



ITSEP

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ECUATORIANO DE PRODUCTIVIDAD

Formación Emprendedora y Empresarial



Trabajo de Investigación

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA:

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CONFECCIÓN Y PERSONALIZACIÓN DE ROPA ERGONÓMICA BASADA EN MEDIDAS ANTROPOMÉTRICAS EN EL SECTOR TOCTIUCO, QUITO

AUTOR/ES

CHÁVEZ GUEVARA WENDY ESTEFANÍA

GUACHAMIN CALVACHE YADIRA LOURDES

TUTOR

Ing. Omar Vinuesa M.B.A.

CIUDAD

Quito, D.M.

AÑO

2026

Agradecimiento

Agradezco a Dios por acompañarme durante este proceso y darme la fortaleza necesaria para culminar una etapa muy importante de mi formación profesional. En los momentos de mayor dificultad encontré la motivación para continuar, por lo que este logro representa también un motivo de gratitud por las oportunidades que he tenido para seguir creciendo.

A mis padres les agradezco por el esfuerzo y el apoyo que siempre me brindaron. Su confianza, sus consejos y el ejemplo que me dieron fueron determinantes para seguir adelante y concluir esta etapa de mi vida. Este logro también les pertenece, porque sin su respaldo no habría sido posible llegar hasta aquí.

Dedico un agradecimiento especial a mis hijas, quienes fueron la principal motivación para concluir este trabajo. Su comprensión y cariño me impulsaron a continuar aun en los momentos más difíciles. Espero que este logro les recuerde que el esfuerzo y la perseverancia permiten alcanzar las metas que uno se propone. También agradezco a todas las personas que, de una u otra forma, me brindaron su apoyo durante este proceso académico.

Agradecimiento

A mis padres Luisa Calvache y Fernando Guachamin por todo el apoyo durante mis momentos más difíciles.

A la Institución y docentes por brindarme herramientas y el espacio necesario durante este proceso académico que fue fundamental para culminar con éxito este trabajo.

A mis amigos por cada experiencia compartida durante este período y a todos los que de una u otra forma contribuyeron a la realización de esta meta.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis hijas Daira y Camila Cortez, quienes representan la mayor motivación para seguir creciendo como persona y profesional. A mis padres Ramiro Chávez y Olga Guevara, por su esfuerzo, confianza y apoyo incondicional durante toda mi formación. Cada logro alcanzado tiene como propósito demostrarles que la constancia, el esfuerzo y la dedicación hacen posible convertir los sueños en realidad.

Dedicatoria

A mis padres, hermanos y sobrinos, por su amor incondicional sus sacrificios y por ser el pilar sobre el cual he construido cada uno de mis sueños, por la paciencia y apoyo constante en cada etapa de este camino

A Dios por brindarme la salud, la perseverancia y la guía necesaria para superar los momentos difíciles y permitirme alcanzar esta meta.

Este logro es tan suyo como mío.

Tabla de contenido

Agradecimiento	2
Agradecimiento	2
Dedicatoria	3
Dedicatoria	3
Resumen ejecutivo - Palabras clave	9
Abstract – Keywords	10
Introducción	11
Definición y justificación del tema	11
Definición del tema	11
Justificación del proyecto	11
Planteamiento del problema	12
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13
Metodología de la investigación	13
Marco teórico	14
1. Comercialización y posicionamiento de mercado	14
2. Ergonomía y Producción Textil	15
3. Modelo de Negocio y Finanzas	15
Capítulo I: Diagnóstico y contextualización	16
1.1. Descripción del tema de investigación	16
1.1.1. Análisis del sector o área de estudio	16
1.1.2. Contexto institucional, sectorial o social	16
1.1.3. Identificación del problema u oportunidad	17
1.2. Caracterización del objeto de estudio	17
1.2.2. Naturaleza jurídica o normativa	17
1.2.3. Actores involucrados	18
1.3.1. Misión/Propósito del Proyecto	19
1.3.2. Visión/Proyección Futura	20
1.3.3. Valores o Principios Rectores	20
1.3.4. Políticas Generales	20
1.3.5. Análisis PEST	21
1.3.6. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	21
1.3.7. Análisis FODA	22
1.3.8. Estrategias de Desarrollo	23
1.3.9. Objetivos Estratégicos	24

1.3.10.	Alianzas o articulaciones clave	25
Capítulo II: Análisis del entorno		26
2.1.	Análisis de la demanda/ necesidad	26
2.1.1.	Perfil de los beneficiarios o usuarios potenciales	26
2.1.2.	Tipo de mercado o contexto	26
2.1.3.	Segmentos y grupos objetivo	27
2.1.4.	Comportamiento, hábitos o patrones relevantes	27
2.1.5.	Instrumentos de recolección de información primaria	27
2.2.	Análisis de la Oferta / Situación Actual	41
2.2.1.	Perfil de los principales actores de la oferta	41
2.2.2.	Variables demográficas consideradas:	42
2.3.	Plan de Acción o Propuesta	43
2.3.1.	Producto, servicio o intervención propuesta	43
2.3.2.	Costos / Accesibilidad	43
2.3.3.	Comunicación y difusión	44
2.3.4.	Distribución o Implementación	44
2.4.	Posibilidades desde el punto de vista del entorno	45
2.4.1.	Ventaja diferencial o propuesta de valor	45
2.4.2.	Análisis de fuerzas o factores del entorno	45
2.4.3.	Barreras o restricciones identificadas	46
Capítulo III: Aspectos técnicos y operativos		47
3.1.	Procesos y control de calidad	47
3.1.1.	Diagrama de flujo del proceso	47
3.1.2.	Mecanismos de control y seguimiento	48
3.2.	Capacidad operativa	48
3.2.1.	Capacidad de ejecución o producción	48
3.2.2.	Dimensionamiento del proyecto	49
3.3.	Infraestructura y recursos	50
3.3.1.	Espacios, equipos o recursos necesarios	50
3.3.2.	Distribución y organización física o lógica	50
3.4.	Análisis de Recursos y Proveedores	51
3.4.1.	Insumos, materiales o herramientas necesarias	51
3.4.2.	Criterios de Selección	51
3.5.	Normativa Aplicable	52
3.5.1.	Normas Técnicas y Ambientales	52
3.5.2.	Medidas de Seguridad en el Taller	52

3.6. Localización o ámbito de aplicación.....	52
3.6.1. Macro localización	52
3.6.2. Micro Localización.....	53
3.6.3. Factores de decisión	54
3.7. Matriz de impacto y mitigación.....	54
3.7.1. Impactos sociales, ambientales y económicos.....	54
3.7.2. Plan de Mitigación	55
Capítulo IV: Estudio económico y evaluación	56
4.1. Estructura económica del proyecto	56
4.1.1. Plan de Inversiones	56
4.1.2. Fuentes de Financiamiento	56
4.1.3. Presupuesto de ingresos	57
4.1.4. Presupuesto de Costos.....	57
4.1.5. Presupuesto de Gastos	61
4.1.6. Estado de resultados proyectado	62
4.1.7. Punto de Equilibrio.....	63
4.1.8. Flujo de caja proyectado.....	64
4.1.9. Balance Proyectado.....	64
4.2. Evaluación del Proyecto	65
4.2.1. Indicadores de viabilidad: VAN, TIR, ROE, ROA, Período de recuperación	65
Plan de contingencia y salida	67
Matriz de situaciones adversas	68
Medidas de mitigación y alternativas	68
Conclusiones.....	68
Recomendaciones	69
Bibliografía	70
Anexos	72
 Índice de Gráficos	
Gráfico 1.Pregunta 1 de la encuesta	28
Gráfico 2..Pregunta 2 de la encuesta	29
Gráfico 3. Pregunta 3 de la encuesta	30
Gráfico 4. Pregunta 4 de la encuesta	31
Gráfico 5. Pregunta 5 de la encuesta	33
Gráfico 6. Pregunta 6 de la encuesta	34
Gráfico 7. Pregunta 7 de la encuesta	35

Gráfico 8. Pregunta 8 de la encuesta	36
Gráfico 9. Pregunta 9 de la encuesta	37
Gráfico 10. Pregunta 10 de la encuesta	38
Gráfico 11. Diagrama de flujo Plan de Negocios	47
Gráfico 12. Macro localización: Mapa Toctiuco Quito	53
Gráfico 13. Micro localización: local Guatemala y Fray José Yezpez	54

Índice de Tablas

Tabla 1.Principales roles y perfiles.....	19
Tabla 2. Análisis PEST	21
Tabla 3. Las 5 fuerzas de Porter	22
Tabla 4. Análisis FODA.....	22
Tabla 5. Pregunta 1 de la encuesta	28
Tabla 6. Pregunta 2 de la encuesta	29
Tabla 7. Pregunta 3 de la encuesta	30
Tabla 8. Pregunta 4 de la encuesta	31
Tabla 9. Pregunta 5 de la encuesta	32
Tabla 10. Pregunta 6 de la encuesta	33
Tabla 11. Pregunta 7 de la encuesta	34
Tabla 12. Pregunta 8 de la encuesta	35
Tabla 13. Pregunta 9 de la encuesta	37
Tabla 14. Pregunta 10 de la encuesta	38
Tabla 15. Precios resultados de la encuesta.....	41
Tabla 16. Estructura de precios	44
Tabla 17. Matriz de controles	48
Tabla 18. Líneas de producto.....	49
Tabla 19. Distribución espacios empresa	49
Tabla 20. Equipos para empresa.....	50
Tabla 21. Insumos necesarios empresa	51
Tabla 22. Matriz de criterios.....	51
Tabla 23. Matriz de criterios y ponderación de selección.....	54
Tabla 24. Matriz de impactos integrales y medidas de gestión	55
Tabla 25. Matriz plan de mitigación.....	55
Tabla 26. Inversión inicial para el Plan de Negocios	56

Tabla 27. Sistema de financiamiento	57
Tabla 28. Proyección de ingresos.....	57
Tabla 29. Cálculo nomina operarios para costos de producción	57
Elaboración propia. Tabla 30	58
Tabla 31. Cédula costo de producción pantalón ejecutivo casual	58
Tabla 32. Cédula costo de producción sacos o blazers estructurados.....	59
Tabla 33. Cédula costo de producción camiseta / top de compresión	60
Tabla 34. Cédula costo de producción conjunto deportivo	60
Tabla 35. Presupuesto de costos de producción	61
Tabla 36. Cedula de costo real nomina para gastos	61
Tabla 37. Cedula de depreciación y valor de recuperación.....	61
Tabla 38. Cédula de gastos	62
Tabla 39. Proyección de gastos.....	62
Tabla 40. Estados de resultado proyectado	62
Tabla 41. Flujo de efectivo proyectado	64
Tabla 42. Balance general.....	64
Tabla 43. Cálculo del CAPM	65
Tabla 44. Cálculo del WACC.....	66
Tabla 45. Indicadores de viabilidad.....	66
Tabla 46. Matriz de situaciones adversas.....	68

Resumen ejecutivo - Palabras clave

Este trabajo analiza la puesta en marcha de un taller de ropa casual y deportiva a la medida en Toctiuco, Quito. La idea nace de un problema concreto: muchas prendas de tallaje industrial no se ajustan bien al cuerpo de sus usuarios. El negocio propuesto combina toma de medidas, patronaje adaptado y confección por pedido.

Para conocer la aceptación inicial se consultó a 100 posibles clientes. También se recogieron criterios de personas vinculadas con la confección y el patronaje. Estos datos se usaron como referencia para definir productos, precios y forma de atención. La muestra es exploratoria; por ello, sus resultados no representan a toda la población de Quito.

El escenario financiero cubre cinco años y parte de una inversión propia de USD 18.200,00. Con los supuestos utilizados, el VAN alcanza USD 18409.01 y la TIR, 33.47 %. La inversión se recuperaría en 3,53 años. Estas cifras dependen de que se cumplan las ventas y los costos previstos.

Palabras clave: confección ergonómica, antropometría aplicada, producción bajo demanda, personalización de prendas, factibilidad financiera.

Abstract – Keywords

This business plan examines a made-to-order casual and sportswear workshop in Toctiuco, Quito. The proposal addresses a practical issue: standard-size garments do not fit every customer well. The workshop would combine body measurements, adapted patterns, and production after an order is placed.

An exploratory survey of 100 potential customers was used to obtain an initial view of preferences and willingness to pay. People with experience in garment making and pattern design were also consulted. The findings guided the proposed product mix and service process, but they should not be generalized to the entire population of Quito.

The five-year projection assumes an initial owner-funded investment of USD 18,200. Under the base assumptions, NPV is USD 18409.01 and IRR is 33.47 %. Simple payback is estimated at 3.53 years. These results remain sensitive to actual sales volume and costs.

Keywords: ergonomic garment manufacturing, applied anthropometry, made-to-order production, garment customization, financial feasibility.

Introducción

La confección tiene presencia en la economía ecuatoriana y genera oportunidades para pequeños talleres. Al mismo tiempo, la ropa producida en serie suele trabajar con tallas generales. Ese sistema facilita la producción, pero no siempre resuelve las diferencias corporales de cada usuario (Lalaleo Analuisa, 2025; Nariño Lescay y otros, 2016).

En Quito ya existen marcas, talleres y comercios de ropa casual y deportiva. Para un negocio nuevo no basta con ofrecer otra prenda: necesita explicar con claridad qué problema resuelve. En este caso, la diferencia está en el ajuste, la atención directa y la fabricación por pedido (Andrade Pozo & López García, 2024; Lalaleo Analuisa, 2025).

El plan estudia si el taller puede operar y vender de manera sostenible en Toctiucó. Para ello revisa el mercado, el proceso de confección, los recursos necesarios y las proyecciones financieras. La propuesta se concentra en prendas casuales y deportivas ajustadas a las medidas del cliente.

Definición y justificación del tema

Definición del tema

El negocio se plantea como un taller de confección por pedido. Cada prenda parte de medidas tomadas al cliente y de un patrón que puede modificarse según su contextura y movilidad. A diferencia de una producción basada únicamente en tallas estándar, el taller ajustará dimensiones, diseño y funcionalidad para cada pedido (Apeageyi & Otieno, 2007).

La personalización no se limita al color o al diseño. También organiza la forma de medir, producir, entregar y atender correcciones. Esta manera de trabajar sirve como base de la diferenciación comercial (Porter, 2008).

Justificación del proyecto

Una talla estándar no se adapta de igual manera a todas las personas. Las diferencias en hombros, cintura, cadera o largo de extremidades obligan con frecuencia a hacer ajustes posteriores. El taller busca atender ese problema mediante prendas a la medida y pruebas de calce (Nariño Lescay y otros, 2016).

Trabajar bajo pedido evita fabricar grandes cantidades antes de conocer la venta. También permite comprar insumos según la necesidad de cada orden y controlar mejor los

retazos. Esta forma de producción no elimina el riesgo comercial, pero reduce la acumulación de prendas sin vender (Alcántara Hernández y otros, 2025).

Se eligió Toctiuco porque el proyecto está pensado para operar desde este sector y atender inicialmente al centro-occidente de Quito. Además del objetivo comercial, la operación plantea cinco puestos de trabajo vinculados con diseño, confección, atención y administración (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca - MPCEIP, 2024).

Planteamiento del problema

En Quito conviven prendas importadas, producción industrial y talleres artesanales. Buena parte de esa oferta trabaja con tallas generales. El problema aparece cuando una misma talla ajusta bien en una zona del cuerpo, pero queda corta, larga o estrecha en otra. Esta situación afecta la comodidad y puede aumentar el desgaste en costuras y zonas de fricción (Nariño Lescay y otros, 2016).

En el centro de Quito hay cadenas comerciales y talleres tradicionales. Las primeras ofrecen variedad y disponibilidad inmediata; los segundos pueden hacer ajustes, aunque no todos trabajan con patrones digitales o un proceso uniforme de toma de medidas. Entre ambas opciones existe espacio para un servicio que combine atención cercana, registro de medidas y seguimiento posterior a la entrega.

El reto no es solamente técnico. Un taller pequeño también debe conseguir clientes, controlar sus tiempos y evitar competir únicamente por precio. Si la diferencia del producto no se entiende, el comprador puede compararlo con ropa genérica de menor costo. Por eso el plan relaciona el ajuste de la prenda con una estrategia sencilla de comunicación y servicio (Kotler & Keller, 2016; Lalaleo Analuisa, 2025).

Muchos negocios pequeños toman decisiones con base en la experiencia diaria y sin registrar costos, tiempos o resultados comerciales. Esa práctica dificulta saber qué productos dejan margen y qué acciones de venta funcionan. El proyecto propone llevar controles básicos desde el inicio (Lalaleo Analuisa, 2025).

A partir de este problema se expone la creación del taller en Toctiuco. El proceso previsto incluye toma de medidas, ajuste del patrón, corte, confección, prueba y entrega. El propósito es competir por servicio y calce, sin asumir que la diferenciación por sí sola asegura la rentabilidad.

Objetivo general

El objetivo general del Plan de Negocios es:

1. Formular un plan de negocios para la creación de un taller de confección de ropa casual y deportiva personalizada en Toctiuco, Quito, mediante estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero a cinco años, con el fin de evaluar su viabilidad y sostenibilidad.

Objetivos específicos

Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Analizar el mercado de indumentaria casual y deportiva personalizada en Quito y el entorno de Toctiuco, mediante un estudio de oferta y demanda que fundamente la propuesta de valor, las estrategias de marketing digital y la diferenciación del producto.
2. Diseñar el proceso operativo del taller, definiendo la distribución de las áreas, la secuencia de confección, la selección de insumos y los controles básicos de tiempo, costo y calidad.
3. Estructurar el plan económico financiero a 5 años, determinando la inversión inicial, el flujo de caja, el punto de equilibrio y los indicadores clave (VAN, TIR y periodo de recuperación) para evaluar la rentabilidad y viabilidad del negocio.

Metodología de la investigación

El estudio es descriptivo y combina información cuantitativa y cualitativa. Su finalidad es obtener una primera aproximación al mercado y ordenar los aspectos técnicos y financieros del taller (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Se encuestó a 100 personas de San Juan, Centro Histórico y Belisario Quevedo. Como referencia para definir el tamaño se aplicó la fórmula para una proporción en una población amplia, con un nivel de confianza de 95 % ($Z = 1,96$), máxima variabilidad ($p = 0,50$; $q = 0,50$) y un error de referencia de 10 %:

$$n = \frac{Z^2(p)(q)}{e^2}$$
$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)}{0,1^2}$$
$$n = 96,04$$

El resultado fue 96,04 participantes; se redondeó a 100 para facilitar la lectura de frecuencias y porcentajes. La selección se realizó a personas de los sectores de Toctiuco, de modo que el cálculo orientó la cantidad de consultas, pero no convierte la muestra en probabilística ni permite generalizar los resultados a toda la población de Quito. Las preguntas abordaron problemas de ajuste, productos de interés, precios y canales de contacto (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

La revisión técnica se apoyó en cinco entrevistas semiestructuradas con personas vinculadas al patronaje, la confección, la ergonomía y el movimiento corporal. Las preguntas trataron sobre toma de medidas, ajuste de patrones, recorrido de la prenda, equipos y controles de acabado. Esta información se utilizó como complemento cualitativo del estudio de mercado (Echeverría Ruíz, 2017).

