



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas en la ciudad de Cuenca.”

Trabajo de graduación previo a la obtención de título de:

Ingeniero Comercial

Autores: Elizabeth Sofía Morejón Quezada.

Andrea Verónica Peña Iñiguez.

Director: Eco. Lenin Zúñiga

Cuenca - Ecuador

2010

Dedicatoria

Esta monografía es dedicada a Dios, a mis padres y en especial a mi hija, quienes con su cariño y apoyo supieron ayudarme y guiarme para la culminación de mis estudios.

Att: Elizabeth Morejón Quezada.

Dedicatoria

La presente monografía va dedicada a Dios, quien me ha brindado inteligencia, sabiduría, fortaleza y salud para alcanzar mis objetivos.

A mis padres quienes con su amor y sacrificio diario me dieron su ejemplo con valores y principios desde mi niñez e hicieron posible mi educación en esta prestigiosa universidad.

De igual manera dedico este proyecto a mi hermana, y a mis tíos Patricia y Jaime, quienes me ofrecieron su apoyo incondicional en todo momento.

Att. Verónica Peña Iñiguez.

Agradecimiento

Expresar la gratitud que llevamos dentro, va mas allá de decir simplemente gracias por todo su tiempo y dedicación...

A Dios,

A nuestros padres y hermanos,

Autoridades y profesores de la Universidad del Azuay, y de manera muy especial al Eco. Lenin Zúñiga.

Gracias

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
1 CAPÍTULO I: ESTUDIO DE GENERALIDADES	3
1.1 Descripción de la Empresa.	3
1.1.1 Concepción del negocio	3
1.2 Misión.....	3
1.3 Visión	3
1.4 Principios empresariales.....	3
1.5 Objetivos empresariales.....	4
1.6 Análisis del FODA	4
2 CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	6
2.1 Análisis del producto.....	6
2.1.1 Tipo de producto	6
2.1.2 Unidad de medida del Producto	6
2.1.3 Descripción del Producto	6
2.1.4 Estilo	6
2.1.5 Tallas	7
2.1.6 Colores	8
2.1.7 Horarios.....	8
2.2 Análisis de la demanda.....	9
2.2.1 Cobertura.....	9
2.2.2 Segmento.....	9
2.2.3 Tamaño de la Muestra.....	10
2.2.4 Recopilación de datos.	11
2.2.5 Resultados y conclusiones de la aplicación de encuestas	11
2.2.6 Determinación de la demanda.....	18
2.3 Análisis de la competencia	19
2.3.1 Análisis de la Oferta Actual	19
2.4 Análisis de precio	30
2.5 Análisis de la comercialización	31
2.5.1 Canal de Distribución.....	31
2.5.2 Marca	31
2.5.3 Logo	32

2.5.4	Publicidad.....	32
2.5.5	Etiqueta y empaque	33
3	CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO	35
3.1	Análisis del proceso de producción.....	35
3.1.1	Orden secuencial y lógico de las actividades.....	35
3.1.2	Elaboración del diagrama.....	37
3.1.3	Descripción de las actividades	38
3.1.4	Descripción de Recursos de Inversión y Operación	41
3.1.5	Descripción de Recursos Humanos.....	43
3.2	Análisis del tamaño	45
3.2.1	Cálculo de la Producción	46
3.2.2	Proyección de la producción	46
3.3	Análisis de la localización	47
3.3.1	Macro localización:.....	47
3.3.2	Micro localización.....	47
4	CAPÍTULO IV: ESTUDIO FINANCIERO	49
4.1	Análisis de inversiones.....	49
4.1.1	Inversiones fijas	49
4.1.2	Inversiones diferidas	50
4.1.3	Inversiones en capital de trabajo	51
4.1.4	Inversión total.....	53
4.2	Análisis de financiamiento	53
4.2.1	Fuentes propias	53
4.2.2	Fuentes de terceros.....	54
4.3	Análisis de ingresos.....	54
4.3.1	Ingresos operacionales	54
4.3.2	Ingresos no operacionales	56
4.4	Análisis de egresos	56
4.4.1	Costos de producción	56
4.4.2	Gasto administrativo	61
4.4.3	Gasto de ventas	65
4.4.4	Gasto financiero	67
4.5	Análisis de rentabilidad	68

4.5.1	Flujo de caja proyectado	70
4.5.2	Análisis de escenarios	72
5	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
5.1	Conclusiones	75
5.2	Recomendaciones	76
	BIBLIOGRAFÍA.....	77
	ANEXOS.....	78
	DISEÑO DE MONOGRAFÍA.....	90

RESUMEN

El presente trabajo de graduación, constituye una propuesta de negocio innovador, orientado a satisfacer las necesidades del mercado femenino, por lo que se ha visto necesario la creación de una empresa productora y comercializadora de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas en la ciudad de Cuenca.

La empresa se especializará en la producción y venta de vestidos de coctel, y brindará una gran variedad de diseños con elegancia y exclusividad de acuerdo a la moda, lo que constituye el valor agregado de las prendas.

En este proyecto de pre factibilidad se pretende realizar un estudio de mercado, técnico y financiero, con el fin de determinar la rentabilidad y viabilidad del mismo. Para el desarrollo de este trabajo, se ha tomado como base los conocimientos adquiridos en el curso de graduación, en la materia Evaluación de Proyectos de Inversión.

ABSTRACT

This graduation work constitutes an innovative business proposal oriented to satisfy the feminine market's needs. With this in mind, it was necessary to create a company that manufactures and commercializes evening dresses for the female executives of the city of Cuenca.

This company will specialize in the production and marketing of dresses and will offer a great variety of elegant, exclusive, and fashionable designs, which constitute an added value to the garments.

This is a pre-feasibility project which seeks to make a technical and financial market research in order to determine both its profitability and feasibility.

The previous knowledge we acquired in the subject Evaluation of Investment Projects in our graduation course served as the basis for carrying out this work.

Elizabeth Sofía Morejón Quezada

Andrea Verónica Peña Iñiguez



Introducción

Como consecuencia de la crisis económica que sufrió el mundo en el año 2009, afectó a la economía nacional, provocando el cierre de algunos negocios, así como la disminución de las ventas en la mayoría de empresas que importan materias primas, repuestos, insumos, etc.

Es vital para el país que exista fuentes de trabajo para el desarrollo micro y macroeconómico, por lo que en épocas difíciles, es necesario que las personas pongan en práctica sus conocimientos y habilidades para emprender negocios y así generar utilidades y empleo.

En todos los tiempos se ha considerado al vestuario como parte integral de la imagen, el mismo que satisface una de las necesidades básicas de la población y a la vez proporciona status y un nivel de distinción.

El vestuario va de la mano con la moda, la cual resalta las cualidades y oculta los defectos, hace que las personas se guíen por esquemas establecidos para hacerlas lucir siempre con la ropa apropiada según la ocasión, estación, lugar y hora.

Hoy en día, la sociedad exige tener una buena imagen en todo momento, sobre todo en el ámbito laboral y profesional en los que la apariencia física influye en la percepción de las personas.

Las necesidades, exigencias y tendencias en la actualidad, hacen que surjan ideas innovadoras, desarrollando una propuesta de negocio innovador, orientado a satisfacer las necesidades del mercado femenino, por lo que se ha visto necesario la creación de una empresa productora y comercializadora de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas en la ciudad de Cuenca.

“Madame” se especializará en la producción y venta de vestidos de coctel, y brindará una gran variedad de diseños con elegancia y exclusividad de acuerdo a la moda, lo que constituye el valor agregado de las prendas.

El presente proyecto de pre factibilidad pretende realizar un estudio de generalidades, estudio de mercado, técnico y financiero, con el fin de determinar la rentabilidad y viabilidad del mismo.

En el estudio de generalidades se expondrá la concepción de la empresa, su misión, visión, objetivos, principios y se hará un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que puedan existir en este negocio.

El estudio de mercado permitirá conocer las necesidades y deseos del segmento. También permite establecer el precio del producto, la demanda, competencia y demás cualidades y características que requiere el producto.

Luego, se procederá a desarrollar el estudio técnico que diseña el proceso productivo y analiza la factibilidad en cuanto a recursos, tamaño y localización de la empresa.

Finalmente, con los resultados obtenidos en los estudios anteriores se realizará el estudio financiero, en el que se analizará el financiamiento, ingresos, egresos, rentabilidad y escenarios, que determinarán la rentabilidad del proyecto.

1 CAPÍTULO I

ESTUDIO DE GENERALIDADES

1.1 Descripción de la Empresa.

1.1.1 Concepción del negocio

La empresa se especializará en la producción y venta de vestidos de coctel, y brindará una gran variedad de diseños con elegancia y exclusividad de acuerdo a la moda, lo que constituye el valor agregado de las prendas.

Las prendas estarán dirigidas al sexo femenino, el segmento de mercado serán las mujeres adultas económicamente activas de clase media – alta y alta de la zona urbana de la ciudad de Cuenca.

También se ofrecerá atención personalizada con un personal capacitado, que ayudará al cliente a escoger la prenda apropiada según su estilo y personalidad, tomando en cuenta ciertos factores como la estatura, el peso, forma del rostro, color de la piel, etc.

1.2 Misión

Producir y comercializar vestidos para mujer con diseños, exclusivos y elegantes, brindando eficiencia en la atención a los clientes.

1.3 Visión

Ser reconocidos en el mercado local y nacional como la empresa líder en producción y comercialización de vestidos para mujer.

1.4 Principios empresariales

Colaboración.- entre los miembros de la empresa para la toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos.

Compromiso.- proceder con honestidad y responsabilidad con los miembros de la empresa, proveedores y clientes.

Excelencia.- Se confeccionará prendas de alta calidad, exclusividad y excelentes acabados, que proporcionarán elegancia y distinción al cliente.

Asesoría de imagen.- Se brindará asesoría personalizada en la atención al cliente con amabilidad y cordialidad.

1.5 Objetivos empresariales

- Cubrir el 10% del mercado a lo largo del proyecto.
- Ser reconocido con la marca “Madame” tanto en el mercado local como nacional.
- Capacitar constantemente al personal para alcanzar mayor productividad.
- Simplificar y estandarizar procesos operativos para que la producción sea más eficiente.
- Incrementar la producción en un promedio del 10% cada año.

1.6 Análisis del FODA

Cuadro # 1

FODA

Análisis Externo	Análisis Interno
Oportunidades	Fortalezas
✓ Disponibilidad de diseñadores a nivel local. ✓ Disponibilidad de materia prima e insumos en el mercado nacional. ✓ Innovación tecnológica en cuanto a maquinaria para: Costura recta, Zigzag, Overlock y Cordonadora. ✓ Facilidades de crédito y planes de desarrollo para las microempresas. ✓ El gobierno incentiva el consumo del producto nacional. ✓ La escases de fábricas nacionales que se dediquen a este negocio. ✓ Cubrir nuevos mercados a nivel local y nacional. ✓ Este tipo de negocio se rige bajo la ley de defensa del artesano y el Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU).	✓ Innovación constante según las tendencias de moda. ✓ Productos exclusivos de alta calidad. ✓ Personal calificado y capacitado. ✓ Dar a conocer los diseños por medio de catálogos y desfiles. ✓ Ofrecer garantías en las prendas. ✓ Afianzarse con un sitio web reconocido.
Amenazas	Debilidades
➤ Mayor capacidad productiva de otros países. ➤ Incertidumbre en la economía nacional para invertir en empresas. ➤ Preferencia de los consumidores por marcas extranjeras. ➤ Gran variedad de imitaciones en prendas de vestir. ➤ Incrementos en los costos de la materia prima debido a elevados aranceles.	➤ Costos de capacitación del personal. ➤ No ser reconocidos, ya que es una empresa nueva. ➤ Precios que no estén al alcance de ciertos consumidores.

Fuente: Los autores

En este análisis se observa que en el entorno existen mayores oportunidades que amenazas, debido a que este tipo de negocio, por ser una microempresa, es impulsada por el gobierno, y a la vez existe mano de obra, materia prima y maquinarias a nivel nacional y local.

En cuanto al análisis interno, la empresa posee varias fortalezas, destacando la innovación constante en la moda y en las prendas, que hará que las mujeres cuencanas, estén siempre en vanguardia de los cambios.

