

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL BOLSO
MODULAR V1 EN LA CIUDAD DE GUATEMALA**

SERGIO GERARDO CORTEZ ALARCÓN

**Trabajo de grado presentado como requisito
parcial para optar al título de
Magister en Administración de Negocios.**

**Asesora metodológica
BEATRIZ AMPARO URIBE**

**Asesor temático
MARIO RAFAEL MENDIZÁBAL VELASCO**

**GUATEMALA
UNIVERSIDAD EAFIT
2020**

ÍNDICE

RESUMEN.....	1
ABSTRACT	1
INTRODUCCIÓN.....	2
2. OBJETIVOS.....	3
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	3
2.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS	3
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	4
3.1 DEFINICIÓN DE BOLSO.....	4
3.2 HISTORIA DEL BOLSO.....	4
3.3 IMPORTANCIA DEL BOLSO.....	6
3.4 SECTOR DE BOLSOS DE MODA EN GUATEMALA	7
3.5 OFERTA.....	8
3.6 DEMANDA:.....	10
3.6.1 PORCENTAJE DE MUJERES QUE UTILIZAN BOLSO.....	10
3.6.2 TAMAÑO DE MERCADO.....	12
3.7 ELECCIÓN DEL NOMBRE	13
3.7.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	13
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	16
4.1 PROCESO DE DISEÑO	16
4.2 TAMAÑO DEL BOLSO	17
4.3 MATERIAL DEL BOLSO	18
4.4 CUERPO	19
4.4 ACCESORIOS.....	20
4.5 ADAPTADORES	21
4.6 EMPAQUES.....	22
4.7 PRODUCCIÓN.....	23
4.7.1 TAMAÑO DE MERCADO.....	23
4.8 COMERCIALIZACIÓN:.....	24
4.8.1 ESTRATEGIA.....	24
4.8.2 CANALES	25
4.8.3 ENTREGA DE PRODUCTO	26
4.9 FLUJO DE PROCESOS	27
5. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL	28
5.1 ORGANIGRAMA.....	28
5.1.2 RESPONSABILIDADES PUESTOS PRINCIPALES	29

5.2 REQUISITOS LEGALES	30
5.3 CONSTITUCIÓN DE UNA SOCIEDAD ANÓNIMA.....	31
6. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	34
7. ESTUDIO FINANCIERO	36
7.1 INVERSIÓN INICIAL	36
7.1.1 INVERSIONES INICIALES	36
7.1.2 GASTOS OPERATIVOS MENSUALES.....	37
7.1.3 PEDIDO SUGERIDO INICIAL	38
7.1.4 TOTAL INVERSION INICIAL.....	39
7.2 ESTADO DE RESULTADOS.....	40
7.2.1 PRECIO DE VENTA.....	40
7.2.2 PROYECCIÓN DE VENTAS	41
7.2.2 CÁLCULO ESTADO DE RESULTADOS.....	42
7.2.3 FLUJOS PROYECTADOS	43
8. CONCLUSIONES	45
9. BIBLIOGRAFÍA.....	46

GRÁFICAS

Gráfica 1: ¿Utilizas un bolso como parte de tu outfit cotidiano?	10
Gráfica 2: ¿Con qué frecuencia utilizas un bolso?	10
Gráfica 3: ¿Con qué frecuencia compras un bolso nuevo?	11
Gráfica 4: ¿Cuál es tu tamaño de bolso preferido?	17
Gráfica 5: ¿Cuál es tu material favorito en un bolso?	18

FIGURAS

Figura 1: Historia de las carteras y bolsos	4
Figura 2: Tipos de bolsos	9
Figura 3: Ejemplo 1 combinación de accesorios	13
Figura 4: Colección Paula Franco	14
Figura 5: Ejemplo 2 combinación de accesorios	15
Figura 6: Ejemplo 3 combinación de accesorios	15
Figura 7: Bosquejo cuerpo bolso V1	19
Figura 8: Concepto adaptador tipo rectangular	21
Figura 9: Ejemplo empaque	22
Figura 10: Interfaz principal Shopify	26
Figura 11: Diagrama de flujo de proceso completo	27
Figura 12: Estructura empresa	28

TABLAS

Tabla 1: Oferta de bolsos en Guatemala	8
Tabla 2: Mercado potencial	12
Tabla 3: Cotización materia prima	19
Tabla 4: Detalle accesorios	20
Tabla 5: Cotización fabricación de piezas	23
Tabla 6: Pedido etapa de lanzamiento	24
Tabla 7: Inversiones iniciales	36
Tabla 8: Nómina empresa	37
Tabla 9: Gastos operativos mensuales	37
Tabla 10: Costo pedido inicial de materiales	38
Tabla 11: Costo pedido mensual proyectado	39
Tabla 12: Inversión inicial total	39
Tabla 13: Rango de precios mercado objetivo	40
Tabla 14: Precios finales accesorios	40
Tabla 15: Inversión inicial total	41
Tabla 16: Estado de resultados a 5 años	42
Tabla 17: Flujos de proyecto a 5 años	43
Tabla 18: Flujos de inversionistas a 5 años	44

RESUMEN

Un estudio de factibilidad es una herramienta que respalda la decisión de ejecutar o descartar un proyecto. Decisión que debe ser tomada en base a un estudio de mercado, técnico y financiero; considerando factores como: dificultades técnicas de fabricación, estrategia de mercado, tamaño de mercado, requerimientos mínimos, proyecciones, criterios de evaluación financiera, legal y ambiental; para su efectivo respaldo.

El bolso modular, es un producto propositivo y nuevo para el mercado de Guatemala, que nace de la necesidad que tiene la mujer día a día para adaptar un accesorio esencial a las distintas actividades que ejecuta, sin perder estilo y funcionalidad en su uso.

Para asegurar que el bolso es técnicamente viable, cuenta con un espacio en el mercado y es atractivo financieramente para ellas; se desarrolla dicho estudio de factibilidad con el fin de validar y respaldar la decisión de ejecutar el proyecto en Guatemala.

El trabajo muestra el concepto de bolso, su historia e importancia; determina como el bolso modular tiene espacio en Guatemala por medio de un análisis del mercado, confirma a través de un estudio técnico la fabricación y comercialización de la propuesta. Además, asegura la viabilidad legal de la empresa y la viabilidad ambiental de su elaboración. Y finaliza con el desarrollo del análisis financiero para establecer el estado de resultados con el fin de confirmar que la inversión es atractiva para ejecutar.

ABSTRACT

A feasibility study is a tool that supports the decision to execute or discard a project. This decision is made based on a market, technical and financial study; that considers factors such as technical impossibilities, market strategy, market size, minimum requirements, projections, financial, legal and environmental evaluation criteria.

The modular bag is a purposeful and new product for the Guatemalan market, born from the day-to-day need of women to adapt such an important accessory to the different activities they perform without losing style and functionality. To ensure that the product has a market space, which is technically viable and financially attractive. This feasibility study was developed to support the decision to execute the project or not within the Guatemalan market.

This work develops the concept of bags, its history and importance in a market analysis to determine if there is a space for this product. The technical study confirms if it is possible to manufacture the bag and its commercialization. In addition, the legal and environmental viability of manufacturing the bag are ensured. Ending with a financial analysis that develops step by step all the necessary information to establish an income statement and determine with it, if the investment is attractive or not.

INTRODUCCIÓN

La industria textil y de moda en Guatemala se ha posicionado en los últimos años como una industria en constante crecimiento. Gremiales como VESTEX parte de AGEXPORT, organizan eventos con distintas empresas locales con el fin de fomentar el crecimiento del sector de moda y fortaleciendo la tendencia de fabricar productos guatemaltecos que compitan en el mercado nacional e internacional.

Con la evolución del sector moda nacional, uno de los principales productos que ha crecido en fabricación local es el bolso; accesorio indispensable para la mujer; no solo por ser parte fundamental de su atuendo, sino por convertirse en una herramienta de transportación de pertenencias personalizada según la imagen que ellas quieran transmitir para cada ocasión; lo que genera una gran demanda a nivel mundial en su fabricación.

Localmente existen múltiples marcas que fabrican y comercializan bolsos a nivel nacional e internacional; lo importante de resaltar es que adicional al reconocimiento de calidad en mano de obra para su elaboración local, la propuesta de un diseño de artes mayas los ha diferenciado y posicionado.

En este punto es donde nace el deseo de comercializar un bolso modular para aprovechar la aceptación del mercado hacia este accesorio y el constante crecimiento del sector de moda; ofreciendo un concepto totalmente nuevo, que aproveche esa diferenciación y permita a las mujeres explotar este accesorio tan importante, a un nivel nunca visto.

Por tal razón, lo importante es comprobar su factibilidad en fabricación y comercialización en Guatemala para asegurar la inversión y obtener los resultados deseados.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de fabricar y comercializar el bolso modular en la ciudad de Guatemala, en base a un profundo estudio de todos los componentes necesarios para el proyecto y establecer con el mismo los cambios y/o adaptaciones necesarias para obtener mejores resultados si fuese factible o en su defecto demostrar que no es factible.

2.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS

1. Confirmar la aceptación de parte del cliente al concepto propuesto.
2. Confirmar si existe un espacio en el mercado de la ciudad de Guatemala para el producto.
3. Establecer los componentes necesarios para la fabricación y comercialización exitosa del producto.
4. Establecer los requerimientos legales y ambientales necesarios para la fabricación y comercialización del producto.
5. Determinar financieramente si se obtiene el margen neto deseado para el proyecto, tomando todos los costos e inversión inicial necesaria.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 DEFINICIÓN DE BOLSO

Según Wordreference (s.f) define el bolso como “...Bolsa de mano de piel u otros materiales para llevar objetos de uso personal, generalmente usada por las mujeres...”. Esta definición resume de manera simple su función, y en la actualidad la mujer mantiene su uso. Sin embargo, ha evolucionado de tal forma, que además de ser un accesorio para transportar objetos personales y laborales; se ha convertido en imagen de proyección para ella de personalidad, estatus y estilo dentro del segmento de moda.

3.2 HISTORIA DEL BOLSO

No se tiene un dato certero de dónde o cuándo fue creado el bolso, ya que está presente desde civilizaciones muy antiguas que relatan su uso en esculturas talladas en piedra como se muestra en la figura 1.



Figura 1: Tantenmoda.com. (2019). Historia de las Carteras y Bolsos: El inicio [Figura]. Recuperada de <https://tantenmoda.com/carteras-y-bolsos/historia-de-las-carteras-y-bolsos-el-inicio/?v=cd6a9bd2a175>

Se cree que su creación inicial parte de la necesidad de transportar comida, ropa o cualquier otro artículo por largas distancias o intervalos de tiempo, de una manera más cómoda y ordenada.

El bolso en aquella época fue fabricado de piel y tenía distintas formas de uso; incluso se conoce como Alforje a uno de los primeros bolsos que se utilizaron y

esté tenía la facilidad de ser transportado en la cintura u hombros. Según el artículo “Historia del bolso” (2017) en la antigua Grecia y en la antigua Roma existían bolsos llamados “birsa” y “bursa”, respectivamente, que eran una especie de bolso de cuero donde guardaban además de monedas, aceites, esencias o artículos personales para utilizar en cualquier momento.