La última fase reunió precios de equipos, telas, arriendo y personal disponibles durante la elaboración del estudio. Con estos valores se preparó una proyección a cinco años que integra inversión, ventas, costos, punto de equilibrio, VAN, TIR y periodo de recuperación. Los resultados corresponden al escenario económico definido para 2026 (Echeverría Ruíz, 2017).

Marco teórico

El marco teórico reúne conceptos que ayudan a explicar tres partes del plan: cómo se venderá, cómo se confeccionará y cómo se evaluará el dinero invertido.

1. Comercialización y posicionamiento de mercado

Diferenciación comercial: Consiste en ofrecer atributos únicos como el ajuste antropométrico y la confección deportiva personalizada, que permitan competir por valor y no por reducción de precios en el mercado de Quito (Kotler & Keller, 2016; Andrade Pozo & López García, 2024).

Posicionamiento de marca: Estrategia para lograr que el cliente reconozca al taller como la opción principal cuando busca comodidad, exclusividad y durabilidad (Kotler & Keller, 2016).

Marketing digital en Pymes: Uso de redes sociales, venta en línea y pauta publicitaria segmentada para captar clientes en la ciudad con un presupuesto optimizado (Lalaleo Analuisa, 2025).

Planificación estratégica: Proceso de gestión que guía las decisiones del taller para asegurar su crecimiento y permanencia en el mercado (Lalaleo Analuisa, 2025).

2. Ergonomía y Producción Textil

Ergonomía textil: Aplicación de criterios de ajuste y comodidad al diseño de vestuario, de manera que la ropa deportiva acompañe el movimiento sin causar roces ni incomodidad (Islam y otros, 2025).

Antropometría aplicada: Estudio de las dimensiones del cuerpo humano para crear tablas de tallas acordes a la contextura real de los usuarios (Nariño Lescay y otros, 2016).

Patronaje adaptativo: Modificación de moldes tradicionales en zonas anatómicas críticas (hombros, tiro y cintura) para lograr un calce anatómico preciso en la población objetivo (Vaca Gómez y otros, 2026).

Control de calidad: conjunto de revisiones aplicadas a los materiales, las costuras, el calce y el acabado de cada prenda antes de su entrega (Salgado Pazmiño y otros, 2023).

3. Modelo de Negocio y Finanzas

Producción bajo demanda: Confección bajo pedido que evita acumular inventario no vendido y optimiza el uso del dinero en caja (Apeagyei & Otieno, 2007).

Sostenibilidad textil: Aprovechamiento eficiente de las telas e insumos para reducir los retazos y desechos en el taller, ofreciendo una alternativa duradera frente a la moda rápida (Lalaleo Analuisa, 2025).

Capítulo I: Diagnóstico y contextualización

1.1. Descripción del tema de investigación

1.1.1. Análisis del sector o área de estudio

La confección ecuatoriana mantiene una presencia importante entre los pequeños negocios urbanos. En Quito, los talleres trabajan en un mercado exigente: deben competir con prendas importadas, cadenas comerciales y vendedores informales. Durante la observación realizada para este plan se encontró un problema frecuente. Las tallas disponibles no siempre coinciden con las proporciones de cada persona; una camisa puede quedar bien en los hombros y demasiado larga en las mangas, o un pantalón puede ajustar en la cintura y resultar incómodo en la cadera. Esta dificultad abre una posibilidad para talleres que puedan adaptar sus patrones a las medidas del cliente (Lalaleo Analuisa, 2025).

En ese contexto, un taller nuevo en Toctiuco difícilmente podrá competir solo por precio. Su oportunidad está en ofrecer un servicio que las tiendas de producción masiva no suelen brindar: escuchar al cliente, registrar sus medidas, realizar una prueba de calce y corregir la prenda antes de la entrega. El uso de redes sociales ayudaría a mostrar ese trabajo, pero la permanencia del negocio dependerá principalmente de la calidad de la confección y del cumplimiento de los plazos (Kotler & Keller, 2016; Lalaleo Analuisa, 2025).

1.1.2. Contexto institucional, sectorial o social

El proyecto guarda relación con las iniciativas públicas que promueven la producción local y la formalización de las micro y pequeñas empresas. En el ámbito del sector, busca aprovechar la experiencia de costureros y confeccionistas de Quito, incorporando controles sencillos de medidas, tiempos, materiales y desperdicios. La propuesta no pretende reemplazar el trabajo artesanal, sino organizarlo para que el taller pueda atender pedidos de manera constante y controlar mejor sus costos.

Desde el punto de vista académico, el plan aplica herramientas aprendidas en la carrera para revisar el mercado, organizar el proceso productivo y proyectar los resultados económicos durante cinco años. Su aporte consiste en reunir estos elementos en una propuesta concreta para Toctiuco. La viabilidad financiera corresponde al escenario planteado, mientras que la respuesta comercial se evaluará mediante los pedidos y recompras registrados durante la operación.

1.1.3. Identificación del problema u oportunidad

La oportunidad identificada parte de una situación cotidiana: algunas personas tienen dificultades para encontrar prendas que les queden cómodas sin realizar ajustes posteriores. Las respuestas de la encuesta aplicada muestran interés por camisas, pantalones, sacos y ropa deportiva con mejor calce. Debido a que la muestra fue exploratoria, estos resultados deben tomarse como una señal inicial y no como una representación de todos los consumidores de Quito (Nariño Lescay y otros, 2016; Vaca Gómez y otros, 2026).

A partir de esa necesidad se plantea un taller especializado en confección por pedido. El servicio incluiría toma de medidas, adaptación del patrón, elección de materiales, prueba y correcciones. Esta propuesta puede diferenciarse de la ropa producida en serie, aunque su rentabilidad dependerá de que los clientes reconozcan el valor del servicio y acepten los precios calculados en el estudio financiero (Kotler & Keller, 2016; Lalaleo Analuisa, 2025).

1.2. Caracterización del objeto de estudio

1.2.1. Descripción General

El proyecto propone un pequeño taller dedicado al diseño, corte, confección y ajuste de ropa casual y deportiva para mujeres y hombres. Su ubicación inicial sería Toctiuco, en Quito. La producción se realizaría principalmente después de recibir el pedido, con el propósito de evitar inventarios innecesarios y adaptar cada prenda a las medidas registradas del cliente.

El taller combinaría atención presencial con promoción por redes sociales y WhatsApp. Para controlar la operación se registrarán los pedidos, tiempos de trabajo, consumo de tela, correcciones y fechas de entrega. Estos datos permitirán saber qué productos dejan mejores resultados y qué aspectos deben ajustarse durante el primer año.

1.2.2. Naturaleza jurídica o normativa

Se propone constituir el negocio como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), de acuerdo con la legislación ecuatoriana. Esta figura permite que una o varias personas constituyan la compañía y limita la responsabilidad al aporte realizado. Antes de iniciar actividades será necesario confirmar los trámites, costos y obligaciones aplicables con la Superintendencia de Compañías y el Servicio de Rentas Internas (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020).

La operación del taller contempla las obligaciones tributarias, laborales y municipales aplicables, además de las condiciones de seguridad del local y prevención de incendios. Para las prendas de vestir se consideran los requisitos de etiquetado establecidos en la NTE INEN 1875 y el RTE INEN 013 (2R) (INEN - Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2017).

1.2.3. Actores involucrados

Los principales actores involucrados son:

Socios promotores e inversionistas: Profesionales del ITSEP (Instituto Tecnológico Superior Ecuatoriano de la Productividad) y tecnólogos en productividad, confección y gestión estratégica que aportan el capital inicial, lideran la organización de los procesos del taller y administran la factibilidad financiera del proyecto.

Clientes finales y usuarios objetivo: Habitantes del Distrito Metropolitano de Quito que buscan indumentaria deportiva y casual con ajuste ergonómico, tallas adaptadas a las proporciones corporales de los clientes y servicios de personalización.

Proveedores textiles y logísticos: Distribuidores locales e importadores de textiles planos y de punto de alta resistencia, así como proveedores de insumos de mercería y empaques sostenibles que suministran materia prima de calidad con tiempos de entrega eficientes.

Comunidad de Toctiuco: Sector social de influencia directa beneficiado mediante la dinamización de la economía local, la generación de empleo directo e indirecto en confección textil y el fortalecimiento del encadenamiento productivo zonal.

Entidades reguladoras e institucionales: Organismos de apoyo y control como el MPCEIP, el SRI (Servicio de Rentas Internas), la Superintendencia de Compañías y el Municipio de Quito, que enmarcan la formalización jurídica (S.A.S.), el cumplimiento normativo e incentivos para MIPYMES.

1.2.4. Estructura organizacional o funcional

Se propone una estructura organizacional de tipo lineal-funcional, diseñada para optimizar la toma de decisiones, reducir costos fijos en la etapa inicial de la empresa y mantener un flujo de trabajo ágil desde la captación del cliente hasta la entrega del producto:

Gerencia general: Encargado de la dirección ejecutiva, la administración financiera, las alianzas comerciales y la supervisión del cumplimiento normativo y de calidad en el taller.

Área comercial, digital y asesoría al cliente: Responsable del posicionamiento de marca, la gestión del ecommerce, campañas en redes sociales, atención presencial en Toctiucó y la toma sistemática de medidas antropométricas para los pedidos personalizados.

Área de patronaje, diseño ergonómico y calidad: Enfocada en la digitalización de moldes, el escalado de tallas adaptado a las proporciones corporales de los clientes, el ajuste de patrones de confección y la verificación de estándares INEN/ISO en materiales e insumos.

Área de producción y operaciones del taller: Lidera el balance de líneas, los procesos de trazo, corte, confección, ensamble, planchado y empaque final, orientada a la reducción de tiempos de entrega y la eliminación de desperdicios en planta.

1.2.5. Roles y Perfiles Relevantes

Los principales roles de la empresa son:

Tabla 1. Principales roles y perfiles

Puesto	Perfil Requerido	Funciones Principales
Gerente General	Tecnólogo en Productividad, Ingeniería Industrial, Administración o carreras afines.	Planificación estratégica, gestión financiera, supervisión de indicadores financieros a 5 años y dirección general del taller.
Diseñador	Tecnólogo o Licenciado en Diseño de Modas, Diseño Textil o Patronaje Industrial.	Toma de medidas antropométricas, escalado de moldes, digitalización y modificación de patrones ergonómicos.
Asesor Comercial	Tecnólogo en Productividad, Ingeniería Industrial, Administración o carreras afines.	Atención al cliente, campañas de redes sociales, agente de ventas.
Operarios	Técnicos en Confección, Maquileros o Costureros experimentados (mínimo 2 años de experiencia).	Operación de maquinaria industrial (recta, overlock, recubridora).

Elaboración propia

1.3. Orientación Estratégica del Proyecto

1.3.1. Misión/Propósito del Proyecto

El propósito del taller es confeccionar prendas casuales y deportivas por pedido, tomando como referencia las medidas de cada cliente. El servicio buscará mantener un trato cercano, cumplir las fechas acordadas y corregir los problemas de ajuste que sean responsabilidad del taller.

1.3.2. Visión/Proyección Futura

Para 2031 se espera que el taller mantenga una cartera estable de clientes y pueda invertir en equipos o programas que reduzcan los tiempos de patronaje y corte. La apertura de un segundo punto de atención se evaluará únicamente si las ventas, la capacidad de producción y el flujo de caja lo permiten.

1.3.3. Valores o Principios Rectores

Los principios rectores serán los siguientes:

- A. **Responsabilidad con el cliente:** explicar con claridad el precio, el tiempo de entrega, el tipo de tela y las condiciones de la garantía antes de aceptar el pedido.
- B. **Calidad del trabajo:** revisar medidas, costuras y acabados en cada etapa. Cuando exista un error atribuible al taller, se realizará la corrección correspondiente.
- C. **Uso responsable de materiales:** trabajar por pedido, planificar el corte y separar los retazos que todavía puedan utilizarse.
- D. **Política de calidad:** cada pedido contará con una ficha de medidas y una revisión antes de la entrega. Las normas técnicas mencionadas en el plan se aplicarán cuando correspondan al producto y después de comprobar su alcance.
- E. **Política de atención:** el cliente recibirá información sobre el avance del pedido y podrá solicitar aclaraciones por los canales habilitados.

1.3.4. Políticas Generales

Las principales políticas generales serán:

- A. **Política de garantía:** se ofrecerán correcciones durante los 15 días posteriores a la entrega cuando el problema se relacione con las medidas registradas o con la confección. La garantía no cubrirá cambios solicitados después de aprobar el diseño ni daños ocasionados por uso inadecuado.
- B. **Política de materiales:** las telas e insumos se escogerán de acuerdo con el uso de la prenda, el presupuesto del cliente y la disponibilidad del proveedor.
- C. **Política de seguridad:** se mantendrán las áreas de circulación despejadas y se revisará periódicamente el estado de máquinas, conexiones y equipos de planchado.
- D. **Política de producción:** se registrará el consumo de tela y la cantidad de retazos de cada pedido. Con esa información se buscará reducir la merma sin comprometer el calce o la resistencia de la prenda.

1.3.5. Análisis PEST

El análisis PEST resume condiciones externas que pueden afectar al taller. No permite predecir lo que ocurrirá, pero ayuda a reconocer cambios legales, económicos, sociales y tecnológicos que deberían revisarse antes de tomar decisiones (**Johnson y otros, 2006**).

Tabla 2. Análisis PEST

Dimensión	Oportunidades	Amenazas
Político/Legal	La figura S.A.S. permite constituir la compañía mediante el procedimiento previsto por la Superintendencia de Compañías. El taller deberá cumplir además sus obligaciones municipales, laborales y tributarias.	Los cambios en normas laborales, tributos o importación de insumos pueden modificar los costos calculados.
Económico	Creciente inclinación del consumidor urbano por la compra de prendas duraderas de alto valor agregado (costo por uso bajo), mitigando el impacto de la inflación mediante compras conscientes	El precio de telas e insumos puede variar y los clientes pueden reducir compras cuando disminuye su capacidad de gasto.
Social/Cultural	Algunas personas buscan tallas y ajustes distintos de los disponibles en tiendas. La magnitud de esa demanda todavía debe comprobarse.	Muchos compradores priorizan precio y disponibilidad inmediata, ventajas que el taller no podrá igualar.
Tecnológico	Existen programas de patronaje y canales digitales que pueden apoyar el trabajo, pero su compra y uso dependerán del presupuesto y la capacitación.	Los programas y equipos pueden resultar costosos para un taller nuevo y requerir capacitación adicional.

Elaboración propia

1.3.6. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas de Porter se utilizaron para ordenar la revisión de competidores, clientes, proveedores, posibles nuevos talleres y productos sustitutos. El análisis muestra que el negocio no estará libre de competencia y que su principal reto será demostrar que el ajuste personalizado, justifica el precio y el tiempo de espera (**Porter, 2008**).

Tabla 3. Las 5 fuerzas de Porter

Fuerza de Porter	Nivel de Intensidad	Color	Factor Clave de Mitigación / Estrategia
Rivalidad entre Competidores	Bajo	●	Posicionamiento en nicho de patronaje ergonómico de alto valor.
Amenaza de Nuevos Entrantes	Media - Baja	●	Barrera técnica por conocimiento en diseño anatómico y maquinaria.
Poder de los Proveedores	Medio - Bajo	●	Abastecimiento multicanal en nodos textiles clave de Quito.
Poder de los Clientes	Media - Alta	●	Neutralización vía diferenciación de calce y garantía de ajuste de 15 días.
Amenaza de Sustitutos	Alta	●	Comunicación de beneficios anatómicos y durabilidad frente al fast fashion.

Elaboración propia

1.3.7. Análisis FODA

El FODA reúne aspectos internos del proyecto y condiciones del entorno. Sus resultados se utilizan como punto de partida para escoger acciones del primer año; no deben entenderse como ventajas ya comprobadas (David y otros, 2023).

Tabla 4. Análisis FODA

Categoría	Factores Favorables (Impulsadores)	Factores Desfavorables (Limitantes)
FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS (F) 1. Registro y adaptación de medidas: Metodología basada en la toma de medidas antropométricas y ajuste ergonómico real a las proporciones corporales de los clientes. 2. Flexibilidad Productiva y personalización por pedido: Capacidad para adaptar diseños, telas y estilos (deportivos y casuales) bajo demanda sin generar mermas excesivas. 3. Costos definidos en el escenario base: Ubicación estratégica en el sector de Toctiuco que reduce costos fijos y operativos, permitiendo ofrecer precios competitivos con un margen de rentabilidad adecuado.	DEBILIDADES (D) 1. Marca Nueva sin Posicionamiento: Falta de reconocimiento inicial frente a competidores directos o marcas tradicionales consolidadas. 2. Capacidad Instalada Inicial Limitada: Volumen de producción acotado durante la fase de arranque debido a una plantilla operativa reducida. 3. Restricción para Equipamiento Digital Avanzado: Gradualidad en la adquisición de tecnología de escaneo 3D y software CAD de gama alta durante el primer año de operaciones.
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES (O) 1. Interés observado en la muestra: La muestra exploratoria evidencia	AMENAZAS (A) 1. Competencia de prendas importadas y de bajo precio: Ingreso

	<p>interés en alternativas al tallaje industrial estandarizado e importado.</p> <p>2. Tendencia de Consumo Consciente: Creciente inclinación del público objetivo por la moda sostenible, la mayor duración de las prendas y el apoyo a la producción local.</p> <p>3. Canales Digitales y Ecommerce: Oportunidad de captar clientes en todo el Distrito Metropolitano de Quito mediante estrategias de marketing digital y agendamiento de citas.</p>	<p>masivo de indumentaria importada de bajo precio y prendas de baja durabilidad comercializadas a precios reducidos.</p> <p>2. Volatilidad en Precios de Insumos: Variaciones inflacionarias y costos cambiantes en textiles planos y de punto importados.</p> <p>3. Sensibilidad del Gasto Familiar: Contracción temporal del consumo o incertidumbre económica general en los hogares ecuatorianos.</p>
--	--	--

Elaboración propia

1.3.8. Estrategias de Desarrollo

A partir del FODA se seleccionaron acciones que el taller podría aplicar durante su etapa inicial. Se priorizaron actividades que pueden medirse, como captar pedidos, trabajar con más de un proveedor, registrar los tiempos y revisar las solicitudes de retoque (**Martínez Negrete y otros, 2025**).