2 CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Análisis del producto

2.1.1 Tipo de producto

Los vestidos de coctel que se ofrecerán al mercado son un bien tangible, que se encuentran dentro de la clasificación de bienes de consumo final, los cuales se diferencian en el tiempo de decisión de compra del consumidor, se los puede catalogar dentro de una sub clasificación llamada Shopping Goods, debido a que para su adquisición el consumidor realiza varias comparaciones de precio, calidad, diseño, etc.

2.1.2 Unidad de medida del Producto

La unidad de medida es el número de vestidos.

2.1.3 Descripción del Producto

"Vestidos de coctel en Alta Costura"

“Madame” pondrá la alta costura al alcance de sus “engreídas” mujeres que buscan vestir con elegancia y distinción, para impactar y robar miradas en sus cocteles de empresa. Todas las prendas darán libertad de movimiento y comodidad, permitiendo a las ejecutivas cumplir con sus compromisos, eventos y agenda, guardando la elegancia y el glamour. Además las prendas favorecerán a resaltar la figura y tendrán excelentes acabados, por ello se garantizará la excelente calidad y exclusividad de los mismos.

2.1.4 Estilo

Se elaboraran vestidos con diseños vanguardistas tomando en cuenta las tendencias de moda en cada colección que se realice y proponga al mercado.

Se ofrecerán 2 estilos:

2.1.4.1 Estilo conservador

Dirigido a mujeres clásicas que gustan vestir prendas sofisticadas, un poco cubiertas, no muy ceñidas al cuerpo.

A continuación un ejemplo de un vestido conservador con su descripción:

Cuadro # 2

Vestido conservador



Vestido de cóctel, elaborado en sharmus sin mangas con un escote en “V” en la espalda. Lazo de chifón de chocolate bajo el busto. Cremallera trasera. La vestimenta es cubierta en forro americano.

2.1.4.2 Estilo Juvenil

Dirigido a mujeres modernas que no se avergüenzan de vestir prendas sensuales que muestran sus formas y curvas.

A continuación un ejemplo de un vestido juvenil con su descripción:

Cuadro # 3

Vestido Juvenil



Sexy vestido de coctel en tafetan turquesa. Con estrapples que le proporciona elegancia al vestido. El vestido posee una amplia falda plisada con una cremallera en la parte trasera.

2.1.5 Tallas

Los vestidos de coctel para ejecutivas se elaborarán en tallas: Small (6-8), Medium (8-10), Large (10-12), Extra Large (12-14), y Extra extra Large (14-16), ya que el promedio de la contextura de las mujeres cuencanas comprende de normal a gruesa.

Se ofrecerá esta variedad de tallas en cada modelo de vestido, por lo que el cliente elegirá la talla que mas se adapte a su cuerpo.

2.1.6 Colores

Existe una gama extensa de colores que se pueden utilizar para elaborar los vestidos, clasificándolos principalmente en:

Gama de colores tendencia 2010.

- ✓ Blanco
- ✓ Plata
- ✓ Oro Viejo
- ✓ Rosa
- ✓ Beige
- ✓ Chocolate
- ✓ Rojo
- ✓ Negro
- ✓ Azul
- ✓ Naranja
- ✓ Fucsia
- ✓ Amarillo
- ✓ Verde

2.1.7 Horarios

Existirán diferentes horarios para el personal de la empresa “Madame”.

En el área de producción, el personal será: 1 diseñador, 4 costureras y 1 auxiliar de compras y logística, y, por su tarea de crear y confeccionar el producto, trabajarán 8 horas diarias de 8:00 AM a 12:00 PM y de 14:00 PM a 18:00PM de lunes a viernes.

En el área de administración y ventas, el personal será: 1 administrador, 1 contador, y 2 asesores de imagen - facturadores.

El administrador trabajará de lunes a viernes de 8:00 AM a 12:00 PM y de 14:00 PM a 18:00 PM y sábados de 9:00 AM a 13:00 PM. El contador trabajará 2 horas diarias de lunes a viernes, ya que la complejidad del negocio es pequeña. Los asesores de imagen, trabajarán de lunes a sábado de 9:00 AM a 19:00 PM en 2 turnos, de 5 horas cada uno.

Por lo tanto, el horario de atención al público será el mismo que se propuso para los asesores de imagen, es decir, será de lunes a sábado de 9:00 AM a 19:00 PM, y a la vez dependerá del análisis de la localización, para la ubicación del negocio como se verá en el capítulo 3.

2.2 Análisis de la demanda

2.2.1 Cobertura

Para realizar el siguiente análisis se tomo en cuenta los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos “INEC” según el censo de población y vivienda del año 2001 y los datos de la Encuesta de empleo, subempleo y desempleo urbano (ENEMDUR del año 2001).

La cobertura del proyecto estará dada por la población femenina económicamente activa de la zona urbana de la ciudad de Cuenca en el año 2001, considerando únicamente las mujeres que pertenecen a la población económicamente activa dentro de la clasificación sector moderno que son 31.807 mujeres. (Ver anexo 2).

2.2.2 Segmento

Para segmentar a la población femenina, se tomo en cuenta la variable “sector moderno” dentro de la Población Económicamente Activa “PEA”, según grupos de edad y sectores económicos; de los cuales no se tomara en cuenta a las mujeres que están en los grupos de edad de 10 a 17 años y tampoco a las de 65 años y mas, ya que estas mujeres no se encuentran dentro del mercado objetivo; con lo que se obtendría un total de 29.111 mujeres. (Ver anexo 3).

Después de obtener estos datos se prosiguió a proyectarlos para el año 2009, utilizando la tasa de crecimiento promedio anual de la población de Cuenca que es el 2%, con lo que se obtuvo un total de 34.108 mujeres. (Ver anexo 4).

2.2.3 Tamaño de la Muestra

Para encontrar el tamaño de la muestra se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

n =Tamaño de la muestra.

Z= nivel de confianza.

N =Tamaño del universo.

P = Probabilidad de que ocurra suceso.

Q = Probabilidad de que no ocurra el suceso.

E =Error muestral de la medida de la variable.

El valor normal estándar (z) es igual a 1,96 ya que se ha fijado el nivel de confianza en 95%. El máximo error permisible es de 5%. P y Q tienen una probabilidad de ocurrencia del 50% debido a que una persona tiene las mismas probabilidades de ser o no escogida para la muestra y el tamaño de la población es de 34.108 mujeres.

n = tamaño de la muestra

z = 1,96

P = 0,5

Q = 0,5

N =34.108

e = 0,05

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$
$$n = \frac{1.96^2 \times 34108 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2 \times (34108 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$
$$n = 380$$

***SECTOR MODERNO:** Se consideran como trabajadores del sector moderno a profesionales, científicos, intelectuales, técnicos de nivel medio y trabajadores que laboren en actividades consideradas formales.
Fuente: <http://www.ideinvestiga.com/ide/documentos/compartido/gen--001204.pdf>

2.2.4 Recopilación de datos.

Para la recolección de datos se ha visto necesario aplicar las encuestas al azar en las afueras de empresas, bancos e instituciones públicas del sector urbano de la ciudad de Cuenca, ya que en estos lugares se puede encontrar frecuentemente a mujeres ejecutivas a las cuales se dirige el proyecto.

Los lugares y entidades donde se encuestó fueron:

Banco Central del Ecuador

Empresa Eléctrica Regional Centro Sur

Cámara de Comercio de Cuenca

Cámara de Industrias de Cuenca

Corte de Justicia del Azuay

Municipio de Cuenca

Aeropuerto Mariscal Lamar

Bancos de la ciudad (Procredit, Guayaquil, Pichincha, Produbanco).

La recopilación de datos no se pudo efectuar a todo el segmento, por factores como falta de tiempo y dinero. Cabe resaltar que las encuestas se realizaron en forma aleatoria y se encontraron problemas como la falta de colaboración y la falta de comprensión en ciertas preguntas, así como la falta de sinceridad en algunas respuestas por parte de las encuestadas, por lo que se concluye que no es tan simple llevar a la práctica los conocimientos teóricos.

2.2.5 Resultados y conclusiones de la aplicación de encuestas

Con la aplicación del cuestionario de 8 preguntas (ver anexo 5), se pudo obtener información importante para el proyecto, por lo que los datos fueron tabulados en frecuencias y porcentajes, y a la vez se usó gráficos tipo pastel para su mejor entendimiento.

A continuación, se mostrará los resultados y conclusiones de cada pregunta:

PREGUNTA 1:

¿Qué importancia tiene para usted vestir a la moda?

Cuadro # 4

1.- ¿Qué importancia tiene para usted vestir a la moda?			
Alta	124	32,63	%
Media	191	50,26	%
Baja	65	17,11	%
TOTAL	380	100,00	%



Fuente: Los autores

Conclusión

En el nivel alto (33%), se encuentran las mujeres que tienen un gusto ya definido por la moda y su innovación constante. Son aquellas consumidoras que prueban nuevos estilos y compran prendas constantemente.

En el nivel medio (55%), se encuentra la mayoría de mujeres del segmento, que son mujeres que se interesan en la moda, pero adoptan los cambios en su manera de vestir después de que las primeras arriesgadas hayan probado los distintos estilos.

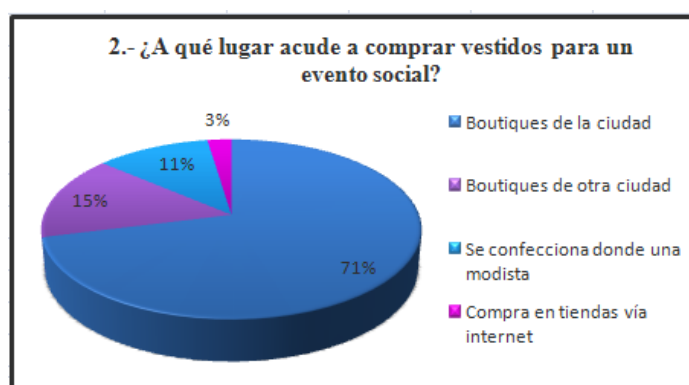
En el nivel bajo (17%), están las mujeres que visten de acuerdo a la tradición o costumbre de su población. Estas mujeres no se adaptan fácilmente con los cambios en la moda.

PREGUNTA 2:

¿A qué lugar acude a comprar vestidos para un evento social?

Cuadro # 5

2.- ¿A qué lugar acude a comprar vestidos para un evento social?			
Boutiques de la ciudad	270	71,05	%
Boutiques de otra ciudad	58	15,26	%
Se confecciona donde una modista	43	11,32	%
Compra en tiendas vía internet	9	2,37	%
TOTAL	380	100,00	%



Fuente: Los autores

Conclusión

El 71% del segmento acude a comprar vestidos en las boutiques de la ciudad con lo que se observó que la mayoría de mujeres prefieren adquirir prendas ya elaboradas. Esta respuesta ayudó a determinar que si existe la posibilidad de continuar con la idea del proyecto.

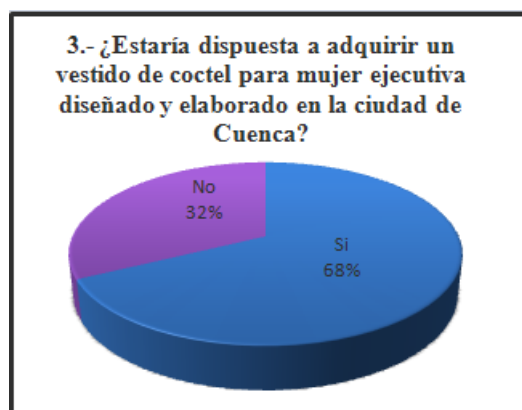
Además se observó que el 15% de mujeres compran vestidos en otra ciudad dentro o fuera del país; el 11% de mujeres se confeccionan vestidos donde una modista, mientras que sólo un 3% realiza sus compras vía internet.

PREGUNTA 3:

¿Estaría dispuesta a adquirir un vestido de coctel para mujer ejecutiva diseñado y elaborado en la ciudad de Cuenca?

Cuadro # 6

3.- ¿Estaría dispuesta a adquirir un vestido de coctel para mujer ejecutiva diseñado y elaborado en la ciudad de Cuenca?			
Si	257	67,63	%
No	123	32,37	%
TOTAL	380	100,00	%



Fuente: Los autores

Conclusión

Con este resultado, se puede determinar la demanda del producto y conocer así su aceptación en el segmento ya que el 68% de las mujeres si estarían dispuestas a adquirir un vestido de coctel diseñado y elaborado en la ciudad de Cuenca.