Después de esto, y cercano a la edad media, el bolso comienza a variar su diseño y fabricación, transformándose en un concepto cercano a lo que conocemos hoy en día. Su tamaño aumenta, se fabrica con distintos tipos de materiales e incluso con detalles preciosos según el estatus social al que pertenecía el portador. La evolución del bolso continuó de la siguiente manera:

- Siglo XVI y XVII: El bolso se llena de joyas, adornos y distintivos que lo introducen a un artículo de arte. Se aumenta la costumbre de dar el bolso como un regalo o pago a un buen trabajo.
- Siglo XVIII: Nace el bolso estilo cartera introduciendo distintos materiales en su fabricación y es considerado un artículo de moda, siendo un artículo fundamental para la vestimenta de una mujer.
- Siglo XIX: Los bolsos son fabricados según la tendencia de la vestimenta femenina, nacen los bolsos diseñados para llevar artículos femeninos de acuerdo con la clase social a la que pertenece y aumentan más los materiales de fabricación, como bolsos de malla metálica, variación de tamaños, etc.
- Siglo XX: Se convierte en el complemento de otros artículos de vestimenta, como zapatos, aretes, cinchos, etc. Permitiendo a diseñadores explorar conceptos de altas gamas e incluso tecnologías avanzadas.

Actualmente el bolso sigue en evolución y es además de un accesorio, una herramienta para cada mujer que le permite transmitir belleza, profesionalismo y estatus.

3.3 IMPORTANCIA DEL BOLSO

No es un secreto la importancia que tiene para la mujer la imagen que proyecta; el cuidado de su cabello, maquillaje, zapatos y bolso componen los pilares fundamentales para su completo aspecto cotidiano. Sin embargo, aunque muchas mujeres no logren cuidar de manera detallada cada uno de ellos; es un porcentaje pequeño el que descuida por completo su bolso, y, al contrario, un porcentaje muy alto las que invierten tiempo diariamente en la combinación del bolso adecuado con su outfit.

Hablando de vestimenta para mujeres, podemos realizar investigaciones completas de la variedad de productos disponibles para complementar su outfit con accesorios de distintos materiales, diseños, estilos, usos y procedencias; si ejemplificamos algunos de ellos; los aretes, son de uso para muchas mujeres; pero no indispensable para todas; el por qué concierne a que según el estilo de pelo u ocasión de uso, no es un elemento que sobresalga o que pueda ser visto con facilidad; lo contrario al bolso, un accesorio visto por otras mujeres en todo momento sin importar ocasión y uso; por tal motivo el enfoque de investigación será el bolso como accesorio diferenciador e indispensable para la mujer actual.

La importancia de un bolso en el día a día para la mujer; no excluye a este accesorio de su elección por practicidad; todas eligen su uso por la capacidad de transportar lo que necesita, su estilo, material, comodidad y principalmente combinación con su vestimenta.

Existen investigaciones como la realizada por Forbes en las que detallan que actualmente las mujeres compran más accesorios que prendas, siendo los bolsos el accesorio que predomina en esta tendencia; y además artículos publicados por NAVARRO (2014) en revistas Alto Nivel que afirman que el bolso refleja jerarquía, nivel de cultura, estatus y estilo; comparando la importancia de un bolso para la mujer al reloj de un hombre, que en muchas culturas es signo inequívoco de estatus y éxito.

3.4 SECTOR DE BOLSOS DE MODA EN GUATEMALA

Guatemala no es reconocido internacionalmente como un país líder o productor de bolsos de moda, es catalogado como una industria fuerte en crecimiento a nivel nacional, pero con poca participación a nivel internacional, sin embargo, ha evolucionado en los años y se ha mostrado en las afueras por su consumo de moda internacional o eventos influenciados por tendencias de otros países; es por esto por lo que la producción de moda es algo relativamente nuevo.

La creación de bolsos de moda en Guatemala es una realidad que ha sido impulsada por un cambio cultural de aceptación del producto nacional y emprendimientos. Incluso empresas nacionales e internacionales a través de eventos premian el atrevimiento de aquellos que están dejando a un lado las “reglas” internacionales, creando conceptos nuevos y cambiando la idea de que en el país no se producen bolsos de moda.

Al mismo tiempo, varias universidades impulsan en las nuevas generaciones la creación de la moda nacional, con carreras como Diseño Industrial del Vestuario en la Universidad del Istmo y se combinan con empresas con el objetivo de hacer una industria más grande.

Marcas como **Mayan Boutique** y **Thelma Dávila**, han triunfado tanto en el mercado nacional como internacional proponiendo productos de calidad y bellos diseños inspirados en el arte maya. Un claro ejemplo de ello es **Marias Bag**, una marca guatemalteca que utiliza tejidos nacionales para adornar sus distintos productos y desde el 2011 ha trazado un camino de éxito posicionando sus productos en Centro América, Londres, Dubái y México.

3.5 OFERTA

Es una realidad, que la industria de los bolsos floreció en proporción a sus modestos comienzos. Las grandes empresas dedicadas a la venta de bolsos y accesorios en Ciudad de Guatemala buscan posicionar sus productos dentro del mercado, y defenderse de la competencia; sin embargo, no todas profundizan su desarrollo en la innovación, creación y venta diferenciada de un bolso ideal para la mujer actual. Es por lo que, en base a la necesidad de uso y demanda generada, la diversificación de mercados para su adquisición es mayor:








Competencias	Descripción	Empresas en el mercado	Precio	Modelos
Tiendas Artesanales	Confección a mano revalorizando y conservando los materiales autóctonos de la región	KS STORE, THELMA DÁVILA, COCO CANELA, PAULA CUEVAS, BONIKES NINES, Mercado de Artesanías	Q450.00 – Q600.00.	
Tiendas Especializadas	Venta de marcas mundiales de diseñadores, que compiten en una categoría premium	KENNETH COLE, MICHAEL KORS, NINE WEST, GUCCI, CHANEL, OBAG	Q1,000.00 – Q8,000.00.	
Tiendas Departamentales	Empresas nacionales e internacionales que comercializan según el estilo de la región	FOREVER 21, PULL & BEAR, BERSHKA; ZARA, PARFOIS, STRADIVARIUS, SIMAN, FIGALI, KAMI	Q125.00 – Q450.00.	
Catálogos nacionales e internacionales	Red de negocio para comercializar en canales de distribución, mayoreo y minorista.	ANDREA, CKLASS, HB HANDBAG	Q125.00 – Q350.00.	
Mayoreo	Volúmenes de producto para su comercialización	CHINATOWN, DALISH, MAYOREO GUATEMALA	Q285.00 - Q	
Tiendas Online	Plataformas que permiten comercializar a través de redes sociales.	MARIAS BAG, O BAG, MAKARIO'S, MUNDO MAYA GUATEMALAN BAGS	Q500.00 - Q7,000.00.	
Contrabando	Venta clandestina ilícita con el fin de no declarar impuestos.	IMITACION DE MARCAS RECONOCIDAS	Q100.00 - Q200.00	

Tabla 1: Oferta de bolsos en Guatemala

Y partiendo de sus distintas formas de adquisición, la variación de estilos se ha expandido enormemente según la cantidad de pertenencias a transportar y la actividad, evento o celebración que presente su uso:



Figura 2: *Tipos de bolsos*. (2019, 8 octubre). [Ilustración]. 25 Types of Handbags – Do You Know them All? <https://threadcurve.com/types-of-handbags/>

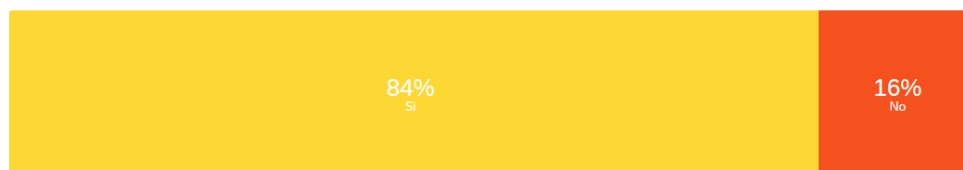
Por ello, luego de analizar la forma de adquirir bolsos localmente y estudiando la variación de estilos ya en el mercado, nace el interés de crear un nuevo aliado de ellas para esa demanda insatisfecha; el tipo de bolso modular que se adapte al cumplimiento de un objetivo: facilitar la vida de la mujer ocupada y multitareas.

3.6 DEMANDA:

3.6.1 PORCENTAJE DE MUJERES QUE UTILIZAN BOLSO

Aún sabiendo que el bolso es un accesorio sumamente importante para las mujeres hoy en día; se deseaba confirmar a través de la siguiente pregunta:

Gráfica 1: ¿Utilizas un bolso como parte de tu outfit cotidiano?

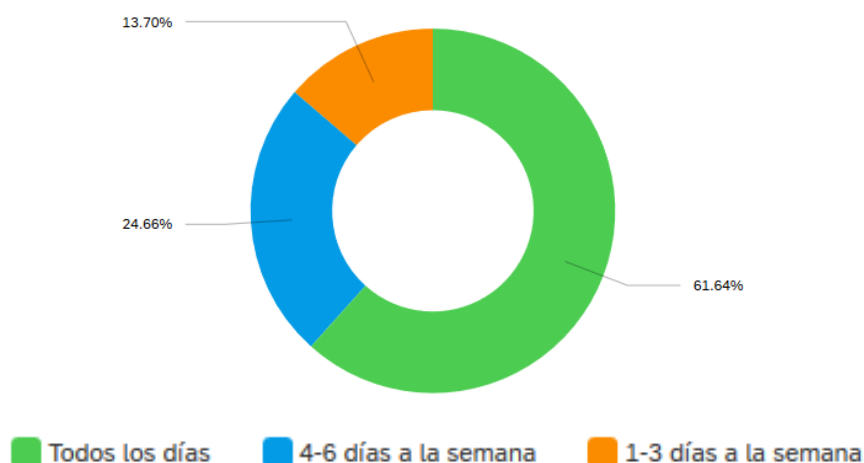


Fuente: Encuesta propia

Se observa que un 84% de las mujeres encuestadas utilizan bolso y un 16% lo utilizan muy poco o no lo utilizan como parte de su outfit cotidiano. En una ciudad con más de un millón ochocientos mil mujeres, podríamos determinar que el porcentaje que utiliza bolso es alentador y que nuestro mercado inicial es atractivo respecto a número, superando el millón y medio de mujeres.

Como complemento al dato de mujeres que utilizan bolso como parte de su outfit, se requiere determinar si su uso es exclusivo para realizar un tipo de tarea (trabajar de lunes a viernes) o también lo utilizan en otras actividades no rutinarias y para esto se formula la siguiente pregunta:

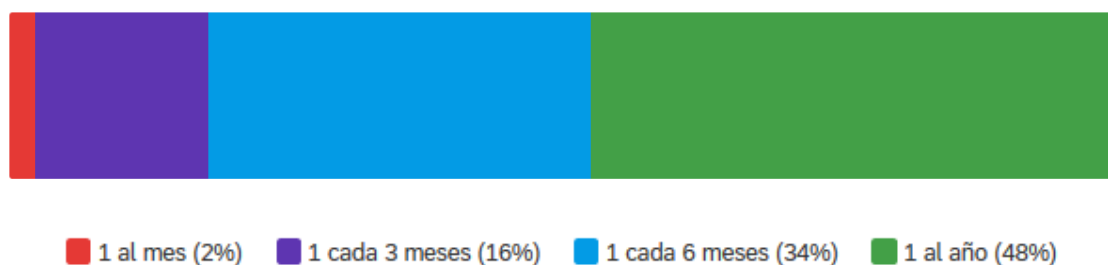
Gráfica 2: ¿Con qué frecuencia utilizas un bolso?



