	2
<b>TOTAL</b>		<b>95</b>

Fuente: Plataforma survey monkey.

La mayoría de las mujeres encuestadas adquieren un traje de baño menos de una vez al año, representando el 54.74% siendo 52 personas, el 43.16% compran dicha prenda una vez al año (41 personas). Y el 2.11% una vez cada 6 meses (2 personas).

*Pregunta 7: ¿Cuánto suele gastar en un traje de baño?*

Imagen 42. Rango de gasto al comprar un traje de baño.



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Menos de \$500.00	29,47%	28
\$600.00 a \$800.00	37,89%	36
\$900.00 a \$1100.00	26,32%	25
Mas de \$1200.00	6,32%	6
<b>TOTAL</b>		<b>95</b>

Fuente: Plataforma survey monkey.

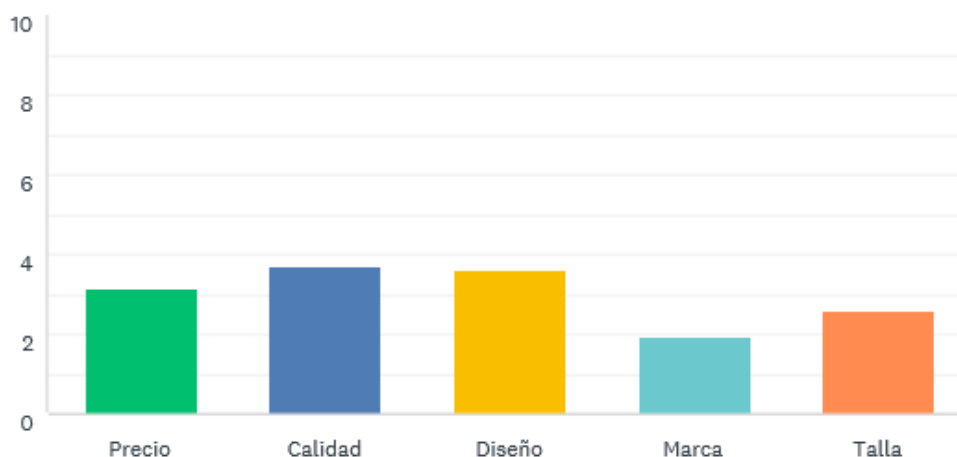
En promedio las mujeres encuestadas gastan de \$600.00 a \$800.00 MXN lo que representa un 37.89% de la muestra siendo un total de 36 personas, en seguida; 28 damas respondieron que suelen gastar menos de \$500.00 MXN lo que en porcentaje es igual al 29.47%, de ahí el 26.32% (25 encuestadas) pagan de \$900.00 a \$1,100.00 MXN por un traje de baño, lo que significa que sólo el 6.32% restante (6 mujeres) gastan más de \$1,200.00MXN en la compra de este producto.

Pregunta 8: Prioridad de compra.

Imagen 43. Motivos de elección de un traje de baño.

Valore del 1 a 5 los motivos de compra de un traje de baño siendo el número 1 el factor que mas le motiva

Respondidas: 95 Omitidas: 0



	1	2	3	4	5	TOTAL	PUNTUACIÓN
Precio	19,75% 16	24,69% 20	22,22% 18	18,52% 15	14,81% 12	81	3,16
Calidad	32,10% 26	25,93% 21	24,69% 20	16,05% 13	1,23% 1	81	3,72
Diseño	40,00% 34	22,35% 19	12,94% 11	10,59% 9	14,12% 12	85	3,64
Marca	4,76% 4	5,95% 5	14,29% 12	29,76% 25	45,24% 38	84	1,95
Talla	8,24% 7	16,47% 14	27,06% 23	22,35% 19	25,88% 22	85	2,59

Fuente: Plataforma survey monkey.

La mayoría de las personas encuestadas declararon que su mayor motivante al adquirir un traje de baño es sin duda la calidad, seguida del diseño, continuando por el precio, la talla y por último la marca. Lo cual es positivo para la empresa “Mexikini” ya que dentro de la percepción del cliente, lo menos importante es la marca, por ende este nuevo producto cumpliendo con los motivos primordiales de las encuestadas nos da una pauta positiva en la penetración del mercado, por ende se pretende ofrecer productos de calidad, innovando en diseños artesanales, procurando ofertarlos a precios accesibles, teniendo todas las tallas disponibles en el mercado.

*Pregunta 9: Modelo de traje de baño preferido.*

Imagen 44. Preferencias al comprar un traje de baño.

Si pudiera ir hoy a la playa , ¿qué modelo de traje de baño usaría?

Respondidas: 94 Omitidas: 1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Clásico (de una pieza)	48,94%	46
Trikini (de una pieza muy revelador)	8,51%	8
Bikini (de dos piezas)	26,60%	25
Tankini (de dos piezas, la parte superior más larga)	15,96%	15
<b>TOTAL</b>		<b>94</b>

Fuente: Plataforma survey monkey.

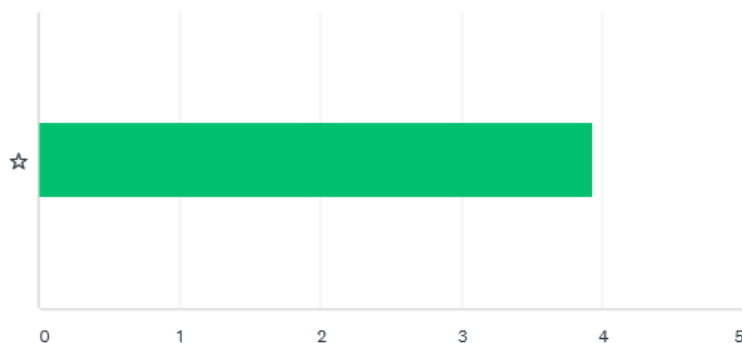
En esta pregunta una persona omitió la respuesta. Por lo que, todo se toma a partir de un total de 94 mujeres, de las cuales, casi la mitad de las mujeres encuestadas (46 personas) indicaron que el diseño de traje de su preferencia es el clásico o de una sola pieza representando un 48.94% de la muestra. Le sigue en preferencias de uso el bikini o traje de baño de dos piezas con un 26.60% (25 encuestadas). El tankini recibió votos por un 15.96% (15 personas). Por último, casi nadie eligió el trikini o traje de baño de una pieza muy revelador, ya que solo obtuvo el 8.51% de votos equivalente a 8 personas.

Pregunta 10: Posible uso de un traje de baño, hecho a partir de tela reciclada (PET).

Imagen 45. Uso degradable en una prenda de vestir.

Si existiera hoy un traje de baño hecho con botellas de plástico, ¿lo usaría?

Respondidas: 95 Omitidas: 0



	NO LO USARÍA	(SIN ETIQUETA)	(SIN ETIQUETA)	(SIN ETIQUETA)	TOTALMENTE, SI LO USARÍA	TOTAL	PROMEDIO PONDERADO
☆	12,63% 12	3,16% 3	16,84% 16	14,74% 14	52,63% 50	95	3,92

Fuente: Plataforma survey monkey.

En este punto de la encuesta, observamos que la mayor parte de las mujeres encuestadas ha contestado de forma afirmativa, un 52.63% ha dicho que totalmente usaría un traje de baño elaborado con tela reciclada a partir de botellas de plástico (PET). Dicho porcentaje de la encuesta fue contestado por 50 mujeres, en cuanto al 14.74% (14 personas) indicaron que si estarían dispuestas a usar un producto así. Mientras que el 16.84% fue neutral (16 encuestadas) por lo que este porcentaje sirve como punto de partida para verificar en realidad cuantas mujeres estarían dispuestas a portar un traje de baño con estas características.

En cuanto a las mujeres que no usarían este tipo de productos, corresponden a los dos eslabones más bajos de la escala los cuales suman un total de 15 personas, correspondiendo a 15.75% del total de la muestra. En conclusión el 15.75% del total no usaría un traje de baño con tela reciclada mientras que el 67.37% si lo usarían.

### 3.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

Tabla 46. Análisis de competencia.