PREGUNTA 4:

¿Con que frecuencia adquiriría el producto? (vestidos de coctel)?

Cuadro # 7

4.- ¿Con que frecuencia adquiriría el producto? (vestidos de coctel)?			
No adquiriría	83	21,84	%
1 - 2 veces al año	218	57,37	%
Mas de 2 veces al año	79	20,79	%
TOTAL	380	100,00	%



Fuente: Los autores

Conclusión

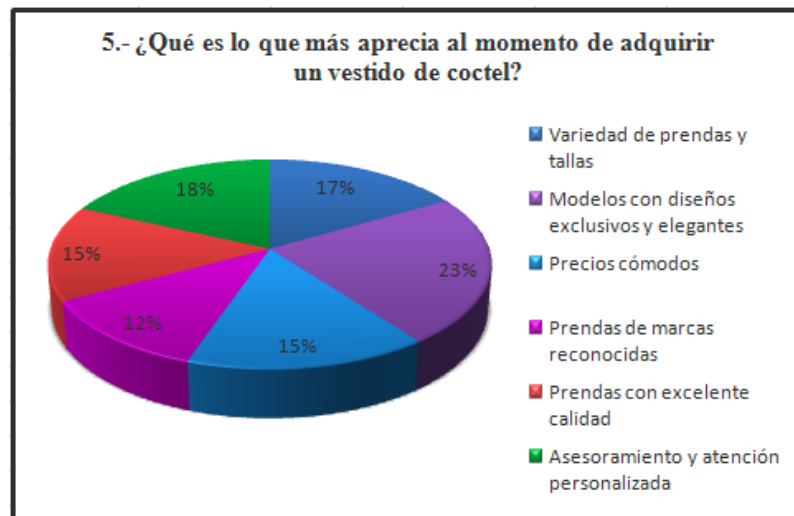
El 57% de las mujeres, adquirirían el producto 1 a 2 veces al año; el 21% compraría vestidos de coctel de más de 2 veces al año, mientras que el 22% no adquiriría el producto. Esta respuesta servirá para conocer el número de prendas que adquieren las consumidoras, lo que ayudará en la determinación del tamaño del proyecto.

PREGUNTA 5:

¿Qué es lo que más aprecia al momento de adquirir un vestido de coctel?

Cuadro # 8

5.- ¿Qué es lo que más aprecia al momento de adquirir un vestido de coctel? Escoja una sola opción.			
Variedad de prendas y tallas	63	16,58	%
Modelos con diseños exclusivos y elegantes	88	23,16	%
Precios cómodos	59	15,53	%
Prendas de marcas reconocidas	45	11,84	%
Prendas con excelente calidad	56	14,74	%
Asesoramiento y atención personalizada	69	18,16	%
TOTAL	380	100,00	%



Fuente: Los autores

Conclusión

La apreciación de los consumidores al momento de adquirir una prenda es muy importante, ya que con estos resultados, se puede encaminar la publicidad y promoción como medio para atraer al cliente, y a la vez se podrá establecer

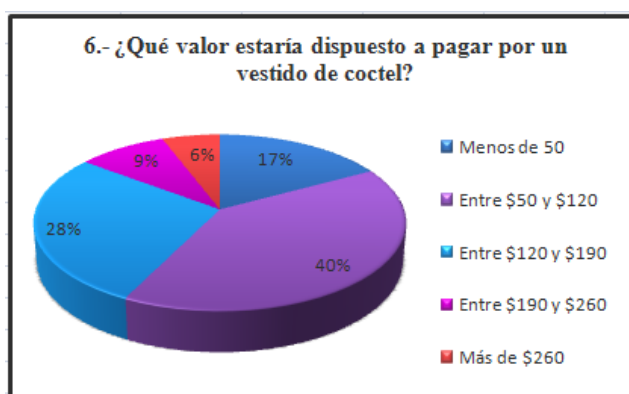
estrategias y ventajas competitivas en comparación con los negocios similares a “Madame”.

PREGUNTA 6:

¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un vestido de coctel?

Cuadro # 9

6.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un vestido de coctel?			
Menos de 50	65	17,11	%
Entre \$50 y \$120	153	40,26	%
Entre \$120 y \$190	106	27,89	%
Entre \$190 y \$260	34	8,95	%
Más de \$260	22	5,79	%
TOTAL	380	100,00	%



Fuente: Los autores

Como resultados representativos se puede observar que el 40% de las mujeres estarían dispuestas a pagar entre 50 y 120 dólares por un vestido de coctel, mientras que el 28% pagaría entre 120 a 190 dólares, por lo que el precio de un vestido deberá fijarse entre los 50 y 190 dólares según su modelo y talla.

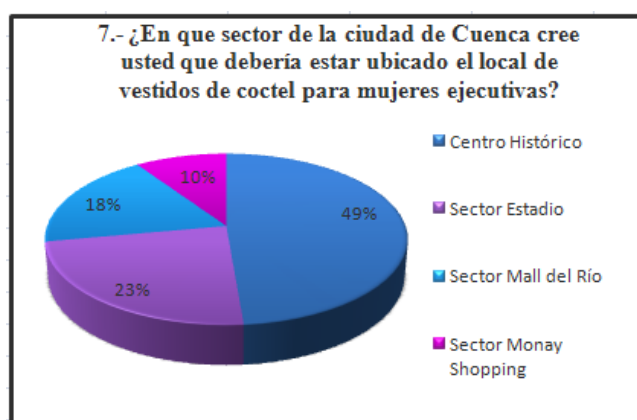
También se observó que las encuestadas en su mayor parte escogieron el rango de precios más bajo, con lo que se percibe que las respuestas no fueron contestadas con absoluta sinceridad, ya que cuando una mujer se “aficiona” en una prenda, está dispuesta a pagar cualquier precio por adquirirla.

PREGUNTA 7:

¿En que sector de la ciudad de Cuenca cree usted que debería estar ubicado el local de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas?

Cuadro # 10

7.- ¿En que sector de la ciudad de Cuenca cree usted que debería estar ubicado el local de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas?			
Centro Histórico	185	48,68	%
Sector Estadio	89	23,42	%
Sector Mall del Río	70	18,42	%
Sector Monay Shopping	36	9,47	%
TOTAL	380	100,00	%



Fuente: Los autores

Conclusión

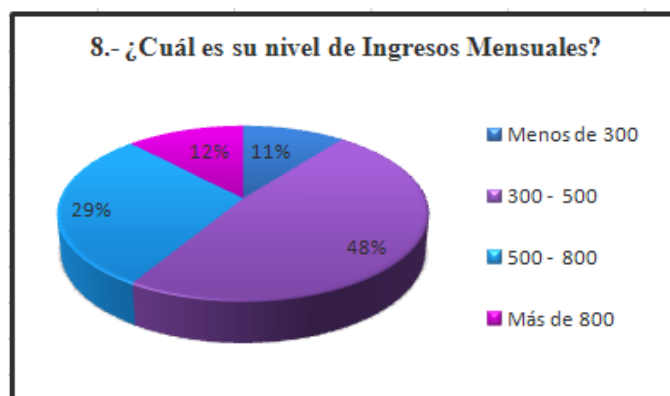
Según la percepción de las personas (49%), el local de vestidos de coctel debería ubicarse en el centro histórico, por lo que se analizará su factibilidad en la micro localización de la empresa.

PREGUNTA 8:

¿Cuál es su nivel de Ingresos Mensuales?

Cuadro # 11

8.- ¿Cuál es su nivel de Ingresos Mensuales?			
Menos de 300	40	10,53	%
300 - 500	183	48,16	%
500 - 800	111	29,21	%
Más de 800	46	12,11	%
TOTAL	380	100,00	%



Fuente: Los autores

Conclusión

Los ingresos del segmento en su mayor parte se encuentran entre los 300 y 800 dólares. Estos resultados servirán de referencia para la fijación del precio, ya que según sus ingresos, las consumidoras si estarían en capacidad de adquirir el producto.

2.2.6 Determinación de la demanda

Con los resultados obtenidos en la aplicación de las 380 encuestas, se pudo determinar la demanda de este producto, preguntando a las mujeres del segmento si estarían dispuestas a adquirir un vestido de coctel para mujer ejecutiva diseñado y elaborado en la ciudad de Cuenca, y, como se observó anteriormente se tiene un 68% de aceptación (ver cuadro # 6).

Para el cálculo de la demanda, se tomará a las 34.108 mujeres del segmento, y de acuerdo con la aceptación del producto, se multiplicará por 68%, dando como resultado 23.193 mujeres, que será la demanda de la empresa.

$$34.108 * 68 \% = \mathbf{23.193 \text{ mujeres.}}$$

Según estos datos existen posibilidades de ingresar con el producto al mercado, y a la vez, se debería dar énfasis a una publicidad que esté enfocada a que el cliente desee comprar más cantidad de vestidos para sus eventos sociales.

Esta demanda no representa el total de la empresa, debido a que los competidores también forman parte de la misma.

2.3 Análisis de la competencia

2.3.1 Análisis de la Oferta Actual

En la mayor parte de la ciudad de Cuenca, existen comercializadores de vestidos para toda ocasión y edad, pero muy pocos se dedican a producir y comercializar vestidos de coctel. En esta investigación se hará un análisis cualitativo y cuantitativo de las empresas que ofrecen prendas similares a las de la empresa “Madame”.

2.3.1.1 Análisis cualitativo de los competidores

A continuación, se analizará a 8 negocios que se encuentran en la zona urbana de la ciudad de Cuenca, para los cuales se utilizará el método de observación y pseudo-compra. Se obtuvo los siguientes resultados:

2.3.1.1.1 Competencia Indirecta

Los siguientes locales son considerados como competencia indirecta debido a que únicamente se dedican a comercializar prendas que en su mayor parte son importadas desde Estados Unidos, con precios de venta al público generalmente altos.

También se encontró que la mayoría de negocios no se dedican a comercializar exclusivamente vestidos de coctel elegantes si no otras prendas que corresponden a las líneas de: vestidos de novia, vestidos de fiesta, vestidos de noche y vestidos de gala, así como trajes de tipo informal, casual, formal y deportivos, sin la disponibilidad de tallas y modelos; por lo que éstos no representarían mayor competencia con la empresa “Madame”.

Cuadro # 12

Competidor indirecto

Nombre del Establecimiento:	Sthephanie´s
Ubicación:	Centro Comercial Plaza de Las Américas, local # 13
Actividad:	Comercialización de vestidos al por menor
Segmento:	Mujeres desde 18 años en adelante
Productos:	Vestidos de Noche, Vestidos de Fiesta, y Vestidos de Gala Vestidos de Coctel
Procedencia de los productos:	Extranjeros (Marcas chinas y estadounidenses)
Tamaño del local:	Mediano
Precios:	Poco Accesibles
Ambiente:	Agradable
Instalaciones:	Ordenado e iluminado
Personal:	Capacitado y suficiente para su demanda
Horario de Atención:	Lunes a Domingo de 10:00 am a 20:00 pm
Servicio Adicional:	Las prendas son arregladas por una costurera fuera del local.