Fuente: Encuesta propia

Se determina con la gráfica que el 61,64% de ellas usan bolsos diariamente sin importar si es fin de semana o día laboral; manteniendo el mismo, como accesorio fundamental en su vestimenta diaria. Aunque un 24,66% solo lo utilizan para días laborales u ocasiones especiales; dato que nos permite formular otra pregunta para obtener de ese mercado objetivo la frecuencia de compra de un bolso:

Gráfica 3: ¿Con qué frecuencia compra un bolso nuevo?



Fuente: Encuesta propia

En esta última pregunta es posible verificar que el principal mercado para vender bolsos es de un 16%; las mujeres cambian su accesorio 1 vez cada 3 meses e incluso ese 2% que compra 1 vez al mes. No obstante; ese 34% que cambia 2 veces al año (implica un tema de costos); puede convertirse en potencial con la nueva propuesta del bolso modular (compra de accesorios a un menor costo que les traslade la sensación de un bolso completamente nuevo).

3.6.2 TAMAÑO DE MERCADO

En la siguiente tabla se presenta el cálculo del mercado potencial, con base a los datos establecidos anteriormente:

Cálculo mercado potencial	
Total mujeres en la ciudad de Guatemala	1,800,000 personas
Total mujeres entre 25-60 años(63%)	1,134,000 personas
Total mujeres con poder adquisitivo objetivo(25%)	283,500 personas
Total mujeres que usa bolso(84%)	238,140 personas
Total mujeres que compran cada 2 meses o menos(18%)	42,865 personas
Total mujeres que prefieran nuestra propuesta(10%)	4,286 personas
Proyección pesimista venta mensual de artículos	
	2,143 unidades
Proyección pesimista venta anual de artículos	
	25,719 unidades

Tabla 2: Mercado potencial

Esta proyección refleja un escenario reservado en el cual el bolso modular será la elección del 10% del total de mujeres que compran con mayor regularidad y un 2.7% del total del mercado objetivo.

Las unidades se refieren a cuerpos y accesorios, por lo que vender 2,143 unidades mensuales es una proyección de un mes normal luego de dar a conocer los productos y al mismo tiempo un escenario muy alentador, al pensar que los artículos vendidos podrían incrementar si la estrategia de fomentar la compra constante de accesorios funciona.

3.7 ELECCIÓN DEL NOMBRE

El bolso modular “V1” se nombró de esta manera, para indicar la primera versión de un producto que revolucionará con sus únicas y diferentes características, lo que hasta el día de hoy conocemos como bolso.



Figura 3: Ejemplo 1 combinación de accesorios

V1 es el cuerpo de un accesorio indispensable como el bolso, que revoluciona la forma de utilizarse y tiene un nombre que al igual que la practicidad que ofrece el producto, es fácil de recordar; transmitiendo el concepto de actualidad y elegancia a toda persona que conozca el producto.

3.7.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Con el fin de cubrir ese mercado con demanda insatisfecha; se ideó el bolso modular V1; producto cuyas características no se encuentran en el mercado actual de Guatemala y rompen cualquier idea de un bolso que una persona puede tener.

Al llamarlo modular hacemos referencia a la capacidad de cambio que tiene el bolso V1; cambio que se entiende de mejor manera en el siguiente ejemplo:



Cuerpo; estructura principal que cuenta con la capacidad de combinarse con distintos accesorios como:



Volviendo posible combinar colores, transformar tamaños y añadir compartimientos según el gusto y ocasión de cada mujer sin necesidad de cambiar de bolso; ejemplo:



Figura 4: *Colección*. (s.f.). [Fotografía]. Paula Franco. <http://www.paula-franco.com/coleccion/>

Basado en los ejemplos descritos anteriormente, determinamos que V1 es el cuerpo principal de un bolso tipo tote, que incluye adaptadores con el fin de agregar accesorios según el estilo que le den al bolso; de una manera muy simple y rápida.

El concepto primordial de este producto responde a la necesidad constante que tiene la mujer actual de cambiar su bolso para mantener la imagen que desea proyectar y cuyo mayor problema es el tiempo.

Sabemos que ellas hoy en día dependiendo de la actividad que realicen, necesitan tener un tamaño o estilo distinto de bolso; sin embargo, esto a veces se vuelve una incomodidad, debido al traslado de pertenencias de un bolso a otro.

Por lo que V1 ofrece combinaciones de colores, diseños, usos, tamaños y principalmente practicidad en su función; partiendo que cada mujer cree su bolso con estilo personalizado.



Figura 5: Ejemplo 2 combinación de accesorios



Todas las piezas son intercambiables de modo que además de crear un modelo exclusivo y personalizado simplemente con cambiar alguna de las piezas (cremalleras, hebillas, asas, solapas).

Figura 6: Ejemplo 3 combinación de accesorios

Se producirán pocas unidades de cada color o estilo de accesorios, para que ellas mantengan esa identidad que solo el bolso V1 permitirá crear y mantendrá ese constante interés de obtener un nuevo accesorio que le cambie completamente el estilo al bolso, incluso fabricando accesorios según tendencias.

Adicional a lo anterior, toda mujer tiene un bolso preferido que usa constantemente y esto dificulta aún más realizar el cambio de un bolso convencional debido a que no todos los bolsos tienen el tamaño, peso o estilo deseado y por esto muchas veces se opta por no cambiarlo

El bolso V1 cambia toda idea que teníamos de un bolso e introduce una nueva y mejor forma de usar un accesorio tan indispensable para ellas. Al ser modular introduce un concepto de practicidad, funcionalidad y estilo que no se había visto antes, para que toda mujer pueda mantener ese balance perfecto entre diseño y practicidad, sin sacrificar tiempo y comodidad como hasta ahora se hacía.

4. ESTUDIO TÉCNICO

Previamente se ha profundizado sobre el funcionamiento del bolso, sus características principales y propuesta de valor. A continuación, se definen los componentes de la empresa y especificaciones finales del producto, para evaluar todos los detalles técnicos que se necesitan para ejecutar el proyecto.

Con el fin de obtener datos más acertados en el estudio técnico, se realizó una encuesta a 268 mujeres del mercado objetivo:

1. Ciudad de Guatemala.
2. Rango de 20 a 60 años.

4.1 PROCESO DE DISEÑO

Probablemente el proceso de diseño es lo más importante; ya que partiendo de su atractivo en la propuesta; aseguraremos la elección de ellas, mantendremos su correcto funcionamiento y la versatilidad final de su comercialización.

Para el primer bolso y los primeros accesorios, existe un avance en los diseños; sin embargo, dentro de este proceso usualmente se realizan las siguientes tareas:

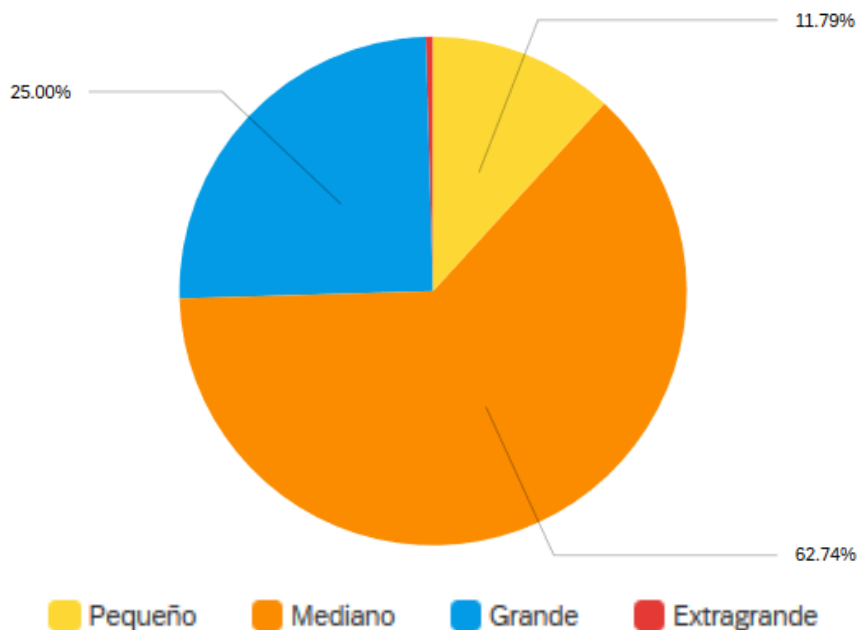
- Diseño externo del cuerpo
- Diseño interno del cuerpo
- Diseño de accesorios indispensables
- Diseño de accesorios opcionales
- Diseños especiales de época
- Elección de colores
- Elección de materiales
- Confirmación de combinables
- Revisión de prototipos o productos prueba

La responsabilidad es asegurar que en este proceso el diseño o idea inicial sea factible y funcione según los estándares establecidos. Como se menciona en las tareas, es responsabilidad del encargado de diseño confirmar cuál de los productos prueba se valida como producto final.

4.2 TAMAÑO DEL BOLSO

El tamaño es una de las características más importante en la propuesta; debido a que es el primer detalle que se observa en la elección de un bolso, y para asegurar el mismo se expuso la siguiente pregunta:

Gráfica 4: ¿Cuál es tu tamaño de bolso preferido?



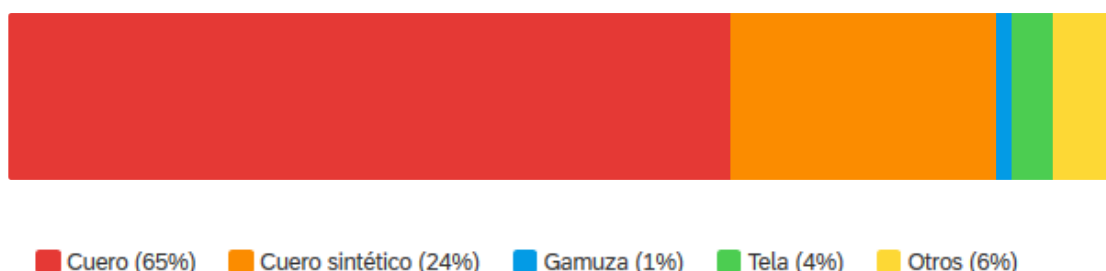
Fuente: Encuesta propia

El tamaño de bolso más utilizado es mediano, alcanzando un 62.74% de mujeres con su uso. Dato que confirma que el bolso V1 será fabricado y personalizado con las siguientes medidas: **25cm de alto, 35cm de largo y 15cm de ancho**; cubriendo la preferencia de tamaño elegido.

4.3 MATERIAL DEL BOLSO

Los bolsos en el mercado son fabricados con distintos materiales, partiendo desde telas sintéticas, hasta piel de animales exóticos; sin embargo, para reafirmar el material idóneo para el segmento objetivo, se incluye la siguiente pregunta:

Gráfica 5: ¿Cuál es tu material favorito en un bolso?”