1. Estrategias FO (Ofensivas) Fortalezas + Oportunidades

“Aprovechar las capacidades internas para maximizar el potencial de mercado”.

Prueba del servicio: iniciar con un grupo pequeño de pedidos para comprobar tiempos, costos y aceptación de los precios antes de comprometer la producción anual completa (**Alcántara Hernández y otros, 2025**).

Promoción local: utilizar fotografías de trabajos terminados y testimonios autorizados. Las publicaciones deben mostrar resultados reales y explicar qué incluye el servicio.

2. Estrategias FA (Defensivas / Reactivas) Fortalezas + Amenazas

“Utilizar las fortalezas para neutralizar los riesgos e incertidumbres del entorno”.

Diferenciación frente a la ropa industrial: comunicar que el precio incluye toma de medidas, adaptación del patrón, prueba y una corrección cuando corresponda (**Sánchez Monroy & Mújica Morales, 2025**).

Proveedores alternativos: solicitar precios a más de un distribuidor para evitar que la falta de una tela o un incremento inesperado detenga los pedidos.

3. Estrategias DO (Adaptativas) Debilidades + Oportunidades

“Superar limitaciones internas aprovechando las tendencias del mercado”.

Presencia digital básica: mantener actualizados WhatsApp e Instagram con horarios, condiciones de atención, ejemplos de prendas y medios de contacto.

Organización del trabajo: usar fichas sencillas para registrar pedidos, anticipos, materiales, fechas de prueba y entrega. La información permitirá detectar atrasos y productos poco rentables.

4. Estrategias DA (Supervivencia) Debilidades + Amenazas

“Minimizar debilidades y esquivar amenazas para proteger la viabilidad financiera”.

Validación del Modelo de Negocio: Iniciar el taller, comprobar la aceptación del servicio y mantener un control suficiente de ventas, costos y entregas para decidir si resulta conveniente ampliar la operación (Martínez Negrete y otros, 2025).

Estructura organizacional multidisciplinaria: Capacitar al personal operativo y administrativo en competencias polivalentes (atención al cliente, patronaje y confección) para mantener costos fijos reducidos durante la etapa de arranque, con controles orientados al cumplimiento de los estándares de calidad INEN e ISO.

1.3.9. Objetivos Estratégicos

Objetivo comercial: Utilizar 1.800 prendas como meta del escenario financiero, pero revisar mensualmente el avance. Si las ventas reales se alejan de la proyección, se ajustarán los gastos y la producción.

Objetivo operativo: registrar tiempos, desperdicios, entregas y correcciones. Las metas de calidad se considerarán referencias iniciales hasta disponer de resultados reales.

Objetivo financiero: cubrir los costos de operación y recuperar la inversión dentro del periodo analizado. El cumplimiento dependerá del volumen de ventas, los precios y los gastos efectivamente registrados.

1.3.10. Alianzas o articulaciones clave

Relación con organizaciones del sector: consultar oportunidades de capacitación o asistencia técnica ofrecidas por gremios e instituciones. No se presentarán convenios como existentes mientras no estén firmados.

Relaciones comerciales: explorar recomendaciones con profesionales o negocios que atiendan al mismo público. Cualquier acuerdo deberá probarse primero y medirse por los pedidos que realmente genere.

Proveedores: mantener una lista actualizada de telas, precios, tiempos de entrega y condiciones de pago. Los descuentos o líneas de crédito solo se incorporarán al presupuesto cuando hayan sido confirmados.

Relación con el sector: cuando sea posible, se dará prioridad a personas de Toctiuco o zonas cercanas que cumplan el perfil requerido. La contratación dependerá de las ventas y de la carga real de trabajo.

Capítulo II: Análisis del entorno

2.1. Análisis de la demanda/ necesidad

2.1.1. Perfil de los beneficiarios o usuarios potenciales

Los posibles clientes son personas que estudian, trabajan o realizan actividad física y que valoran una prenda cómoda y bien ajustada. El taller atenderá inicialmente a residentes de Quito, en especial de Toctiuco y sectores cercanos. No se limitará la atención a una profesión específica, porque la necesidad de ajustes puede presentarse en distintos grupos.

El servicio se orienta a personas que suelen encontrar diferencias entre su cuerpo y las tallas comerciales. Entre los casos más comunes están las mangas demasiado largas, la presión en hombros o cadera y los problemas con el largo del pantalón. También pueden acudir clientes que simplemente prefieran escoger el diseño, la tela o determinados acabados.

La decisión de compra dependerá del precio, la calidad de la tela, el tiempo de entrega y la confianza que genere el taller. Por eso, no basta con anunciar que la prenda es personalizada. El cliente debe percibir una diferencia concreta en el calce y recibir una respuesta clara si se necesita una corrección posterior.

2.1.2. Tipo de mercado o contexto

El modelo comenzará con ventas directas al consumidor final. Los pedidos se recibirán en el taller, por WhatsApp y mediante redes sociales. Más adelante se podrá analizar la atención a empresas, gimnasios o pequeños grupos que requieran uniformes, siempre que el taller tenga capacidad para cumplir con el volumen y las fechas acordadas.

Categoría de producto: Mercado de bienes de consumo semiduradero con alto valor agregado, caracterizado por insumos textiles de mayor duración, confección bajo normas de calidad INEN/ISO y un ciclo de vida de prenda superior al promedio de la moda masiva.

Segmento industrial y operativo: Sector de la manufactura textil especializada y producción bajo demanda, operando en un nicho de mercado enfocado en el calce ergonómico, la toma de medidas antropométricas y la personalización estética.

Quito tiene una oferta amplia de ropa y, por ese motivo, la entrada de un negocio nuevo no será sencilla. El taller se ubicará entre dos alternativas conocidas: la compra inmediata de una prenda industrial y la confección tradicional a la medida. Su reto será ofrecer

personalización sin generar tiempos de espera o precios que el mercado no esté dispuesto a aceptar.

2.1.3. Segmentos y grupos objetivo

Segmento profesional y ejecutivo: Ejecutivos, consultores, abogados, docentes y profesionales independientes de 25 a 60 años que requieren trajes, sacos, camisas, blusas y pantalones de vestir con un buen ajuste. Buscan proyectar una imagen corporativa sólida y sofisticada durante largas jornadas laborales, priorizando la elegancia sin sacrificar el confort postural ni la libertad de movimiento.

Segmento atlético y estilo de vida activo: Entusiastas del acondicionamiento físico, deportistas y personas con un estilo de vida dinámico que buscan ropa deportiva, conjuntos casuales y prendas de uso diario. Demandan textiles de alto rendimiento (flexibilidad, transpirabilidad) combinados con un patronaje que acompañe el movimiento biomecánico del cuerpo durante su rutina física o actividades cotidianas.

2.1.4. Comportamiento, hábitos o patrones relevantes

La encuesta permitió conocer una intención inicial de compra, pero no determina cuántas veces comprará cada cliente durante el año. Para la proyección se utilizó una frecuencia de referencia de tres a cinco prendas anuales. Este supuesto deberá comprobarse durante la prueba piloto y corregirse con base en pedidos y recompras efectivamente registrados.

Los canales preferidos por las personas consultadas fueron WhatsApp y redes sociales. Estos medios pueden facilitar la primera conversación y el agendamiento de citas. Sin embargo, la decisión de compra también dependerá de recomendaciones, fotografías de trabajos terminados, opiniones de clientes y cumplimiento en las entregas.

El precio puede convertirse en una barrera, especialmente en las prendas cuyo valor final supera el intervalo elegido por la mayoría de encuestados. Para reducir ese riesgo se pueden ofrecer opciones de tela, explicar el alcance de la garantía de ajuste y probar los precios con un grupo pequeño antes del lanzamiento general.

2.1.5. Instrumentos de recolección de información primaria

2.1.5.1. Encuestas.

Se aplicó un cuestionario estructurado compuesto por 10 preguntas cerradas a una muestra de 100 potenciales clientes (hombres y mujeres de 22 a 60 años) del Distrito Metropolitano de Quito.

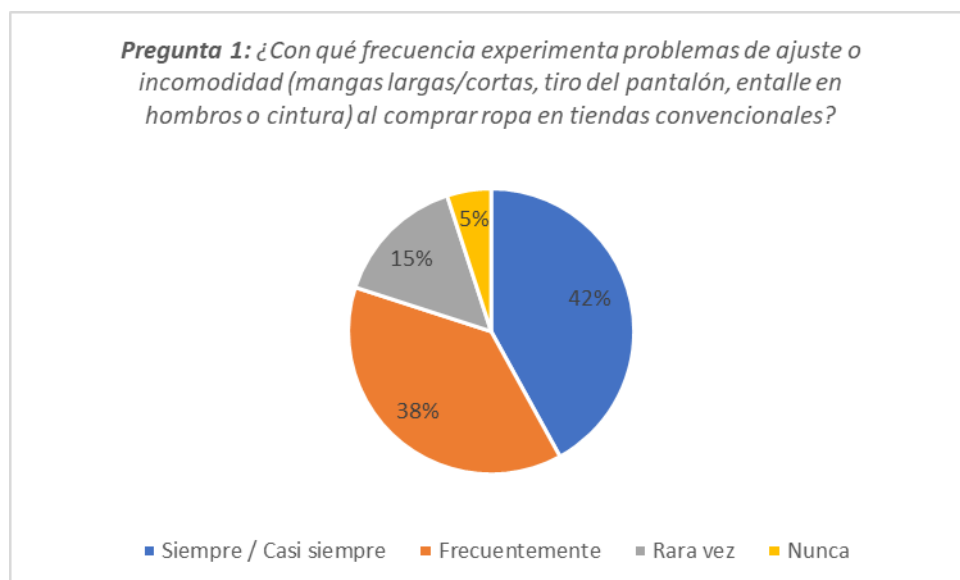
Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia experimenta problemas de ajuste o incomodidad (mangas largas/cortas, tiro del pantalón, entalle en hombros o cintura) al comprar ropa en tiendas convencionales?

Tabla 5. Pregunta 1 de la encuesta

Opción de Respuesta	Frecuencia Absoluta (f)	Porcentaje (%)
Siempre / Casi siempre	42	42%
Frecuentemente	38	38%
Rara vez	15	15%
Nunca	5	5%

Elaboración propia

Gráfico 1. Pregunta 1 de la encuesta



Elaboración propia

De las personas encuestadas, los datos revelan que el 80% de los encuestados experimenta problemas recurrentes de ajuste e incomodidad al adquirir ropa convencional especialmente en tallaje, mientras que solo un 5% afirma no haberlos tenido nunca. Esta insatisfacción generalizada evidencia que la oferta actual en Quito no responde a la anatomía

de la mayoría de los consumidores. Ante esta brecha de mercado, la propuesta de negocio de cobra alta relevancia, demostrando que la personalización y el confeccionado a medida y el diseño innovador constituyen una estrategia viable y diferenciadora para resolver una necesidad no atendida y consolidar una ventaja competitiva sólida.

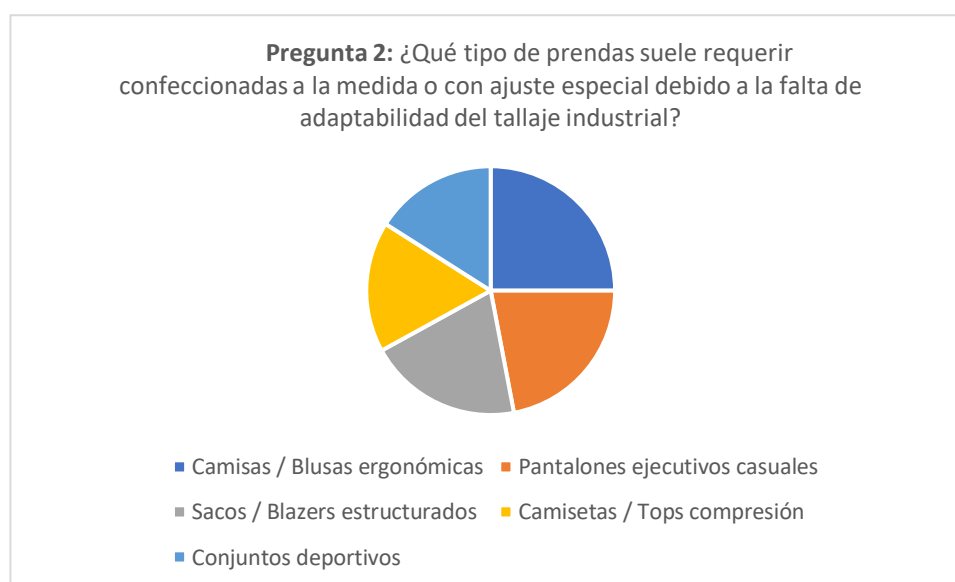
Pregunta 2: ¿Qué tipo de prendas suele requerir confeccionadas a la medida o con ajuste especial debido a la falta de adaptabilidad del tallaje industrial?

Tabla 6. Pregunta 2 de la encuesta

Opción de Respuesta	Frecuencia Absoluta (f)	Pocentaje (%)
Camisas / Blusas ergonómicas	25	25%
Pantalones ejecutivos casuales	22	22%
Sacos / Blazers estructurados	20	20%
Camisetas / Tops compresión	17	17%
Conjuntos deportivos	16	16%

Elaboración propia

Gráfico 2..Pregunta 2 de la encuesta



Elaboración propia

De acuerdo con los resultados de las personas encuestadas sobre las prendas con ajustes especiales debido a las limitaciones del tallaje industrial, se evidencia un 25% señaló a las camisas y blusas ergonómicas como las prendas con mayor dificultad de ajuste estandarizado, seguidas muy de cerca por los pantalones ejecutivos casuales con un 22% y los sacos o blazers estructurados con un 20%. Por otro lado, porcentajes menores pero significativos, representados por las camisetas y tops de compresión 17% y los conjuntos deportivos 16%.

Estos hallazgos demuestran que las prendas con mayor estructura anatómica y rigidez textil son las que generan más insatisfacción en el tallaje industrial convencional, fundamentando la necesidad de soluciones personalizadas o sistemas de *patronaje con mayor adaptabilidad* en el sector formal.

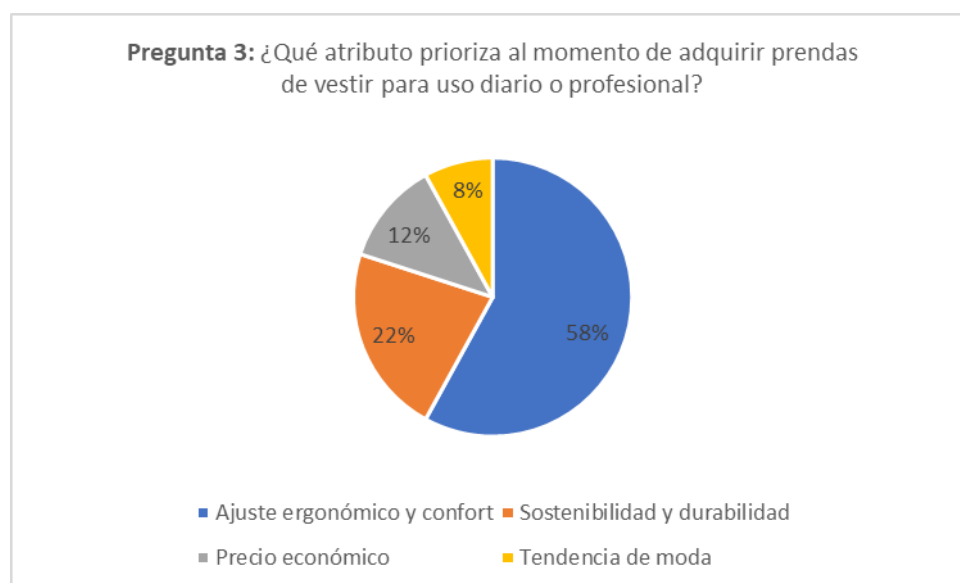
Pregunta 3: ¿Qué atributo prioriza al momento de adquirir prendas de vestir para uso diario o profesional?

Tabla 7. Pregunta 3 de la encuesta

Opción de Respuesta	Frecuencia Absoluta (f)	Porcentaje (%)
Ajuste ergonómico y confort	58	58%
Sostenibilidad y durabilidad	22	22%
Precio económico	12	12%
Tendencia de moda	8	8%

Elaboración propia

Gráfico 3. Pregunta 3 de la encuesta



Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta realizada se evidencia una mayoría con el 58% de los encuestados priorizar el ajuste ergonómico y confort al momento de adquirir prendas, seguido del 22% de la muestra se ponderó por la sostenibilidad y durabilidad, el precio económico representó el 12% de las respuestas, mientras que la tendencia de moda ocupó el último lugar con apenas un 8%.

Estos datos demuestran que el vestuario laboral y cotidiano, la comodidad anatómica y la funcionalidad de la prenda prevalecen significativamente sobre el factor precio o el seguimiento de tendencias efímeras, respaldando la viabilidad de propuestas enfocadas en el diseño ergonómico y la confección de alta durabilidad.

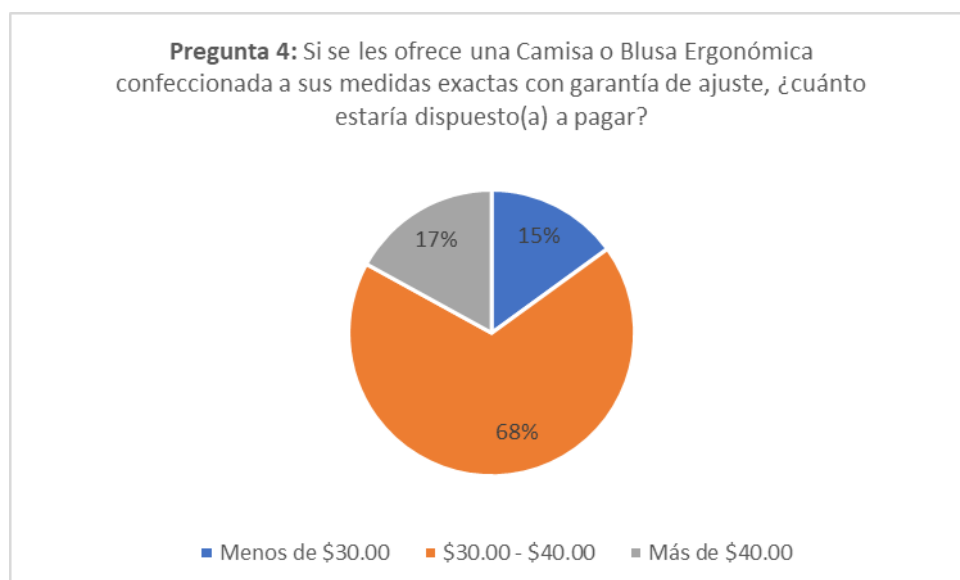
Pregunta 4: Si se les ofrece una Camisa o Blusa Ergonómica confeccionada a sus medidas exactas con garantía de ajuste, ¿cuánto estaría dispuesto(a) a pagar?