Fuente: Los Autores

Cuadro # 13

Competidor indirecto

Nombre del Establecimiento:	Le Chateau
Ubicación:	General Torres 9-42 entre Simón Bolívar y Gran Colombia
Actividad:	Comercialización de vestidos y prendas de vestir al por menor
Segmento:	Mujeres desde 18 años en adelante
Productos:	Vestidos de Noche, Vestidos de Fiesta, Vestidos de Gala, y Vestidos de Coctel
Procedencia de los productos:	Extranjeros (Marcas chinas, estadounidenses y francesas)
Tamaño del local:	Grande
Precios:	Accesibles
Ambiente:	Poco Acogedor
Instalaciones:	Ordenado, poco iluminado
Personal:	Poco capacitado y excesivo para su demanda
Horario de Atención:	Lunes a Sábado de 9:00 am a 19:00
Servicio Adicional:	No tiene servicio adicional

Fuente: Los autores

Cuadro # 14

Competidor indirecto

Nombre del Establecimiento:	Fuego
Ubicación:	Padre Aguirre 8-69 entre Mariscal Sucre y Simón Bolívar
Actividad:	Comercialización de vestidos al por menor
Segmento:	Mujeres de 15 a 30 años
Productos:	Vestidos de Noche, Vestidos de Fiesta, y Vestidos de Gala
Procedencia de los productos:	Extranjeros (Marcas chinas y estadounidenses)
Tamaño del local:	Pequeño
Precios:	Poco Accesibles
Ambiente:	Muy acogedor
Instalaciones:	Ordenado e iluminado
Personal:	Capacitado y suficiente para su demanda
Horario de Atención:	Lunes a Sábado de 9:00 am a 20:00 pm
Servicio Adicional:	No tiene servicio adicional

Fuente: Los autores

Cuadro # 15

Competidor indirecto

Nombre del Establecimiento:	Lucia Palacios D´ Novias
Ubicación:	Centro Comercial Mall del Río, local A-45
Actividad:	Comercialización de vestidos, prendas de vestir y calzado al por menor
Segmento:	Mujeres de 15 años en adelante
Productos:	Vestidos de Novia, Vestidos de Gala, Vestidos de Noche, Vestidos de Fiesta Vestidos de Coctel, Prendas y calzado para todo evento social.
Procedencia de los productos:	Extranjeros (Marcas chinas, estadounidenses e italianas)
Tamaño del local:	Grande
Precios:	Accesibles
Ambiente:	Muy acogedor
Instalaciones:	Muy ordenado e iluminado
Personal:	Capacitado y suficiente para su demanda
Horario de Atención:	Lunes a Domingo de 10:00 am a 20:00 pm
Servicio Adicional:	Las prendas son arregladas por una costurera fuera del local.

Fuente: Los autores

Cuadro # 16

Competidor indirecto

Nombre del Establecimiento:	Donna Bella
Ubicación:	Centro Comercial Mall del Río, local A-39
Actividad:	Comercialización de vestidos, ternos, y prendas de vestir al por menor
Segmento:	Mujeres de 18 años en adelante
Productos:	Vestidos de Gala, Vestidos de Noche, Vestidos de Fiesta Vestidos de Coctel Ternos y prendas para toda ocasión.
Procedencia de los productos:	Extranjeros (Marcas chinas, estadounidenses e italianas)
Tamaño del local:	Mediano
Precios:	Poco Accesibles
Ambiente:	Poco acogedor
Instalaciones:	Ordenado y poco iluminado
Personal:	Poco capacitado y suficiente para su demanda
Horario de Atención:	Lunes a Domingo de 10:00 am a 20:00 pm
Servicio Adicional:	No tiene servicio adicional

Fuente: Los autores

Cuadro # 17

Competidor indirecto

Nombre del Establecimiento:	Dinastía
Ubicación:	Simón Bolívar 11-68 entre Tarqui y General Torres
Actividad:	Comercialización de vestidos, ternos, y prendas de vestir al por menor
Segmento:	Mujeres de 15 años en adelante
Productos:	Vestidos de Gala, Vestidos de Noche, Vestidos de Fiesta Vestidos de Coctel Ternos y prendas para toda ocasión.
Procedencia de los productos:	Extranjeros (Marcas chinas y estadounidenses)
Tamaño del local:	Grande
Precios:	Poco accesibles
Ambiente:	Acogedor
Instalaciones:	Ordenado y poco iluminado
Personal:	Capacitado y suficiente para su demanda
Horario de Atención:	Lunes a Sábado de 9:00 am a 19:00 pm
Servicio Adicional:	No tiene servicio adicional

Fuente: Los autores

2.3.1.1.2 Competencia Directa:

Luego de analizar a todos los competidores, se encontró que en cuanto a la línea de vestidos de coctel para ejecutivas, existen 2 competidores directos en la ciudad:

- La empresa “Madeleine” se dedica a producir y vender todo tipo de prendas de vestir exclusivas incluyendo vestidos de coctel, y cuenta con diseñadores en cada sucursal. Esta empresa tiene su matriz en la ciudad de Ambato y sus sucursales en las ciudades de Quito y Cuenca. Las prendas son de muy buena

calidad al igual que sus acabados, y sus precios son accesibles para su segmento. El servicio adicional que ofrecen es arreglar las prendas de tal manera que se ajuste a las medidas del cliente.

- La empresa de manufacturas “Carolina Colours” se dedica a producir y vender vestidos para toda ocasión, uniformes para empresas y vestidos de coctel para mujeres desde los 18 años en adelante. Las prendas son de buena calidad y buenos acabados. Sus precios son accesibles y trabajan con un proceso de producción estandarizado y personalizado, es decir, a más de acudir a un local para comprar una prenda de tamaño estándar, las mujeres también pueden acudir al local para que le elaboren una prenda según sus medidas, gustos y preferencias.

Cuadro # 18

Competidor Directo

Nombre del Establecimiento:	Madeleine Diseños Exclusivos
Ubicación:	Mariscal Sucre 6-12 entre Hermano Miguel y Antonio Borrero
Actividad:	Producción y Comercialización de prendas de vestir al por menor
Segmento:	Mujeres y Hombres de todas las edades
Productos:	Vestidos de Novia, Vestidos de Gala, Vestidos de Noche, Vestidos de Fiesta Vestidos de Coctel, Prendas de vestir para toda ocasión.
Procedencia de los productos:	Nacionales (Marca Madeleine)
Tamaño del local:	Muy Grande
Precios:	Accesibles
Ambiente:	Muy acogedor
Instalaciones:	Muy ordenado e iluminado
Personal:	Capacitado y suficiente para su demanda
Horario de Atención:	Lunes a Sábado de 9:00 am a 19:00 pm
Servicio Adicional:	Las prendas son arregladas por los diseñadores del local.

Fuente: Los autores

Cuadro # 19**Competidor Directo**

Nombre del Establecimiento:	“Carolina Colours” Manufacturas
Ubicación:	Los Alamos 3-043
Actividad:	Producción y Comercialización de prendas de vestir al por menor
Segmento:	Mujeres de 18 años en adelante
Productos:	Vestidos de Gala, Vestidos de Noche, Vestidos de Fiesta Vestidos de Coctel, Uniformes para empresas.
Procedencia de los productos:	Nacionales (Marca Carolina Colours)
Tamaño del local:	Pequeño
Precios:	Accesibles
Ambiente:	Poco acogedor
Instalaciones:	Poco iluminado
Personal:	Capacitado y suficiente para su demanda
Horario de Atención:	Lunes a Viernes de 9:00 am a 18:00 pm, sábado de 9:00 am a 13:00 pm
Servicio Adicional:	Las prendas son arregladas por las costureras del local.

Fuente: Los autores

2.3.1.1.3 Competencia Eventual:

Otro grupo a tomar en cuenta dentro de la competencia son los competidores “eventuales” consideradas así las personas que viajan a otros países y traen ropa para vender a familiares y amigas, las prendas que ofrecen las comercializan a altos precios y generalmente las traen de países como Colombia, Perú, Panamá y Estados Unidos.

2.3.1.2 Análisis cuantitativo de los competidores

En el análisis cuantitativo se tomo en cuenta todos los locales que de forma directa, indirecta, o eventualmente forman parte de la competencia y son los siguientes:

2.3.1.2.1 Competencia Directa

Cuadro # 20

Competidores Directos

NOMBRE	ACTIVIDAD	RANGO DE PRECIOS	PRECIO PROMEDIO
Madeleine	Productor y Comercializador	De \$50 a \$100	70
Carolina Colours	Productor y Comercializador	De \$40 a \$80	60
TOTAL			65

Fuente: Los autores

2.3.1.2.2 Competencia Indirecta

Cuadro # 21

Competidores Indirectos

NOMBRE	ACTIVIDAD	RANGO DE PRECIOS	PRECIO PROMEDIO
Sthephanie's	Comercializador	De \$120 a \$180	150
Le Chateau	Comercializador	De \$70 a \$140	105
Fuego	Comercializador	De \$100 a \$220	160
Lucía Palacios D'Novias	Comercializador	De \$60 a \$180	120
Donna Bella	Comercializador	De \$100 a \$200	150
Dinastía	Comercializador	De \$100 a \$170	135
TOTAL			136,67

Fuente: Los autores

2.3.1.2.3 Competencia Eventual

Cuadro # 22

Competidores Eventuales

NOMBRE	ACTIVIDAD	RANGO DE PRECIOS	PRECIO PROMEDIO
Eventuales	Comercializador	De \$100 a \$160	130
TOTAL			130

Fuente: Los Autores

2.4 Análisis de precio

Para fijar el precio de la unidad del producto, este estudio se basará en los resultados de la encuesta y en el análisis de la competencia.

La encuesta ayudó a determinar que la mayoría de las consumidoras pagarían entre los 50 y 190 dólares por un vestido de coctel.

También se pudo comprobar que la mayor parte de mujeres ejecutivas perciben ingresos que van desde los 300 a 800 dólares mensuales, por lo que si estarían en condiciones de adquirir los productos de “Madame”.

En cuanto a la competencia, se analizó los precios de los competidores directos, siendo el precio promedio 65 dólares por vestido, como se indica en el cuadro a continuación:

Cuadro # 23

Competidores Directos

NOMBRE	ACTIVIDAD	PRECIO PROMEDIO
Madeleine	Productor y Comercializador	70
Carolina Colours	Productor y Comercializador	60
PROMEDIO		65

Fuente: Los autores

Luego, de estos análisis se cree conveniente que el precio por vestido de coctel, deberá ser de 65 dólares en el primer año.

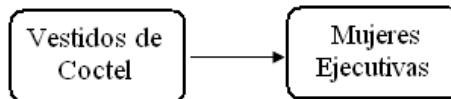
2.5 Análisis de la comercialización

2.5.1 Canal de Distribución

El canal de distribución del producto es directo entre la empresa de vestidos de coctel y sus clientes. Por medio de este canal, se desarrollará una ventaja competitiva, ya que se podrá controlar la caracterización del producto y se podrá brindar el servicio de asesoramiento y atención personalizada en la que se podrá conocer a los clientes de manera directa.

Cuadro # 24

Producto de venta directa

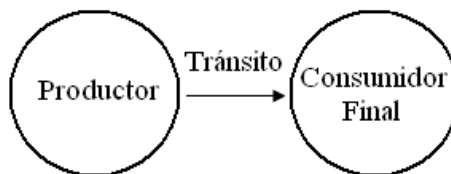


Fuente: Los autores

El canal de distribución de la empresa, es de longitud 0, ya que solo interviene el productor y el consumidor final.

Cuadro # 25

Canal de distribución



Fuente: Los autores

2.5.2 Marca

Se decidió colocar la marca “Madame” cuyo significado es “mujer francesa”, usado como un término cortés antes del nombre de una mujer.

Este nombre dará realce, distinción y prestigio a la empresa, por lo que se caracterizará y distinguirá de las demás.

2.5.3 Logo

Para diseñar el logo se tomó en cuenta que la imagen debía contener un nombre claro y simple, fácil de memorizar. Los colores debían tener un significado, por lo que se usó los siguientes:

Negro.- Expresa seriedad, nobleza y elegancia

Fucsia.- Es un color que representa feminidad, vitalidad y pasión.

Violeta.- Representa poder y riqueza.

La letra es de tipo Script Mt Bold en manuscrita, la misma que hace su escritura delicada y elegante.

Se decidió destacar la ciudad y país de origen, ya que se tiene previsto que la marca llegue a posicionarse en el mercado local y nacional.

Cuadro # 26

Logo



Fuente: Los autores

2.5.4 Publicidad

El objetivo de la publicidad es dar a conocer a la empresa en la sociedad y establecer un impacto directo en el segmento para que adquiera el producto.

Se dará a conocer los diseños por medio de desfiles con modelos de agencias locales y nacionales. Los lugares donde se realizarán los desfiles serán en hoteles, salones y centros de convenciones de la ciudad.

Los medios de comunicación como radio, periódicos y revistas, podrán facilitar a que el consumidor se informe y aprecie los vestidos y su marca.

Otra forma de difusión para la empresa es afianzarse con un sitio web reconocido en el cual aparezca la publicidad con la marca, los estilos de productos que se produce y sus características.

En lo posterior, se llegará a crear una página web y se publicarán catálogos para exhibir todos los productos con fotos e imágenes de las colecciones de los distintos lanzamientos que se realicen.