NO.	NOMBRE COMPETENCIA	UBICACIÓN	PRODUCTOS QUE OFRECE	AÑOS EN EL MERCADO	NO. SUCURSALES	CIUDAD DEL MERCADO (según Instagram)	SERVICIOS ADICIONALES	PRODUCTO (PRESENTACIÓN)	PRECIO
1	Duca America	CDMX	TRAJES DE BAÑO DAMA	1	ECOMMERCE Y UN SHOWROOM EN CDMX	10,200.00	N/A	EL ENFOQUE DE ESTA COMPAÑÍA ES PRESENTAR VARIOS MODELOS EN SLOW FASHION MOVEMENT, SIN IMPORTAR LAS TEMPORADAS O LA COMPETENCIA	\$ 1,900.00 \$ 2,100.00
2	Laguna Collective	TULUM, MEXICO	TRAJES DE BAÑO, SALIDAS DE BAÑO, BOLSAS DE PLAYA Y SOMBREROS DE MATERIALES NATURALES E HILO, ELABORADO A MANO	1	ECOMMERCE	14,600.00	TELAS NATURALES Y ORGÁNICAS, HECHO A MANO	TRAJES DE BAÑO ELABORADOS UNO A UNO A MANO POR ARTESANAS MEXICANAS	\$ 2,800.00 \$ 3,800.00
3	Milref Rubin	MEXICO	TRAJES DE BAÑO DAMA	10	ECOMMERCE, TIENDAS EN RIVERA MAYA, CDMX, PUERTO VALLARTA, ACAPULCO, LOS CABOS, DUBAI Y MÉRIDA	7,590.00	TRAJES DE BAÑO	HECHOS A MANO, COMERCIO JUSTO	\$ 2,600.00 \$ 3,100.00
4	Casa Jaguar Swim	TULUM, MEXICO	TRAJES DE BAÑO Y HOJETAS DE ESTAMBRE PARA PLAYA Y CIUDAD	3.5	ECOMMERCE	6,591.00	DISERVAO Y VENDIDO EN TULUM, COMERCIO JUSTO, BALAESCALA, CONTRATA MADRES SOLTERAS	DISEÑADO Y VENDIDO EN TULUM, COMERCIO JUSTO, BALAESCALA ESCALA	\$ 1,200.00 \$ 3,000.00
5	Margarita Mermaid	MEXICO Y ELIA	TRAJES DE BAÑO DAMA	5	ECOMMERCE, TIENDA EN PLAYA DEL CARMEN	64,000.00		LAS COLECCIONES SON LIMITADAS Y CUANDO SE ACABAN NO SACAMOS MODELOS IGUALES	\$ 2,500.00 \$ 3,300.00
6	Misso Swimwear	MEXICO	TRAJES DE BAÑO Y ROPA DE PLAYA	8	ECOMMERCE Y DISTRIBUIDORES EN CDMX	6,301.00			\$ 1,800.00 \$ 2,800.00
7	Alma de Sal	CDMX	TRAJES DE BAÑO DAMA Y CABALLERO, PALMACHES, PLAYERAS	2	COMPRA DIRECTA EN SHOWROOM	4,857.00	SOLO SHOWROOM EN MONTES URALES CDMX	APOYAN LA CREACIÓN CON SIGNIFICADO APOYANDO EL CONSUMO NO DESECHABLE, BORDADO POR ARTESANAS DE LOS ALTOS DE CHAMPAS	\$ 500.00 \$ 2,000.00
8	Mia Swimwear	GUADALAJARA, MEXICO	TRAJES DE BAÑO DAMA	3	ECOMMERCE	9,941.00	N/A	TRAJES DE BAÑO MEXICANOS, DISEÑO MEXICANO, TELAS COLOMBIANAS	\$ 450.00 \$ 1,450.00
9	Abas Oles	PLAYA DEL CARMEN	TRAJES DE BAÑO DAMA	9	ECOMMERCE Y TIENDA EN PLAYA DEL CARMEN	35,300.00	PERSONALIZACIÓN DE TRAJES DE BAÑO	TRAJES DE BAÑO, PLAYERAS Y SHORTS	\$ 400.00 \$ 1,100.00
10	Melchior	QUERETARO	TRAJES DE BAÑO PARA DAMA, VESTIDOS	4	ECOMMERCE	12,900.00	N/A	MANUFACTURA RESPONSABLE MEXICANA	\$ 2,800.00 \$ 3,800.00
13	Acqua green	CALIFORNIA, ELIA	TRAJES DE BAÑO DAMA, SALIDAS DE BAÑO	25	ECOMMERCE	63.00	NA	TELAS ELABORADAS DE MATERIALES SUSTENTABLES	\$ 1,280.00 \$ 3,780.00
14	Otrina surf	SIN INFORMACIÓN	TRAJES DE BAÑO DAMA	1	ECOMMERCE	N/A	NA	TELAS ELABORADAS DE MATERIALES SUSTENTABLES Y RECYCLADOS	\$ 352.00 \$ 682.00
16	Oysto	ESPAÑA	ROPANterior FEMENINA, TRAJES DE BAÑO, ROPA DEPORTIVA	20	ECOMMERCE Y TIENDAS EN TODO EL MUNDO	16,000,000.00	LÍNEA COMPLETA DE TRAJES DE BAÑO, ROPA DEPORTIVA, LENCERÍA PARA DAMA	DESDE TELAS NORMALES, TELAS ORGÁNICAS Y AHORA PRESENTAN LÍNEA HECHA CON TELAS DE MATERIALES RECYCLADOS	\$ 190.00 \$ 572.00
17	Now then	ESPAÑA	TRAJES DE BAÑO DAMA	1	ECOMMERCE	7,757.00	TRAJES DE BAÑO Y PARA BUCCEO	PRODUCTOS ELABORADOS CON MATERIALES ECOPEMIUM RECYCLADOS, RESPETO AL OCEANO Y LA VIDA, HECHOS A MANO	\$ 660.00 \$ 2,080.00
18	Arlet	LONDRES	TRAJES DE BAÑO DAMA, ZAPATOS Y BOLSAS PARA PLAYA	26	ECOMMERCE Y TIENDAS EN LONDRES	180,000.00	TRAJES DE BAÑO, ZAPATOS Y BOLSOS DE PLAYA, ROPA PARA TODA LA FAMILIA, ARTICULOS PARA HOGAR	TELAS ELABORADAS DE MATERIALES SUSTENTABLES Y RECYCLADOS	\$ 550.00 \$ 1,300.00
19	Al sisters	ESPAÑA	TRAJES DE BAÑO DAMA	1	ECOMMERCE	27,700.00	NA	TRAJES DE BAÑO ECOLÓGICOS USAN ÚNICAMENTE TELADOS RECYCLADOS DE ALTA CALIDAD	\$ 880.00 \$ 3,696.00
20	Suro	ESPAÑA	TRAJES DE BAÑO DAMA	1	ECOMMERCE	3,684.00	NA	TRAJES DE BAÑO ECOLÓGICOS USAN ÚNICAMENTE TELADOS RECYCLADOS DE ALTA CALIDAD	\$ 950.00 \$ 2,640.00
21	Maria Melo	ESPAÑA	TRAJES DE BAÑO DAMA, SALIDAS DE BAÑO, ZAPATOS Y ROPA	14	ECOMMERCE	6,976.00	NA	TRAJES DE BAÑO HECHOS CON TELA DE BAMBU, SIN PLÁSTICOS	\$ 890.00 \$ 2,195.00
22	Gal Hear	LOS ANGELES CALIFORNIA	TRAJES DE BAÑO DAMA	1	ECOMMERCE	3,168.00	NA	TRAJES DE BAÑO HECHOS CON MATERIALES A BASE DE RECYCLADO	\$ 1,620.00 \$ 5,580.00
23	Reset priority	ESPAÑA	TRAJES DE BAÑO DAMA	5	ECOMMERCE	10,000.00	ROPAPARA MUJER	TODAS LAS PIEZAS ESTÁN HECHAS UTILIZANDO MATERIALES CERTIFICADOS CON Oeko-TEX STANDARD 100, ESTÁN TESTADOS ANTE SUSTANCIAS PELIGROSAS Y ESTÁN PRODUCIDAS EN TALLERES DE PRODUCCIÓN LOCAL Y RESPONSABLE Y MATERIALES RECYCLADOS ECONYL	\$ 1,540.00 \$ 4,180.00
25	Mera Hoffman	NYC	ROPADAMA	18	ECOMMERCE	443,000.00	ROPAPARA MUJER	MATERIALES SUSTENTABLES, PROCESOS Y PRODUCCIÓN QUE AJUSTE EL TIEMPO DE VIDA DE LA PRENDA, MATERIALES ORGÁNICOS, RECYCLADOS Y REGENERADOS	\$ 2,700.00 \$ 5,800.00
26	Sens Creases		TRAJES DE BAÑO DAMA	6	ECOMMERCE	12,700.00	ROPADeportiva PARA MUJER	EMPRESA DE FABRICACIÓN SOSTENIBLE, TELAS RECYCLADAS, IMPRESIÓN REPREVE	\$ 900.00 \$ 1,600.00
29	Melina Swimwear (MS)	AUSTRALIA E INGLATERRA	TRAJES DE BAÑO DAMA	1	ECOMMERCE	30,900.00	TRAJES DE BAÑO	EMPRESA CUYA META EN 2018 ES ASEGURARSE QUE TODOS LOS ELEMENTOS DE SU PROCESO SEAN AMIGABLES CON EL AMBIENTE, DURANTE TODAS SUS FASES DE ELABORACIÓN	\$ 1,100.00 \$ 2,190.00
31	Seavag Swimwear	MEXICO	TRAJES DE BAÑO DAMA Y CABALLERO	1	ECOMMERCE	11,000.00	TRAJES DE BAÑO	TRAJES DE BAÑO SUSTENTABLES DE HOMBRE Y MUJER, ESTAMPADOS REVERSIBLES, TELAS REGENERADAS Y ECONYL, MARCA ECO-CONSCIENTE Y COMPROMETIDA CON AYUDAR EL MEDIO AMBIENTE.	\$ 680.00 \$ 1,620.00

Fuente: Elaboración propia

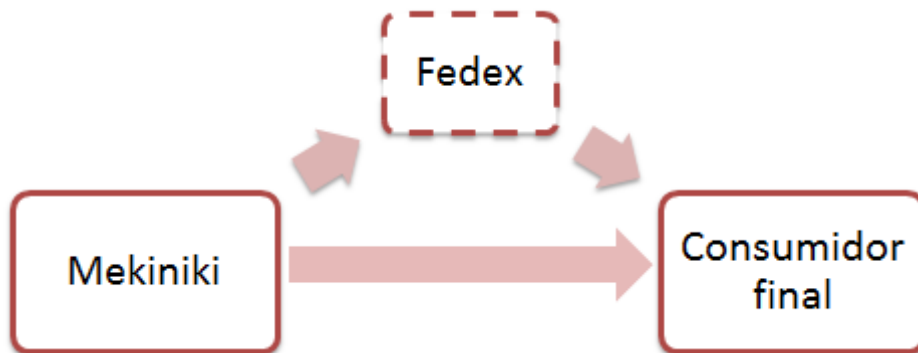
Ver Excel Anexo 3.4



### 3.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Mexikini es una empresa que cuenta con un canal de distribución directo (Fabricante → Consumidor final) ya que la empresa se encarga de la fabricación del producto y entrega directa a sus usuarias finales a través de su página online y redes sociales (E-Commerce). Este tipo de operación permite que la empresa tenga presencia a nivel mundial, ya que facilita el acceso a nuestras redes de cualquier mujer sin importar la ubicación geográfica en la que esta se encuentre.

Imagen 47. Cadena de distribución.



Fuente: Elaboración propia.