Tabla 8. Pregunta 4 de la encuesta

Opción de Respuesta	Frecuencia Absoluta (f)	Porcentaje (%)
Menos de \$30.00	15	15%
\$30.00 - \$40.00	68	68%
Más de \$40.00	17	17%

Elaboración propia

Gráfico 4. Pregunta 4 de la encuesta



De acuerdo a la encuesta realizada se evidencia una clara concentración de la demanda en un rango de precio medio. Una contundente mayoría del 68% de los participantes manifestó estar dispuesta a pagar entre \$30.00 y \$40.00 por una prenda ergonómica confeccionada a sus medidas exactas y con garantía de ajuste. Por su parte, un 17% de la muestra expresó la disposición de pagar más de \$40.00, mientras que el 15% optó por un rango económico inferior a los \$30.00.

Estos hallazgos demuestran que existe una alta aceptación comercial e intención de compra para el producto propuesto, validando que el mercado objetivo percibe un valor añadido en la personalización y el ajuste ergonómico por el cual está dispuesto a pagar una prima de precio moderada. Asimismo, al sumar el rango medio y superior, se evidencia que un 85% del mercado potencial acepta un precio igual o superior a los \$30.00, lo que otorga viabilidad financiera y un margen adecuado para estructurar los costos de producción a la medida.

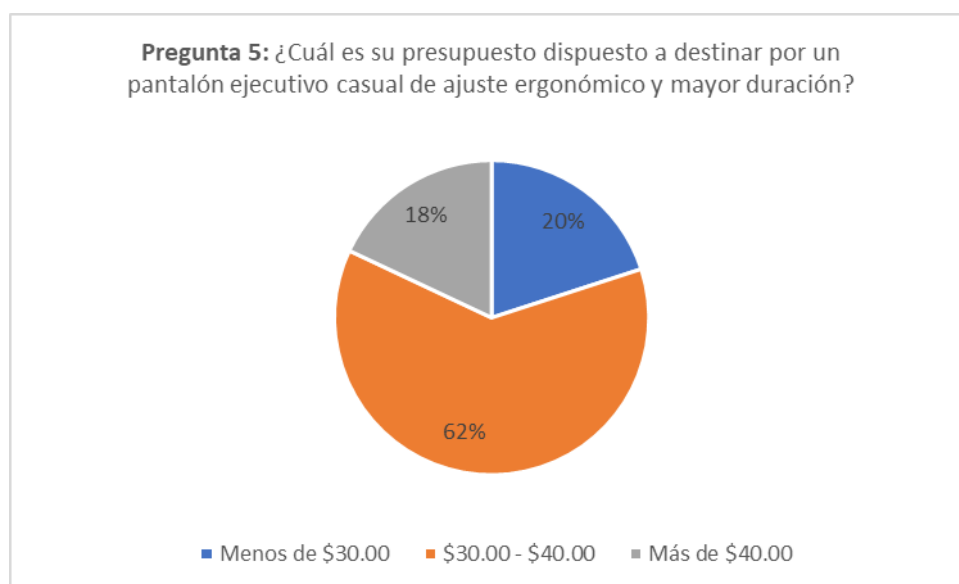
Pregunta 5: ¿Cuál es su presupuesto dispuesto a destinar por un pantalón ejecutivo casual de ajuste ergonómico y mayor duración?

Tabla 9. Pregunta 5 de la encuesta

Opción de Respuesta	Frecuencia Absoluta (f)	Porcentaje (%)
Menos de \$30.00	20	20%
\$30.00 - \$40.00	62	62%
Más de \$40.00	18	18%

Elaboración propia

Gráfico 5. Pregunta 5 de la encuesta



Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta realizada se evidencia que los consumidores están dispuestos a destinar específicamente por un pantalón ejecutivo casual de ajuste ergonómico y mayor duración equivalente al 62% de los encuestados, están en el rango de \$30.00 a \$40.00 y un 20% de la muestra optó por la alternativa económica de menos de \$30.00, mientras que un 18% manifestó su disposición a pagar más de \$40.00 por la prenda.

Estos resultados fortalecen la viabilidad comercial de la línea de pantalones ejecutivos casuales, consolidando un mercado donde el 80% de los clientes acepta un precio de venta igual o superior a los \$30.00, sugiere una excelente oportunidad para definir un precio estratégico que equilibre la percepción de calidad y ergonomía del consumidor con los costos de confección y el margen de rentabilidad del proyecto.

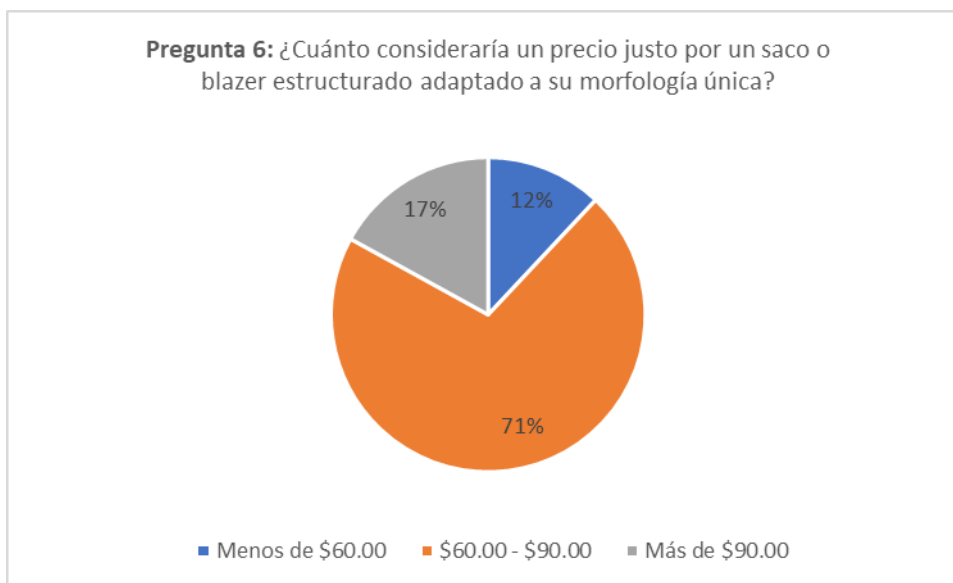
Pregunta 6: ¿Cuánto consideraría un precio justo por un saco o blazer estructurado adaptado a su morfología única?

Tabla 10. Pregunta 6 de la encuesta

Opción de Respuesta	Frecuencia Absoluta (f)	Porcentaje (%)
Menos de \$60.00	12	12%
\$60.00 - \$90.00	71	71%
Más de \$90.00	17	17%

Elaboración propia

Gráfico 6. Pregunta 6 de la encuesta



Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta realizada se evidencia que el precio justo por un saco o blazer estructurado adaptado a la morfología del cliente, indica que el 71% de la muestra ubica el valor justo en el rango de \$60.00 a \$90.00. Por otro lado, un 17% de los participantes considera justo un precio de más de \$90.00, mientras que solo un 12% seleccionó la opción inferior a \$60.00.

Esta distribución evidencia que el consumidor reconoce la mayor complejidad, el uso de insumos estructurados y el trabajo de patronaje que demanda una prenda superior como el blazer. Al sumar el segmento intermedio con el superior, se obtiene un 88% de aceptación para precios de \$60.00 en adelante, lo cual respalda la viabilidad económica de posicionar esta prenda en una categoría de precio, garantizando márgenes de ganancia acordes al nivel de confección requerida.

Pregunta 7: ¿Qué valor estaría dispuesto(a) a pagar por una camiseta o top personalizada?

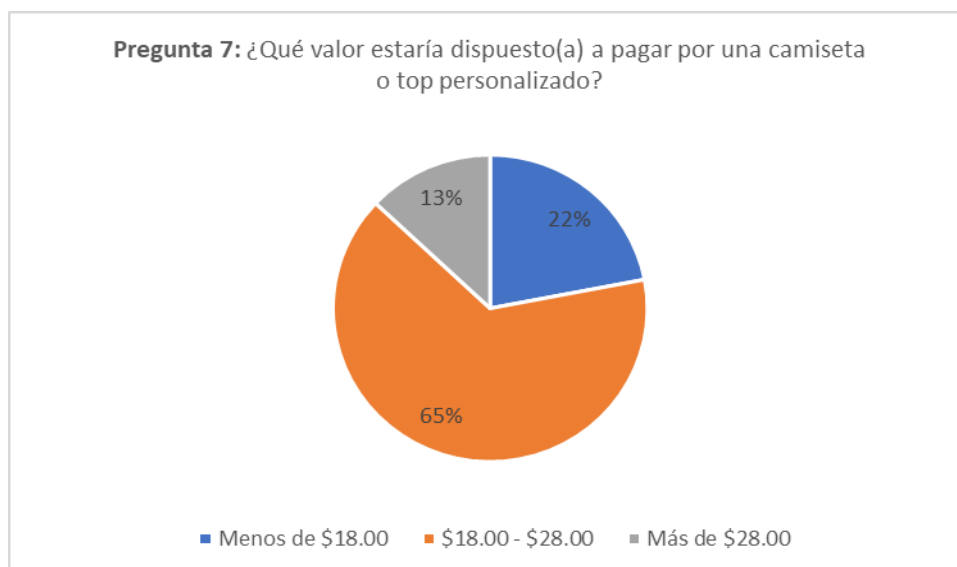
Tabla 11. Pregunta 7 de la encuesta

Opción de Respuesta	Frecuencia Absoluta (f)	Porcentaje (%)
---------------------	-------------------------	----------------

Menos de \$18.00	22	22%
\$18.00 - \$28.00	65	65%
Más de \$28.00	13	13%

Elaboración propia

Gráfico 7. Pregunta 7 de la encuesta



Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta realizada, en lo que respecta a los pagos por una camiseta o top personalizado, los datos indican una preferencia en el rango de precio intermedio. Un 65% de los participantes encuestados indican estar dispuestos a pagar entre \$18.00 y \$28.00 por este tipo de prenda, un 22% de la muestra prefirió un rango accesible de menos de \$18.00, mientras que el 13% restante manifestó apertura a pagar más de \$28.00.

Estos resultados confirman que existe una disposición favorable a pagar un precio del 78% de la muestra en rangos de \$18.00–\$28.00 valida la viabilidad comercial estableciendo precios competitivos sin comprometer la calidad de los materiales ni los acabados de ajuste.

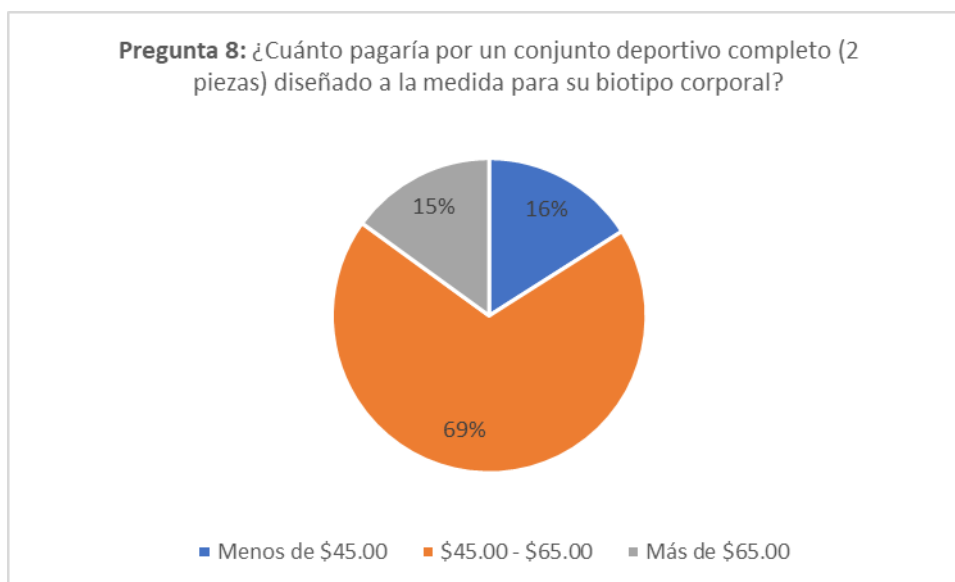
Pregunta 8: ¿Cuánto pagaría por un conjunto deportivo completo (2 piezas) diseñado a la medida para su biotipo corporal?

Tabla 12. Pregunta 8 de la encuesta

Opción de Respuesta	Frecuencia Absoluta (f)	Porcentaje (%)
Menos de \$45.00	16	16%
\$45.00 - \$65.00	69	69%
Más de \$65.00	15	15%

Elaboración propia

Gráfico 8. Pregunta 8 de la encuesta



Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta realizado de pago por un conjunto deportivo completo (2 piezas) diseñado a la medida, los resultados señalan un rango de precio intermedio. Un 69% de los encuestados manifestó que estaría dispuesto a pagar entre \$45.00 y \$65.00 por el conjunto. Por otro lado, un 16% de los participantes optó por un rango económico de menos de \$45.00, mientras que el 15% restante expresó su disponibilidad para pagar más de \$65.00.

Estos datos reafirman la viabilidad de comercializar un conjunto deportivo de dos piezas bajo un modelo de personalización. Al consolidar las opciones intermedia y superior, se evidencia que un 84% del mercado objetivo. Esta amplia preferencia por la franja de \$45.00 a \$65.00 proporciona un umbral claro para la fijación de precios, permitiendo cubrir los costos, sin alejarse de la expectativa de valor del consumidor.

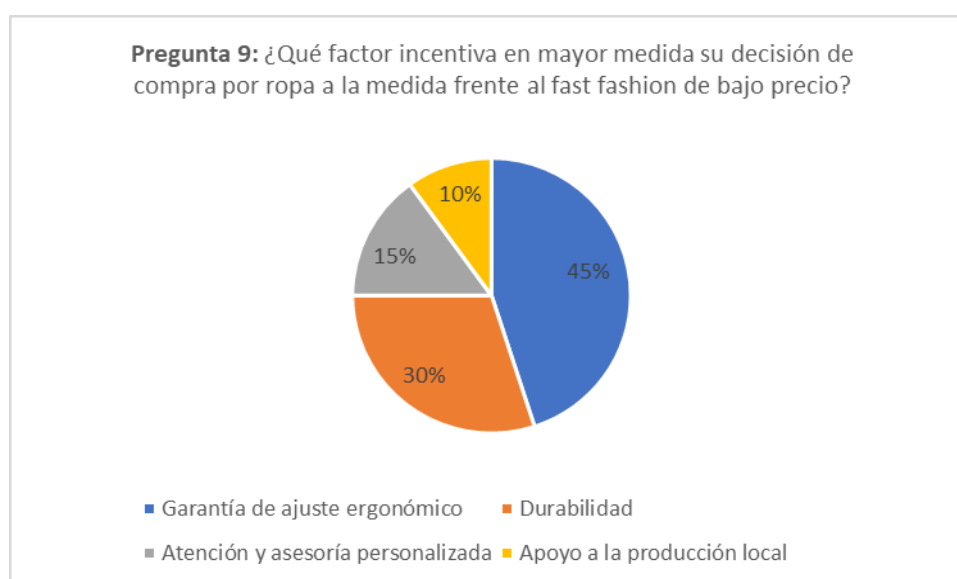
Pregunta 9: ¿Qué factor incentivo en mayor medida su decisión de compra por ropa a la medida frente al fast fashion de bajo precio?

Tabla 13. Pregunta 9 de la encuesta

Opción de Respuesta	Frecuencia Absoluta (f)	Porcentaje (%)
Garantía de ajuste	45	45%
Durabilidad	30	30%
Atención y asesoría personalizada	15	15%
Apoyo a la producción local	10	10%

Elaboración propia

Gráfico 9. Pregunta 9 de la encuesta



Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta realizada, la garantía de ajuste ergonómico se posicionó como el principal incentivo de compra con un 45% de las preferencias, seguida por la durabilidad de la prenda con un 30%. Por su parte, la atención y asesoría personalizada alcanzó el 15%, mientras que el apoyo a la producción local representó el 10% restante de las elecciones.

Estos hallazgos demuestran que la propuesta de valor para competir contra el fast fashion no debe centrarse en el precio, sino en la reducción del riesgo de compra mediante la efectividad del encaje corporal. Al sumar la garantía de ajuste y la durabilidad, se observa que un 75% de los encuestados fundamenta su decisión en beneficios tangibles de usabilidad y vida útil, lo cual respalda la implementación de políticas de postventa claras y el uso de insumos de alta calidad como pilares de diferenciación en el mercado.

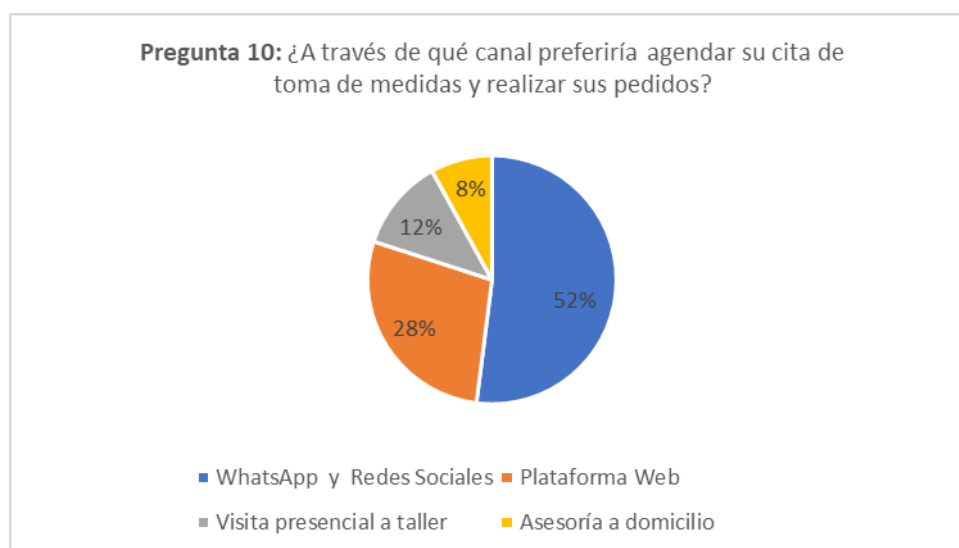
Pregunta 10: ¿A través de qué canal preferiría agendar su cita de toma de medidas y realizar sus pedidos?