Fuente: Encuesta propia

Con un 65%, el material favorito es el cuero, y alcanzando un 24% viene la cuerina o cuero sintético. Para decidir el material a utilizar, se realizó una cotización de ambas opciones (entrega Guatemala) a distintos proveedores; obteniendo la siguiente matriz de decisión:

Material	Precio	Palettería & sintéticos Carolina	Peletería el Quetzal	Peletería San José	Comercila y peletería la bendición	Cuerinas & Tapices
Cuero Crazy Horse	Precio regular (9 pie2=1 yarda)	Q207	Q198	Q225	-	-
Cuero Crazy Horse	Precio mayoreo (9 pie2=1 yarda)	Q200	Q195	Q215	-	-
Cuerina	Precio regular (yarda)	Q42	-	-	Q40	Q42
Cuerina	Precio mayoreo (yarda)	Q41	-	-	Q36	Q39

Tabla 3: Cotización materia prima

Se concluye que para cuero la empresa elegida es peletería El Quetzal y para cuerina peletería La Bendición. No obstante; es notoria la diferencia en costo entre ambas propuestas; razón que limita la posibilidad de cuero para el bolso V1; y se concluye que la cuerina será el material elegido.

4.4 CUERPO

Como componente principal, el cuerpo tendrá un tamaño mediano y estilo tipo doctor; este estilo elegido por su ideal rigidez de adaptar distintos accesorios sin perder forma. El cuerpo tendrá un interior de tela que incluirá 1 set de bolsas internas, 2 compartimientos regulares y un compartimiento con zipper.

Como variantes se eligieron los 4 colores más utilizados por las mujeres por su ideal combinación:

- Café(C1)
- Gris(C2)
- Negro(C3)
- Gena(C4)

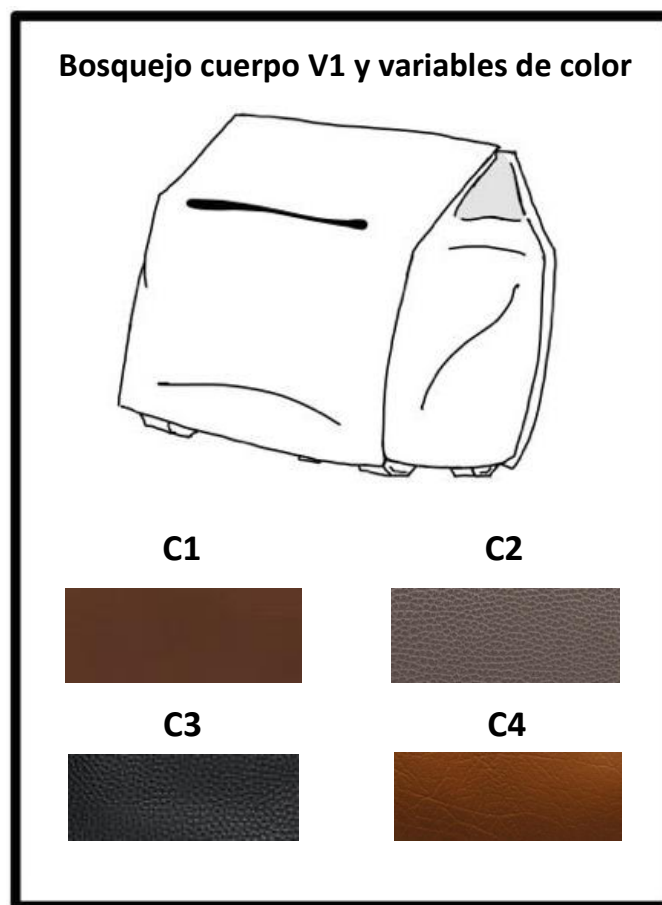


Figura 7: Bosquejo cuerpo bolso V1

4.4 ACCESORIOS

Al ser la modularidad, la principal característica del bolso debe detallarse desde el inicio el lanzamiento de cada accesorio; sin tomar en cuenta futuros diseños limitados o exclusivos que se lancen según la época. Para ello surgen lluvias de ideas con el equipo de diseño, determinando cuáles serían los accesorios principales que ayuden con ese exitoso lanzamiento, manteniendo estética y uso constante de las mujeres, pero cuyo valor agregado sea principalmente la funcionalidad.

Los accesorios disponibles para combinar con el cuerpo serán los siguientes:

Accesorio	Diseños especiales	Colores	Tipo
Asa de mano	2	6	Indispensable
Asa de hombro	-	4	Opcional
Solapas	3	4	Indispensable
Refuerzos de base	-	2	Indispensable
Base tipo extensión	-	4	Opcional
Bolso lateral tipo Clutch	4	6	Opcional
Tapa lateral	4	6	Indispensable

Tabla 4: Detalle accesorios

Estos accesorios se eligieron en base al concepto de practicidad que se quiere transmitir con el bolso; es una combinación entre accesorios indispensables intercambiables para cambiar completamente el estilo del bolso y accesorios opcionales que agreguen nuevas funciones al mismo; permitiéndole a ellas explotar su funcionalidad. En total se dispone de 45 distintos accesorios y 4 colores de cuerpo, dando un total de 49 artículos.

Los diseños especiales serán elaborados por tiempo limitado y se fabricarán pocas cantidades para transmitir exclusividad; diseños que se adaptarán a la época del año (por ejemplo, navidad) y distintas tendencias de moda. Mientras que los colores serán variantes de un mismo diseño estándar, que como mínimo tendrán los 4 colores elegidos para el cuerpo y algunos colores adicionales combinables, así se puede obtener un bolso completo del mismo color.

4.5 ADAPTADORES

Debido a que la modularidad es la principal característica del bolso, los adaptadores son la pieza fundamental del producto, y se propone su diseño con 3 principales primicias:

1. Ser la principal barrera de entrada de cara a la competencia con un diseño exclusivo.
2. Asegurar un funcionamiento óptimo.
3. Facilitar el cambio de accesorios para el usuario.



Figura 8: Concepto adaptador tipo rectangular

Como se observa en la figura 8, los adaptadores han sido diseñados con el fin de ser fabricados a medida por la empresa SMG S.A, ubicada en la zona 17 de la ciudad de Guatemala; especialista en elaborar artículos de acero inoxidable magnéticos y cuenta con maquinaria especializada para su producción. Dichos adaptadores tendrán una fuerza magnética cercana a los 4,000 gauss en los imanes para que su atracción al estar cerca sea lo suficientemente fuerte que asegure su agarre durante el uso; sin embargo, el imán no es suficiente para mantener anclados al bolso los accesorios (peso) y por ello se añadió un botón a presión que asegure el funcionamiento correcto de los accesorios incluso cuando el bolso tenga peso.

Para estos adaptadores se requiere comprar una prensa manual (CEMACO o NOVEX), ya que la idea es que lo coloque nuestra empresa y no las talabarterías. Esta prensa manual debe de tener al menos 200kg de capacidad para que las dos piezas de los adaptadores queden sujetas correctamente.

4.6 EMPAQUES

Para la entrega del producto el empaque debe transmitir “calidad”; sin que este aumente significativamente el precio final. Por lo anterior se realizó una investigación de los distintos empaques a utilizar y descartar entregar el bolso V1 en bolsa plástica como algunas marcas lo hacen.

Evaluando finalmente las opciones que se tienen de cajas; se eligió el uso de cajas de cartoncillo; este tipo de cajas permiten pintarlas de cualquier color y serigrafiarles cualquier mensaje que se desee transmitir al entregar el producto y al tacto tienen una sensación de alta calidad.

Con la elección del empaque finalizada, se realiza la búsqueda de la empresa para su elaboración; y la única que cumple con la calidad de serigrafado que se necesita es ClickPrint Guatemala.

Todas las empresas contaban con cajas de calidad muy similares, pero esta empresa sobresalía del resto respecto al producto final y el precio de cajas competitivo.



Figura 9: Ejemplo empaque

El tener empaques como el de la figura 9 permite impresión de nuestro logo con una frase que defina el valor que deseamos que los clientes perciban de nuestra propuesta de valor en su producto y podrán posterior guardar en ellas el producto evitando daños.

4.7 PRODUCCIÓN

Para disminuir la inversión inicial y simplificar la fabricación de los productos, estos procesos serán tercerizados. Se decide realizar la fabricación de productos a través de 3 empresas; 2 talabarterías, que se encargarán de fabricar el cuerpo y los accesorios por separado, para evitar un posible plagio y la fábrica de imanes que producirá los adaptadores, como se mencionó previamente.

Se realizó una búsqueda de talabarterías que fabriquen este tipo de productos en grandes cantidades, a las cuales se les envió un diseño básico de asas y cuerpo para que realizaran una cotización de costo de producción unitario y al por mayor, dando el siguiente resultado:

Pieza	Costo	Bolsos Hibi	Makario's Artesanos	Mambatz piel	Proveed ora
Cuerpo	Costo regular	Q100	Q115	Q100	Q100
Asas de mano	Costo regular	Q30	Q50	Q35	Q35
Cuerpo	Costo mayoreo	Q90	Q110	Q90	Q95
Asas de mano	Costo mayoreo	Q25	Q47	Q30	Q30

Tabla 5: Cotización fabricación de piezas

En la tabla se observa similitud de precios en todos los proveedores, por lo que se revisó el trabajo que estas empresas no solo en sitio sino en sus tiendas virtuales; el objetivo es asegurar su cumplimiento en calidad requerida.

Los dos proveedores elegidos están resaltados en color bronce y están ubicados en la ciudad de Guatemala, disminuyendo costos de recolección de productos.

Ahora bien, con la fabricación de accesorios y cuerpos, se tendrá todo el proceso listo para que en conjunto con adaptadores y empaques se asegure la venta y el cliente tenga la mejor experiencia con la empresa.

4.7.1 TAMAÑO DE MERCADO

El tamaño de producción es un sugerido basado en la demanda que se pudo observar anteriormente, pero que responde a la cantidad de personas llamadas "early adopters", que pueden mostrar interés sobre el producto y adquirirlo sin necesidad de conocer alguna experiencia previa de compra en esta etapa de

lanzamiento. El porcentaje por considerar (early adopters) es un 20% del mercado objetivo y el tamaño a proponer de producción es el siguiente:

Pedido inicial de 525 unidades		
	Pedidos mínimos	Pedido sugerido
Cuerpo	12	65
Asa de mano	50	125
Asa de hombro	50	35
Solapas	25	65
Refuerzo de base	25	25
Base tipo extensión	12	50
Bolso externo	12	100
Refuerzo lateral	50	60
Adaptadores	200	2100
Empaques	100	368
Yardas de cuerina	25	300

Tabla 6: Pedido etapa de lanzamiento

Con la producción sugerida se propone llegar al menos a 65 clientes, que en promedio compren 8 accesorios cada uno (adquirir asas, refuerzos laterales) con el fin de personalizar su bolso.

4.8 COMERCIALIZACIÓN:

4.8.1 ESTRATEGIA

La estrategia de comercialización será por diferenciación, en este caso nuestro objetivo es crear nuestro propio océano azul y presentar a nuestros clientes el valor agregado de exclusividad, practicidad y personalización del producto.

A través de videos e imágenes publicitarias, se transmitirá la idea de un nuevo concepto que cambiará la forma en que se utilizaban los bolsos hasta el día de hoy.

Con adaptadores creados por nosotros; se desean crear barreras de entradas que eviten la compatibilidad de nuestros productos con imitaciones o productos similares.