2.5.5 Etiqueta y empaque

Todo producto llevará una etiqueta donde se encontrará la información impresa acerca del uso de la prenda y el lugar de procedencia del producto. La etiqueta será diseñada de acuerdo al logo de la empresa:

Cuadro # 27

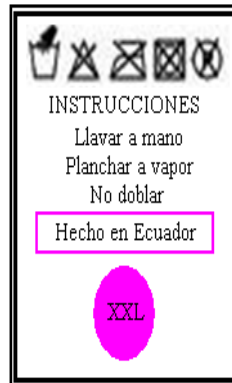
Etiqueta hacia afuera



Fuente: Los autores

Cuadro # 28

Etiqueta hacia adentro



Fuente: Los autores

El empaque, será de cartón de color negro, llevará el logo y la dirección del local y ayudará como publicidad en la venta y post-venta del producto.

Cuadro # 29

Empaque



Fuente: Los autores

3 CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Análisis del proceso de producción

El proceso de producción es el proceso en el cual la materia prima e insumos se convierten en productos terminados gracias a la combinación de mano de obra y maquinaria.

En la empresa “Madame” se combinará los procesos artesanal e industrial, ya que se utilizará la mano de obra junto con maquinarias, lo que harán que el producto brinde una excelente calidad y acabados para la satisfacción del cliente.

En este negocio, se trabajará con un proceso de fabricación estandarizado y atención al cliente personalizada, debido a que las prendas son distribuidas directamente al local para su comercialización, y a su vez la venta se realizará de manera directa al consumidor por los asesores de imagen de la empresa.

3.1.1 Orden secuencial y lógico de las actividades

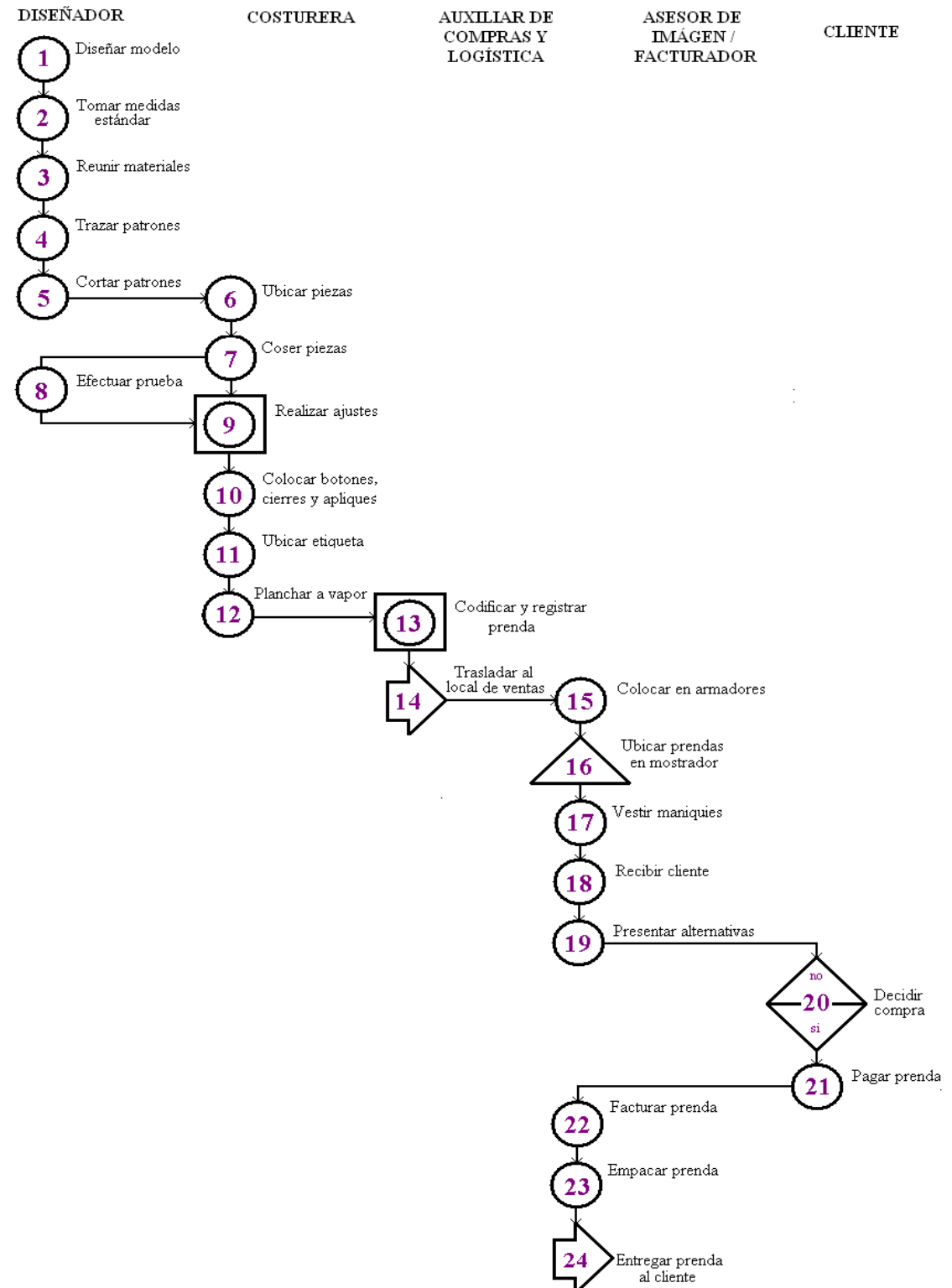
- 1) Diseñador: Diseñar modelo.
- 2) Diseñador: Tomar medidas estándar.
- 3) Diseñador: Reunir materiales.
- 4) Diseñador: Trazar patrones.
- 5) Diseñador: Cortar patrones en el material.
- 6) Costurera: Ubicar piezas.
- 7) Costurera: Coser piezas.
- 8) Diseñador: Efectuar prueba.
- 9) Costurera: Realizar ajustes.
- 10) Costurera: Colocar botones, cierres y apliques.
- 11) Costurera: Ubicar etiqueta.
- 12) Costurera: Planchar a vapor.
- 13) Auxiliar de compras y logística: Codificar y registrar prenda.
- 14) Auxiliar de compras y logística: Trasladar al local de ventas.
- 15) Asesor de Imagen/Facturador: Colocar en armadores.
- 16) Asesor de Imagen/Facturador: Ubicar prendas en mostrador.

- 17) Asesor de Imagen/Facturador: Vestir maniquíes.
- 18) Asesor de Imagen/Facturador: Recibir al cliente.
- 19) Asesor de Imagen/Facturador: Presentar alternativas.
- 20) Cliente: Decidir compra
- 21) Cliente: Pagar prenda
- 22) Asesor de Imagen/Facturador: Facturar prenda.
- 23) Asesor de Imagen/Facturador: Empacar prenda.
- 24) Asesor de Imagen/Facturador: Entregar prenda al cliente.

3.1.2 Elaboración del diagrama

Cuadro # 30

Diagrama



Fuente: Los autores

3.1.3 Descripción de las actividades

- Diseñar modelo

El diseñador se encargará de investigar las tendencias según la moda y las épocas del año para crear y elaborar bosquejos de los vestidos. Escogerá los modelos más elegantes y distinguidos según su criterio para que éstos sean confeccionados a lo largo del proceso de producción.

- Tomar medidas estándar

El diseñador usará las medidas estándar (S, M, L, XL, XXL) para la elaboración de cada uno de los modelos de vestidos, ya que las mujeres cuencanas del segmento tallan entre estas medidas.

- Reunir materiales

Una vez que se tengan los modelos y las medidas, el diseñador ordenará comprar los materiales en las cantidades que se necesiten, los cuales no deben faltar ni sobrar.

- Trazar patrones

Los patrones serán trazados en papel por el diseñador, para luego ser usados en las telas.

- Cortar patrones en el material

El diseñador cortará la tela o el material, siguiendo la línea de trazado de los patrones.

- Ubicar piezas

Las costureras se repartirán y ubicarán las telas, forros y materiales, en sus distintas áreas de trabajo, ya que cada una realiza diferentes tareas, a fin de no desperdiciar tiempo.

- Coser piezas

Las costureras unirán y coserán las distintas piezas, utilizando sus conocimientos junto con las máquinas de costura recta, zigzag, overlock y cordonadora.

- Efectuar prueba
El diseñador efectuará una prueba en las prendas, para realizar los ajustes necesarios, usando tizas y alfileres, además las probará utilizando sus maniquíes según las tallas.
- Realizar ajustes
Las costureras realizan los ajustes en las prendas, según las indicaciones del diseñador, con el fin de efectuar acabados de primera.
- Colocar botones, cierres y apliques.
Una vez realizados los ajustes, se coserán los botones, cierres y apliques según los modelos.
- Ubicar etiqueta
Las etiquetas se ubicarán en el interior de los vestidos con las debidas instrucciones para el lavado, planchado y cuidado de las prendas.
- Planchar a vapor
La costurera se encargará de planchar a vapor las prendas ya confeccionadas.
- Codificar y registrar prenda.
Las prendas serán codificadas y registradas en el sistema de la empresa por el auxiliar de compras y logística, con el fin de que la empresa lleve el registro de cada vestido. En este proceso se colocarán los precios previamente establecidos, según los modelos y tallas.
- Trasladar al local de ventas
Luego de registrar las prendas, el auxiliar trasladará las prendas al local de exhibición y ventas.
- Colocar en armadores
El asesor de imagen recibirá las prendas y las colocará en armadores.

- Ubicar prendas en el mostrador
Una vez colocados los armadores, se procederá a ubicar las prendas en el mostrador, ordenándolas según los modelos y tallas.
- Vestir maniquíes
Cada vez que exista una nueva colección, los maniquíes serán cambiados de vestidos con el fin de exhibir y llamar la atención del cliente. De este proceso se encargarán los asesores de imagen.
- Recibir al cliente
El asesor de imagen recibirá al cliente de manera amable y cordial ofreciendo toda la atención y servicio personalizado que éste requiera.
- Presentar alternativas
En este proceso el asesor de imagen según sus conocimientos, se encarga de guiar y sugerir al cliente los diferentes diseños de acuerdo a su aspecto físico, ocasión, evento, etc.
- Decidir compra
El cliente observará y decidirá si las prendas escogidas están a la medida, gusto y satisfacción. Las prendas deberán superar sus expectativas en diseño y precio para que se pueda efectuar la compra.
- Pagar compra
Una vez que el cliente decida positivamente por los productos que ofrece la empresa, este estará dispuesto a pagar por la prenda elegida.
- Facturar prenda
El asesor de imagen también poseerá los conocimientos de facturación para que la atención al cliente sea completa y eficiente.

- Empacar prenda
Antes de empacar, se revisarán las prendas con el fin de que el cliente no tenga que realizar ninguna devolución. El producto se empacará en las fundas de cartón de la empresa.
- Entregar prenda
Como fin satisfactorio de la atención al cliente y negociación, la prenda será entregada al mismo.