### 3.6 ESTRATEGIA Y PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

Debido a que Mexikini será una empresa que comercializara sus productos mediante internet, las estrategias de promoción y publicidad se realizarán a través de los siguientes medios:

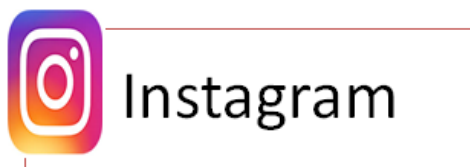


Es una plataforma que te permite realizar publicidad a través de dos opciones: creación de anuncios o creación de una página.

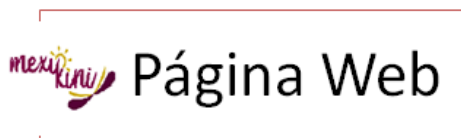
- *Creación de anuncios.* Esta opción te permite además de anunciarte en la página poder determinar la cantidad de inversión que deseas realizar diariamente, teniendo un enfoque específico a la población que podría presentar mayores probabilidades de interés.

La plataforma maneja el control de sus costos a través de dos opciones:

1. El presupuesto. Se asigna una cantidad de dinero de inversión para tus anuncios determinando cuál es la forma en la que deseas que se cobre (ej. Impresiones o clic en el enlace).
  2. La estrategia de puja. Es una herramienta que te permite controlar tus costos en base a tu forma/estrategia de operación en las subastas.
- *Creación de una página.* Esta opción te permite configurar la página de una empresa de forma rápida y fácil, permitiéndote promocionarla con las personas apropiadas al mercado que te deseas dirigir, facilitándote con la opción de Messenger estar en contacto con ellos en cualquier momento a través de la página web o aplicación móvil.



Instagram, a través de Instagram Business nos permitirá crear nuestra cuenta con perfil empresarial con la finalidad de promover las publicaciones de los productos que manejaremos. El uso de la página es gratuito y el costo adicional que podría generarse sería de \$2 USD aproximadamente en caso de que nos interese realizar campañas publicitarias para mayor captación de seguidores.



Mexikini contará con su propia página Web, para esto nos apoyaremos de la plataforma WIX, que es una herramienta que nos permitirá crear un sitio WEB gratuito gracias a sus 3 herramientas de creación: ADI (Inteligencia Artificial de Wix), Editor de Wix o Wix Code.

Otra de las ventajas que nos ofrece esta plataforma es la creación de una tienda online, permitiéndonos desde este sitio gestionar nuestros pedidos, recibir los pagos de nuestras compras e incluso administrar los envíos.

Esta página cuenta con su aplicación móvil lo que nos permitirá estar cerca de las usuarias en todo momento.

## PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD.

Tabla 48. Presupuestos de estrategia de publicidad.

TABLA DE PRESUPUESTOS DE ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD.			
IMAGEN	PRODUCTO	DESCRIPCION	COSTO
	WIX	Página de la marca con catálogo e información adicional.	\$ -
	FACEBOOK	El presupuesto mínimo diario es de \$ 1 USD para cualquier campaña. El presupuesto debe ser por lo menos dos veces el coste por clic. El límite diario es la cantidad máxima que se pagará cada día por la publicidad en Facebook (30 días).	\$ 594.00
	INSTAGRAM	El costo promedio por clic de una campaña de publicidad de Instagram es \$0.72 centavos de dólar. Para comprar anuncios en Instagram se siguen los mismos pasos que en Facebook Crear una página de negocios de Facebook. Crea metas para tus anuncios de Facebook (30 días).	\$ 427.68
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,021.68</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Ver Excel Anexo 3.6

## CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.

Sobre el estudio de mercado, consideramos que debió haberse realizado antes del estudio técnico; ya que al tener idea del producto a ofertar es indispensable saber donde lo colocarás, quiénes serán tus principales y mayores clientes, fijar el precio en el cuál se comercializará así como también saber si fuese el caso, en que rango de precios se mueve tu competencia además de hacer un sondeo con tu segmento de mercado para conocer que tanta demanda tendrá el invertir en esa idea de negocio, y de no ser factible cambiarlo por otro nuevo proyecto. En cuanto al capítulo de dicho estudio, se concluye que las importaciones textiles son mayores que las exportaciones. Aun así, las exportaciones textiles mexicanas rondan los 4,695 millones de dólares anuales. También, a nivel interno, se considera que el consumo de textiles mexicanos tendrá un alza considerable. Aun cuando las compras de trajes de baño pueden ser de todos los países, consideramos empezar con un mercado nacional para dar a conocer el producto. Nuestro mercado serán mujeres entre los 15 y 38 años, ya que de esta población el 83.70% ha manifestado que si ha hecho compras por internet

y el 54.88% afirma que ha comprado ropa y accesorios por este medio, esto nos demuestra que el e-commerce es una buena opción para comercializar los trajes de baño, aun cuando este ítem no es el favorito entre las encuestadas para comprar, con esta información buscaremos mejores formas para que las usuarias se sientan confiadas de adquirir un traje de baño por internet, dando una información completa de las tallas y a qué tipos de cuerpo les favorece más. Aun cuando la frecuencia de compra es baja, el mercado posible es grande y está creciendo. De acuerdo con el estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet (mayo 2018), México alcanza un porcentaje de penetración de internet entre la población del 67% en mayores de 6 años y el 51% de los usuarios son mujeres. El 54% de la población manifestó que ocupa internet para comprar diferentes cosas, un tercio de internautas afirmó tener interacción con la publicidad en línea que se les presenta y de este tercio, 55% interactúa con publicidad de ropa, calzado y accesorios. Una publicidad llamativa podría disminuir este punto negativo detectado en el estudio de mercado. Derivado de las respuestas que nos proporcionaron, la mayor parte de las compradoras invertiría \$800.00 (ochocientos pesos 00/100 M.N.) pero debe ser a pesar del precio, un producto de calidad ya que es un punto muy valorado por las usuarias. Un aspecto muy positivo es que la mayoría indicó que si compraría un traje de baño hecho a base de botellas de plástico y podría ser un elemento muy valioso para hacer el diseño de campaña de la empresa.

La mayoría de las encuestadas indicó que usaría traje de baño completo, seguido del bikini que serán las dos piezas en las que nos enfocaremos de inicio para la empresa.

Las campañas publicitarias se harán a través de Facebook e Instagram y el canal será directo de la empresa al consumidor final. Se tendrá también una página web propia, permitiéndonos gestionar nuestros pedidos, pagos, registrar usuarios.

## CAPÍTULO IV.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.

### 4.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL.

Como parte de la inversión requerida para el arranque del proyecto se muestra a continuación el presupuesto necesario para comenzar las operaciones, identificando entre estas necesidades la adquisición de materia prima.

Tabla 49. Inversión inicial.

<b>Presupuesto de Inversión Inicial.</b>			
<b>CONCEPTO.</b>	<b>CANTIDAD.</b>	<b>PRECIO UNITARIO.</b>	<b>IMPORTE.</b>
Deposito de arrendamiento de Bodega.	1		\$ 10,000.00
Pago de mes adelantado.	1	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Instalación.	1	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Mobiliario y equipo de oficina.	1	\$ 17,224.13	\$ 17,224.13
Equipo de Computo.	1	\$ 21,597.00	\$ 21,597.00
Maquinaria y equipo.	1	\$ 57,548.80	\$ 57,548.80
Gastos notariales.	1	\$ 11,200.00	\$ 11,200.00
Softwares.	1	\$ 14,095.00	\$ 14,095.00
Insumos Iniciales de Operación.		\$ 30,336.28	\$ 30,336.28
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 182,001.21</b>

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.1

#### 4.2 COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN.

Tabla 50. Costo unitario de producción.

	<b>Costo unitario</b>	<b>Minutos.</b>
Corte.	\$ 104.89	6
Ensamble.	\$ 68.28	0
Sublimado	\$ 105.85	3
Empaquetado.	\$ 3.13	4
<b>Costo por Unidad</b>	<b>\$ 282.16</b>	<b>3</b>

	<b>Costo por mes:</b>	<b>\$</b>	<b>564,319.60</b>
	<b>Costo por mes.</b>	<b>CU.</b>	
<b>Costo Materia Prima:</b>	\$	<b>499,144.35</b>	<b>249.57</b>
<b>Costo Mano de Obra:</b>	\$	<b>18,000.00</b>	<b>9.00</b>
	\$	6,000.00	
Ensamble.	\$	9,333.33	
Bordado.	\$	1,333.33	
Empaquetado.	\$	1,333.33	
<b>Costos de Gastos de fabricación.</b>			<b>23.59</b>
<b>Depreciación.</b>	\$	<b>594.39</b>	
Cortadora.	\$	116.97	
Máquinas de coser over.	\$	41.25	
Máquina de coser recta	\$	15.81	
Plancha para sublimar	\$	96.25	
Impresora para papel transfer	\$	35.19	
Lector de Código de barras.	\$	63.21	
Impresora inalámbrica de etiquetas.	\$	225.72	
Energía Eléctrica Corte.	\$	7,354.87	<b>\$ 46,580.86</b>
Energía Eléctrica Ensamble.	\$	31,871.11	
Energía Eléctrica Bordado.	\$	7,354.87	
<b>TOTAL =</b>	<b>\$</b>	<b>564,319.60</b>	<b>\$ 282.16</b>

	<b>Costo anual:</b>	\$	6,771,835.16	
			<b>Costo por Año.</b>	<b>CU.</b>
<b>Costo Materia Prima:</b>		\$	5,989,732.16	\$ 249.57
<b>Costo Mano de Obra:</b>		\$	216,000.00	\$ 9.00
Ensamble. Bordado. Emáquetado.				
<b>Costos de Gastos de fabricación.</b>				\$ 23.59
<b>Depreciación.</b>		\$	7,132.73	
Cortadora. Mquinas de coser over. Maquina de coser recta Plancha para sublimar Impresora para papel transfer Lector de Código de barras. Impresora inalámbrica de etiquetas.		\$	558,970.27	
Energia Electrica Corte. Energia Electrica Ensamble. Energia Electrica Bordado.				
	<b>TOTAL =</b>	\$	6,771,835.16	\$ 282.16

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.2.2

## PRESUPUESTO DE COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN.

Tabla 51. Costo unitario de producción.