Además, se busca establecer una relación cercana con el fin que pertenezcan a una comunidad exclusiva de artículos diferenciadores y de calidad; así mismo obtener retroalimentación directa de ellas para mejorar constantemente nuestros

productos o crear nuevos que suplan sus necesidades transmitidas (queremos que se sientan escuchadas).

El negocio se basa mayormente en línea, sin tener una tienda física de momento, pero presentando la opción de llevar a casa el producto.

La estrategia se enfoca en hacer notar que la compra del cuerpo V1 es solamente el primer paso, pero que desde ese momento se vivirá una experiencia interesante al crear con distintos accesorios, a un costo accesible, un bolso completamente diferenciado y personalizado manteniendo la sensación de haber adquirido siempre uno nuevo sin hacer un gasto fuerte.

Con esto se cumple el objetivo primordial de subir a los clientes por la escalera de valor, transmitiendo que el valor que obtiene del producto es mayor al que paga y así fidelizar su compra de accesorios constantemente generando ventas recurrentes.

4.8.2 CANALES

Nuestros canales de comunicación serán foros de moda, una página en cada una de las redes sociales (se realizarán todas las campañas de marketing y será la principal vía de publicidad y comunicación) y nuestro sitio web, para tener una comunicación directa y constante con los clientes.

El canal de venta será a través de un sitio web creado en una plataforma llamada Shopify (Figura 10), que presta las siguientes herramientas para crear una solución profesional de comercio electrónico:

- Creación, personalización y configuración de sitio web.
- Soporte y respaldo del sitio en la nube.
- Organización de productos ilimitados
- Pagos con tarjeta de crédito
- Cuentas para empleados y cuentas para dueños
- Rastreo y manejo de pedidos.
- Atención al cliente personalizada y automática.
- Interacción con redes sociales.

- Certificado de compra segura en línea.
- Manejo de inventario en mínimo 5 sucursales o almacenes distintos.

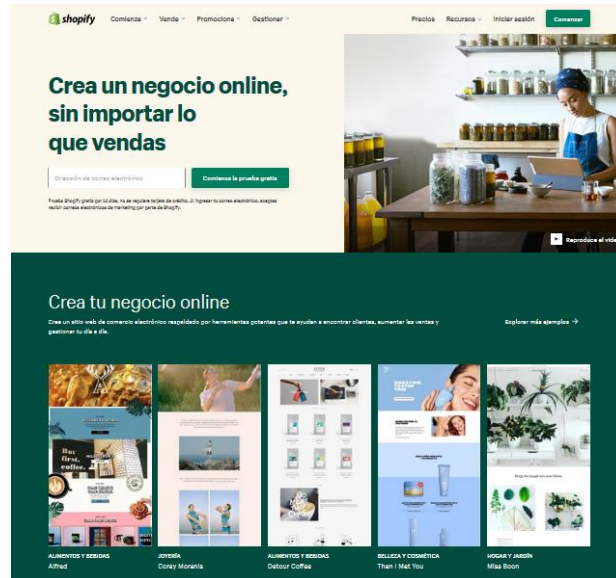


Figura 10: shopify.com/ (2020). Interfaz principal Shopify. (2020). Recuperado 26 de enero de 2020, de Shopify website: <https://es.shopify.com/>

Creando un sitio web profesional como lo permite la plataforma Shopify se obtienen todas las herramientas necesarias para manejar un negocio como el propuesto; adicional, promocionar nuestros productos a través de las redes sociales, se tendrá la estrategia correcta para lanzar en la ciudad de Guatemala el bolso v1 de manera exitosa.

4.8.3 ENTREGA DE PRODUCTO

El servicio de entrega se subcontratará con un repartidor que deberá identificarse con la marca y utilizar una mochila de envío que nosotros proporcionaremos para asegurar la protección del producto, tiempo correcto de entrega y experiencia correcta con el cliente.

El envío cambia si el cliente desea tener una experiencia más profunda con los productos y elige que lo visitemos; llevando en un vehículo más grande una opción de cada producto para proporcionar una mejor experiencia, aumentar las

probabilidades de venta y familiarizar más a los clientes con los productos, eliminando la desconfianza de comprar solamente en línea en sus próximas interacciones. Esta opción se dará solamente si el cliente está registrado con nosotros y dentro de ciertas zonas de la capital, para disminuir el peligro de estafa o robo.

4.9 FLUJO DE PROCESOS

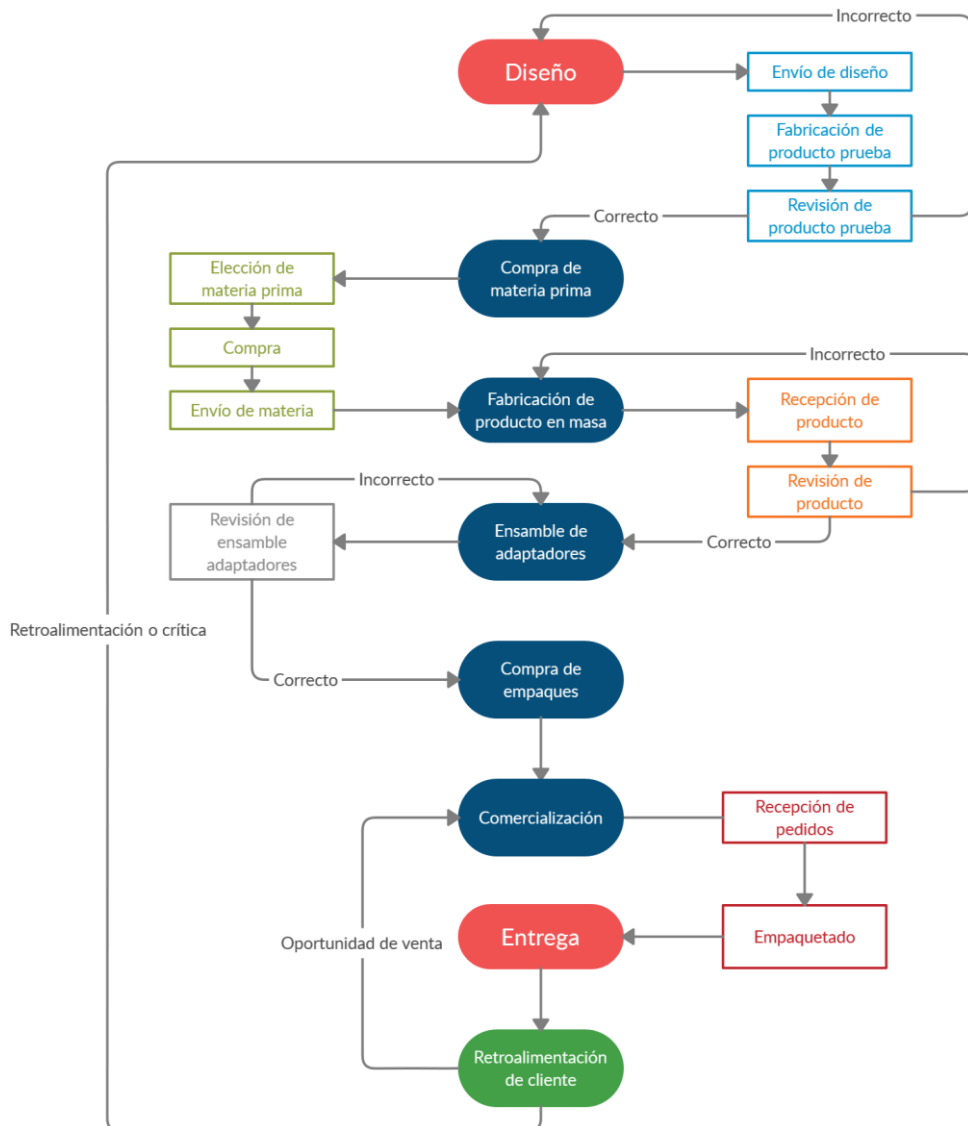


Figura 11: Diagrama de flujo de proceso completo

En este flujo muestran los pasos que debe dar la empresa, no solo para vender, sino para asegurar la calidad final del producto y experiencia del cliente.

Cuando nos adentremos al estudio organizacional, se detallarán quiénes serán los encargados de cada uno de estos procesos.

5. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

5.1 ORGANIGRAMA

La empresa presenta una operación de 6 personas, con una organización vertical, que se enfoca en eficientizar los procesos que no son subcontratados; diseño, comercialización y logística.

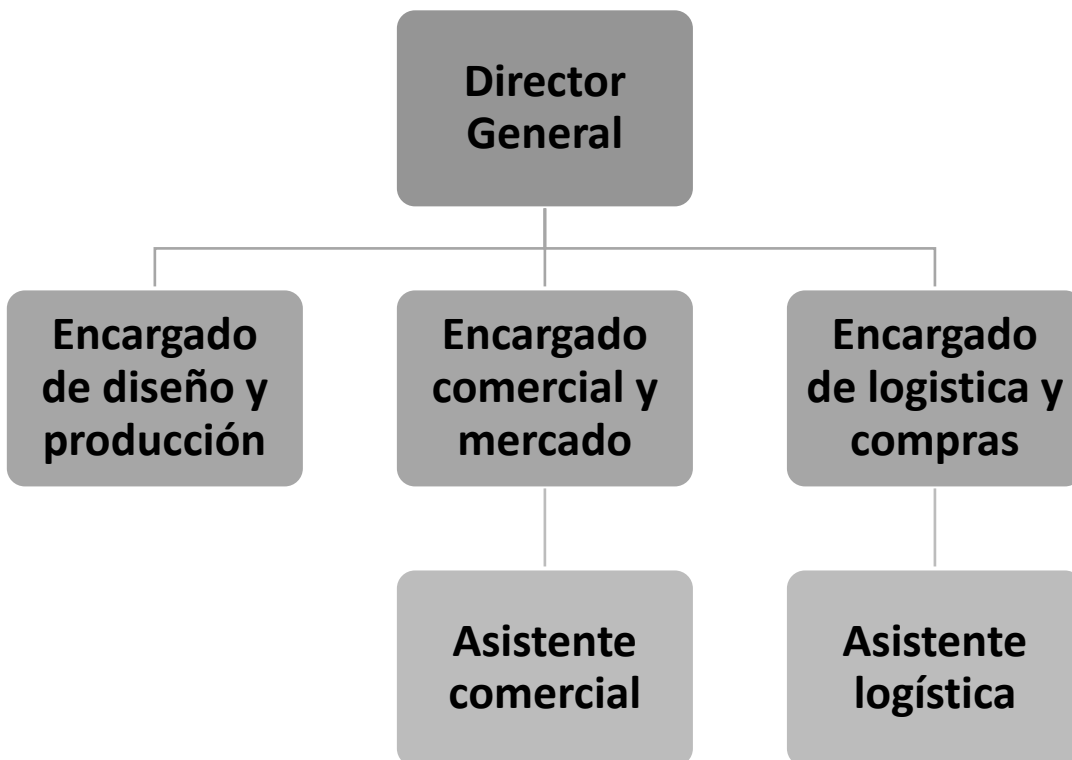


Figura 12: Estructura empresa.

El ser un proyecto completamente nuevo que terceriza gran parte de sus procesos principales como se detalló en el estudio técnico; permite tener una organización pequeña. Cada uno de estos puestos tiene a su cargo procesos fundamentales para el éxito del proyecto, que pueden adaptarse a distintos contextos según lo demande el mercado y así aprovechar la flexibilidad que nos permite el tamaño de la empresa.