3.1.4 Descripción de Recursos de Inversión y Operación

Cuadro # 31

Descripción de Recursos

NOMBRE	DESCRIPCION
Máquina Overlock	Para hacer terminados de vestidos
Máquina Costura Recta y zigzag	Para confección de vestidos (marca Juki)
Máquina Cordonadora	Para hacer terminados de vestidos
Plancha a Vapor	Para planchar los vestidos
Mesa para cortar	Para trazar patrones y cortar telas
Silla de madera	Para uso de las costureras
Silla giratoria	Para el uso del personal administrativo y ventas
Sillón	Para el local comercial, para uso del cliente.
Escritorio	Para el administrador, contador y secretaria
Mueble Cajero	Para el local comercial, para facturación
Computadora de escritorio	Marca Dell, 100 GB disco duro de 520 MB.
Impresora	Marca Canon S-250 con copiadora y escaner.
Teléfono	Panasonic KX-TCD955 servira para pedidos.
Tela Seda	35 yardas
Tela Shantú	35 yardas
Tela Sharmus	35 yardas

Tela Tafetán strech	35 yardas
Tela Chifón	35 yardas
Tela Forro Americano	1 Pieza de 100 yardas
Ovillo de hilo	Para utilización en maquinaria y costura a mano
Insumos Varios	Para el proceso de producción (cierres, botones, agujas, alfileres, tizas, mullos, perlas, encajes, varillas, apliques)
Cinta métrica	Para utilización en medidas
Tijera	Para cortar telas
Utiles de Oficina	1 paquete de 100 hojas A4, 1 caja de 12 esferos, 1 engrapadora, 12 carpetas, 1 perforadora, 6 cuadernos
Utiles de Diseño	1 Regla "T", 100 hojas para diseño, 4 lápices HB, 2 borradores
Programa de facturación	Para uso interno del negocio
Paquete de Armadores	Para colocar en los vestidos
Exhibidor	Para colocar los armadores con el producto
Maniquí	Para exhibición de los productos
Pistola plastiflecha	Para colocar etiquetas y precios en la prenda
Pistola de etiquetaje	Para imprimir sello y precio en la etiqueta
Espejo	Para uso de los clientes en el local comercial
Focos	Para uso en la planta y en el local
Alfombra	Para uso en la planta y en el local
Fundas de cartón	Para entregar la prenda al cliente
Etiquetas	Para colocar en las prendas
Letrero	Para colocar afuera del negocio

Fuente: Los autores

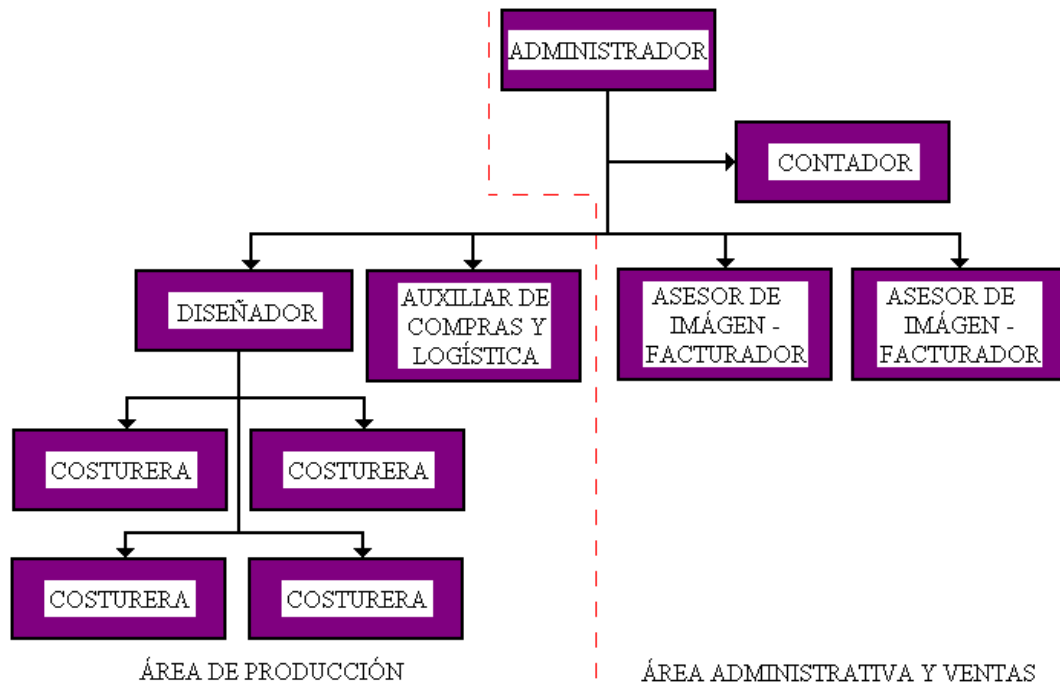
3.1.5 Descripción de Recursos Humanos

Las personas que trabajan en una organización son el recurso más importante de una empresa, por ello, el recurso humano de “Madame” estará debidamente escogido según su experiencia y estudios para luego capacitarlos según su área de trabajo con el fin de que se sientan motivados y se desempeñen de manera satisfactoria en sus labores. También se quiere evitar mayores rotaciones del personal y cualquier inestabilidad que pueda existir.

“Madame” trabajará con el siguiente organigrama:

Cuadro # 32

Organigrama



Fuente: Los autores

Administrador: Manejará, Dirigirá y Controlará el negocio, se encargará de hacer cumplir los objetivos, realizará la programación de actividades para el personal, autorizará los desembolsos de dinero al contador y revisará los informes económicos que elabora el contador. Recibirá y hará llamadas telefónicas a los proveedores, clientes, etc., recaudará el dinero del local comercial para depositarlo en el banco. Se encargará de pagar las planillas y deudas con los proveedores. Coordinará en la

aprobación de los diseños junto con el diseñador y también realizará proyectos de investigación para la extensión, mejoramiento y publicidad del negocio.

Contador: Preparará informes económicos para conocimiento del Administrador. Efectuará labores contables de acuerdo con la programación que le entregue el Administrador. Realizará registros de las transacciones desarrolladas en el negocio, llenará formularios y desembolsará el dinero para pagar los sueldos de los empleados y cubrir las deudas con terceros. Preparará cotizaciones de las adquisiciones a ser aprobadas por el administrador. (Trabajará solamente 2 horas al día ya que es un negocio pequeño).

Asesor de imagen - facturador: Trabajarán 2 personas en el local comercial, las mismas que se encargarán de recibir, guiar y sugerir al cliente los diferentes diseños y alternativas de acuerdo a sus características y tipo de evento. También ordenarán y ubicarán las prendas en el mostrador, y vestirán a los maniquíes. Facturarán cada prenda que sea vendida y realizarán un arqueo de caja todos los días. Los asesores de imagen deben poseer conocimientos y experiencia en atención al cliente, ventas y facturación.

Diseñador: La diseñadora será la señora Patricia Abril Abril, quien posee gran conocimiento y experiencia en alta costura y diseño de vestidos elegantes de mujer para toda ocasión. Para este proyecto la diseñadora prestará sus servicios exclusivamente para el diseño y elaboración de bocetos y modelos de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas creados por ella misma.

Su función además será de supervisar las actividades de producción, como la coordinación de tareas del personal a su cargo (costureras y auxiliar de compras y logística), dirigirá y controlará las actividades que realicen las costureras en cuanto a la unión de piezas, ajustes de acuerdo a la prueba, colocación de cierres, botones y apliques, etc. Se encargará de revisar cada prenda a fin de que cumpla con sus expectativas en los acabados y realizará los pedidos de materia prima.

Costurera: Para la producción de los vestidos de coctel, se trabajará con 5 costureras en el área de producción, las mismas que se encargarán de cortar telas, formar, unir y

coser piezas, realizar ajustes, colocar botones, cierres, apliques, etiquetas y planchar prendas.

Deberá poseer conocimientos en alta costura, ya que las prendas serán cosidas con atención al detalle y a su acabado.

Auxiliar de compras y logística: Se encargará de realizar las compras de materia prima, insumos, materiales y maquinaria según las especificaciones del diseñador. Colocará la materia prima en el área de producción y llevará un control de la misma, mantendrá contacto directo con los proveedores, codificará y registrará las prendas en el sistema y las trasladará al área de ventas. El auxiliar deberá poseer conocimientos de computación, contabilidad y relaciones humanas.

3.2 Análisis del tamaño

Para analizar el tamaño, se tomará en cuenta la demanda del proyecto que se analizó en el capítulo 2, es decir 23.193 mujeres.

A esta demanda se le multiplicará por 2, que es el promedio de vestidos que las encuestadas adquirirían en el año, por lo tanto, la demanda será de 46.386 vestidos de coctel al año.

$$\text{Demanda} = 23.193 \text{ mujeres} * 2 \text{ vestidos} = 46.386 \text{ vestidos de coctel al año}$$

Se cubrirá aproximadamente el 2.59% del mercado en el primer año, ya que se tomará en cuenta el factor capital, el mismo que representa una restricción al proyecto, limitando la adquisición de maquinaria, mano de obra, y materia prima para la empresa.

Por lo tanto, el tamaño de la empresa en cuanto a producción será de 1.200 vestidos al año.

$$\text{Tamaño} = 46.368 * 2,59\% = \mathbf{1.200 \text{ vestidos de coctel al año.}}$$

3.2.1 Cálculo de la Producción

Para el cálculo de la producción, se tomará en cuenta el horario del personal de producción, ya que como se explicó en el capítulo 2, este personal trabajará de 8:00 AM a 12:00 PM y de 14:00 PM a 18:00PM de lunes a viernes, es decir 8 horas a la semana.

Según este horario de producción junto con los recursos disponibles de la empresa, se puede deducir que la producción en un día laborable, es de 5 de vestidos de coctel al día.

Producción = 5 vestidos *5 días *4 semanas* 12 meses = 1.200 vestidos de coctel en el primer año.

Al producir 5 vestidos diarios, se podrá cubrir el tamaño propuesto anteriormente.

Dentro de la investigación, la empresa “Carolina Colours” proporcionó el dato que corresponde a los vestidos que se elaboran en un día. El cálculo se dedujo de acuerdo a su número de costureras y maquinaria que dispone esta empresa.

3.2.2 Proyección de la producción

Para obtener la proyección de la producción, se realizará la operación del primer año efectuada en el punto anterior, pero se aumentará 1 vestido al día, en cada año de la vida útil proyecto. Para cumplir con esta futura producción, se necesitará aumentar en cada año una costurera y una máquina de costura recta y zigzag.

Cuadro # 33

Proyección de la producción con su número de costureras y máquinas

AÑO	PRODUCCIÓN	# COSTURERAS	# MÁQUINAS DE COSTURA RECTA Y ZIGZAG
1	1200	4	4
2	1440	5	5
3	1680	6	6
4	1920	7	7
5	2160	8	8
6	2400	9	9
7	2640	10	10
8	2880	11	11
9	3120	12	12
10	3360	13	13

Fuente: Los autores

3.3 Análisis de la localización

3.3.1 Macro localización:

Debido al lugar de residencia de los inversionistas, el proyecto se localizará en:

Cuadro # 34

Macro localización

País	→	Ecuador
Provincia	→	Azuay
Ciudad	→	Cuenca

Fuente: Los autores

3.3.2 Micro localización

Para determinar la ubicación de la empresa, se tomará en cuenta los resultados de las encuestas que se efectuaron al segmento. (Ver cuadro # 10).

Con los resultados obtenidos, se procederá a elaborar la matriz de ponderación de factores, para determinar la ubicación óptima de la empresa.

Para elaborar la matriz, se consideró factores como: afluencia de gente, lugares de arriendo, vías de acceso, disponibilidad de parqueo, presencia de competencia,

seguridad y horario de atención; a cada uno de los factores se les asignará un peso para determinar un puntaje en cada ubicación.

Cuadro # 35

Matriz de ponderación de factores

FACTORES	PESO	CENTRO HISTÓRICO	SECTOR ESTADIO	SECTOR MALL DEL RÍO	SECTOR MONAY SHOPPING
AFLUENCIA DE GENTE	10	9	5	6	3
LUGARES DE ARRIENDO	7	5	4	2	4
VIAS DE ACCESO	8	7	5	5	4
DISPONIBILIDAD DE PARQUEO	7	6	5	5	4
PRESENCIA DE COMPETENCIA	5	2	3	2	4
SEGURIDAD	5	2	3	4	4
HORARIO DE ATENCIÓN	8	6	6	7	7
TOTAL	50	37	31	31	30

Fuente: Los autores

Según la matriz, resulta más conveniente la ubicación en el centro histórico, ya que alcanzó un puntaje de 37/50, considerando como factor sobresaliente, la afluencia de gente que favorecerá en las ventas de la empresa “Madame”.

4 CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Análisis de inversiones

4.1.1 Inversiones fijas

En “Madame” se realizarán ciertas inversiones fijas, las mismas que apoyarán al proceso de producción. Estas inversiones tendrán una vida útil mayor a un año y no estarán disponibles para la venta.

A continuación, se elaboró una tabla, la cual cuantifica los recursos fijos que se invertirán en la empresa:

Cuadro # 36

Inversiones Fijas

#	Inversiones Fijas	Valor Unitario	Valor Total
1	Máquina Overlock	800	800
2	Máquina Costura Recta y zigzag	750	1.500
1	Máquina Cordonadora	800	800
1	Plancha a Vapor	120	120
1	Mesa para cortar	170	170
5	Silla de madera	15	75
6	Silla giratoria	50	300
1	Sillón	200	200
3	Escritorio	150	450
1	Mueble Cajero	200	200
3	Computadora de escritorio	500	1.500
2	Impresora	150	300
2	Teléfono	50	100
TOTAL			6.515

Fuente: Los autores

En la siguiente tabla se muestra un resumen de los recursos de inversión, clasificados a manera de cuentas contables, las mismas que se utilizará para calcular la depreciación de activos fijos:

Cuadro # 37

Resumen de Inversiones Fijas

Inversiones Fijas	Dólares
Maquinaria y Equipo	3.220
Muebles y enseres	1.395
Equipo de computación	1.800
Equipos de oficina	100
TOTAL	6.515

Fuente: Los Autores

4.1.1.1 Nuevas Inversiones

Hay que tomar en cuenta que la inversión fija se incrementa según el número de costureras, por lo que se hará nuevas inversiones en máquinas de costura recta a partir del 2do año hasta el final de la vida útil. Se proyectó que las máquinas tendrán un incremento promedio de 50 dólares cada año.