<b>PRESUPUESTO DE COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN.</b>					
<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Traje de baño clásico.</b>	\$ 282.16	\$ 296.04	\$ 310.61	\$ 325.89	\$ 341.92
<b>INFLACIÓN % =</b>	4.92%	0.0492			

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.2

#### 4.3 ANÁLISIS DE PRECIOS

Para realizar el análisis de precios se llevó a cabo una investigación de los precios reales de trajes de baño en el mercado ofrecidos por la competencia. El análisis se hizo con 18 marcas que ofrecen productos similares.

#### PRECIOS PROMEDIOS Y DESVIACIÓN ESTÁNDAR.

Tabla 52. Análisis de precios.

ANÁLISIS DE PRECIOS				
NO.	NOMBRE COMPETENCIA	Precio	Normalización	Eliminación > -1 o +1
16	Oysho	\$ 381.00	-\$ 1.55	
14	Odina surf	\$ 517.00	-\$ 1.41	
9	Alas Olas	\$ 750.00	-\$ 1.19	
18	Arket	\$ 935.00	-\$ 1.01	
8	Mala Swimwear	\$ 950.00	-\$ 1.00	-\$ 1.00
31	Selvaggi Swimwear	\$ 1,144.50	-\$ 0.81	-\$ 0.81
7	Alma de Sal	\$ 1,250.00	-\$ 0.71	-\$ 0.71
28	Sensi Graves	\$ 1,250.00	-\$ 0.71	-\$ 0.71
17	Now then	\$ 1,375.00	-\$ 0.59	-\$ 0.59
21	María Malo	\$ 1,523.00	-\$ 0.45	-\$ 0.45
29	Marble Swimwear (MS)	\$ 1,625.00	-\$ 0.35	-\$ 0.35
20	Suro	\$ 1,795.00	-\$ 0.19	-\$ 0.19
1	Dulce Armenta	\$ 2,000.00	\$ 0.01	\$ 0.01
4	Casa Jaguar Swim	\$ 2,100.00	\$ 0.11	\$ 0.11
19	All sisters	\$ 2,288.00	\$ 0.29	\$ 0.29
6	Mysso Swimwear	\$ 2,300.00	\$ 0.30	\$ 0.30
13	Acqua green	\$ 2,520.00	\$ 0.51	\$ 0.51
3	Mildred Rubin	\$ 2,850.00	\$ 0.83	\$ 0.83
23	Reset priority	\$ 2,860.00	\$ 0.84	\$ 0.84
5	Margarita Mermaid	\$ 3,000.00	\$ 0.97	\$ 0.97
2	Laguna Collective	\$ 3,200.00	\$ 1.16	
10	Maclovia	\$ 3,300.00	\$ 1.26	
22	Gala Maar	\$ 3,600.00	\$ 1.55	
25	Mara Hoffman	\$ 4,250.00	\$ 2.17	

<b>Promedio</b>	<b>\$ 1,990.15</b>	<b>\$ 1,926.91</b>
<b>Desviación Estandar</b>	<b>1041.382291</b>	<b>\$ 662.83</b>

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 3.4



## COSTING.

Se parte del costo de producción de 110.60 MXN más un margen del 75%. Debido a que somos un canal de distribución directo, no se considera un porcentaje adicional de ganancia respecto a los intermediarios.

Tabla 53. Precio por método de Costing.

### Precio por método de Costing.

Cvu + CF						
\$	282.16	+	\$ 282.16	*	0.75	<b>\$ 493.78</b>
P = CU ( 1 + UD )						
<b>Donde:</b>						
Costo Unitario =	282.16		Utilidad Deseada =	75%		<b>Precio = \$ 493.78</b>

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.3

## MAXIMIZADOR DE UTILIDADES.

Tabla 54. Maximizado de utilidades.

### Maximizador de Utilidades.

$$U = P * [PR - ( E * P ) ] - CVU * ( PR - ( E * P ) )$$

$$P ( 2,258.32 - 1.18 * P ) - 282.16 ( 2,258.32 - 1.18 * P )$$

$$2,258.32P - 1.18P^2 - 637,207.57 + 136.6676P = U$$

\$	2,591.27	P - 1.18P <sup>2</sup>	-637,207.57		
		2591.268562 (-)	2.36 P	\$637,207.12	
		<b>Precio = \$ 1,098.00</b>		\$ 332.95	

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.3

## PRECIO DE EQUILIBRIO

Tabla 55. Precio de Equilibrio

### Precio de Equilibrio.

$$Q = D = \text{Precio de Reserva} - \text{Elasticidad} * \text{Precio} = \text{Costo Variable Unitario} + \text{Elasticidad} * \text{Precio}$$

\$	2,258.32	(-)	1.18	*	P = \$	282.16	(+)	1.18
			2.36		P = \$	1,976.16		
			<b>Precio = \$ 837</b>					

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.3

#### 4.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

##### 4.4.1 CAPACIDAD TÉCNICA.

Tabla 55. Capacidad técnica de producción.

4.4.1 CAPACIDAD TÉCNICA DE PRODUCCIÓN.					
Año de operación.	1	2	3	4	5
Capacidad de producción %	40.00%	48.99%	60.00%	73.48%	90.00%
Capacidad anual de producción unidades.	7,794	9,545	11,690	14,318	17,535

$$Tc = 0.224745 \quad 22\%$$

$$Vf = 0.9$$

$$Vi = 0.40$$

$$n-1 = 4$$

Fuente: Elaboración propia

Ver Excel Anexo 4.4

##### 4.4.2 CAPACIDAD ECONÓMICA.

Tabla 56. Capacidad económica.

4.4.2 CAPACIDAD ECONÓMICA						
Año de operación	1	2	3	4	5	
Capacidad económica	0.103	1,531	1,689	1,863	2,055	2,266
PIB de la Industria Textil =	10.3%	0.103				
Crecimiento por período =	0.86%	0.0086				
Capital social=	\$ 300,000.00					
Costo Variable =	\$ 282.16					
12% mensual	0.12					
Meses de trabajo por año =	12					

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.4

##### 4.4.3 CAPACIDAD DE MERCADO.

Tabla 57. Capacidad de mercado.

4.4.3 CAPACIDAD DE MERCADO							
Año de operación	1	2	3	4	5		
Capacidad de mercado	0.0086	19,484	19,651	21,675	23,908	26,371	

Población total	% Mujeres	Edad: 15-34	Nivel A/B y C+ y C	% de compra por internet	% consumidores trajes baño.	Interés en el producto	Mercado inicial esperado	Capacidad total
119,938,473	51.40%	16.90%	30.20%	46%	85%	53%	3%	19,484

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.4

#### 4.4.4 COMPARATIVO

Tabla 58. Comparativo.

	AÑO	1	2	3	4	5
<b>CAPACIDAD TÉCNICA</b>	0.22	7,794	9,545	11,690	14,318	17,535
<b>CAPACIDAD ECONÓMICA</b>	0.1030	1,531	1,689	1,863	2,055	2,266
<b>CAPACIDAD MERCADO.</b>	0.0086	19,484	19,651	21,675	23,908	26,371

<b>CAPACIDAD TOTAL</b>	<b>19,484</b>
------------------------	---------------

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.4

#### 4.5 PRESUPUESTO DE VENTAS

Tabla 58. Presupuesto de ventas.

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS.</b>					
AÑO	1	2	3	4	5
<b>PRECIO</b>	\$ 1,098.00	\$ 1,151.80	\$ 1,208.23	\$ 1,267.44	\$ 1,329.54
<b>CANTIDAD</b>	1,531	1,689	1,863	2,055	2,266
<b>VENTA</b>	\$ 1,681,082.52	\$ 1,945,091.49	\$ 2,250,562.28	\$ 2,604,006.33	\$ 3,012,957.71

Inflación 4.90%

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.5

#### 4.6 PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTA

Tabla 59. Presupuesto de costo de venta.

<b>PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS.</b>					
AÑO	1	2	3	4	5
<b>PRECIO</b>	\$ 493.78	\$ 517.97	\$ 543.36	\$ 569.98	\$ 597.91
<b>CANTIDAD</b>	1,531	1,689	1,863	2,055	2,266
<b>VENTA</b>	\$ 756,000.00	\$ 874,727.53	\$ 1,012,100.87	\$ 1,171,048.27	\$ 1,354,957.89

Inflación 4.90%

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.6

#### 4.7 PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN.

Tabla 60. Presupuesto de gastos de operación.

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.									
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PU	IMPORTE	AÑO				
					1	2	3	4	5
Teléfono	Pago	12	\$ 280.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,524.64	\$ 3,697.35	\$ 3,878.52	\$ 4,068.56
Luz	Pago	12	\$ 850.00	\$ 10,200.00	\$ 10,200.00	\$ 10,699.80	\$ 11,224.09	\$ 11,774.07	\$ 12,351.00
Agua	Pago	12	\$ 140.00	\$ 1,680.00	\$ 1,680.00	\$ 1,762.32	\$ 1,848.67	\$ 1,939.26	\$ 2,034.28
Internet	Pago	12	\$ 280.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,524.64	\$ 3,697.35	\$ 3,878.52	\$ 4,068.56
Renta	Pago	12	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00	\$ 120,000.00	\$ 125,880.00	\$ 132,048.12	\$ 138,518.48	\$ 145,305.88
Sueldos	Nómina anual	1	\$ 636,000.00	\$ 636,000.00	\$ 636,000.00	\$ 667,164.00	\$ 699,855.04	\$ 734,147.93	\$ 770,121.18
<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>\$ 774,600.00</b>	<b>\$ 812,555.40</b>	<b>\$ 852,370.61</b>	<b>\$ 894,136.77</b>	<b>\$ 937,949.48</b>
Inflación		4.90%							

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA									
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PU	IMPORTE	AÑO				
					1	2	3	4	5
Marketing y Publicidad	Pago	12	\$ 1,021.68	\$ 12,260.16	\$ 12,260.16	\$ 12,860.91	\$ 13,491.09	\$ 14,152.16	\$ 14,845.61
Traslado de ventas	Pago	12	\$ 571.28	\$ 6,855.38	\$ 6,855.38	\$ 7,191.30	\$ 7,543.67	\$ 7,913.31	\$ 8,301.06
<b>TOTAL ANUAL</b>					<b>\$ 19,115.54</b>	<b>\$ 20,052.21</b>	<b>\$ 21,034.76</b>	<b>\$ 22,065.47</b>	<b>\$ 23,146.68</b>
Inflación		4.90%							

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.7

#### 4.8 FINANCIAMIENTO

La empresa no solicitará financiamiento ya que con la aportación de los inversionistas puede cubrir sus necesidades de arranque del proyecto.