5.1.2 RESPONSABILIDADES PUESTOS PRINCIPALES

- Gerente general:
 - Conducir el equipo con base a la estrategia de la empresa.
 - Planificar, liderar y supervisar las actividades de la empresa.
 - Establecer los objetivos de la empresa.
 - Motivar y mediar entre los distintos equipos de trabajo.
 - Tomar decisiones críticas.
 - Administrar los recursos de la empresa.
 - Asegurarse de que todos los equipos cuenten con las herramientas necesarias para lograr los objetivos.
- Encargado de diseño y producción:
 - Diseñar los productos
 - Elegir los materiales para producción.
 - Asegurar el funcionamiento de los productos diseñados.
 - Asegurar la calidad deseada de los productos finalizados.
 - Asegurar el diseño y calidad de empaques
- Encargado comercial y mercadeo:
 - Establecer la estrategia comercial y de mercadeo de la empresa.
 - Manejar los canales de comunicación con clientes.
 - Manejar las redes sociales de la empresa.
 - Manejar y supervisar la publicidad de la empresa.
 - Asegurar el alcance de las metas.
 - Administrar el presupuesto de marketing y ventas.
- Encargado de logística y compras:
 - Manejar los proveedores.
 - Encargarse de las compras de la empresa.
 - Analizar periódicamente los precios de materias primas.
 - Controlar la calidad de materias primas y componentes.
 - Manejo de stock en tiempo real.
 - Manejo de almacenaje y bodega
 - Asegurarse de la entrega correcta y en tiempo de productos.

La organización promueve la comunicación y apoyo horizontal, combinando funciones para cumplir cada una de las metas de manera más eficiente, mediante el uso de metodologías ágiles, eliminando las barreras burocráticas y el interés se centra exclusivamente en sacar adelante el proyecto con éxito.

A futuro el crecimiento objetivo es poder transformar procesos tercerizados en propios y aumentar la cantidad de personas en cada área; según este avance llegue a la empresa, la organización crecerá en personal o áreas mediante una organización tipo funcional.

5.2 REQUISITOS LEGALES

Para la inscripción legal de la empresa, debemos abocarnos al Código de Comercio de Guatemala, el cual en el decreto Número 2-70, artículo 332 faculta al Registro Mercantil General de la República para ser el ente encargado de realizar la inscripción y en el artículo 334 detalla lo siguiente:

Es obligatoria la inscripción en el Registro Mercantil jurisdiccional

1. De los comerciantes individuales que tengan un capital de dos mil quetzales o más.
2. De todas las sociedades mercantiles
3. De empresas y establecimientos mercantiles comprendidos dentro de estos extremos.
4. De los hechos y relaciones jurídicas que especifiquen las leyes
5. De los auxiliares de comercio.

Es importante mencionar que previo a la inscripción de una Empresa Mercantil, se debe realizar la Inscripción de la Sociedad, en este caso una Sociedad Anónima, para que se pueda cumplir con varios de los requisitos que requiere el Registro Mercantil para la Inscripción de la Empresa.

5.3 CONSTITUCIÓN DE UNA SOCIEDAD ANÓNIMA

Una vez se establezca quienes serán los accionistas de la sociedad, se prepara toda la información de los involucrados para completar los siguientes pasos:

1. Apertura de cuenta bancaria
2. Acta Notarial de nombramiento del representante y testimonio de escritura de constitución de sociedad
3. Solicitar inscripción provisional de sociedad, nombramiento de representante legal e inscripción de empresa
4. Publicación del edicto de la sociedad
5. Autorización y habilitación de libros
6. Patente de Sociedad y empresa
7. Obtener facturas
8. Registro en el seguro social e inscripción patronal

1. Descargar y llenar en la página del Registro Mercantil www.registromercantil.gob.gt 2 originales de la Solicitud de Inscripción de Sociedades Anónimas Mercantiles ante la Superintendencia de Administración Tributaria y El Registro Mercantil SATRM-02 (Adjunto Formulario).

2. Si el capital autorizado de la sociedad a inscribirse es menor a Q 499,999.99, no paga arancel en: inscripción de la sociedad, inscripción de la primera empresa de la sociedad e inscripción del primer representante legal. Si el capital autorizado es de Q 500,000.00 o más, debe pagar un arancel del 8.50 por millar, que no excederá de Q 40,000.00, en la ventanilla de Banrural del Registro Mercantil, cualquiera de sus agencias o bien, en línea. En nuestro caso no debemos pagar arancel ya que el capital autorizado es menor a Q. 500,000.00.

Pero si debemos pagar lo siguiente:

- Q 30.00 por edicto para publicación de la inscripción de la sociedad
- Q 200.00 por publicación del edicto en la sección electrónica Edictos de la página www.registromercantil.gob.gt.

3. Presentar en la ventanilla de Sociedades Nuevas del Registro Mercantil un folder tamaño oficio con pestaña, con lo siguiente:

- Originales de la solicitud SATRM-02, impresas en hojas de papel bond tamaño oficio, en las que se haya consignado toda la información requerida en ellas, firmadas por el solicitante.
- Por ser un capital autorizado menor a Q. 500,000.00 únicamente se deben presentar los recibos de pago del edicto y de la publicación de este.
- Testimonio original de la escritura pública de constitución de sociedad y un duplicado debidamente firmado, sellado y numerado por el notario.
- Acta original del nombramiento del representante legal nombrado en la escritura constitutiva de la sociedad y duplicado de la misma.
- Original y fotocopia simple del documento de identificación del representante legal (DPI o pasaporte).

El expediente es calificado por el Departamento Jurídico. Si todo está correcto y conforme a la ley, se remite al delegado de la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT- en el Registro Mercantil para que asigne Número de Identificación Tributaria -NIT- a la sociedad. Si no hay motivos de suspensión, se inscribe la sociedad, se emite el edicto que se publicará una vez en la sección electrónica Edictos de la página www.registromercantil.gob.gt, se inscribe el nombramiento del representante legal y se razona el testimonio de la escritura.

4. En la ventanilla de Sociedades Nuevas se entrega al interesado el nombramiento del representante legal con su razón de inscripción:

- La constancia de inscripción de la sociedad en el Registro Unificado Tributario.
- El testimonio de la escritura constitutiva de la sociedad, con la razón de inscripción en el Registro Mercantil.
- Las patentes de sociedad y empresa.

Si se hubieren aportado bienes inmuebles o muebles identificables (incluyendo empresas mercantiles), deberá presentarse ante el Registro Mercantil la documentación que demuestre el efectivo traspaso de dominio de dichos bienes

en un término de 3 meses, los cuales podrán prorrogarse por 3 meses más a petición del interesado.

5. Cuando entreguen en la ventanilla de Sociedades Nuevas los documentos, se debe revisar cuidadosamente cada uno de ellos, verificando que los datos consignados sean los correctos y luego:

- Adherir Q 200.00 de timbres fiscales en la patente de comercio de Sociedad.
- Adherir Q 50.00 de timbres fiscales en la patente de comercio de empresa.

6. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

El material que se utilizará para la fabricación del bolso V1 será “La Cuerina” (cuero ecológico); sustituto sintético que viene ganando popularidad y da paso a no optar por otro de origen animal como el cuero convencional. Lo importante de su elección como material para el bolso, es que genera un menor impacto negativo en el medio ambiente, asegurando que su uso no está vinculado a la industria ganadera y no proviene de animales.

Adicional; se han considerado factores ambientales que podrían verse afectados con la producción de cuerina según elección de lugar de compra (fabricación de material):

- Suelo: área geográfica en donde se llevará a cabo el proceso de diseño y confección. Abarcando un área específica del suelo, donde estará la maquinaria y el equipo de colaboradores.
- Agua: recurso que deberá emplearse durante el proceso de confección de bolsos, lavado de maquinaria y necesidad básica del ser humano.
- Aire: debido a la ocupación de área determinada, donde se tendrá maquinaria que genere ruido y un grupo de personas que se mantengan por un tiempo determinado en el mismo sitio.
- Flora: no afectado por el proceso.
- Fauna: no afectado por el proceso.
- Recursos naturales:

Podemos determinar que el proceso de diseño y confección de bolsos modulares generará un impacto positivo en la economía del lugar donde se lleve a cabo el proceso de ejecución; ya que abran oportunidades de empleo e inversión.

		Acciones que causen impacto			
		Diseño	Corte	Pegado	Costura
Componentes ambientales	Ambiente físico		X	X	
	Ambiente biótico				
	Comunidad			X	
	Economía	X	X		X

Matriz Leopold - Cuerina

Sin embargo; las acciones de corte y pegado, afectan el ambiente físico ya que algunos de los materiales pueden ser dañinos para realizar cortes manuales o con maquinaria, no dejando a un lado el tipo de pegamento que utiliza. Por ello se consultará y asegurará que su uso no sea dañino para el medio ambiente.

Es importante mencionar que en todo momento se validarán las siguientes acciones y procedimientos a desarrollar:

- Medidas de prevención
- Medidas de mitigación (quejas de la comunidad y/o demoras en procesos); por impactos que conlleve cada etapa (diseño, corte y confección).
- Vigencia en licencias con el fin de contar con un documento oficial extendido por la DIGARN en donde se certifique el cumplimiento del procedimiento administrativo del instrumento ambiental presentado, y el inicio del cumplimiento de los compromisos determinados en la resolución final.
- Cumplimiento de programas para el mantenimiento adecuado de equipo.
- Garantizar condiciones óptimas de higiene, salud y seguridad para trabajadores que formen parte de cualquier empresa a contratar;
- como algún otro trámite que se requiera.

Cada acción, con el propósito primordial de cumplir con el plan de manejo ambiental al 100% en su confección.

7. ESTUDIO FINANCIERO

Con base al estudio técnico, se evalúa financieramente el proyecto, y se determina si es una inversión viable y si los márgenes proyectados a futuro alcanzan el porcentaje de ganancia que esperan los inversionistas.

7.1 INVERSIÓN INICIAL

7.1.1 INVERSIONES INICIALES

Las inversiones iniciales serán bajas, debido a que se tercerizan los procesos de fabricación; eliminando la necesidad de invertir en una planta de producción y comprar maquinaria. Para el equipo operativo, es suficiente con una ofibodega que permita administrar el negocio, tener un espacio de ensamblaje y empaçado, además del área para almacenar los productos.

Se detallan a continuación las compras de mobiliario iniciales, los gastos operativos iniciales y los gastos legales:

Inversiones iniciales				
Uni.	Descripción	Tipo	Costo unitario	Total
7	Portatil HP 14-V006LA, Procesador A8-6410, RAM 4GB, Disco duro 500GB	Inversión fija	Q4.500,00	Q31.500,00
2	Prensa manual de banco 2000N 200KG TOOLCRAFT	Inversión fija	Q2.280,00	Q4.560,00
1	Impresora multifuncional , wifi, resolución hasta 5760 X 1220	Inversión fija	Q1.899,00	Q1.899,00
3	Huawei Y5P Liberado	Inversión fija	Q849,00	Q2.547,00
4	Escritorio de madera aglomerada y melamina (140X50X76 cm)	Inversión fija	Q1.100,00	Q4.400,00
2	Módulo de escritorios con archivo, madera aglomerada y melamina	Inversión fija	Q1.500,00	Q3.000,00
7	Silla air bid con soporte lumbar	Inversión fija	Q600,00	Q4.200,00
7	Material de oficina	Inversión fija	Q150,00	Q1.050,00
7	Basurero	Inversión fija	Q35,00	Q245,00
2	Archivo metálico de 4 gavetas	Inversión fija	Q975,00	Q1.950,00
1	Circuito de 4 camaras y grabador	Inversión fija	Q2.300,00	Q2.300,00
1	Depósito renta ofibodega	Inversión fija	Q6.500,00	Q6.500,00
1	Trámites legales para constitución de empresa	Gastos de organización	Q7.500,00	Q7.500,00
1	Honorarios abogado	Gastos de organización	Q5.000,00	Q5.000,00
Total				Q76.651,00

Tabla 7: Inversiones iniciales

Se detalla un equipo básico para los 7 trabajadores fijos que van desde escritorios y computadores, hasta herramientas para ensamble de adaptadores. Este equipo es el necesario si se desea tener operaciones centralizadas, ya que podría optarse por un trabajo remoto del área administrativa para disminuir costos.