Cuadro # 38

Proyección de nuevas Inversiones Fijas

PROYECCIÓN DE NUEVAS INVERSIONES FIJAS ANUALES									
AÑO	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión maquinas de costura recta	800,00	850,00	900,00	950,00	1.000,00	1.050,00	1.100,00	1.150,00	1.200,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	800,00	850,00	900,00	950,00	1.000,00	1.050,00	1.100,00	1.150,00	1.200,00

Fuente: Los autores

4.1.2 Inversiones diferidas

Son aquellas que se adquieren en el inicio de la operación del proyecto y se consumen a través del tiempo, son bienes intangibles susceptibles de amortización, estos pueden ser servicios y derechos. En el siguiente cuadro, se cuantifican los recursos de inversión diferida del negocio:

Cuadro # 39

Inversiones diferidas

Inversiones Diferidas	Dólares
Instalación de Servicios Básicos	200
Permisos de Funcionamiento	250
Registro de Marca	300
Capacitación Inicial	1.200
TOTAL	1.950

Fuente: Los autores

4.1.3 Inversiones en capital de trabajo

Son todas las inversiones necesarias para cubrir los gastos que se presenten desde que se inicia la operación del proyecto, hasta que se realiza la primera venta y se recibe el primer valor monetario.

En la siguiente tabla, se cuantifica todos los recursos de inversión en capital de trabajo:

Cuadro # 40

Inversiones en Capital de Trabajo

#	Inversión Inicial Capital de trabajo	Valor Unitario	Valor Total
35	Tela Seda	4	2.000
35	Tela Shantú	9	4.500
35	Tela Sharmus	4	1.750
35	Tela Tafetán strech	6	2.750
35	Tela Chifón	4	1.750
1	Tela Forro Americano	1	700
35	Ovillo de hilo	10	350
varios	Insumos Varios	varios	1.000
7	Cinta métrica	1	7
10	Tijera	5	50
varios	Utiles de Oficina	varios	100
varios	Utiles de Diseño	varios	120
1	Programa de facturación	1.000	1.000
25	Paquete de Armadores	5	125
10	Exhibidor	30	300
5	Maniquí	70	350
1	Pistola plastiflecha	10	10
1	Pistola de etiquetaje	80	80
4	Espejo	60	240
20	Focos	3	60
3	Alfombra	10	30
1	Sueldo Diseñador	1er mes	325
1	Sueldo Costurera 1	1er mes	250
1	Sueldo Costurera 2	1er mes	250
1	Sueldo Costurera 3	1er mes	250
1	Sueldo Costurera 4	1er mes	250
1	Sueldo Auxiliar de compras y logística	1er mes	300
1	Sueldo Administrador	1er mes	350
1	Sueldo Contador	1er mes	200
1	Sueldo Asesor de Imagen - Facturador 1	1er mes	300
1	Sueldo Asesor de Imagen - Facturador 2	1er mes	300
1	Pago de Luz	1er mes	40
1	Pago de Agua	1er mes	15
1	Pago de Teléfono	1er mes	20
1	Pago de Internet	1er mes	25
1	Pago de Arriendo	1er mes	400
1	Publicidad	1er mes	300
varias	Fundas de cartón	varias	100
varias	Etiquetas	varias	50
1	Letrero	120	120
TOTAL			21.117

Fuente: Los autores

A continuación, se muestra un resumen de las inversiones en capital de trabajo, clasificados a manera de cuentas contables:

Cuadro # 41

Resumen de Inversiones en capital de trabajo

Inversión Inicial de Capital de Trabajo	Dólares
Materia Prima	13.800
Materiales e Insumos	3.472
Mano de Obra	2.775
Pago de Servicios	500
Publicidad	570
TOTAL	21.117

Fuente: Los autores

4.1.4 Inversión total

Para conocer la inversión total, se sumará las inversiones fijas, diferidas y de capital inicial de trabajo, dando como resultado la inversión total del proyecto, la misma que será de 29.582 dólares.

Cuadro # 42

Inversión total del proyecto

Inversión Total del Proyecto	Dólares
Inversiones Fijas	6.515
Inversiones Diferidas	1.950
Inversiones Capital inicial de trabajo	21.117
TOTAL	29.582

Fuente: Los autores

4.2 Análisis de financiamiento

Es necesario encontrar fuentes financieras para obtener fondos los cuales tienen ciertas condiciones o plazos. Estas fuentes pueden ser propias o externas.

4.2.1 Fuentes propias

Para poner en marcha el proyecto, los accionistas de “Madame” aportarán cada uno con 15.000 dólares.

Cuadro # 43

Fuentes propias para el financiamiento

FUENTES		
Socios		30.000
Elizabeth Morejón	15.000	
Verónica Peña	15.000	
Total del Financiamiento		30.000

Fuente: Los autores

4.2.2 Fuentes de terceros

No será necesario pedir préstamos a las entidades financieras, ya que para llevar a cabo el proyecto, los socios lo financiarán totalmente.

4.3 Análisis de ingresos

Los ingresos provendrán de la venta de los vestidos de coctel para ejecutivas. Al tratarse de un proyecto nuevo, se realizará una proyección de ingresos para todos los años de la vida útil del proyecto. Esta proyección percibirá cambios, de acuerdo a los incrementos en la demanda, y en el precio de venta del producto.

4.3.1 Ingresos operacionales

Provendrán de la actividad normal del proyecto que se obtendrá de la producción y comercialización de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas.

Para conocer cuáles serán los ingresos de la empresa, se necesitará saber cuál es la producción y el precio de los productos.

A continuación la tabla muestra la proyección de la producción para todos los años de vida útil del proyecto. La producción de vestidos de coctel se calculó en función de la capacidad de la maquinaria y el ingreso de nuevas costureras. (Ver cuadro # 33).

Cuadro # 44

Crecimiento anual de la producción

CRECIMIENTO ANUAL DE LA PRODUCCIÓN										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Producción de "Madame"	1.200	1.440	1.680	1.920	2.160	2.400	2.640	2.880	3.120	3.360

Fuente: Los autores

La proyección del precio de los vestidos de coctel, se realizará en base al precio del primer año, el cual ya se estableció en el capítulo 2 (ver cuadro # 23). Luego, se multiplicará por la tasa promedio de inflación del 4% hasta el 5to año. A partir del 6to año, se multiplicará por un 5% de inflación:

Cuadro # 45

Proyección del precio de vestidos de coctel

PROYECCIÓN DEL PRECIO DE VESTIDOS DE COCTEL										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Precio de 1 vestido	65	67,60	70,30	73,12	76,04	79,84	83,83	88,03	92,43	97,05

Fuente: Los autores

Una vez que se haya calculado la producción y precios proyectados, se podrá conocer los ingresos anuales en dólares para los 10 años del proyecto. Para ello se multiplicó la producción por el precio en cada año respectivamente:

Cuadro # 46

Proyección de Ingresos anuales

PROYECCIÓN DE INGRESOS										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos en Dólares	78.000,00	97.344,00	118.114,09	140.392,30	164.258,99	191.633,58	221.336,78	253.529,11	288.380,49	326.084,80

Fuente: Los autores

4.3.2 Ingresos no operacionales

La empresa no contará con ingresos no operacionales, es decir, no existirán ingresos que provengan de la derivación de la actividad normal del proyecto. Solamente se obtendrán ingresos operacionales.

4.4 Análisis de egresos

4.4.1 Costos de producción

Son egresos de dinero que se realizarán para que pueda cumplirse el proceso de producción, dentro de los cuales se tiene: mano de obra, materia prima, materiales e insumos, etc.

Mano de Obra.- El personal que conforma la mano de obra es: diseñador, costureras y auxiliar de compras y logística.

El salario mínimo mensual será 400, 250 y 300 dólares respectivamente, y tendrán un incremento del 10% cada año tomando en cuenta la política salarial del gobierno actual.

Cuadro # 47

Proyección anual del Costo del diseñador

COSTO ANUAL (DISEÑADOR)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sueldo mensual (diseñador)	400,00	425,00	450,00	475,00	500,00	525,00	550,00	575,00	600,00	625,00
Costo mensual + beneficios (diseñador) *	520,00	552,50	585,00	617,50	650,00	682,50	715,00	747,50	780,00	812,50
Costo anual (diseñador)	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00	7.800,00	8.190,00	8.580,00	8.970,00	9.360,00	9.750,00
Costo Total (diseñador)	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00	7.800,00	8.190,00	8.580,00	8.970,00	9.360,00	9.750,00

Fuente: Los autores

Cuadro # 48

Proyección anual del Costo de las costureras

PROYECCIÓN COSTO (COSTURERAS)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Número de costureras	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Sueldo mensual (costurera)	250,00	275,00	300,00	325,00	350,00	375,00	400,00	425,00	450,00	475,00
Costo mensual + beneficios (costurera)*	325,00	357,50	390,00	422,50	455,00	487,50	520,00	552,50	585,00	617,50
Costo anual (por costurera)	3.900,00	4.290,00	4.680,00	5.070,00	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00
Costo Total (costureras)	15.600,00	21.450,00	28.080,00	35.490,00	43.680,00	52.650,00	62.400,00	72.930,00	84.240,00	96.330,00

Fuente: Los autores

* Nota: El costo mensual de los salarios, incluyen el 30% de los beneficios de ley

Cuadro # 49

Proyección anual del Costo del auxiliar de compras y logística

PROYECCIÓN COSTO (AUXILIAR DE COMPRAS Y LOGÍSTICA)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sueldo mensual (auxiliar de c y l)	300,00	325,00	350,00	375,00	400,00	425,00	450,00	475,00	500,00	525,00
Costo mensual + beneficios (auxiliar de c y l)*	390,00	422,50	455,00	487,50	520,00	552,50	585,00	617,50	650,00	682,50
Costo anual (auxiliar de c y l)	4.680,00	5.070,00	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00	7.800,00	8.190,00
Costo Total (auxiliar de c y l)	4.680,00	5.070,00	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00	7.800,00	8.190,00

Fuente: Los autores

Materia prima.- Se adquirirá la materia prima, materiales e insumos, de acuerdo al nivel de producción de la empresa. Se calculó en cada año con un incremento del 4%, ya que es el porcentaje promedio de la inflación actual.

Cuadro # 50

Proyección anual del Costo de materia prima

PROYECCIÓN COSTO (MATERIA PRIMA)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Produccion (# vestidos de coctel)	1200	1.440	1.680	1.920	2.160	2.400	2.640	2.880	3.120	3.360
Costo mensual (materia prima)	1150	1.435	1.741	2.070	2.422	2.798	3.201	3.632	4.092	4.583
Costo anual (materia prima)	13.800,00	17.222,00	20.896,91	24.838,08	29.060,83	33.581,49	38.417,64	43.585,81	49.105,50	54.996,72
Costo Total (materia prima)	13.800,00	17.222,00	20.896,91	24.838,08	29.060,83	33.581,49	38.417,64	43.585,81	49.105,50	54.996,72

Fuente: Los autores

* Nota: El costo mensual de los salarios, incluyen el 30% de los beneficios de ley

Cuadro # 51

Proyección anual del Costo de Materiales e Insumos

PROYECCIÓN COSTO (MATERIALES E INSUMOS)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Produccion (# vestidos de coctel)	1200	1.440	1.680	1.920	2.160	2.400	2.640	2.880	3.120	3.360
Costo mensual (materiales e insumos)	289,33	361	438	521	609	704	805	914	1.029	1.153
Costo anual (materiales e insumos)	3.472,00	4.333,40	5.257,78	6.249,11	7.311,25	8.448,53	9.665,39	10.965,97	12.353,44	13.836,49
Costo Total (materiales e insumos)	3.472,00	4.333,40	5.257,78	6.249,11	7.311,25	8.448,53	9.665,39	10.965,97	12.353,44	13.836,49

Fuente: Los autores

Servicios Básicos.- En el pago de luz y agua, se calculó en función de la producción, por lo que en promedio, cada año se aumentará 10 dólares mensuales.