Tabla 14. Pregunta 10 de la encuesta

Opción de Respuesta	Frecuencia Absoluta (f)	Porcentaje (%)
WhatsApp y Redes Sociales	52	52%
Plataforma Web	28	28%
Visita presencial a taller	12	12%
Asesoría a domicilio	8	8%

Elaboración propia

Gráfico 10. Pregunta 10 de la encuesta



Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta realizada, la mayoría correspondiente al 52% de los encuestados, prefiere agendar y realizar pedidos a través de WhatsApp y Redes Sociales. A esto se suma un 28% que opta por una Plataforma Web, consolidando un 80% de interés global por canales remotos. En contraposición, los medios presenciales o tradicionales registraron porcentajes minoritarios: un 12% seleccionó la Visita presencial a taller y únicamente un 8% la Asesoría a domicilio.

Estos hallazgos ponen en evidencia la importancia de priorizar un modelo de atención digital e interactivo para la captura y agendamiento de clientes. La marcada preferencia por herramientas conversacionales como WhatsApp y redes sociales señala que el consumidor busca inmediatez y facilidad de contacto en la fase inicial del servicio. En consecuencia, la estrategia comercial debe centrarse en un ecosistema digital eficiente (redes sociales y sitio web) para la gestión comercial y el agendamiento, manteniendo el taller físico principalmente como punto operativo de confección o pruebas específicas.

2.1.5.2. Entrevistas (Cualitativa)

Además de las encuestas, se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas con personas relacionadas con ergonomía, movimiento corporal, diseño y patronaje. Las conversaciones permitieron recoger criterios sobre problemas de ajuste, toma de medidas y adaptación de patrones. Para proteger la identidad de los participantes, los resultados se presentan de forma agrupada.

Hallazgos clave y sistematización de resultados:

- **Problemas con las tallas comerciales:** Las personas entrevistadas señalaron que una talla general no responde de la misma manera a todas las proporciones corporales. Recomendaron registrar varias medidas y no trabajar únicamente con contorno de pecho, cintura y cadera.
- **Comodidad durante el movimiento:** Los entrevistados indicaron que una prenda demasiado ajustada puede limitar determinados movimientos y causar incomodidad durante jornadas largas o actividades físicas. Este hallazgo se recoge como una opinión técnica de los participantes y no como un diagnóstico médico.

- **Desgaste de la prenda:** Los participantes vinculados con la confección explicaron que un mal ajuste puede concentrar la tensión en costuras como la sisa, la entrepierna o los codos. También recordaron que la duración depende de la calidad de la tela, el tipo de costura y el cuidado que dé el usuario.

Validación de la propuesta de valor: En conjunto, las entrevistas respaldan la utilidad de tomar medidas y conservar un registro por cliente. También muestran que el valor del servicio depende de la precisión del patrón y de la posibilidad de realizar correcciones. Estos criterios se incorporaron al proceso de atención y control de calidad.

2.1.5.3. Focus Group (Cuantitativo)

También se organizaron dos grupos focales con ocho participantes en cada sesión. Participaron mujeres y hombres adultos residentes en Quito. La conversación se concentró en experiencias de compra, problemas de tallaje, materiales, precios y condiciones que tomarían en cuenta para encargar una prenda.

Principales descubrimientos:

- **Dificultades de tallaje:** Varios participantes recordaron prendas que ajustaban bien en una parte del cuerpo y mal en otra. Los ejemplos más repetidos estuvieron relacionados con cintura, cadera, hombros y largo de mangas.
- **Percepción de calidad:** Algunos participantes mencionaron pérdida de color, deformación de telas y daños en costuras después de pocos usos. No todos relacionaron estos problemas únicamente con la moda rápida; también señalaron que el cuidado y el tipo de material influyen en la duración.
- **Experiencia de compra:** Parte del grupo manifestó cansancio al probar varias tallas sin encontrar un ajuste cómodo. Esta experiencia puede favorecer un servicio a la medida, siempre que la cita, la prueba y la entrega no demanden demasiado tiempo.
- **Aceptación de la propuesta:** Los participantes mostraron interés en una prenda personalizada, pero condicionaron la compra al precio, la calidad del material, el plazo y la posibilidad de solicitar un retoque. Por esta razón, el interés expresado no debe interpretarse como una venta asegurada.

2.1.5.4. Análisis e interpretación de resultados

Al comparar las encuestas con las consultas cualitativas aparecen tres temas repetidos: dificultad de ajuste, interés por una atención más personal y preocupación por el precio.

Diagnóstico de la necesidad:

- **Tallaje deficiente:** El 80 % de los encuestados reporta desajustes frecuentes con la ropa masiva. Los focus groups reflejan frustración al adaptar su cuerpo a la prenda, mientras que los expertos ratifican que las tablas industriales no responden a la morfología andina.
- **Salud y durabilidad:** El 58 % prioriza el confort postural. Los especialistas señalan que la ropa mal ajustada causa tensiones musculares y somete las costuras a fricción excesiva, acelerando su deterioro.

Validación de portafolio y precios

Tabla 15. Precios resultados de la encuesta

Producto	Precio	Aceptación en Encuesta
Camisas / Blusas Ergonómicas	(30–40)	68 %
Pantalones Ejecutivos Casuales	(30–40)	62 %
Sacos / Blazers Estructurados	(60–90)	71 %
Camisetas / Tops de Compresión	(18–28)	65 %
Conjuntos Deportivos	(45–65)	69 %

Elaboración propia

Estrategia comercial

- **Diferenciación:** El 45 % considera determinante la garantía de ajuste y retoques.
- **Canales:** El 52 % prefiere agendar citas por WhatsApp y Redes Sociales, evitando la molestia de los probadores en tiendas físicas.

2.2. Análisis de la Oferta / Situación Actual

2.2.1. Perfil de los principales actores de la oferta

Para revisar la competencia se observaron tres tipos de oferta presentes en Quito: talleres tradicionales, diseñadores independientes y cadenas comerciales. Cada grupo atiende necesidades distintas y representa una referencia para definir el precio, el servicio y la forma de promocionar el nuevo taller.

- **Sastrerías y talleres tradicionales:** Tienen experiencia en ajustes y prendas formales, y algunos mantienen una clientela estable. Su presencia digital y sus métodos de trabajo varían, por lo que no es correcto asumir que todos utilizan procesos antiguos. El nuevo taller deberá competir con su experiencia y cercanía.
- **Diseñadores independientes:** Suelen ofrecer mayor personalización y propuestas diferenciadas. En algunos casos trabajan con precios más altos y plazos extensos, aunque esto depende del tipo de prenda y del posicionamiento de cada marca. Constituyen una competencia directa en los productos de mayor valor.
- **Cadenas y tiendas de ropa industrial:** Ofrecen variedad, disponibilidad inmediata y promociones frecuentes. Su principal ventaja es que el cliente puede comprar y llevar la prenda el mismo día. El taller no podrá igualar ese volumen, por lo que deberá diferenciarse mediante ajuste, atención y seguimiento posterior.

2.2.2. Variables demográficas consideradas:

Aspectos relacionados con la ubicación y ocupación del cliente:

- **Edad:** hombres y mujeres de 22 a 60 años. El intervalo se utilizó en la encuesta y sirve como referencia inicial, aunque el taller podrá atender a personas fuera de ese rango.
- **Ubicación geográfica:** Zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito.
- **Nivel socioeconómico (NSE):** medio, medio-alto y alto.
- **Nivel de ingresos:** Se considera inicialmente a personas o familias con ingresos desde USD 600 mensuales. Este valor es solamente una referencia y no demuestra por sí mismo capacidad de compra, porque cada hogar tiene gastos y prioridades diferentes.
- **Ocupación:** Ejecutivos corporativos, profesionales independientes (freelancers), emprendedores, servidores públicos, docentes universitarios y atletas/entusiastas del acondicionamiento físico.

Aspectos relacionados con las preferencias del cliente:

- **Forma de compra:** personas que valoran la comodidad y están dispuestas a esperar el tiempo requerido por una prenda confeccionada por pedido.
- **Necesidad de ajuste:** clientes que han tenido dificultades con mangas, largos, cintura, cadera u hombros al comprar tallas comerciales.
- **Criterios de elección:** precio, calidad de la tela, cumplimiento de la fecha y posibilidad de solicitar una corrección cuando exista un error de medidas o confección.

2.3. Plan de Acción o Propuesta

2.3.1. Producto, servicio o intervención propuesta

Oferta de productos:

- **Línea casual y de trabajo:** camisas, blusas, pantalones, sacos y otras prendas que pueden adaptarse a las medidas del cliente. El diseño final dependerá del material, el uso previsto y el presupuesto.
- **Línea deportiva:** camisetas, tops y conjuntos confeccionados con telas adecuadas para el movimiento. Antes de ofrecer beneficios técnicos se verificará la composición y el desempeño del material utilizado.

Servicio integrado y atención al cliente:

- **Toma de medidas personalizada:** Registramos más de 12 puntos clave del cuerpo (hombros, postura, tiro, largo de brazo, entre otros) de forma presencial en el taller de Toctiuco, a domicilio o mediante una guía digital sencilla.
- **Asesoría de estilo:** Ayudamos al cliente a elegir la tela y los colores que mejor le favorecen según su tipo de cuerpo, mostrándole un boceto básico antes de cortar la tela.
- **Prueba de ajuste:** Realizamos una sesión de prueba previa para revisar que la prenda no moleste al moverse y que la postura se sienta cómoda.
- **Garantía y ficha del cliente:** Entregamos la prenda con una Garantía de Ajuste de 15 días (retoques gratis si algo no le convence) y guardamos sus medidas en una ficha digital para que sus próximas compras sean más rápidas.

2.3.2. Costos / Accesibilidad

Fijación de precios por costos y valor agregado

Los precios se calcularon tomando como base el costo directo de producción de cada prenda, agregando un margen de ganancia bruto del 50 % para la venta al público. Esta cifra no solo cubre los materiales y la mano de obra, sino que refleja el valor del patronaje a la medida, la durabilidad de las telas y el respaldo de la garantía de 15 días posteriores a la entrega.

Estructura de Precios

Tabla 16. Estructura de precios

Producto	Cantidad Anual	P.V.P.
Camisas o blusas ergonómicas	360	37.90
Pantalones ejecutivos casuales	360	35.06
Sacos o blazers estructurados	360	84.71
Camisetas o tops de compresión urbana	360	22.78
Conjuntos deportivos	360	55.89

Elaboración propia

Competitividad

Precio competitivo: Son prendas accesibles para la clase media de Quito (ingresos iguales o superiores a USD 600,00). Resultan significativamente más accesibles que las casas de moda de alta gama del norte de la ciudad, pero ofrecen una calidad y ajuste superior al fast fashion.

2.3.3. Comunicación y difusión

Para dar a conocer la marca y captar clientes en Quito, la empresa implementará una estrategia de comunicación enfocada en canales digitales y la recomendación directa. A través de contenidos visuales y alianzas locales, se busca mostrar el valor diferencial de la ropa a la medida y construir una relación cercana con los usuarios:

- **Publicidad digital pagada:** Anuncios en Instagram y Facebook dirigidos a Quito con videos tipo "antes y después" (ropa común vs. ropa a la medida) que dirigen a los clientes hacia WhatsApp Business para el agendamiento de citas.
- **Prueba social y micro influencers:** Alianzas con creadores de contenido locales (5.000 a 30.000 seguidores) y publicación de testimonios de clientes reales con imágenes del proceso de confección en el taller.
- **Fidelización y postventa:** Programa de referidos con 10% de descuento y seguimiento personalizado mediante WhatsApp Business a los 7 y 15 días tras la entrega para validar el calce y la garantía.

2.3.4. Distribución o Implementación

La estrategia de distribución combina la atención física con herramientas digitales, ofreciendo una experiencia cómoda y flexible que se adapta a los tiempos del cliente sin descuidar la eficiencia del taller, los principales mecanismos serán:

- **Atención en el taller:** se propone trabajar con cita previa en Toctiuco. El tiempo de cada cita deberá medirse durante la prueba piloto, ya que variará según la prenda y las decisiones del cliente.
- **Servicio a domicilio o en oficina:** Visita presencial del especialista a la casa o trabajo del cliente en sectores clave de Quito (La Carolina, González Suárez, Cumbayá, etc.), llevando los kits de medición y muestras de tela para mayor comodidad.
- **Canal digital y entregas:** Agendamiento y consultas vía WhatsApp y web. Los clientes frecuentes pueden repetir pedidos 100% en línea usando su ficha de medidas guardada, recibiendo la prenda terminada en su puerta con entrega local en tiempos previamente establecidos.

2.4.Posibilidades desde el punto de vista del entorno

2.4.1. Ventaja diferencial o propuesta de valor

La propuesta se resume en la frase «Prendas que se adaptan a tu cuerpo, no tu cuerpo a la prenda». El servicio incluye toma de medidas, adaptación del patrón, prueba y seguimiento después de la entrega. El precio no se presentará como accesible hasta compararlo con la respuesta de clientes reales.

- **Registro de medidas:** se conservará una ficha por cliente para facilitar correcciones y pedidos posteriores. Antes de cortar, las medidas se confirmarán con la persona.
- **Producción por pedido:** la compra de tela y la confección comenzarán después de acordar diseño, precio y fecha. Esto reduce inventario, pero exige planificar bien los materiales.
- **Garantía de ajuste:** se realizarán correcciones sin costo cuando el problema sea atribuible a las medidas tomadas o a la confección del taller, dentro del plazo establecido.

2.4.2. Análisis de fuerzas o factores del entorno

El análisis del entorno evalúa los factores externos que influyen en el proyecto, destacando las oportunidades del mercado local y los desafíos del sector:

- **Socio-Cultural (Favorable):** Crece en Quito la preferencia por la moda sostenible (Slow Fashion), el apoyo a productores locales y la búsqueda de ropa cómoda que respete la diversidad de cuerpos y mejore la salud postural.

- **Económico (Oportunidad y Desafío):** El segmento de ingresos medios busca prendas duraderas con buena relación precio-calidad. El reto principal es la variación en precios de telas importadas y la competencia informal.
- **Tecnológico y Operativo (Favorable):** El uso de software de patronaje y la atención por WhatsApp facilitan producir a la medida bajo pedido, reduciendo costos fijos en el taller de Toctiuco.
- **Aspecto ambiental:** trabajar por pedido puede reducir la acumulación de prendas terminadas. La cantidad de retazos deberá medirse para conocer si el trazado realmente disminuye el desperdicio.
- **Aspecto legal:** el taller revisará las obligaciones de etiquetado, funcionamiento, seguridad y tributación aplicables. Las normas INEN o ISO no se presentarán como garantía automática de calidad.

2.4.3. Barreras o restricciones identificadas

A continuación se presentan los principales riesgos del proyecto y sus soluciones operativas:

- **A falta de tiempo del cliente:** Se resuelve con visitas a domicilio u oficina (15 a 20 minutos) y registros digitales para recompras.
- **Preferencia por la compra inmediata:** Se mitiga mediante videos demostrativos en redes que muestran la diferencia en comodidad y postura frente a la ropa común.
- **Percepción de riesgo respecto al ajuste de la prenda:** Se mitiga con la garantía de 15 días (retoques gratis) y muestras de tela antes de confeccionar.
- **Retrasos en periodos de mayor demanda:** se revisará semanalmente la carga de trabajo y no se aceptarán fechas que superen la capacidad disponible.

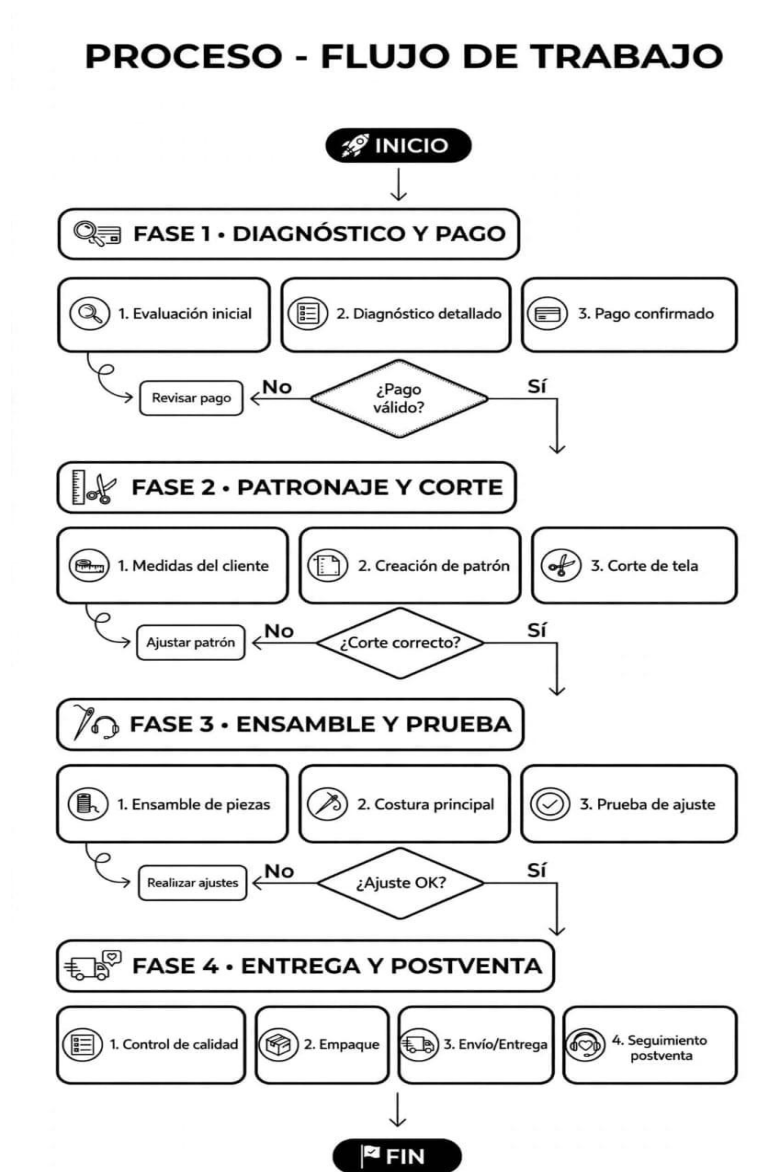
Capítulo III: Aspectos técnicos y operativos

3.1. Procesos y control de calidad

3.1.1. Diagrama de flujo del proceso

El proceso de confección personalizada se desarrolla mediante un flujo de cuatro fases que define controles para la precisión del ajuste y la satisfacción del cliente:

Gráfico 11. Diagrama de flujo Plan de Negocios



Elaboración propia

3.1.2. Mecanismos de control y seguimiento

El seguimiento se realizará mediante controles sencillos en cada pedido. Los indicadores permitirán identificar errores y atrasos, pero no garantizan por sí solos la calidad del resultado.