#### 4.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se ha determinado el punto de equilibrio para poder identificar la cantidad mínima necesaria de producción sin que existan pérdidas económicas.

Tabla 61. Punto de equilibrio.

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO					
	1	2	3	4	5
Costos fijos	\$ 793,715.54	\$ 832,607.61	\$ 873,405.38	\$ 916,202.24	\$ 961,096.15
Costos variables	\$ 282.16	\$ 296.04	\$ 310.61	\$ 325.89	\$ 341.92
Precio	\$ 1,098.00	\$ 1,151.80	\$ 1,208.23	\$ 1,267.44	\$ 1,329.54
En cantidad	973	973	973	973	973
En dinero	\$ 1,068,225.12	\$ 1,120,642.05	\$ 1,175,631.05	\$ 1,233,318.34	\$ 1,293,836.32
	\$ 1,068,225.12				

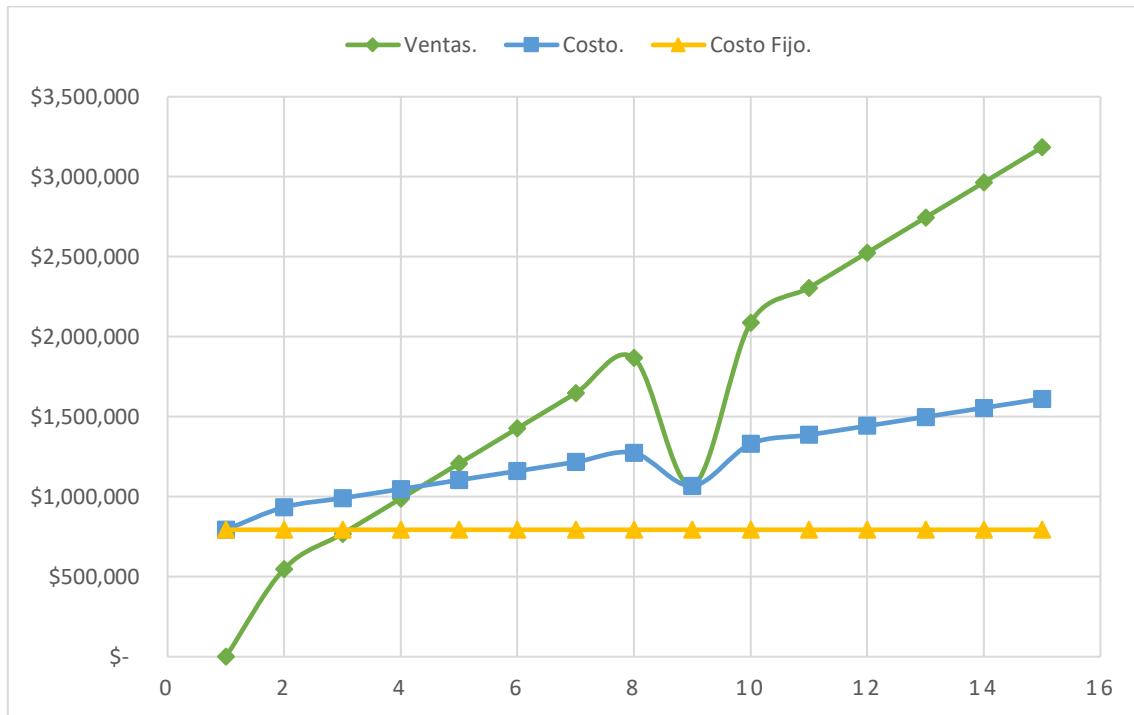
Margen de contribución \$ 815.84

973 Unidades.

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.9

Tabla 62. Gráfica de Punto de equilibrio.



Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.9

Tabla 63. Tabla de nivel de Punto de Equilibrio.

\$	1,098	Número.	Ventas.	Costo.	Costo Fijo.
		0	\$ -	\$ 793,715.54	\$ 793,715.54
		500	\$ 548,997.58	\$ 934,795.44	\$ 793,715.54
		700	\$ 768,596.61	\$ 991,227.40	\$ 793,715.54
		900	\$ 988,195.64	\$ 1,047,659.36	\$ 793,715.54
		1100	\$ 1,207,794.67	\$ 1,104,091.32	\$ 793,715.54
		1300	\$ 1,427,393.70	\$ 1,160,523.28	\$ 793,715.54
		1500	\$ 1,646,992.73	\$ 1,216,955.24	\$ 793,715.54
		1700	\$ 1,866,591.76	\$ 1,273,387.20	\$ 793,715.54
		973	\$ 1,068,225.12	\$ 1,068,225.12	\$ 793,715.54
		1900	\$ 2,086,190.79	\$ 1,329,819.16	\$ 793,715.54
		2100	\$ 2,305,789.82	\$ 1,386,251.12	\$ 793,715.54
		2300	\$ 2,525,388.85	\$ 1,442,683.08	\$ 793,715.54
		2500	\$ 2,744,987.88	\$ 1,499,115.04	\$ 793,715.54
		2700	\$ 2,964,586.91	\$ 1,555,547.00	\$ 793,715.54
		2900	\$ 3,184,185.95	\$ 1,611,978.96	\$ 793,715.54

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.9

#### 4.10 ESTADO DE RESULTADOS PRO-FORMA Y FLUJOS NETOS DE EFECTIVO

Tabla 64. Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS PRO FORMA.						
CONCEPTO	AÑOS.					
	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 1,681,082.52	\$ 1,945,091.49	\$ 2,250,562.28	\$ 2,604,006.33	\$ 3,012,957.71
Costo de venta(-)		\$ 756,000.00	\$ 874,727.53	\$ 1,012,100.87	\$ 1,171,048.27	\$ 1,354,957.89
<b>Utilidad Bruta</b>		\$ 925,082.52	\$ 1,070,363.96	\$ 1,238,461.41	\$ 1,432,958.06	\$ 1,657,999.82
Gastos de Operación						
Gastos de Administración		\$ 774,600.00	\$ 812,555.40	\$ 852,370.61	\$ 894,136.77	\$ 937,949.48
Gastos de Venta		\$ 19,115.54	\$ 20,052.21	\$ 21,034.76	\$ 22,065.47	\$ 23,146.68
Depreciación		\$ 15,179.79	\$ 15,179.79	\$ 15,179.79	\$ 15,179.79	\$ 15,179.79
<b>Utilidad de Operación</b>		\$ 116,187.19	\$ 222,576.56	\$ 349,876.24	\$ 501,576.02	\$ 681,723.88
Gastos financieros (interés pagados)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Productos financieros (ganados)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad después de financiamiento</b>		\$ 116,187.19	\$ 222,576.56	\$ 349,876.24	\$ 501,576.02	\$ 681,723.88
Otros gastos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Ingresos vs		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuestos		\$ 116,187.19	\$ 222,576.56	\$ 349,876.24	\$ 501,576.02	\$ 681,723.88
ISR 30%	0.3	\$ 34,856.16	\$ 66,772.97	\$ 104,962.87	\$ 150,472.81	\$ 204,517.16
PTU 10%	0.1	\$ 11,618.72	\$ 22,257.66	\$ 34,987.62	\$ 50,157.60	\$ 68,172.39
<b>Utilidad Neta</b>		\$ 69,712.31	\$ 133,545.94	\$ 209,925.74	\$ 300,945.61	\$ 409,034.33
Depreciación (suma)		\$ 15,179.79	\$ 15,179.79	\$ 15,179.79	\$ 15,179.79	\$ 15,179.79
Amortización de Capital (pago a capital)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversiones (lo)		\$ 182,001.21				
FNE		\$ 84,892.10	\$ 148,725.73	\$ 225,105.53	\$ 316,125.41	\$ 424,214.12
VA FNE		\$ 71,412.17	\$ 105,243.66	\$ 133,998.80	\$ 158,299.32	\$ 178,693.89
VALOR ACTUAL ACUMULADO		\$ 110,589.04	\$ 5,345.38	\$ 128,653.42	\$ 286,952.74	\$ 465,646.63

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.10

#### 4.11 TASA DE RENDIMIENTO MÍNIMA ACEPTADA

Tabla 65. TREMA.

<b>TREMA</b>	18.88%	3.78%
VPN // VAN =	\$ 465,646.63	
BPA (beneficio promedio anual)	\$ 93,129.33	
BPM	\$ 7,760.78	
BPD	\$ 258.69	
<b>IVAN</b>	2.56	
ROE (capital propio)	256%	
ROI /ROA	281%	

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.10

#### 4.12 VALOR ACTUAL NETO

Tabla 66. Valor actual neto.