7.1.2 GASTOS OPERATIVOS MENSUALES

Como principal gasto fijo mensual se tiene la nómina, que como se detalló con anterioridad, cuenta con 6 trabajadores bajo contrato y se define a continuación:

Puesto	Salario base	Bonificación Incentivo (Decreto 78-89)	IGSS	IRTRA	INTECAP	Aguinaldo (Decreto 76-78)	Bonificación Anual (Decreto 42-92)	Vacaciones	Salario Mensual Unitario	Cantidad	Salario Mensual Total
Gerente general	Q 9.750,00	Q 250,00	Q 1.040,33	Q 97,50	Q 97,50	Q 812,50	Q 812,50	Q 400,68	Q 13.261,01	1	Q 13.261,01
Encargado diseño	Q 7.250,00	Q 250,00	Q 773,58	Q 72,50	Q 72,50	Q 770,83	Q 770,83	Q 380,14	Q 10.340,38	1	Q 10.340,38
Encargado comercial	Q 7.250,00	Q 250,00	Q 773,58	Q 72,50	Q 72,50	Q 312,50	Q 312,50	Q 154,11	Q 9.197,68	1	Q 9.197,68
Encargado logística	Q 5.500,00	Q 250,00	Q 586,85	Q 55,00	Q 55,00	Q 229,17	Q 229,17	Q 113,01	Q 7.018,20	1	Q 7.018,20
Asistente comercial	Q 2.825,00	Q 250,00	Q 301,43	Q 28,25	Q 28,25	Q 229,17	Q 229,17	Q 113,01	Q 4.004,27	1	Q 4.004,27
Asistente logística	Q 2.825,00	Q 250,00	Q 301,43	Q 28,25	Q 28,25	Q 229,17	Q 229,17	Q 113,01	Q 4.004,27	1	Q 4.004,27
Total mensual											Q 47.825,82
Total Año											Q 573.909,83

Tabla 8: Nómina empresa.

Con la nómina se tiene un gasto fijo anual de Q573,909.83, incluyendo prestaciones, el cual debemos tomar en cuenta para asegurar que nuestros precios y gastos nos permitan tener un margen que supere el punto de equilibrio y el costo de oportunidad.

Al tener la nómina fija mensual, procedemos a detallar los gastos mensuales, dentro de los cuales incluimos una Ofibodega en el Complejo Altanez, ubicado en el km. 16,5 carretera a San José Pinula; este complejo presenta la mejor relación costo beneficio cuando se evalúa el costo de renta, frente a los beneficios que presentan en seguridad, tamaño, servicios esenciales y ubicación.

Gastos mensuales	
Descripción	Precio
Renta de ofibodega complejo Altanez fraijanes 100 metros cuadrados	Q8.500,00
Cuota mantenimiento ofibodega(Incluye servicio de agua y basura)	Q750,00
Insumos ofibodega	Q500,00
Servicios de electricidad	Q400,00
Servicio de teléfono e internet	Q499,00
Nómina	Q47.825,82
Subcontrato contabilidad	Q1.500,00
Publicidad redes sociales	Q8.400,00
Pago Shopify(Plataforma de venta) mensual	Q1.100,00
Total	Q69.474,82

Tabla 9: Gastos operativos mensuales

En esta tabla se observan todos los gastos fijos que incluyen además de los datos mencionados anteriormente, pago de plataforma de venta, publicidad y servicios básicos, etc.

7.1.3 PEDIDO SUGERIDO INICIAL

Se propone realizar dentro de la inversión inicial un pedido que represente el 25% del tamaño del mercado; con esto se cubre cualquier pedido que se realice en el proceso de penetración de mercado y al mismo tiempo evaluar cuáles serán los productos con mayor demanda.

Pedido inicial de 525 unidades				
	Pedidos mínimos	Pedido sugerido	Costo unitario	Total
Cuerpo	12	65	Q90,00	Q5.850,00
Asa de mano	50	125	Q25,00	Q3.125,00
Asa de hombro	50	35	Q30,00	Q1.050,00
Solapas	25	65	Q40,00	Q2.600,00
Refuerzo de base	25	25	Q15,00	Q375,00
Base tipo extensión	12	50	Q90,00	Q4.500,00
Bolso externo	12	100	Q70,00	Q7.000,00
Refuerzo lateral	50	60	Q15,00	Q900,00
Adaptadores	200	2100	Q1,50	Q3.150,00
Empaques	100	368	Q12,00	Q4.416,00
Yardas de cuerina	25	300	Q36,00	Q10.800,00
Transporte producto a bodega		2	Q3.500,00	Q7.000,00
			Total	Q50.766,00

Tabla 10: Costo pedido inicial de materiales

Se establece un pedido de 525 unidades, que permita vender 65 cuerpos y mantener la capacidad de que cada comprador de 1 cuerpo tenga la posibilidad de comprar hasta 8 accesorios con entrega inmediata.

Dato que se establece en base a la estrategia de personalización que se quiere transmitir a clientes con el fin de asegurar vender bastantes accesorios a cada uno que adquiriera un cuerpo, fomentando así que compren los accesorios que se vayan lanzando continuamente.

Adicional se detalla en la siguiente tabla el pedido necesario para cubrir 1050 artículos, equivalentes al 50% de la proyección de ventas calculada, como el pedido mensual que debemos realizar.

Para un pedido de esta magnitud los proveedores tomarían 3 semanas en fabricar luego de confirmación de diseño final y recibir en fábrica la materia prima para su desarrollo.

Pedido a proveedores mensual				
	Pedidos mínimos	Pedido sugerido	Costo unitario	Total
Cuerpo	12	125	Q90,00	Q11.250,00
Asa de mano	50	250	Q25,00	Q6.250,00
Asa de hombro	50	75	Q30,00	Q2.250,00
Solapas	25	125	Q40,00	Q5.000,00
Refuerzo de base	25	50	Q15,00	Q750,00
Base tipo extensión	12	100	Q90,00	Q9.000,00
Bolso externo	12	200	Q70,00	Q14.000,00
Refuerzo lateral	50	125	Q15,00	Q1.875,00
Adaptadores	200	4200	Q1,50	Q6.300,00
Empaques	100	735	Q12,00	Q8.820,00
Yardas de cuerina	25	525	Q36,00	Q18.900,00
Transporte producto a bodega		3	Q3.500,00	Q10.500,00
Total				Q94.895,00

Tabla 11: Costo pedido mensual proyectado

Notorio el beneficio en costos de hacer un pedido de esta magnitud, ya que el costo de transporte sigue siendo el mismo en comparación al pedido inicial; esto se debe a que el tamaño del camión utilizado es el mismo.

7.1.4 TOTAL INVERSION INICIAL

Como inversión inicial se presentan los gastos iniciales, una proyección de 6 meses de gastos administrativos sin ganancias mientras se posiciona el producto y el costo del primer pedido sugerido de 525 unidades.

Inversión inicial	
Gastos iniciales	Q76.651,00
Gastos mensuales para 6 meses	Q416.848,92
Costo pedido sugerido inicial	Q50.766,00
Total	Q544.265,92

Tabla 12: Inversión inicial total

Para ejecutar el proyecto se requiere una inversión inicial de Q544,265.92; monto significativo que debemos de analizar a detalle para confirmar si es una inversión viable o la ganancia ni siquiera supera el costo de oportunidad.

7.2 ESTADO DE RESULTADOS.

7.2.1 PRECIO DE VENTA

El precio de venta para cada producto fue evaluado según la competencia en el segmento de mercado medio-alto identificado en la oferta. El bolso V1 quiere proyectarse como un producto exclusivo del segmento medio-alto pero manteniendo su compra constante con costos accesibles.

Marca	Segmento	Diferenciación	Rango de precios(Q)
KSTORE	Medio - Bajo	Diseños exclusivos	450 - 800
NINE WEST	Medio - Alto	Diseños exclusivos	700 - 1200
MAKARIO'S BAG	Medio	Diseños artesanales	600 - 900
Thelma Davila	Medio - Alto	Diseños artesanales	800 - 1500
Coco Canela	Medio - Alto	Exclusividad	800 - 1500
Parfois	Medio - Bajo	Diseño	300 - 550

Tabla 13: Rango de precios mercado objetivo

Adicional para confirmar que el precio fuese el correcto financieramente, se evaluó la venta total con estos precios en el estado de resultados para confirmar los márgenes deseados y se obtuvieron los siguientes precios:

Pieza	Precio unitario
Cuerpo	Q500,00
Asa de mano	Q150,00
Asa de hombro	Q200,00
Solapas	Q200,00
Refuerzo de base	Q100,00
Base tipo extensión	Q250,00
Bolso externo	Q200,00
Refuerzo lateral	Q100,00

Tabla 14: Precios finales accesorios

Análisis de la tabla; para formar un bolso simple se debe de hacer la compra de al menos un cuerpo y de unas asas de mano, con un costo total de Q650, que nos ubica en un costo del segmento medio; sin embargo, el cliente obtendría un bolso muy simple que seguramente deseará mejorar con refuerzos laterales o base a un costo accesible de Q100 pero que le permite cambiar por completo el diseño del bolso a un costo total de Q850.

7.2.2 PROYECCIÓN DE VENTAS

Para tener un escenario conservador, se tomarán como ventas mensuales el 50% de la proyección de ventas calculadas en el tamaño del mercado, equivalente a 1050 unidades, obteniendo:

Venta mensual			
Pieza	Pedido sugerido	Precio unitario	Total
Cuerpo	125	Q500,00	Q62.500,00
Asa de mano	250	Q150,00	Q37.500,00
Asa de hombro	75	Q200,00	Q15.000,00
Solapas	125	Q200,00	Q25.000,00
Refuerzo de base	50	Q100,00	Q5.000,00
Base tipo extensión	100	Q250,00	Q25.000,00
Bolso externo	200	Q200,00	Q40.000,00
Refuerzo lateral	125	Q100,00	Q12.500,00
			Q222.500,00
Envío	800	Q20,00	Q16.000,00

Tabla 15: Ventas de 1050 unidades

Los ingresos totales por ventas son Q222,500.00 con un gasto de envío por Q16,000 debido a que se tercerizan los mismos y no se cuenta con un repartidor propio; sin embargo, se podría evaluar en un futuro tener un repartidor propio que disminuya ese gasto mensual. El gasto de envío será incluido como parte de los gastos administrativos mensuales para futuros gastos.