- **Control de materiales:** revisar la tela y los insumos antes del corte y registrar cualquier defecto encontrado.
- **Control de medidas y patrón:** confirmar los datos de la ficha antes de cortar; cuando exista una duda, consultar al cliente.
- **Control durante la confección:** revisar costuras, simetría y medidas en puntos definidos del proceso para evitar que el error llegue hasta la entrega.
- **Control final:** comprobar acabados, limpieza, medidas principales y condiciones acordadas antes de entregar.

Tabla 17. Matriz de controles

Indicador	Definición / Fórmula	Meta Operativa	Frecuencia
Calce Perfecto (First-Time Right)	% de prendas aprobadas en la primera prueba sin requerir reajustes (N prendas aprobadas/ N prendas totales).	$\geq 85\%$	Mensual
Uso de Garantía de 15 Días	% de clientes que solicitan retoques tras la entrega final (N prendas solicitan ajustes/ N prendas totales).	$\leq 5\%$	Mensual
Entregas a Tiempo (OTD)	% de pedidos entregados en la fecha acordada o antes (N pedidos entregados/ N pedidos totales).	$\geq 95\%$	Semanal
Satisfacción del Cliente (CSAT)	Puntuación promedio en encuestas postventa sobre confort y atención (1 a 5) (Encuestas de satisfacción al cliente).	$\geq 4.7 / 5$	Trimestral

Elaboración propia

3.2. Capacidad operativa

3.2.1. Capacidad de ejecución o producción

Estructura del personal

Para sostener el volumen de producción sin comprometer la calidad, la empresa opera con un equipo de 5 personas:

- 1 Diseñador / Digitalizador: Toma de medidas, patronaje CAD y corte optimizado.
- 2 Operarios de Confección: Ensamblado, costura de precisión y planchado a vapor.
- 1 Asesor Comercial: Agendamiento y atención al cliente.
- 1 Gerente General: Administración operativa y supervisión del taller.

Capacidad de Producción Base

La capacidad mensual se estimó con dos operarios, cada uno con 160 horas de trabajo, equivalentes en conjunto a 19.200 minutos disponibles. El lote mensual de referencia contempla 30 unidades de cada una de las cinco líneas. Según las cédulas técnicas, esta combinación utiliza 15.600 minutos: 2.250 en camisas y blusas, 2.700 en pantalones, 5.100 en sacos o blazers, 1.500 en camisetas o tops y 4.050 en conjuntos deportivos. La carga representa el 81,25 % del tiempo disponible y deja 3.600 minutos, equivalentes al 18,75 %, para preparación de máquinas, traslados, correcciones y pausas. Por esta razón, 150 prendas mensuales (1.800 al año) se adoptaron como capacidad operativa del escenario, no como una venta asegurada.

Tabla 18. Líneas de producto

Línea de Producto	Producción Mensual	Producción Anual
Camisas / blusas ergonómicas	30	360
Pantalones ejecutivos casuales	30	360
Sacos / blazers estructurados	30	360
Camisetas / tops de compresión	30	360
Conjuntos deportivos	30	360
TOTAL	150	1.800

Elaboración propia

Proyección operativa a 5 Años

Durante los primeros años se mantendrá la misma capacidad en la proyección para evitar asumir compras de equipos o contrataciones todavía no justificadas. Si la demanda supera de manera constante la capacidad disponible, se preparará un nuevo cálculo antes de ampliar el taller.

3.2.2. Dimensionamiento del proyecto

La distribución del espacio físico en el taller de Toctiuco se organiza de la siguiente manera para agilizar la producción y la atención al cliente:

Tabla 19. Distribución espacios empresa

Zona / Área Operativa	Propósito y Equipamiento Base
1. Recepción y Showroom	Atención comercial, exhibición de catálogo y cobro.
2. Vestidor y Toma de Medidas	Área privada para prueba de prendas y toma de 12 puntos de medida.
3. Patronaje CAD y Corte	Mesa de corte industrial y computadora para diseño de patrones.
4. Taller de Confección	Máquinas de costura, remalladoras y mesa de planchado a vapor.
5. Bodega y Servicios	Almacén de telas e insumos, empaque y baño.

Elaboración propia

3.3. Infraestructura y recursos

3.3.1. Espacios, equipos o recursos necesarios

Para mejorar la precisión en la confección de la línea ejecutiva y de la línea deportiva, el taller operará con maquinaria industrial adecuada para controlar la eficiencia operativa y la calidad del proceso de confección:

Tabla 20. Equipos para empresa

Maquinaria / Equipamiento Técnico	Cantidad	Especificación Técnica y Función Operativa
Máquina Costura Recta Industrial Mecatrónica Direct Drive	2	Utilizada para el ensamble estructural, pespuntos de alta precisión y costuras invisibles en trajes, camisas y pantalones.
Máquina Overlock / Remalladora Industrial de 5 Hilos	1	Utilizada para el orillado, remalle de bordes textiles y cerrado estructural de piezas con resistencia a la tracción.
Máquina Recubridora Industrial (Colleretera) Direct Drive	1	Esencial para dobladillos, pegado de elásticos y acabados flexibles en prendas de la línea deportiva/casual (Athleisure).
Mesa Modular de Corte e Inspección Textil (2.00 x 1.50 m)	1	Destinada al extendido de tela, trazado de patrones, control de fallas textiles y corte manual/eléctrico.
Estación de Planchado Industrial a Vapor (Calderetón de 5L)	1	Aplicada en el termofijado de entretelas, asentado de costuras en hilvanado y acabado final bajo norma técnica.
Estación Computacional de Patronaje CAD + Plotter de Impresión	1	Empleado para la digitalización de moldes, escalado y registro y almacenamiento de las fichas de medidas de los clientes.

Elaboración propia

3.3.2. Distribución y organización física o lógica

El local se organiza procurando que la tela avance desde el área de almacenamiento hacia corte, confección, acabado y entrega con la menor cantidad posible de traslados:

Zona Comercial (Atención al Cliente):

- Showroom / Recepción: Exhibición de telas, prendas de muestra y cobros.
- Vestidor y Medición: Espacio privado para toma de medidas y pruebas de calce.

Zona Técnica (Producción):

- Patronaje y Corte: Estación de cómputo, plotter y mesa de corte.
- Área de Confección: Organización de máquinas en línea recta para pasar de armado a planchado sin cruces innecesarios.
- Bodega y Baño: Almacenamiento de rollos de tela, insumos y espacio sanitario.

Organización lógica

- Captación: Agendamiento de citas mediante WhatsApp Business y redes sociales.
- Ficha Digital (CRM): Registro de las 12 medidas del cliente para cortar el patrón exacto y guardar el molde para futuras compras.
- Patronaje CAD: Generación e impresión de moldes desde la computadora.
- Control y Cobro: Registro del anticipo correspondiente al 50 % del valor del pedido y saldo restante contra entrega 50%.

3.4. Análisis de Recursos y Proveedores

3.4.1. Insumos, materiales o herramientas necesarias

Tabla 21. Insumos necesarios empresa

Categoría	Materiales Principales	Uso Operativo
1. Textiles Principales	Algodón peinado, lino, gabardina con elastano, casimir y telas deportivas.	Base para prendas Business (sacos, camisas) y Athleisure (pantalones, camisetas).
2. Avíos y Costura	Hilos de poliéster alta tenacidad, cierres YKK, entretelas y botones.	Uniones resistentes en puntos de tensión (tiro, sisa) y soporte en cuellos y pretinas.
3. Herramientas de Taller	Cintas métricas, tizas térmicas, reglas de patronaje, tijeras y alfileres.	Toma de 12 medidas corporales, trazado en mesa de corte y pruebas de hilvanado.
4. Empaque	Fundas de tela reusables (TNT), bolsas Kraft biodegradables y etiquetas.	Presentación ecológica de la entrega final y protección de la prenda.

Elaboración propia

3.4.2. Criterios de Selección

La selección de proveedores se realiza mediante la evaluación de cuatro criterios técnicos previamente establecidos:

Tabla 22. Matriz de criterios

Criterio	Detalle	Valoración
Calidad y estabilidad textil	Se priorizan telas con estabilidad del color, adecuada elasticidad y un porcentaje de encogimiento inferior al 2 %.	35 %
Disponibilidad y tiempo de entrega	Disponibilidad permanente de inventario y tiempos de entrega inferiores a 48 horas.	30 %
Crédito y precio	Facilidad de pago a 30 días y descuentos por volumen para favorecer la liquidez del proyecto.	20 %
Sostenibilidad	Certificados ecológicos (como OEKO-TEX) y tintes sin químicos pesados.	15 %

Elaboración propia

Regla: Se seleccionarán únicamente proveedores que obtengan una calificación igual o superior al 80 %.

3.5. Normativa Aplicable

3.5.1. Normas Técnicas y Ambientales

- **Etiquetado:** Cada prenda confeccionada incluye etiqueta permanente especificando composición textil, instrucciones de conservación en español y RUC del fabricante (INEN - Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2017).
- **Tallas y medidas:** Aplica como marco de referencia para la estandarización de los 12 puntos de medición antropométrica (INEN - Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2025).
- **Gestión Ambiental:** Reducción del desperdicio de tela mediante patronaje CAD (merma menor al 5 %) y reciclaje de retazos.
- **Seguridad Laboral:** Establece lineamientos para las posturas ergonómicas, la iluminación y la ventilación del taller (INEN - Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2025).

3.5.2. Medidas de Seguridad en el Taller

- **Protección contra incendios:** Extintores PQS de 10 lb en bodega, confección y planchado; lámparas LED de emergencia y señalética fotoluminiscente de evacuación.
- **Ergonomía e iluminación:** Sillas industriales ajustables con soporte lumbar y luz LED focalizada en mesas de corte y máquinas para evitar la fatiga visual.
- **Protección mecánica:** Guardas acrílicas, salva dedos en agujas de costura y protección en cuchillas para evitar cortes y punzamientos.

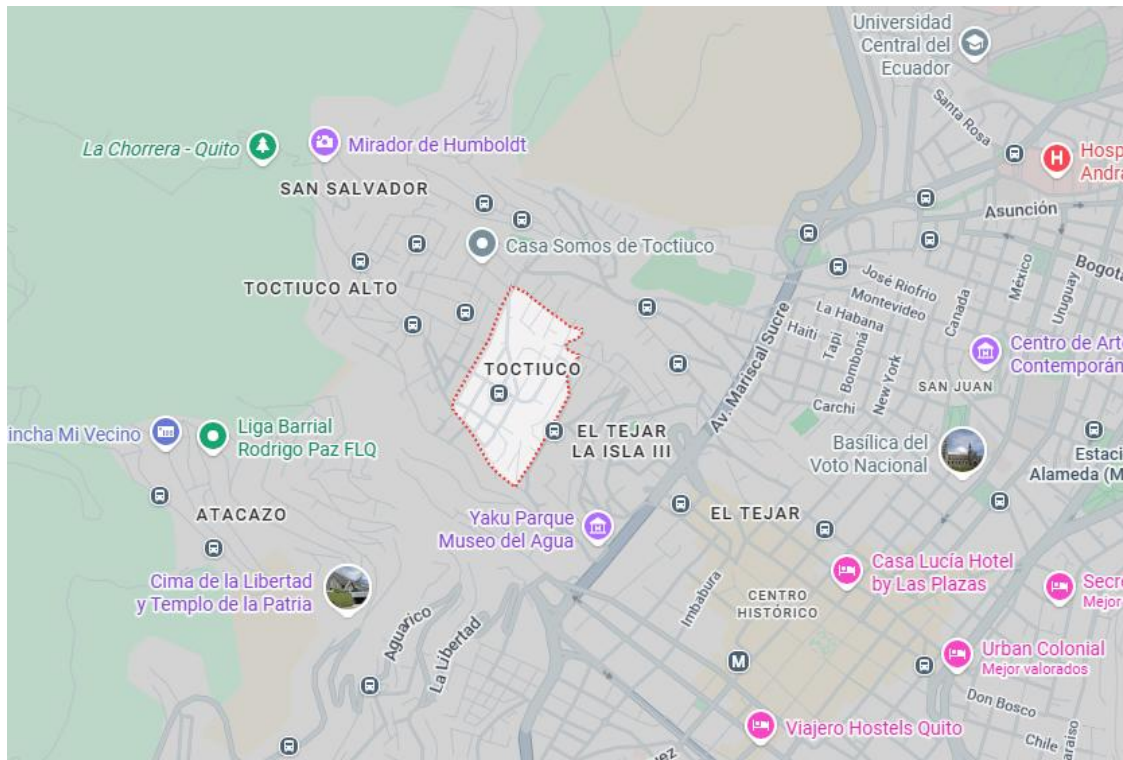
3.6. Localización o ámbito de aplicación

3.6.1. Macro localización

La macro localización determina el marco territorial óptimo para la instalación del centro de producción y showroom de experiencia de la empresa, por su proximidad a los segmentos de mercado objetivo en Quito y conectividad con las principales arterias viales del Distrito Metropolitano de Quito:

- País: Ecuador.
- Provincia: Pichincha.
- Cantón / Distrito: Quito (Distrito Metropolitano de Quito - DMQ).
- Parroquia Urbana: San Juan.
- Sector / Barrio: San Juan - Toctiuco (Centro-Norte de Quito).

Gráfico 12. Macro localización: Mapa Toctiuco Quito



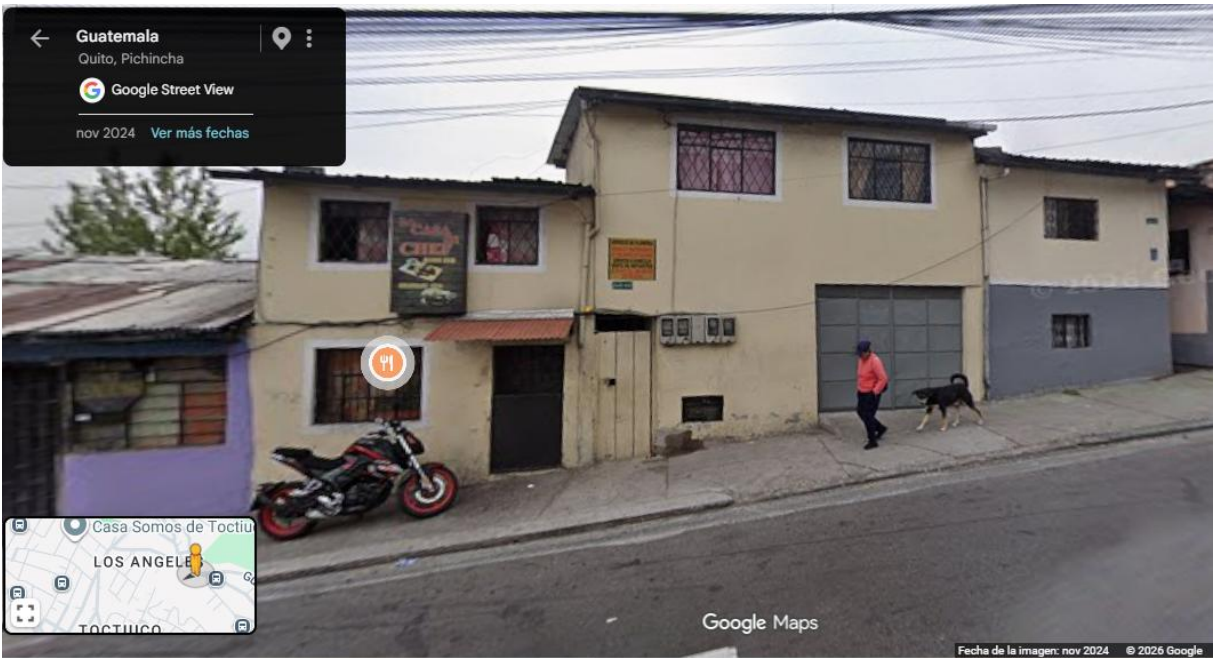
Fuente: Google Maps

3.6.2. Micro Localización

El proyecto se emplaza en un local comercial/taller a nivel de calle con las siguientes características técnicas:

- Dirección exacta: Intersección Calle Guatemala y Fray José Yépez, Barrio Toctiuco (Parroquia San Juan, Quito).
- Superficie: 75 m² adaptados para atención al cliente (Front-Office) y la confección (Back-Office).

Gráfico 13. Micro localización: local Guatemala y Fray José Yezpez



Fuente: Google Maps

3.6.3. Factores de decisión

La selección del inmueble en el barrio Toctiuc responde a una evaluación técnico económica ponderada de cinco factores críticos para comprobar la viabilidad operativa y financiera del taller:

Tabla 23. Matriz de criterios y ponderación de selección

Factor de Decisión	Peso	Justificación Operativa
1. Costo de Arriendo	30%	Precio accesible que mantiene bajos los costos fijos mensuales.
2. Capacidad Eléctrica	25%	Red adecuada para conectar máquinas industriales y plancha a vapor.
3. Cercanía a Proveedores	20%	A minutos del centro (El Tejar, La Alameda) para reabastecimiento rápido.
4. Accesibilidad	15%	Conexión directa con la Av. Mariscal Sucre y rutas de transporte público.
5. Seguridad del Sector	10%	Iluminación vial y accesos seguros para proteger maquinarias e insumos.

Elaboración propia

3.7. Matriz de impacto y mitigación

3.7.1. Impactos sociales, ambientales y económicos

La implantación de la empresa en Toctiuc se evalúa bajo un enfoque de sostenibilidad e impacto positivo integral, identificando los efectos en el entorno y las estrategias para potenciar beneficios y mitigar huellas operativas:

Tabla 24. Matriz de impactos integrales y medidas de gestión

Dimensión	Tipo	Detalle Técnico y Acciones de Gestión
1. Social	Positivo (+)	Empleo formal para artesanos de San Juan/Toctiuco con afiliación al IESS. Capacitación continua en patronaje CAD y maquinaria mecatrónica. Fomento de la equidad de género en la contratación.
2. Ambiental	Mitigado (±)	Reducción de retazos mediante corte digital CAD y upcycling de sobrantes. Maquinaria Direct Drive y luz LED para reducir el consumo eléctrico. Empaque ecológico (fundas reusables TNT y papel Kraft) sin plásticos.
3. Económico	Positivo (+)	Impulso a la economía local mediante compras directas en Quito. Producción bajo demanda que elimina pérdidas por ropa acumulada (deadstock). Alternativa local frente a la indumentaria importada.