\$	84,892.10	\$	148,725.73	\$	225,105.53	\$	316,125.41	\$	424,214.12					
	1.188762466		1.413156201		1.67990705		1.997010447		2.373971064					
\$	71,412.17	\$	105,243.66	\$	133,998.80	\$	158,299.32	\$	178,693.89	\$	647,647.84	\$	465,646.63	VPN//VAN

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.10

#### 4.13 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

**MARGEN DE SEGURIDAD** 62%

**PRI** 3er año

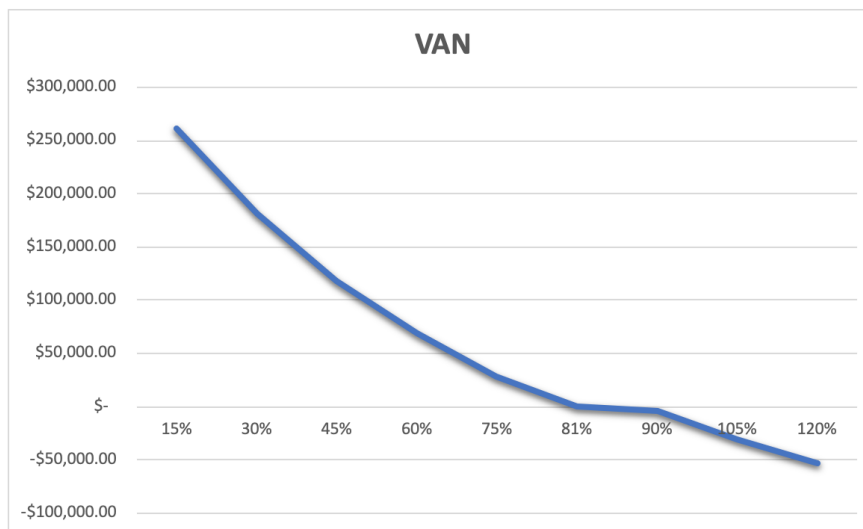
Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.10

#### 4.14 TASA INTERNA DE RETORNO

Tabla 67. TIR.

**TIR** 81%



Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.10

Tabla 68. VAN – TIR.

Gráfica (VAN-TIR).	
TIR	VAN
15%	\$ 261,768.60
30%	\$ 181,630.77
45%	\$ 118,654.09
60%	\$ 68,571.49
75%	\$ 28,307.32
81%	\$ 0.00
90%	-\$ 4,388
105%	-\$ 31,183.02
120%	-\$ 53,329.43

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.10

#### 4.15 ÍNDICE DEL VALOR ACTUAL NETO

Tabla 69. Valor actual neto.

\$ 84,892.10	\$ 148,725.73	\$ 225,105.53	\$ 316,125.41	\$ 424,214.12					
1.188762466	1.413156201	1.67990705	1.997010447	2.373971064					
\$ 71,412.17	\$ 105,243.66	\$ 133,998.80	\$ 158,299.32	\$ 178,693.89	\$ 647,647.84	\$ 465,646.63	VPN // VAN		

Fuente: Elaboración propia.

Ver Excel Anexo 4.10



## CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO.

**COSTO UNITARIO DE PRODUCCION:** En función al costo unitario de producción es de 282.16 MXN, se calcula un aumento de 4.92% anual en función de la inflación del año en curso el costo mensual de producción es de \$564,319.60MXN, y el costo anual es de \$6,771,835.16 MXN.

**PUNTO DE EQUILIBRIO:** Relacionado con el análisis de precios el punto de equilibrio es de \$1,068,225.12 MXN más \$493.79 MXN de utilidad deseada da como resultado un precio de venta de \$1,098.00 llegamos a este precio por el método de maximizador de utilidades ya que se considera necesario para poder cumplir los costos fijos y variables de producción obtener una utilidad deseada y poder colocarlo en el mercado.

**CAPACIDAD DE PRODUCCION:** La capacidad de producción el primer año es de 40% el segundo año es de 48.99% el tercer año es de 60% el cuarto año es de 73.48% y el quinto año al 90%. En cuanto a la capacidad económica el primer año se podrán producir 7,794 unidades el primer año el segundo año 9,545 unidades, el tercer año 11,690 unidades, el cuarto año 14,318 y el quinto año 17,535 unidades.

**CAPACIDAD DE MERCADO:** En cuanto a la capacidad de mercado el primer año se podrán colocar 1,531 trajes, el segundo año 1,689, el tercer año 1,863 unidades, el cuarto año 2,055, y el quinto año 2,266 unidades.

**INDICADORES FINANCIEROS:** La tasa de rendimiento mínima aceptada del proyecto es de 18.88%. En el índice del valor actual neto es de 2.56 es decir cuánto VAN aporta cada peso invertido en el proyecto El ROE es de 256% de capital propio y un ROI de 281%.

La Tasa Interna Retorno (TIR) es de 81% y el Margen de Seguridad es de 62% cuando el PRI es a 3 años.

Recapitulando la Inversión Inicial aportada por los socios es de \$300,000.00MXN, la Inflación es de 4.90%, el valor de Cetes es de 7.61% y la Beta del Sector Textil es de 1.06, no se cuenta con algún sistemas de financiamiento más que el propio. Por lo tanto, el resultado del análisis del Plan de Negocio arroja los siguientes resultados:

Al contar con una VAN de \$ 465,646.63 y un Margen de Seguridad del 62% nos muestra que la idea del proyecto es SEGURO, RENTABLE ya que se obtiene una TIR del 81% y la ROE es de 256% lo que nos representa la rentabilidad de éste. Es ATRACTIVO porque se recupera en el periodo tres y representa un beneficio promedio anual de \$ 93,129.33

Por lo tanto, el proyecto es SEGURO, RENTABLE Y ATRACTIVO.

## **CAPÍTULO V.- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.**

### **5.1 PRINCIPIOS Y PROGRAMAS DE RSE EN LA EMPRESA.**

Debido a la alta afluencia de la actividad empresarial a finales del Siglo XIX hasta la actualidad, se ha cuestionado el papel que juegan las empresas en el entorno, ya que aparentemente su objetivo principal es la generación de utilidades mediante la producción de bienes y servicios. Una de las retribuciones que las empresas indican tener es la creación de empleos y el pago de impuestos procurando al medio ambiente, aunque sea parcialmente cierto como resultado de sus campañas mercadológicas.

Una marca o un producto puede o no ser aceptado dependiendo mucho de lo que se diga de la empresa en internet, libros, artículos o diarios, es por esto por lo que actualmente les prestan mayor atención a las acciones de una empresa ante sus empleados, clientes, entorno y modos de producción. Ya que el cliente actual cada vez está más informado y es más crítico e insaciable.

En el Lado Oscuro de las Empresas Globales Werner K. y Weiss, H. (2003) hace un análisis sobre temas de responsabilidad social laboral y medio ambiental de las transnacionales, haciendo énfasis en el sector textil, lo cual refleja un impacto demasiado ya que nuestras marcas favoritas de ropa han hecho sus fortunas mediante materia prima barata y mano de obra en condiciones de esclavitud.

Malasia y Bangladesh son un ejemplo de esto, en el mismo libro antes citado indica como Nike, Adidas y Reebok tienen costos de venta de un par de zapatos deportivos en la Unión Europea en alrededor de 100 Euros, mientras que una costurera en una maquila asiática gana el 0.4% del valor de la venta, que equivale a 40 centavos", lo cual es algo totalmente injusto para la clase obrera.

Otro ejemplo que cita es C&A, donde las operarias textiles en Asia no tenían permitido ir al sanitario y tenían que usar faldas o vestidos donde los fluidos corporales eran desechados mientras confeccionaban y cumplían su cuota de prendas diarias, prendas por las cuales recibían un plato de arroz y cerca de 1 dólar al día.

Las lagunas legales de los países subdesarrollados o en vías de desarrollo son la mina de oro de los países desarrollados, donde están constituidos los holdings textiles, que mediante la obtención de recursos baratos y mano de obra mal pagada en condiciones infrahumanas adquieren grandes utilidades a costa de sobrexplotación y precarias o nulas legislaciones laborales.

La actual información que existe gracias a las redes sociales ha generado conciencia en los consumidores finales lo cual pone en perspectiva la moda y el origen de esta, analizando a fondo como cada día nos estamos volviendo menos humanos.

Haciendo un análisis en los hábitos de consumo de las generaciones pasadas, el consumo de ropa no era tan desmedido como hoy en día, actualmente mucho no parece ser suficiente que está en contra de todas las teorías económicas de saciedad, de seguir con la tendencia de modas rápidas conociendo el proceso de producción y

obtención de los recursos, en un futuro no muy lejano agotaremos todos los recursos naturales y con ello posiblemente el futuro de la humanidad.

Es por esto por lo que se hacen campañas para hacer consciencia sobre el consumo de productos y servicios, de los cuales muchos no son realmente una necesidad si no un capricho ya que en su mayoría sólo son estereotipos que los medios nos han convencido de necesitar algo que ciertamente no había sido un detonante en nuestras vidas.

Por otra parte, gracias a la apertura de información surgen tendencias en las cuales incentivan al consumidor a ser agentes de cambio y cuestionarse sobre el origen y proceso de la obtención de productos, una vez conociendo todo el preámbulo debemos ser más empáticos para las generaciones venideras y saber administrar los recursos (no monetarios) naturales. Ante esta problemática actual en la que surge la idea de Mexikini, la cual plantea reutilizar recursos no renovables como botellas de PET para así aprovechar los recursos provenientes del petróleo dándoles una prolongación de uso sostenible y sustentable transformando el desecho a textil.

Hoy en día, existe un gran reto en el sector textil a nivel mundial, todos y cada uno de los componentes y procesos que se llevan a cabo para maquilar una prenda, conllevan un impacto tanto social como ambiental que hoy más que nunca debe ser motivo para reestructurar la forma de ver la moda.

De acuerdo con Expok, página especializada en la difusión de temas de Responsabilidad Social Empresarial, las tendencias para 2018 van encaminadas a la responsabilidad social en la moda.

## 5.2 AUTOEVALUACIÓN DE RSE

Tabla 70. Autoevaluación de RSE.