7.2.2 CÁLCULO ESTADO DE RESULTADOS

Para realizar la evaluación financiera completa, necesitamos un estado de resultados que nos confirme con los datos obtenidos anteriormente, si es viable el proyecto y para el cálculo de este se utilizaron los siguientes parámetros:

- Proyección de ventas a 5 años
- Se estima un primer año con un total en ventas equivalente a 8 meses de ventas mensuales proyectadas.
- Crecimiento anual en ventas del 30%, 20%, 15% y 10% respectivamente.

Estado de resultados					
Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	Q1.780.000,00	Q2.314.000,00	Q2.776.800,00	Q3.193.320,00	Q3.512.652,00
Costos de producción	Q759.160,00	Q986.908,00	Q1.184.289,60	Q1.361.933,04	Q1.498.126,34
Utilidad Bruta	Q1.020.840,00	Q1.327.092,00	Q1.592.510,40	Q1.831.386,96	Q2.014.525,66
Gastos administrativos	Q847.697,83	Q886.097,83	Q919.377,83	Q949.329,83	Q972.293,03
Gastos comercialización	Q114.000,00	Q114.000,00	Q114.000,00	Q114.000,00	Q114.000,00
Depreciaciones	Q16.370,67	Q16.370,67	Q16.370,67	Q3.622,00	Q3.622,00
Utilidad operativa	Q42.771,50	Q310.623,50	Q542.761,90	Q764.435,13	Q924.610,62
Gastos financieros	Q24.000,00	Q19.200,00	Q14.400,00	Q9.600,00	Q4.800,00
Utilidad antes de impuesto	Q18.771,50	Q291.423,50	Q528.361,90	Q754.835,13	Q919.810,62
ISR 25%	Q4.692,88	Q72.855,88	Q132.090,48	Q188.708,78	Q229.952,66
Utilidad neta	Q14.078,63	Q218.567,63	Q396.271,43	Q566.126,35	Q689.857,97

Tabla 16: Estado de resultados a 5 años

Al analizar el estado de resultados, notamos que tenemos una utilidad muy baja en el primer año; sin embargo, a medida que pasan los años la utilidad comienza a aumentar y se alcanza un 20% para el quinto año. Tomando en cuenta que este no es un proyecto que se desea terminar o vender en 5 años, podemos asegurar que nuestra ganancia será atractiva a partir de este año y el proyecto da indicios de ser viable. Si se desea tener un mejor margen, el costo de producción sería el punto de inicio, ya que equivale a un 42% de las ventas y se podrían realizar negociaciones con los proveedores aumentando la cantidad de productos por pedido, para disminuir este costo.

Con los costos administrativos se propone una operación híbrida; es decir, parte de los trabajadores deberán de operar desde casa y otra parte desde la ofibodega. Esta ofibodega podría ser una más económica, mientras se llega a un monto de venta mayor que nos permita tener mejores instalaciones operativas.

7.2.3 FLUJOS PROYECTADOS

Tomando los datos del estado de resultados, se desea evaluar la inversión con base a flujos de proyecto y flujos de inversionista, detallando la viabilidad financiera del proyecto con la TIR y el VPN. Para estos flujos se utilizan los siguientes datos:

- Préstamo bancario: Q200,000.00
- Tasa de interés anual: 12% sobre saldos.
- Amortizaciones anuales: Q40,000.00
- Tasa de rendimiento mínima aceptable: 15% (TREMA)
- Régimen sobre utilidades por el 25%, dado que la empresa si tiene costos que pueden ser declarados

7.2.3.1 FLUJOS DE PROYECTO

Para estos flujos de caja, deseamos evaluar la viabilidad sin tomar en cuenta la estrategia financiera.

Flujos proyectados						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		Q1.780.000,00	Q2.314.000,00	Q2.776.800,00	Q3.193.320,00	Q3.512.652,00
Egresos						
Pago a proveedores		Q759.160,00	Q986.908,00	Q1.184.289,60	Q1.361.933,04	Q1.498.126,34
Utilidad bruta		Q1.020.840,00	Q1.327.092,00	Q1.592.510,40	Q1.831.386,96	Q2.014.525,66
Gastos de administración		Q847.697,83	Q886.097,83	Q919.377,83	Q949.329,83	Q972.293,03
Gastos comercialización		Q114.000,00	Q114.000,00	Q114.000,00	Q114.000,00	Q114.000,00
EBITDA		Q59.142,17	Q326.994,17	Q559.132,57	Q768.057,13	Q928.232,62
Depreciaciones		Q16.370,67	Q16.370,67	Q16.370,67	Q3.622,00	Q3.622,00
Utilidad ante de impuestos		Q42.771,50	Q310.623,50	Q542.761,90	Q764.435,13	Q924.610,62
Impuestos		Q10.692,88	Q77.655,88	Q135.690,48	Q191.108,78	Q231.152,66
Utilidad neta		Q32.078,63	Q232.967,63	Q407.071,43	Q573.326,35	Q693.457,97
Depreciaciones		Q16.370,67	Q16.370,67	Q16.370,67	Q3.622,00	Q3.622,00
Inversión inicial	Q544.265,92					
Valor residual						Q100.000,00
Flujo de proyecto anual	-Q544.265,92	Q48.449,29	Q249.338,29	Q423.442,09	Q576.948,35	Q797.079,97
TREMA	15%					
VPN	Q690.981,23				TIR	45,12%

Tabla 17: Flujos de proyecto a 5 años

Como podemos observar en la tabla 17, financieramente el proyecto es viable debido a que el TIR es de un 45,12% y tenemos un VPN de Q690,981.23

7.2.3.1 FLUJOS DE INVERSIONISTA

Para estos flujos de caja, deseamos evaluar el proyecto tomando en cuenta la estrategia de financiamiento elegida por el inversionista. Utilizando un préstamo de Q200,000.00 con amortizaciones anuales a capital de Q40,000.00 y una tasa anual del 12%.

Flujos proyectados de inversionista						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		Q1.780.000,00	Q2.314.000,00	Q2.776.800,00	Q3.193.320,00	Q3.512.652,00
Egresos						
Pago a proveedores		Q759.160,00	Q986.908,00	Q1.184.289,60	Q1.361.933,04	Q1.498.126,34
Utilidad bruta		Q1.020.840,00	Q1.327.092,00	Q1.592.510,40	Q1.831.386,96	Q2.014.525,66
Gastos de administración		Q847.697,83	Q886.097,83	Q919.377,83	Q949.329,83	Q972.293,03
Gastos comercialización		Q114.000,00	Q114.000,00	Q114.000,00	Q114.000,00	Q114.000,00
EBITDA		Q59.142,17	Q326.994,17	Q559.132,57	Q768.057,13	Q928.232,62
Depreciaciones		Q16.370,67	Q16.370,67	Q16.370,67	Q3.622,00	Q3.622,00
Utilidad operacional		Q42.771,50	Q310.623,50	Q542.761,90	Q764.435,13	Q924.610,62
Gastos financieros		Q24.000,00	Q19.200,00	Q14.400,00	Q9.600,00	Q4.800,00
Utilidad antes de impuestos		Q18.771,50	Q291.423,50	Q528.361,90	Q754.835,13	Q919.810,62
Impuestos		Q4.692,88	Q72.855,88	Q132.090,48	Q188.708,78	Q229.952,66
Utilidad neta		Q14.078,63	Q218.567,63	Q396.271,43	Q566.126,35	Q689.857,97
Depreciaciones		Q16.370,67	Q16.370,67	Q16.370,67	Q3.622,00	Q3.622,00
Inversión inicial	Q544.265,92					
Préstamo	Q200.000,00					
Amortización a capital		Q40.000,00	Q40.000,00	Q40.000,00	Q40.000,00	Q40.000,00
Valor residual						Q100.000,00
Flujo de inversionista anual	-Q344.265,92	-Q9.550,71	Q194.938,29	Q372.642,09	Q529.748,35	Q753.479,97
TREMA	15%					
VPN	Q717.346,75			TIR		55,86%

Tabla 18: Flujos de inversionista a 5 años

Confirmamos en la tabla 18, que el proyecto es financieramente viable y más atractivo con esta estrategia de financiamiento teniendo una TIR de un 55,86% y un VPN de Q717,346.75.

8. CONCLUSIONES

El estudio demostró que la fabricación y comercialización del bolso modular V1 en la ciudad de Guatemala es factible comercial, financiera y técnicamente.

Para obtener un margen neto mayor, existe una gran oportunidad de disminuir los costos administrativos mensuales.

Con base al estudio de mercado, podemos asegurar que no existe un producto igual en el país, por lo que es una excelente oportunidad para lanzar el mismo.

Se debe de poner especial énfasis en los adaptadores, ya que técnicamente son la pieza más difícil de fabricar y es indispensable para el óptimo funcionamiento del producto.

En el ámbito legal y ambiental, no existe ninguna restricción o limitante que no se pueda cumplir.

9. BIBLIOGRAFÍA

Reyes, K. (2016, 8 julio). Las mujeres compramos más bolsas que ropa. Recuperado 7 abril, 2020, de <https://elle.mx/moda/2016/06/08/las-mujeres-compramos-mas-bolsas-que-ropa/>

ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DE VESTUARIO Y TEXTILES DE GUATEMALA. (s.f.). Recuperado 27 marzo, 2020, de <http://www.vestex.com.gt/>

Sandoval, R. (2019, 3 mayo). Industria de vestuario en Guatemala creció un 3.5% en exportaciones. Recuperado 27 marzo, 2020, de <https://www.guatemala.com/desarrollo/economia/industria-de-vestuario-en-guatemala-crecio-un-3-5-en-exportaciones.html>

Gamarro, U. (2019, 24 enero). Made in Guatemala: La industria textil nacional vale casi US\$2 mil millones al año. Recuperado 27 marzo, 2020, de <https://www.prensalibre.com/economia/made-in-guatemala-la-industria-textil-nacional-vale-casi-us2-mil-millones-al-ano/>

Sector textil: Una década de buenos números. (2020, 10 febrero). Recuperado 27 marzo, 2020, de https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Sector_textil_Una_dcada_de_buenos_nmeros

VÁSQUEZ, E. (2019, 14 junio). Sector textil: legislación obsoleta limita la generación de empleo. Recuperado 30 marzo, 2020, de <https://elperiodico.com.gt/inversion/2019/06/14/sector-textil-legislacion-obsoleta-limita-la-generacion-de-empleo/>

Tezucún, A. (2019, 10 julio). Capitalistas celebran creación de trabajos precarios. Recuperado 30 marzo, 2020, de <https://www.elsoca.org/index.php/america-central/guatemala/5119-guatemala-convenio-175-de-la-oit-capitalistas-celebran-creacion-de-trabajos-precarios>

asisehace. (s.f.). Recuperado el 9 de septiembre de 2019, de asisehace.gt: <http://asisehace.gt>

comocrearempresaenguatemala. (s.f.). Recuperado el 9 de septiembre de 2019, de comocrearempresaenguatemala.blogspot.com: <http://comocrearempresaenguatemala.blogspot.com>

munigate. (s.f.). Recuperado el 9 de septiembre de 2019, de pot.munigate.com: <http://pot.munigate.com>

Franco, P. (s. f.). Colección [Fotografía]. Paula Franco. <http://www.paula-franco.com/coleccion/>