Elaboración propia

3.7.2. Plan de Mitigación

El plan ambiental se concentra en dos aspectos que el taller puede registrar desde el inicio: cantidad de retazos y consumo de electricidad. Las metas deberán compararse con mediciones reales; no se afirmará una reducción mientras no exista información de referencia.

Tabla 25. Matriz plan de mitigación

Aspecto Ambiental	Impacto	Medida de Mitigación	Meta de Cumplimiento
1. Residuos Textiles	Merma y retazos de corte.	Trazado digital CAD para minimizar desperdicios. Upcycling: entrega de retazos limpios para artesanías o rehuso local.	100% de retazos reutilizados o reciclados (cero envío a vertederos).
2. Consumo Eléctrico	Uso de luz y máquinas.	Iluminación LED en todo el taller. Máquinas con motores Direct Drive de bajo consumo y apagado automático.	Reducción del consumo (kWh/mes) frente a un taller tradicional.

Elaboración propia

Capítulo IV: Estudio económico y evaluación

4.1. Estructura económica del proyecto

4.1.1. Plan de Inversiones

La inversión inicial estimada es de USD 18.200 e incluye maquinaria, equipos, adecuaciones, trámites y capital de trabajo. Los valores corresponden al escenario de precios utilizado en 2026. Para los años siguientes, el capital de trabajo se estimó como una proporción de las ventas proyectadas.

Tabla 26. Inversión inicial para el Plan de Negocios

Categoría de Inversión	Monto (USD)	Participación (%)	Descripción y Destino Financiero de los Recursos
1. Activos Fijos Operativos (Maquinaria Textil)	8200	45.05%	Adquisición de 2 máquinas rectas mecánicas Direct Drive, 1 overlock de 5 hilos, 1 recubridora, mesa modular de corte () y estación de planchado industrial a vapor (calderetín 5L).
2. Equipos de Cómputo y Tecnología CAD	1800	9.89%	Estación computacional de alto rendimiento, plotter de impresión de formato ancho para moldes y periféricos para el sistema CRM de ficha de medidas.
3. Mobiliario, Adecuaciones y Showroom	2500	13.74%	Remodelación del local (), montaje de vestidor privado con espejos, exhibidores, recepción, iluminación LED () y señalética de seguridad.
4. Activos Intangibles (Formalización y Licencias)	700	3.85%	Gastos de constitución legal, trámites de RUC/LUAE, permisos del Cuerpo de Bomberos, registros sanitarios/etiquetado INEN y patentes municipales.
5. Capital de Trabajo Inicial (Maniobra - 3 Meses)	5000	27.47%	Fondo de liquidez para cubrir inventario inicial de materia prima (telas/avíos), arriendo, servicios públicos y nómina operativa durante la fase de arranque.
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	18200	100%	Presupuesto consolidado de puesta en marcha

Elaboración propia

4.1.2. Fuentes de Financiamiento

La inversión inicial total del proyecto (USD 18.200,00) se financiará al 100% con capital propio de los socios fundadores, sin requerir endeudamiento bancario ni inversionistas externos. Esta estrategia evita el pago de intereses y cuotas de crédito, protegiendo el flujo de caja del taller desde el primer año.

Tabla 27. Sistema de financiamiento

Fuente de Financiamiento	Monto (USD)	Participación (%)	Tipo de Aporte y Condiciones
Capital Propio (Socios Fundadores)	18200	100%	Aporte directo en efectivo de los socios para la constitución del capital social (S.A.S.).
Deuda Bancaria / Inversionistas			Sin financiamiento externo ni pasivos financieros.
TOTAL ESTRUCTURA DE CAPITAL	18200	100%	Financiamiento 100% patrimonial (Libre de deuda).

Elaboración propia

4.1.3. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos utiliza una capacidad de 150 prendas mensuales, equivalente a 1.800 unidades anuales. El volumen se deriva del tiempo disponible de los dos operarios y de la carga calculada para una mezcla de 30 unidades por cada línea de producto. En términos comerciales funciona como escenario de ocupación total planificada; las ventas efectivas dependerán de los pedidos captados. Desde el segundo año se aplica un incremento nominal del 10 % en los precios, manteniendo constante el volumen físico.

Tabla 28. Proyección de ingresos

	1	2	3	4	5
VENTAS	85.008.20	93.509.02	102.859.92	113.145.92	124.460.51

Elaboración propia

4.1.4. Presupuesto de Costos

Los costos de producción se determinan bajo un esquema de producción constante de 1,800 unidades anuales, distribuidas de manera equitativa entre las 5 líneas de producto. Por política interna de la empresa, los costos de producción (materia prima, insumos textiles y mano de obra directa) se mantendrán fijos durante el primer año y tendrán un incremento del 5% anual a partir del Año 2 para absorber la inflación de insumos y ajustes operativos.

La estimación laboral utiliza como referencias el SBU 2026 de USD 482 y el aporte patronal del 11,15 % (Ministerio del Trabajo, 2025). El fondo de reserva se incorpora desde el inicio como una provisión conservadora, aunque su pago o acumulación corresponde después del primer año de servicio.

Tabla 29. Cálculo nomina operarios para costos de producción

PARÁMETROS DE NÓMINA DIRECTA DE PLANTA (2 OPERARIOS DE CONFECCIÓN)

Número de Operarios de Planta	2
Sueldo Base Nominal por Operario	500.00
Aporte Patronal IESS (11,15%)	55.75
Décimo Tercer Sueldo (8,33 %)	41.65
Décimo Cuarto Sueldo (8.33 % de 482)	40.01
Fondos de Reserva (8,33 %)	41.65
Provisiones Vacaciones (4,17%)	20.85
Factor Total Carga Social	199.91
Costo Real Mensual Total Nómina (2 Operarios)	1.399.81
Capacidad Mensual Total en Minutos (2 OP × 160 HORAS × 60 MINUTOS)	19.200
TARIFA POR MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA	0.0729

Elaboración propia. Tabla 30

Cédula costo de producción camisa o blusa ergonómica

ITEM 1: CAMISA O BLUSA ERGONÓMICA				
Concepto / Componente del Costo	Cantidad / Tiempo	Unidad	Costo Unit. / Min (\$)	Costo Total (\$)
1. Materia Prima Directa (MPD)				
• Tela Popelina / Algodón con elastano	1.4	m	3.57	5.00
• Insumos (Botones, hilo, entretela, empaque)	1	global	1.50	1.50
• Margen desperdicio de tela (6%)	1	global	0.30	0.30
Subtotal MPD				6.80
2. Mano de Obra Directa (MOD) - 2 Operarios				
• Corte y patronaje ergonómico	15	min	0.0729	1.09
• Confección y ensamblaje en maquinaria	50	min	0.0729	3.65
• Control de calidad, pulido y empaque	10	min	0.0729	0.73
Subtotal MOD (Costo Directo por Tiempo)				5.47
3. Personalización (Estampado / Bordado)				
• Bordado de logo / detalle personalizado	1	U	1.50	1.50
Subtotal Personalización				1.50
4. Costos Indirectos de Fabricación (CIF - 10%)				1.38
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN UNITARIO				15.14
Margen de Utilidad Deseado				0.60
PRECIO DE VENTA SUGERIDO (Sin IVA)				37.86
IVA (15% Ecuador)				5.68
PRECIO DE VENTA FINAL AL PÚBLICO (Con IVA)				43.54

Elaboración propia

Tabla 31. Cédula costo de producción pantalón ejecutivo casual

ITEM 2: PANTALÓN EJECUTIVO CASUAL				
-----------------------------------	--	--	--	--

Concepto / Componente del Costo	Cantidad / Tiempo	Unidad	Costo Unit. / Min (\$)	Costo Total (\$)
1. Materia Prima Directa (MPD)				
• Tela Gabardina Stretch / Chino	1.3	m	4.62	6.00
• Insumos (Cierre, botón, sesgo, bolsillos)	1	global	2.00	2.00
• Margen desperdicio de tela (6%)	1	global	0.36	0.36
Subtotal MPD				8.36
2. Mano de Obra Directa (MOD) - 2 Operarios				
• Trazado y corte	20	min	0.0729	1.46
• Confección (pretina, bolsillos, bastilla)	60	min	0.0729	4.37
• Limpieza, deshilachado y doblado	10	min	0.0729	0.73
Subtotal MOD (Costo Directo por Tiempo)				6.56
3. Personalización (Estampado / Bordado)				
• Etiqueta personalizada / Bordado fino	1	U	1.00	1.00
Subtotal Personalización				1.00
4. Costos Indirectos de Fabricación (CIF - 10%)				1.59
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN UNITARIO				17.51
Margen de Utilidad Deseado				0.50
PRECIO DE VENTA SUGERIDO (Sin IVA)				35.03
IVA (15% Ecuador)				5.25
PRECIO DE VENTA FINAL AL PÚBLICO (Con IVA)				40.28

Elaboración propia

Tabla 32. Cédula costo de producción sacos o blazers estructurados

ITEM 3: SACOS O BLAZERS ESTRUCTURADOS				
Concepto / Componente del Costo	Cantidad / Tiempo	Unidad	Costo Unit. / Min (\$)	Costo Total (\$)
1. Materia Prima Directa (MPD)				
• Tela Principal (Casimir / Gabardina)	1.8	m	7.50	13.50
• Forro Interno (Tafetán / Satén)	1.5	m	3.00	4.50
• Insumos Sastrería (Hombreras, entretela, botones, hilo)	1	global	4.50	4.50
• Desperdicio técnico estimado (6%)	1	global	1.08	1.08
Subtotal MPD				23.58
2. Mano de Obra Directa (MOD) - 2 Operarios				
• Trazado y corte	30	min	0.0729	2.19
• Sastrería, ensamblado, forrado y bolsillos	120	min	0.0729	8.75
• Planchado de forma, acabado y control calidad	20	min	0.0729	1.46
Subtotal MOD (Costo Directo por Tiempo)				12.39
3. Personalización (Estampado / Bordado)				
• Etiqueta personalizada / Bordado fino	1	U	2.50	2.50
Subtotal Personalización				2.50
4. Costos Indirectos de Fabricación (CIF - 10%)				3.85
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN UNITARIO				42.32

Margen de Utilidad Deseado				0.50
PRECIO DE VENTA SUGERIDO (Sin IVA)				84.64
IVA (15% Ecuador)				12.70
PRECIO DE VENTA FINAL AL PÚBLICO (Con IVA)				97.34

Elaboración propia

Tabla 33. Cédula costo de producción camiseta / top de compresión

ITEM 4: CAMISETA / TOP DE COMPRESIÓN URBANA				
Concepto / Componente del Costo	Cantidad / Tiempo	Unidad	Costo Unit. / Min (\$)	Costo Total (\$)
1. Materia Prima Directa (MPD)				
• Tela Suplex / Lycra alta densidad / Dri-Fit	1	m	3.50	3.50
• Hilos elásticos / Hilanca y accesorios	1	global	1.00	1.00
• Margen desperdicio de tela (5%)	1	global	0.20	0.20
Subtotal MPD				4.70
2. Mano de Obra Directa (MOD) - 2 Operarios				
• Corte de piezas	10	min	0.0729	0.73
• Confección en Overlock 4 hilos y Recubridora	30	min	0.0729	2.19
• Revisión de costuras y empaque	10	min	0.0729	0.73
Subtotal MOD (Costo Directo por Tiempo)				3.65
3. Personalización (Estampado / Bordado)				
• Estampado en Vinil textil o DTF flexible	1	U	2.00	2.00
Subtotal Personalización				2.00
4. Costos Indirectos de Fabricación (CIF - 10%)				1.03
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN UNITARIO				11.38
Margen de Utilidad Deseado				0.50
PRECIO DE VENTA SUGERIDO (Sin IVA)				22.76
IVA (15% Ecuador)				3.41
PRECIO DE VENTA FINAL AL PÚBLICO (Con IVA)				26.17

Elaboración propia

Tabla 34. Cédula costo de producción conjunto deportivo

ITEM 5: CALENTADOR / CONJUNTO DEPORTIVO (2 PIEZAS)				
Concepto / Componente del Costo	Cantidad / Tiempo	Unidad	Costo Unit. / Min (\$)	Costo Total (\$)
1. Materia Prima Directa (MPD)				
• Tela Antifluído / Microfibra / Dotto	2.8	m	3.21	9.00
• Cierres, elásticos, cordones, forro malla	1	global	3.00	3.00
• Margen desperdicio de tela (6%)	1	global	0.54	0.54
Subtotal MPD				12.54
2. Mano de Obra Directa (MOD) - 2 Operarios				
• Corte de chaqueta y pantalón	30	Min	0.0729	2.19
• Confección completa de 2 piezas	90	Min	0.0729	6.56

• Acabados, pegado de cordones y empaque	15	Min	0.0729	1.09
Subtotal MOD (Costo Directo por Tiempo)				9.84
3. Personalización (Estampado / Bordado)				
• Estampado DTF / Bordado en chaqueta y pantalón	1	U	3.00	3.00
Subtotal Personalización				3.00
4. Costos Indirectos de Fabricación (CIF - 10%)				2.54
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN UNITARIO				27.92
Margen de Utilidad Deseado				0.50
PRECIO DE VENTA SUGERIDO (Sin IVA)				55.84
IVA (15% Ecuador)				8.38
PRECIO DE VENTA FINAL AL PÚBLICO (Con IVA)				64.22

Elaboración propia

Tabla 35. Presupuesto de costos de producción

	1	2	3	4	5
COSTOS	41.141.07	43.198.13	45.358.03	47.625.93	50.007.23

Elaboración propia

4.1.5. Presupuesto de Gastos

Los gastos se proyectaron para cinco años. En el primer año se utilizaron los valores mensuales estimados y, desde el segundo, se aplicó un incremento nominal anual del 3 % a salarios, arriendo, servicios y demás gastos operativos.

Tabla 36. Cedula de costo real nomina para gastos

1. PARÁMETROS DE NÓMINA			
Asignación	Gerente	Diseñador	Asesor
Sueldo Base Nominal	700.00	600	550
Aporte Patronal IESS 11,15 %	78.05	66.90	61.33
Décimo Tercer Sueldo 8,33%	58.31	49.98	45.82
Décimo Cuarto Sueldo (8,33 % de 482)	40.15	40.15	40.15
Fondos de Reserva 8,33 %	58.31	49.98	45.82
Provisiones Vacaciones 4,17%	29.19	25.02	22.94
Factor Total Carga Social	264.01	232.03	216.04
Costo Real Mensual Total Nómina	964.01	832.03	766.04

Elaboración propia

Tabla 37. Cedula de depreciación y valor de recuperación

Activo / Maquinaria	Depreciación Mensual (\$)	% VALOR DE RESCATE	\$ VALOR DE RESCATE
2 Rectas Direct Drive, 1 Overlock 5 hilos, 1 Recubridora, Mesa corte, Calderetín	68.33	0.50	4100.00
Estación Computacional CAD, Plotter de moldes, Periféricos CRM	50.00	0.00	0.00

Vestidor, espejos, exhibidores, recepción, iluminación LED, señalética	20.83	0.50	1250.00
TOTAL ACTIVOS / DEPRECIACIÓN	139.17		5350.00

Elaboración propia

Tabla 38. Cédula de gastos

Rubro / Concepto de Gasto	Tipo de Gasto	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Arriendo de taller y oficina	Administración	350.00	4200.00
Sueldo / Asignación Gerente General	Administración	964.01	11568.13
Sueldo / Asignación Diseñador	Ventas	832.03	9984.37
Sueldo / Asignación Asesor Comercial	Ventas	766.04	9192.49
Publicidad y redes sociales	Ventas	150.00	1800.00
Servicios básicos (luz industrial, agua, internet)	Administración	120.00	1440.00
Suministros de oficina y limpieza	Administración	50.00	600.00
Honorarios contables externos	Administración	30.00	360.00
Mantenimiento	Administración	150.00	1800.00
Depreciación	Administración	139.17	1670.00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		3412.08	42614.98

Elaboración propia

Tabla 39. Proyección de gastos

	1	2	3	4	5
GASTOS	42614.98	43893.43	45210.23	46566.54	47963.54

Elaboración propia

4.1.6. Estado de resultados proyectado

El estado de resultados resume las ventas, costos de producción y gastos previstos para los cinco años. En el escenario utilizado, la utilidad es reducida durante el primer año y mejora gradualmente. Este comportamiento depende del crecimiento de ventas estimado y no debe interpretarse como un resultado garantizado.

Tabla 40. Estados de resultado proyectado

	1	2	3	4	5
VENTAS	85008.20	93509.02	102859.92	113145.92	124460.51
COSTO DE PRODUCCION	41141.07	43198.13	45358.03	47625.93	50007.23
UTILIDAD BRUTA	43867.13	50310.90	57501.89	65519.98	74453.28
GASTOS	42614.98	43893.43	45210.23	46566.54	47963.54
GASTOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UAI	1252.15	6417.47	12291.66	18953.44	26489.74
PARTICIPACION TRA	187.82	962.62	1843.75	2843.02	3973.46
UAI	1064.33	5454.85	10447.91	16110.43	22516.28
IR	266.08	1363.71	2611.98	4027.61	5629.07

UTILIDAD NETA	798.25	4091.13	7835.93	12082.82	16887.21
----------------------	---------------	----------------	----------------	-----------------	-----------------

Elaboración propia

4.1.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio determina el volumen mínimo de producción y ventas que requiere el taller para cubrir la totalidad de sus costos y gastos, alcanzando un escenario donde la empresa no genera pérdidas ni ganancias.

Parámetros base y margen de contribución

Para una oferta de 1,800 unidades proyectadas, los costos de producción asumen el rol de variables y los gastos operativos (con depreciación) conforman la estructura fija. Los valores utilizados corresponden a las proyecciones financieras presentadas en las tablas 28, 35 y 39, respectivamente:

- Ingresos Totales (IT): 85008.20
- Costos Variables Totales (CVT): 41141.07
- Costos Fijos Totales (CF): 42614.98

El Margen de Contribución Promedio por Prenda (MC_u) representa el aporte de cada unidad para cubrir los gastos fijos. Se obtiene restando los costos variables a los ingresos totales y dividiendo el resultado entre la producción total:

$$MC_u = \frac{IT - CVT}{\text{Unidades Totales}} = \frac{85008.20 - 41141.07}{1800} = 24.27$$

Cálculo del Punto de Equilibrio General

Con la carga fija del taller y el margen promedio unitario, se establece la meta mínima anual:

$$PE \text{ (en Unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{MC_u} = \frac{42614.98}{24.27} = 1748.62$$

$$PE \text{ (en USD)} = PE \text{ (en Unidades)} * PVP \text{ (Promedio)} = 1749 * 47.27 = 82581.72$$

Con 1.800 prendas previstas y un punto de equilibrio de aproximadamente 1.749 prendas, el margen de seguridad inicial es de 51 prendas, equivalente al 3 % de la capacidad. Una reducción moderada de ventas podría generar pérdidas en el primer año; por ello se requiere seguimiento mensual, pedidos anticipados y acciones correctivas.