Área	Suma total	Respuestas válidas	Total
valores y principios éticos	31	16	1.94
ambiente de trabajo y empleo	66	28	2.36
apoyo a la comunidad	7	5	1.40
protección al medio ambiente	9	3	3.00
Marketing responsable.	44	17	2.59

Fuente: Elaboración propia.

**PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE:** Por ser una empresa de reciente creación, no se han contemplado en este punto alianzas estratégicas con otras empresas, no obstante, si considera una fusión o cooperación en algún futuro ya que la misma se encuentre sólida en el mercado. Tanto en procesos e insumos se ha cuidado el tema de protección al medio ambiente, por lo tanto, se busca disminuir al máximo el uso de productos tóxicos en el proceso de producción.

En este momento no se cuenta con un proceso determinado de reciclaje, retorno de envases, etc. El uso de agua no es necesario en el proceso, por lo tanto, se promueve un programa de reducción de uso de la mayor cantidad de recursos posibles lo cual nos lleva a la optimización de tiempos y procesos.

Al no haber iniciado operaciones, no se dispone aún de un estudio de impacto ambiental y por ende no hay quejas registradas de agresión al medio ambiente. No se tienen registros de consumo de agua y energía eléctrica sin embargo se procurará ahorrar y optimizar todos los recursos posibles. Nuestra prioridad es crear una diferencia sobre el enigma de las botellas y cantidad de basura que generamos realmente en que se transforman y cuáles son los procesos para volver al cliente.

**VALORES Y PRINCIPIOS ETICOS:** la transparencia y la ética siempre van de la mano desde la creación de la empresa por lo que partimos de la política de transparencia desarrollo sustentable y comercio justo.

La empresa tiene definidas la misión, visión y valores como pautas de la actuación y decisiones diarias, así mismo, se considera tenerlas a la vista en los muros de la empresa a disposición en redes sociales y comerciales para que tanto clientes como proveedores y colaboradores tengan presente nuestros ideales.

Al ser una entidad de reciente creación hasta el momento no se cuenta con códigos de ética o conducta prescritos, no obstante, el personal que colaborará en la empresa deberá ser acorde a la misión, visión y valores de la misma manera los clientes deberán compartir la ética y responsabilidad social. De acuerdo con nuestros valores, existe la política de cancelación de relación comercial con proveedores o clientes en caso de conductas no éticas. No se ha considerado el proceso en caso de acciones corruptas, acoso, etc.

**AMBIENTE DE TRABAJO Y EMPLEO:** se trata de una empresa inclusiva que a pesar de tener mayor tendencia con mano de obra femenina también de personal masculino mientras cumplan los criterios de conocimiento para el manejo de las maquinas especializadas o procesos de maquila, así como también en los puestos administrativos existe la capacidad de inclusión LGBT, personas discapacitadas mientras cumplan los objetivos e indicadores descritos en el análisis de puestos. Siempre en un ambiente de respeto.

**MARKETING RESPONSABLE:** En Mexikini nos olvidamos de los cuerpos estandarizados por una mercadotecnia surrealista, no obstante, todos los habitantes sin importar la talla requerimos un traje de baño, es por eso por lo que en las tallas ofertadas el cliente podrá encontrar desde talla chica hasta extra extra-grande, y al ser un diseño conservador estamos enfocando el producto en los requerimientos esenciales del cliente que obtuvimos mediante el estudio de mercado.

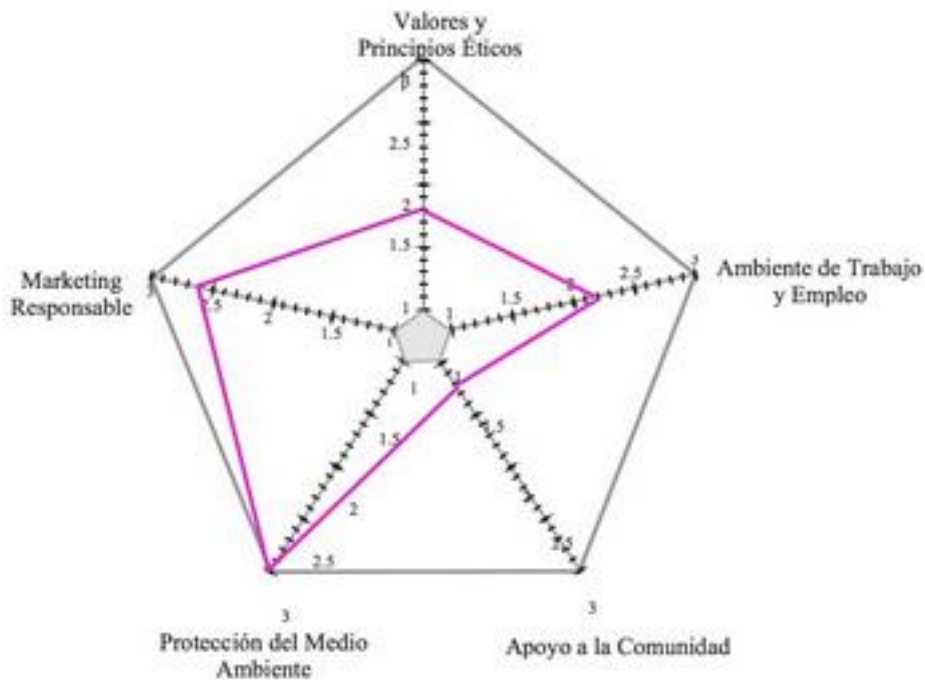
**APOYO A LA COMUNIDAD:** Para iniciar operaciones, contemplamos la contratación de mujeres indígenas para los bordados de los trajes de baño como apoyo a la comunidad, a las que se les pagará de manera justa por su trabajo, (en un futuro a mediano plazo se planea que por cada traje de baño vendido se done un porcentaje a la comunidad como parte de la política de comercio justo).

otro apoyo a la comunidad que realmente no genera costo para la empresa es darles espacio a estudiantes de últimos semestres para realizar pasantías o prácticas profesionales, aunque por el momento no se cuenta con la experiencia necesaria para brindar a los jóvenes conocimiento que les sea adecuado para su futuro, aunque no se descarta esta posibilidad más adelante.

Los directivos de forma individual participarán de manera esporádica en labores filantrópicas como campañas para sembrar árboles como reforzamiento de la filosofía de la empresa.

### 5.3 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Imagen 71.



En una empresa que cumpla al 100% en todos los parámetros analizados se lograría un pentágono perfecto, no obstante, mediante el grafico de los resultados se puede observar que tiene una mayor tendencia hacia la protección de medio ambiente, marketing responsable y principios y valores, con áreas de oportunidad en ambiente de trabajo y empleo y apoyo a la comunidad.

Las micro pequeñas y medianas empresas son la base piramidal de fuentes de empleo en México en la cual ante una competencia fuerte de productos ya posicionados con años de experiencia en el sector se pueden alcanzar los objetivos

desde la implantación, ya que nos iremos regulando en función del mercado, por lo tanto hacer un pronóstico tan positivo se aleja de la realidad por el momento es por esto por lo que nos manejamos en un escenario conservador.

Por el simple hecho de reciclar y reutilizar recursos no renovables el pago justo por la mano de obra la conservación de cultura y las políticas de la empresa, reflejan automáticamente un apoyo a la sociedad, con el cual se espera poder retribuir tanto a la sociedad como con el medio ambiente no de manera inmediata, pero si en un futuro a mediano o largo plazo.

#### CONCLUSIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.

Como resultado de la autoevaluación de empresas socialmente responsables, ante el análisis de los 5 vectores importantes de la organización encontramos que la empresa se encuentra con el punto más alto en protección al medio ambiente, lo cual es justificable derivado de la tendencia ecológica que se tiene por el cuidado en el contenido reciclado de la materia prima tanto el marketing como la ética y protección al medio ambiente son fuertes pilares en cuanto a la responsabilidad de Mexikini.

La misión y visión son un punto importante ya que van encaminadas a la creación de conciencia ética, laboral y medio ambiental sin embargo, al encontrarse en un lanzamiento de proyecto muchos factores no pueden ser analizados en su totalidad hasta que esta empiece a funcionar, por lo que se mostraron los indicadores más realistas para poder anticipar áreas de mejora y fortalezas.

Por lo que es importante tener en cuenta la una curva de aprendizaje y crecimiento, lo cual permite concluir que la empresa se encuentra superior a la media ponderada la cual es 1.5 en todas sus directrices por lo que se concluye que será bien aceptada en el sector social en el cual se intenta posicionar.

<https://www.expoknews.com/responsabilidad-social-en-la-moda-tendencias-2018/>

En El Lado Oscuro de las Empresas Globales Werner, K. y Weiss, H. (2003).

<http://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/wp-content/uploads/2014/11/RUDICS-N%C3%9AM.-1-art8.pdf>

Imagen 72.



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La situación actual de nuestro entorno exige empresas cada día más comprometidas con la gente y con el medio ambiente. Con esta idea en mente y derivado de nuestra pasión por la moda decidimos desarrollar un proyecto que conjuntara estos tres puntos.

Comenzar con la investigación no fue un proceso fácil, pero el reto mayor fue conseguir la cotización de telas realizadas con materiales reciclados, que después de mucho buscar, nos llegó cuatro semanas después. Podría parecer que el proceso de elaboración de trajes de baño es sencillo, pero el nivel de detalle que se requiere para presentar un proyecto de inversión exige mucho más que solo buenas intenciones. Conforme se iba haciendo el estudio, iban saliendo más puntos que no se habían considerado inicialmente lo cual fue aumentando el nivel de complejidad de todo el trabajo.

Otro gran reto fue la elaboración del costo ya que demanda cálculos sumamente especializados y es necesario determinar hasta cuántos metros de hilo se usa para cada parte del proceso, por lo que se sugiere un profesional con mucha experiencia en el tema para que se refleje realmente el costo total de elaboración de cada prenda.

Nuestra recomendación es que al realizar un proyecto, se seleccione un giro que se domine o se conozca, que sea apasionante en todos los aspectos para los inversionistas y que se realicen proyecciones realistas de ventas e intensas campañas de mercadotecnia, pero sobretodo, es necesario un gran compromiso de todos los que vayan a formar parte del proyecto para aumentar las posibilidades de éxito del negocio



## REFERENCIAS.

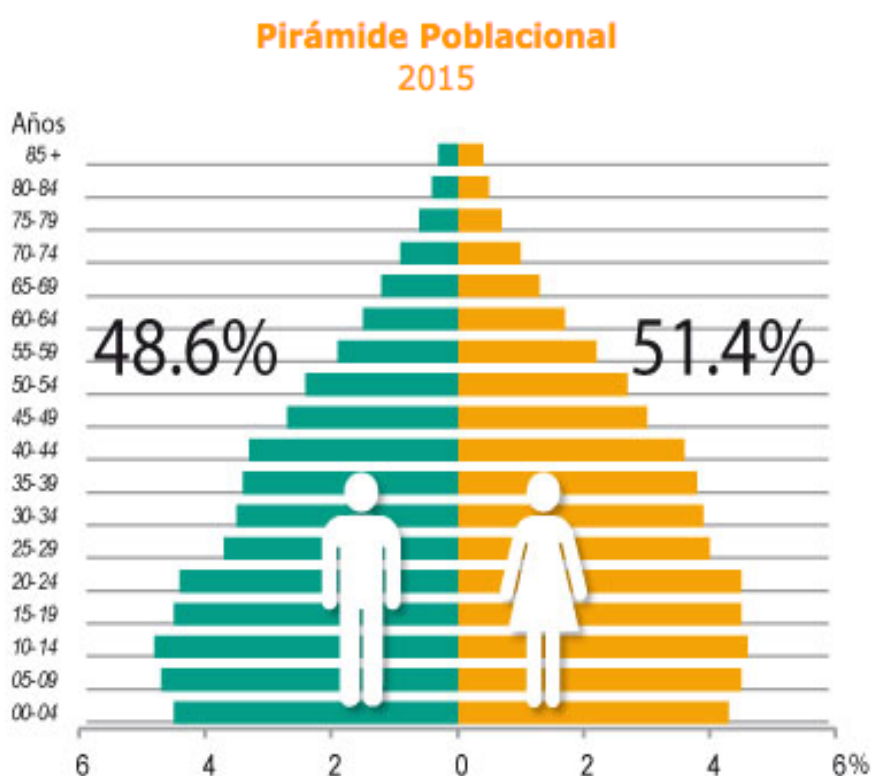
- <https://elle.mx/moda/2018/05/03/trajes-de-bano-mexicanos/>
- [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/315933/CPTPP-sec\\_TextilVestido.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/315933/CPTPP-sec_TextilVestido.pdf)
- <https://www.facebook.com/business/learn/set-up-facebook-page>
- <http://www.amai.org/nse/wp-content/uploads/2018/04/Nota-Metodolo%CC%81gico-NSE-2018-v3.pdf>
- <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/14-datos-sobre-el-comercio-electronico-en-Mexico-20161119-0007.html>
- <http://ethicalhanger.com/inditex-el-imperio-del-fast-fashion-sostenible>
- <https://es.wix.com/ecommerce/tienda-online>

## ANEXOS.

## ANEXO 1.

De acuerdo con el apartado 3.2 correspondiente a la Segmentación y selección del mercado meta se toman los siguientes datos del INEGI para realizar los cálculos de segmentación:

Imagen 73. Porcentaje de hombres y mujeres en la República Mexicana:



Fuente: INEGI. Encuesta Intercensal 2015.

Debido a que el INEGI te proporciona información en porcentaje de la cantidad de hombres y mujeres según su rango de edad, se realizó el cálculo de este porcentaje en comparación al 100% de la población para poder obtener la cantidad de personas en las que se desea realizar el estudio de mercado, obteniendo con esto los siguientes datos:

Tabla 74. Pirámide poblacional.

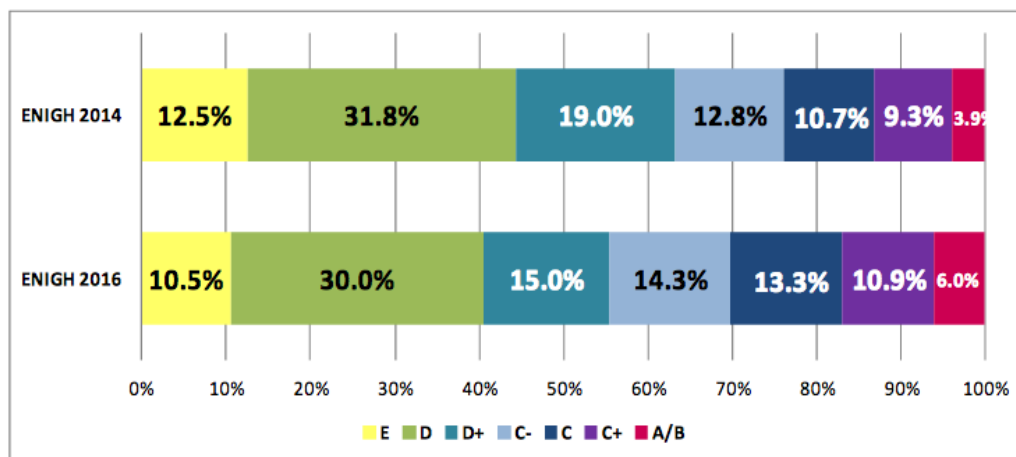
Mujeres 2015			Hombres 2015		
Denominación	Habitantes	Porcentaje	Denominación	Habitantes	Porcentaje
<b>0- 04</b>	5157354	4.30%	<b>0- 04</b>	5517170	4.40%
<b>05 - 09</b>	5397231	4.50%	<b>05 - 09</b>	5637108	4.70%
<b>10 - 14</b>	5517170	4.60%	<b>10 - 14</b>	5757047	4.80%
<b>15 - 19</b>	5397231	4.50%	<b>15 - 19</b>	5397231	4.50%
<b>20 - 24</b>	5397231	4.50%	<b>20 - 24</b>	5277293	4.40%
<b>25 - 29</b>	4797539	4.00%	<b>25 - 29</b>	4437724	3.70%
<b>30 - 34</b>	4677600	3.90%	<b>30 - 34</b>	4197847	3.50%
<b>35 - 39</b>	4557662	3.80%	<b>35 - 39</b>	4077908	3.40%
<b>40 - 44</b>	4317785	3.60%	<b>40 - 44</b>	3957970	3.30%
<b>45 - 49</b>	3598154	3.00%	<b>45 - 49</b>	3238339	2.70%
<b>50 - 54</b>	3238339	2.70%	<b>50 - 54</b>	2878523	2.40%
<b>55 - 59</b>	2638646	2.20%	<b>55 - 59</b>	2278831	1.90%
<b>60 - 64</b>	2038954	1.70%	<b>60 - 64</b>	1799077	1.50%
<b>65 - 69</b>	1559200	1.30%	<b>65 - 69</b>	1439262	1.20%
<b>70 - 74</b>	1199385	1.20%	<b>70 - 74</b>	1079446	0.90%
<b>75 - 79</b>	839569	0.70%	<b>75 - 79</b>	719631	0.60%
<b>80 - 84</b>	599692	0.50%	<b>80 - 84</b>	479754	0.40%
<b>85 y más</b>	479754	0.40%	<b>85 y más</b>	359815	0.30%
<b>51.40%</b>			<b>48.60%</b>		

Fuente: INEGI Encuesta Intercensal 2015

Para obtener el nivel socioeconómico se tomaron los siguientes datos de la página del AMAI:

Tabla 75. Nivel socioeconómico.

Una vez disponible la base de datos de la ENIGH 2016, un primer ejercicio fue comparar las distribuciones de los Niveles Socioeconómicos generados bajo la regla AMAI 2018 con las distribuciones obtenidas con la ENIGH 2014 con la regla 8X7. Dicho comparativo, a nivel nacional, se muestra en la Figura 8



Fuente: AMAI, 2018.

## ANEXO 2.

### ENCUESTA:

Encuesta – Mexikini.

Código Postal: \_\_\_\_\_

Rango de edad en el cual se encuentra.

A) 15 - 20

B) 21 - 26

C) 27 - 32

D) 33 - 38

¿Has comprado alguna vez por internet?

A) Sí

B) No

En caso afirmativo, ¿qué tipo de compra es la que realizas por este medio?

1. Ropa y Accesorios.
2. Alimentos.
3. Tecnología (videojuegos, consolas, etc.).
4. Boletos para eventos.

¿Dónde sueles comprar trajes de baño?

- A) Tiendas departamentales y de conveniencia.
- B) En Internet.
- C) Puntos de venta (playas, balnearios, etc.).

¿Con que frecuencia te compras uno?

- A) Una vez al año.
- B) Una vez cada 6 meses.
- C) Menos de 1 vez al mes.

¿Cuánto sueles gastar al comprar el traje de baño?

- A) Menos de \$500.
- B) \$600 – \$800.
- C) \$900 – \$1,100.
- D) Más de \$1,200.

Enumera del 1 al 5 los motivos de compra de un traje de baño. Siendo uno el factor que más te motiva.

- Precio.
- Calidad.
- Diseño.
- Marca.
- Talla.

Si pudieras asistir el día de hoy a una playa que modelo de traje de baño usarías:

- A) Clásico: (de una pieza).
- B) Trikini: (de una pieza muy revelador).
- C) Bikini: (de dos piezas).
- D) Tankini: La parte superior más larga (de dos piezas).

Si existiera un traje de baño hecho con botellas de plástico recicladas ¿Lo usarías?

Totalmente de acuerdo.

Totalmente en desacuerdo.

1                      2                      3                      4                      5

¿Qué medio consideras el mejor para recibir información?

- A) Facebook.
- B) Instagram.
- C) Twitter.
- D) Sitio oficial de la marca.