4.1.8. Flujo de caja proyectado

El flujo de efectivo parte de una salida de USD 18.200 en el año cero. Los flujos posteriores son positivos, aunque el primero es bajo. En el quinto año se reconocen USD 5.350 como valor de rescate de los activos y USD 12.897,38 por recuperación del capital de trabajo acumulado.

Tabla 41. Flujo de efectivo proyectado

	0	1	2	3	4	5
VENTAS		85008.20	93509.02	102859.92	113145.92	124460.51
COSTO DE PRODUCCION		41141.07	43198.13	45358.03	47625.93	50007.23
UTILIDAD BRUTA		43867.13	50310.90	57501.89	65519.98	74453.28
GASTOS		42614.98	43893.43	45210.23	46566.54	47963.54
GASTOS FINANCIEROS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UAI		1252.15	6417.47	12291.66	18953.44	26489.74
PARTICIPACION TRA		187.82	962.62	1843.75	2843.02	3973.46
UAI		1064.33	5454.85	10447.91	16110.43	22516.28
IR		266.08	1363.71	2611.98	4027.61	5629.07
UTILIDAD NETA		798.25	4091.13	7835.93	12082.82	16887.21
DEPRECIACION		1670.00	1670.00	1670.00	1670.00	1670.00
CAPITAL FINANCIERO		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CAPITAL DE TRABAJO		1700.16	1870.18	2057.20	2262.92	
VALOR DE RESCATE		0.00	0.00	0.00	0.00	5350.00
INVERSION INICIAL	-18200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
RECUPERACION CAPITAL T.						12890.46
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-18200.00	768.08	3890.95	7448.73	11489.90	36797.67

Elaboración propia

4.1.9. Balance Proyectado

El balance proyectado al cierre del primer año parte de los USD 18.200 aportados por los socios. La propiedad, planta y equipo se presenta por USD 12.500. El activo corriente separa USD 6.700,16 de efectivo y USD 768,08 de otros activos corrientes.

A continuación, se presenta la proyección del Balance General al año 1, donde se refleja la estructura patrimonial y financiera del negocio:

Tabla 42. Balance general

ACTIVO	
Activo Corriente	
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	6700.16
Otros activos corrientes	768.08
Total Activo Corriente	7468.24

Activo No Corriente	
Propiedad, Planta y Equipo (Maquinaria y Equipos)	12500.00
(-) Depreciación Acumulada	1670.00
Intangibles	700.00
Total Activo No Corriente Neto	11530.00
TOTAL ACTIVO	18998.24
PASIVO	
Pasivo Corriente	
Cuentas por Pagar / Deudas Financieras	
Total Pasivo	
PATRIMONIO	
Capital Social (Inversión Inicial)	18200.00
Utilidad Neta del Ejercicio	798.24
(-) Ajustes de Reservas / Retenciones de Caja	
Total Patrimonio	18998.24
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	18998.24

Elaboración propia

4.2. Evaluación del Proyecto

4.2.1. Indicadores de viabilidad: VAN, TIR, ROE, ROA, Período de recuperación

Los indicadores siguientes resumen el resultado del escenario base. Sirven para comparar la inversión inicial con los flujos previstos, pero deben analizarse junto con el reducido margen de seguridad y la posibilidad de que las ventas reales sean inferiores a las proyectadas.

Previo a esto, el cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) se vuelve fundamental, ya que fija la vara mínima de rendimiento que el proyecto debe superar para ser viable. Primero calculamos la tasa de rendimiento esperada o exigida de una inversión (CAPM) para luego calcular el WACC. En términos sencillos, el WACC refleja cuánto cuesta financiar la iniciativa ajustando la proporción entre capital propio y deuda, sirviendo así como la tasa de descuento de referencia. Si el VAN resulta positivo al aplicar este porcentaje, significa que la propuesta no solo cubre sus costos financieros, sino que además genera valor real sobre el piso exigido por los inversionistas.

Tabla 43. Cálculo del CAPM

DETALLE	CAPM	12.48%
----------------	-------------	---------------

TASA LIBRE DE RIESGO	Rf	4.50%
BETA DEL SECTOR	B	0.80
PRIMA DE RIESGO	Rm	9.75%
RIESGO PAIS	Rp	3.78%

Elaboración propia

Tabla 44. Cálculo del WACC

WACC	12.48%
Ke (CAPM)	12.48%
E%	100.00%
Kd	8.00%
D%	0.00%
Tc	40.00%

Elaboración propia

El CAPM y el WACC son iguales porque el plan de negocios no considera financiamiento externo.

Tabla 45. Indicadores de viabilidad

INDICADOR	VALOR
VALOR ACTUAL VA	36609.01
VALOR ACTUAL NETO VAN	18409.01
TIR	33.47%
COMPROBACION	0.00
RELACION COSTO/BENEFICIO	2.01
PERIODO DE RECUPERACION	3 AÑOS 6 MESES 11 DIAS
ROE	4.20%
ROA	4.20%
WACC	12.48%

Elaboración propia

- **VAN:** Con la tasa de referencia del 12,48 %, el modelo obtiene un valor positivo cercano a USD 18409.01, el VAN se mantiene positivo, demostrando la viabilidad del proyecto.
- **TIR:** La tasa interna de retorno calculada es 33,47 %. Supera la tasa utilizada para el VAN, aunque puede disminuir si se venden menos prendas, suben los costos o no se recuperan por completo los valores considerados al final del proyecto.
- **Relación Costo/Beneficio:** El resultado presentado es 2,01. por cada USD 1,00 (un dólar) que se invierte o gasta en el proyecto, se generan USD 2,01 dólares en beneficios.

- **Períodos de recuperación:** La inversión inicial se logra recuperar por completo durante el transcurso del Año 4 (aproximadamente a los 3 años 6 meses y 11 días), lo que está dentro del plazo esperado de 5 años.
- **ROA y ROE:** en el primer año ambos indicadores se aproximan al 4,20 %. La similitud se explica por el financiamiento con capital propio y la ausencia de deuda financiera. El ROA relaciona la utilidad neta con el activo total, mientras el ROE la compara con el patrimonio.

Plan de contingencia y salida

Si el proyecto enfrenta un escenario inviable, se aplicará el siguiente plan por fases:

- Fase 1: Si se pierde el 30% del patrimonio, se reorienta el taller a confeccionar para terceros (maquila) y se alquila la maquinaria ociosa.
- Fase 2: Si no se alcanza el punto de equilibrio en 6 meses, se vende la marca, patrones y cartera de clientes a un competidor para recuperar del 50% al 70% del capital.
- Fase 3: Si las pérdidas superan el 50% del capital sin retorno, se vende la maquinaria e inventario a precio de costo para recuperar del 30% al 40% de la inversión.
- Protección de los aportes: al no existir deuda bancaria, el riesgo financiero se concentra en los socios. En caso de cierre se pagarán primero las obligaciones laborales, tributarias y comerciales. El valor restante dependerá del precio de mercado de los activos y no puede garantizarse anticipadamente.

Matriz de situaciones adversas

El plan de contingencia establece respuestas para problemas que pueden afectar la operación. Las medidas propuestas deberán adaptarse a la gravedad del evento y a la disponibilidad real de efectivo.

Tabla 46. Matriz de situaciones adversas

Tipo de Riesgo	Evento Adverso	Nivel de Riesgo	Plan de Acción Preventivo	Contingencia Financiera
Mercado	Ventas por debajo del punto de equilibrio	CRÍTICO	Publicidad dirigida y alianzas para ventas institucionales directas con empresas.	Reajuste de nómina a destajo y corte de publicidad no esencial.
Operativo	Avería en maquinaria principal	MEDIO	Mantenimiento preventivo periódico y garantías activas.	Subcontratar talleres aliados para no retrasar entregas.
Insumos	Alza de precios en telas/materia prima	MEDIO	Proveedores alternativos y compras al por mayor para congelar costos.	Absorber parte del costo o ajustar ligeramente el PVP.
Talento	Renuncia de costureros clave	MEDIO	Sueldos competitivos y capacitación cruzada del equipo.	Mantener banco de Hojas de Vida activas para reemplazo inmediato.
Entorno	Cortes de energía / Fallas de servicios	MEDIO-ALTO	Flexibilidad en jornadas de corte y confección.	Modificar horarios de producción o alquilar un generador.

Elaboración propia

Medidas de mitigación y alternativas

Si caen las ventas (2 meses bajo el punto de equilibrio):

1. Migrar de venta individual a prospección activa de clientes empresariales.
2. Ofrecer promociones por volumen en kits para rotar inventario lento.

Si suben los insumos (incremento en el precio de la materia prima):> 10%

1. Cambiar a proveedores secundarios ya homologados.
2. Optimizar los moldes digitales para bajar el desperdicio de tela a menos del 3%.

Si falta liquidez (caja por debajo de 1.5 meses de costos fijos):

1. Pausar la compra de activos o equipos no esenciales.
2. Negociar con proveedores la extensión de pagos de 15 a 30 días.

Conclusiones

- En la encuesta, 80 de las 100 personas consultadas señalaron problemas frecuentes de ajuste. El resultado muestra que existe una necesidad dentro del grupo estudiado, pero

no permite afirmar que el mismo porcentaje se repite en todo Quito. Por ello, el taller debería comenzar con una prueba piloto.

- El proceso propuesto comprende registro de medidas, elaboración o ajuste del patrón, corte, confección, prueba y entrega. La proyección utiliza una meta de 1.800 prendas anuales. Aunque la capacidad teórica permite atender ese volumen, todavía falta demostrar que existe demanda suficiente para venderlo.
- En el escenario base, la inversión alcanza USD 18.200, el VAN es cercano a USD 18409.01 y la TIR llega a 33.47 %. La recuperación de la inversión se produce alrededor de 3,53 años. Sin embargo, el primer año tiene un margen de seguridad de aproximadamente 3 %, de modo que una reducción pequeña de ventas podría generar pérdidas.

Recomendaciones

- Durante los primeros meses conviene concentrar la promoción en WhatsApp y redes sociales, mostrando prendas terminadas, procesos reales y opiniones autorizadas de clientes. La garantía de ajuste puede utilizarse como elemento de confianza, siempre que sus condiciones queden explicadas por escrito.
- El taller debe registrar las prendas que requieren una segunda corrección, las entregas realizadas a tiempo y las observaciones de los clientes. En lugar de asumir desde el inicio un cumplimiento del 85 %, la meta deberá compararse con los resultados reales y ajustarse según la experiencia.
- Si las ventas y el flujo de caja lo permiten, desde el segundo año se podrá reinvertir en equipos o programas que reduzcan tiempos y desperdicios. La compra de tecnología debe responder a una necesidad comprobada del taller y no solamente a la expectativa de crecimiento.

Bibliografía

- Alcántara Hernández, R., Reyes Pérez, A., & Vega Barrios, A. (2025). Fast fashion y el consumo sostenible en los jóvenes hidalguenses. *European Scientific Journal, ESJ*, 21 (38), 180. <https://doi.org/10.19044/esj.2025.v21n38p180>
- Andrade Pozo, A., & López García, M. (2024). Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa deportiva para niños con dermatitis atópica en la ciudad de Quito. Quito: Universidad de las Américas (UDLA). Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/16573>
- Apeageyi, P., & Otieno, R. (2007). Usability of pattern customising technology in the achievement and testing of fit for mass customisation. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11(3), 349–365. <https://doi.org/10.1108/13612020710763100>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2020). LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. Quito: Registro Oficial No. 151.
- David, F., David, F., & David, M. (2023). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (17th ed.). Londres: Pearson Education Limited.
- Echeverría Ruíz, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*, 4(13-3), 172-188. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- INEN - Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2017). REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 013 (2R) “ETIQUETADO DE PRENDAS DE VESTIR, ROPA DE HOGAR Y COMPLEMENTOS DE VESTIR”. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/reglamentos/RTE-013-2R.pdf>
- INEN - Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2025). Conoce las normas de ergonomía para mejorar las condiciones laborales en las organizaciones. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/conoce-las-normas-de-ergonomia-para-mejorar-las-condiciones-laborales-en-las-organizaciones/>
- INEN - Servicio Ecuatoriano de Normalización. (08 de 2025). SECTORES PRIORIZADOS: CONFECCIÓN Y TEXTIL. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/08/Brochure-Sector-Textil.pdf>
- Islam, T., Hosen, I., Islam, T., Al Mamun, A., & Islam, T. (2025). Advancements in functional smart and wearable textiles for sportswear applications. *RSC Advances*, 15, 50206-50232. <https://doi.org/10.1039/d5ra07231j>
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). *Dirección Estratégica* 7a edición. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing* (15.ª ed.). Londres: Pearson Educación.

- Lalaleo Analuisa, F. (2025). Transformación digital en el sector textil de Ambato: estrategias y barreras para las microempresas: Digital transformation in the textile sector of Ambato: strategies and barriers for microenterprises. *Caminos De Investigación*, 7(1), 59-69. <https://doi.org/10.59773/ci.v7i1.116>
- Martínez Negrete, J., Castro Medina, J., Guzmán Pacheco, J., & Parra Pimiento, X. (2025). Aplicación del marketing en la industria textil. Revisión bibliométrica. *Formación Estratégica*, 6(1), 128-140. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.32315172>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca - MPCEIP. (2024). INFORME DE GESTIÓN INSTITUCIONAL. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/04/INFORME-DE-GESTION-MPCEIP-2023.pdf>
- Ministerio del Trabajo. (2025). Después de casi una década, hay consenso: Gobierno, empleadores y trabajadores acuerdan fijar el Salario Básico Unificado de 2026 en USD 482. No hay imposición, hay unión. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/despues-de-casi-una-decada-hay-consenso-gobierno-empleadores-y-trabajadores-acuerdan-fijar-el-salario-basico-unificado-de-2026-en-usd-482-no-hay-imposicion-hay-union/>
- Nariño Lescay, R., Alonso Becerra, A., & Hernández González, A. (2016). ANTROPOMETRÍA. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS TECNOLOGÍAS PARA LA CAPTACIÓN DE LAS DIMENSIONES ANTROPOMÉTRICAS. *Revista EIA*, 13(26), 47-59. <https://doi.org/10.24050/reia.v13i26.799>
- Porter, M. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Salgado Pazmiño, A., Sánchez Iznaga, A., Muñoz Cóndor, K., Guamán Mora, M., Huacón López, Z., & Cruz Díaz, F. (2023). Manejo y Destino Final de los Desechos Textiles Emitidos por los Talleres de Confección de Babahoyo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(5), 4564-4576. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.8057
- Sánchez Monroy, D., & Mújica Morales, I. (2025). Aplicaciones prácticas de la antropometría para el diseño. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Vaca Gómez, D., Cargua López, M., & Garrido Chiluisa, J. (2026). Desarrollo de una Prenda Ergonómica y Funcional para Ciclistas con Fracturas en Extremidades Superiores: Estrategias de Diseño y Gestión Productiva en Microempresas Textiles. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 10(3), 2714-2731. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i3.24258

Anexos

Anexo A

Cuestionario de investigación de mercado sobre hábitos de compra y adaptabilidad de
indumentaria.

Ilustración 1

Imagen del Cuestionario de Encuesta en Blanco

CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Estudio sobre Hábitos de Compra y Adaptabilidad de Prendas de Vestir

Distrito Metropolitano de Quito

Estimado(a) participante: Le solicitamos responder con total sinceridad al siguiente cuestionario. La información recolectada será utilizada exclusivamente con fines académicos y de investigación de mercado.

I. DATOS GENERALES

Edad: [] años Género: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro

Sector / Zona de residencia: _____

II. PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

- ¿Con qué frecuencia experimenta problemas de ajuste o incomodidad (mangas largas/cortas, tiro del pantalón, entalle en hombros o cintura) al comprar ropa en tiendas convencionales?
 - ☐ Siempre / Casi siempre
 - ☐ Frecuentemente
 - ☐ A veces
 - ☐ Nunca
- ¿Qué tipo de prendas suele requerir confeccionadas a la medida o con ajuste especial debido a la falta de adaptabilidad del talleaje industrial? (Puede seleccionar varias opciones)
 - ☐ Camisetas / Blusas ergonómicas
 - ☐ Pantalones ejecutivos casuales
 - ☐ Sacos / Blazers estructurados
 - ☐ Camisetas / Tops compression
 - ☐ Conjuntos deportivos
- ¿Qué atributo prioriza al momento de adquirir prendas de vestir para uso diario o profesional?
 - ☐ Ajuste ergonómico y confort
 - ☐ Sostenibilidad y durabilidad
 - ☐ Precio económico
 - ☐ Tendencia de moda
- Si se le ofrece una camisa o blusa ergonómica confeccionada a sus medidas exactas con garantía de ajuste, ¿cuánto estaría dispuesto(a) a pagar?
 - ☐ Menos de \$30.00
 - ☐ \$30.00 - \$40.00
 - ☐ Más de \$40.00
- ¿Cuál es su presupuesto dispuesto a destinar para un pantalón ejecutivo casual de ajuste ergonómico y mayor duración?
 - ☐ Menos de \$30.00
 - ☐ \$30.00 - \$40.00
 - ☐ Más de \$40.00
- ¿Cuánto consideraría un precio justo por un saco o blazer estructurado adaptado a su morfología única?
 - ☐ Menos de \$60.00
 - ☐ \$60.00 - \$90.00
 - ☐ Más de \$90.00

¡Muchas gracias por su tiempo y colaboración!

Nota. Captura del instrumento original de recolección de datos diseñado para la investigación en el Distrito Metropolitano de Quito.

Fotografías tomadas por los autores (2026).

Anexo B

Registro fotográfico del trabajo de campo: entrevistas a profundidad.

Ilustración 2

Mosaico fotográfico de las entrevistas realizadas a especialistas y clientes



Nota. Mosaico compuesto por: entrevista presencial realizada a los expertos en confección textil.

Fotografías tomadas por los autores (2026).

Anexo C

Registro fotográfico del trabajo de campo: focus groups.

Ilustración 3

Mosaico fotográfico de aplicación de focus groups.



Nota. Mosaico compuesto por: aplicación de focus groups a personas en DMQ.

Fotografías tomadas por los autores (2026).