Cuadro # 52

Proyección anual del Costo de pago de luz

PROYECCIÓN COSTO (PAGO DE LUZ)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo mensual (pago de luz)	50,00	60,00	70,00	80,00	90,00	100,00	110,00	120,00	130,00	140,00
Costo anual (pago de luz)	600,00	720,00	840,00	960,00	1.080,00	1.200,00	1.320,00	1.440,00	1.560,00	1.680,00
Costo Total (pago de luz)	600,00	720,00	840,00	960,00	1.080,00	1.200,00	1.320,00	1.440,00	1.560,00	1.680,00

Fuente: Los autores

Cuadro # 53

Proyección anual del Costo de pago de agua

PROYECCIÓN COSTO (PAGO DE AGUA)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo mensual (pago de agua)	15,00	25,00	35,00	45,00	55,00	65,00	75,00	85,00	95,00	105,00
Costo anual (pago de agua)	180,00	300,00	420,00	540,00	660,00	780,00	900,00	1.020,00	1.140,00	1.260,00
Costo Total (pago de agua)	180,00	300,00	420,00	540,00	660,00	780,00	900,00	1.020,00	1.140,00	1.260,00

Fuente: Los autores

Transporte de Materia prima e insumos.- para este cálculo se consideró un aumento de 10 dólares cada año.

Cuadro # 54

Proyección anual del Costo de transporte de materia prima e insumos

PROYECCIÓN COSTO (TRANSPORTE DE MATERIA PRIMA E INSUMOS)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo mensual (transporte de mp)	150,00	160,00	170,00	180,00	190,00	200,00	210,00	220,00	230,00	240,00
Costo anual (transporte de mp)	1.800,00	1.920,00	2.040,00	2.160,00	2.280,00	2.400,00	2.520,00	2.640,00	2.760,00	2.880,00
Costo Total (transporte de mp)	1.800,00	1.920,00	2.040,00	2.160,00	2.280,00	2.400,00	2.520,00	2.640,00	2.760,00	2.880,00

Fuente: Los autores

En el siguiente cuadro se muestra un resumen de los costos de analizados anteriormente:

Cuadro # 55

Resumen de la proyección de los costos de producción anuales

PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo anual (diseñador)	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00	7.800,00	8.190,00	8.580,00	8.970,00	9.360,00	9.750,00
Costo anual (costureras)	15.600,00	21.450,00	28.080,00	35.490,00	43.680,00	52.650,00	62.400,00	72.930,00	84.240,00	96.330,00
Costo anual (auxiliar de c y l)	4.680,00	5.070,00	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00	7.800,00	8.190,00
Costo anual (materia prima)	13.800,00	17.222,00	20.896,91	24.838,08	29.060,83	33.581,49	38.417,64	43.585,81	49.105,50	54.996,72
Costo anual (materiales e insumos)	3.472,00	4.333,40	5.257,78	6.249,11	7.311,25	8.448,53	9.665,39	10.965,97	12.353,44	13.836,49
Costo anual (pago de luz)	600,00	720,00	840,00	960,00	1.080,00	1.200,00	1.320,00	1.440,00	1.560,00	1.680,00
Costo anual (pago de agua)	180,00	300,00	420,00	540,00	660,00	780,00	900,00	1.020,00	1.140,00	1.260,00
Costo anual (transporte de mp)	1.800,00	1.920,00	2.040,00	2.160,00	2.280,00	2.400,00	2.520,00	2.640,00	2.760,00	2.880,00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	46.372,00	57.645,40	70.014,69	83.497,19	98.112,08	113.880,02	130.823,03	148.961,78	168.318,94	188.923,21

Fuente: Los autores

4.4.2 Gasto administrativo

Son gastos que apoyan el proceso de producción y no intervienen dentro del mismo como sueldos administrativos, pago de servicios básicos, arriendo, etc.

Sueldos administrativos.- El sueldo mensual del administrador 350 y el del contador 200 dólares respectivamente, y tendrán un incremento de \$25 cada año tomando en cuenta la política salarial del gobierno actual.

Cuadro # 56

Proyección anual del gasto del administrador

PROYECCIÓN GASTO (ADMINISTRADOR)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sueldo mensual (administrador)	350,00	375,00	400,00	425,00	450,00	475,00	500,00	525,00	550,00	575,00
Costo mensual + beneficios (administrador)*	455,00	487,50	520,00	552,50	585,00	617,50	650,00	682,50	715,00	747,50
Gasto anual (administrador)	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00	7.800,00	8.190,00	8.580,00	8.970,00
Gasto Total (administrador)	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00	7.800,00	8.190,00	8.580,00	8.970,00

Fuente: Los autores

Cuadro # 57

Proyección anual del gasto del contador

PROYECCIÓN GASTO (CONTADOR)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sueldo mensual (contador)	200,00	225,00	250,00	275,00	300,00	325,00	350,00	375,00	400,00	425,00
Costo mensual + beneficios (contador)*	260,00	292,50	325,00	357,50	390,00	422,50	455,00	487,50	520,00	552,50
Gasto anual (contador)	3.120,00	3.510,00	3.900,00	4.290,00	4.680,00	5.070,00	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00
Gasto Total (contador)	3.120,00	3.510,00	3.900,00	4.290,00	4.680,00	5.070,00	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00

Fuente: Los autores

* Nota: El costo mensual de los salarios, incluyen el 30% de los beneficios de ley

Servicio de Teléfono e Internet.- Para el servicio telefónico, se ha calculado un gasto mensual de \$60 dólares, el mismo que se espera se mantenga a lo largo del proyecto. Mientras que para el pago del servicio de internet, se hará un gasto mensual de \$35 dólares y la proyección tendrá el mismo valor durante los 10 años, ya que este servicio tiene una tendencia a bajar, por lo que el gobierno local y nacional promueven el uso de internet.

Cuadro # 58

Proyección anual del gasto del pago de teléfono

PROYECCIÓN GASTO (PAGO DE TELÉFONO)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto mensual (pago de teléfono)	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Gasto anual (pago de teléfono)	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Gasto Total (pago de teléfono)	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00

Fuente: Los autores

Cuadro # 59

Proyección anual del gasto del pago de internet

PROYECCIÓN GASTO (PAGO DE INTERNET)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto mensual (pago de internet)	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Gasto anual (pago de internet)	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Gasto Total (pago de internet)	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00

Fuente: Los autores

Arriendo.- Para el cálculo del pago del arriendo, se tomó en cuenta el sector donde se ubicará la empresa, y debido a que el centro histórico es un sector comercial, se proyectó para cada año un incremento de 50 dólares.

Cuadro # 60

Proyección anual del gasto del pago de arriendo

PROYECCIÓN GASTO (PAGO DE ARRIENDO)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto mensual (pago de arriendo)	400,00	450,00	500,00	550,00	600,00	650,00	700,00	750,00	800,00	850,00
Gasto anual (pago de arriendo)	4.800,00	5.400,00	6.000,00	6.600,00	7.200,00	7.800,00	8.400,00	9.000,00	9.600,00	10.200,00
Gasto Total (pago de arriendo)	4.800,00	5.400,00	6.000,00	6.600,00	7.200,00	7.800,00	8.400,00	9.000,00	9.600,00	10.200,00

Fuente: Los autores

Gastos Varios: En cuanto a los gastos varios que hace referencia a la limpieza y mantenimiento que se le da a la empresa, se ha presupuestado un valor de \$ 100 dólares mensuales hasta el 5to año, y \$140 dólares mensuales, a partir del 6to año.

Cuadro # 61

Proyección anual de gastos varios

PROYECCIÓN GASTO (VARIOS)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto mensual (varios)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Gasto anual (varios)	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00
Gasto Total (varios)	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00

Fuente: Los autores

En el siguiente cuadro se muestra un resumen de los gastos administrativos:

Cuadro # 62

Resumen de la proyección anual de los gastos administrativos

PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto anual (administrador)	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00	7.800,00	8.190,00	8.580,00	8.970,00
Gasto anual (contador)	3.120,00	3.510,00	3.900,00	4.290,00	4.680,00	5.070,00	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00
Gasto anual (pago de teléfono)	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Gasto anual (pago de internet)	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Gasto anual (pago de arriendo)	4.800,00	5.400,00	6.000,00	6.600,00	7.200,00	7.800,00	8.400,00	9.000,00	9.600,00	10.200,00
Gasto anual (varios)	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	15.720,00	17.100,00	18.480,00	19.860,00	21.240,00	23.100,00	24.480,00	25.860,00	27.240,00	28.620,00

Fuente: Los autores

4.4.3 Gasto de ventas

Es todo lo necesario para poder efectuar el proceso de venta de los vestidos de coctel tal es el caso de la publicidad.

Publicidad: Para poder llegar de mejor manera a los consumidores es necesario realizar una fuerte campaña publicitaria, además se realizaran desfiles para el lanzamiento de nuevas colecciones; y se realizaran catálogos de las nuevas colecciones.

Para esto se ha destinado un gasto mensual de \$500 el cual cada año se incrementara en \$50.

Cuadro # 63

Proyección anual del gasto de publicidad

PROYECCIÓN GASTO (PUBLICIDAD)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto mensual (publicidad)	500,00	550,00	600,00	650,00	700,00	750,00	800,00	850,00	900,00	950,00
Gasto anual (publicidad)	6.000,00	6.600,00	7.200,00	7.800,00	8.400,00	9.000,00	9.600,00	10.200,00	10.800,00	11.400,00
Gasto Total (publicidad)	6.000,00	6.600,00	7.200,00	7.800,00	8.400,00	9.000,00	9.600,00	10.200,00	10.800,00	11.400,00

Fuente: Los autores

Sueldo Asesor de Imagen: El sueldo mensual del asesor de imagen es de \$300 y se tendrá un incremento de \$25 cada año tomando en cuenta la política salarial del gobierno actual.

Cuadro # 64

Proyección anual del gasto del asesor de imagen

PROYECCIÓN GASTO (ASESOR DE IMÁGEN)										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Número de asesores de imagen	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Sueldo mensual (asesor de imagen)	300,00	325,00	350,00	375,00	400,00	425,00	450,00	475,00	500,00	525,00
Costo mensual + beneficios (asesor)*	390,00	422,50	455,00	487,50	520,00	552,50	585,00	617,50	650,00	682,50
Gasto anual (por asesor de imagen)	4.680,00	5.070,00	5.460,00	5.850,00	6.240,00	6.630,00	7.020,00	7.410,00	7.800,00	8.190,00
Gasto Total (por asesor de imagen)	9.360,00	10.140,00	10.920,00	11.700,00	12.480,00	13.260,00	14.040,00	14.820,00	15.600,00	16.380,00

Fuente: Los autores

En el siguiente cuadro se muestra un resumen de los gastos de ventas:

* Nota: El costo mensual de los salarios, incluyen el 30% de los beneficios de ley.

Cuadro # 65

Resumen de la proyección anual del gasto de ventas

PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTAS										
AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto anual (asesores de imagen)	9.360,00	10.140,00	10.920,00	11.700,00	12.480,00	13.260,00	14.040,00	14.820,00	15.600,00	16.380,00
Gasto anual (publicidad)	6.000,00	6.600,00	7.200,00	7.800,00	8.400,00	9.000,00	9.600,00	10.200,00	10.800,00	11.400,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	15.360,00	16.740,00	18.120,00	19.500,00	20.880,00	22.260,00	23.640,00	25.020,00	26.400,00	27.780,00

Fuente: Los autores

4.4.4 Gasto financiero

El proyecto estará financiado totalmente por los recursos aportados por las dos socias Elizabeth Morejón 50% y Verónica Peña 50% es decir \$15000 cada una para así efectuar la inversión total, por lo tanto la empresa no contará con gastos financieros ya que el 100% será financiamiento propio.

4.5 Análisis de rentabilidad

Vida Útil del Proyecto.- Para calcular la vida útil del proyecto, se tomará en cuenta la vida útil de las principales maquinarias de la empresa, es decir a las máquinas de costura recta y zigzag, overlock y cordonadora, las cuales se deprecian en 10 años; por lo que la vida útil del proyecto será de 10 años.

Depreciación.- El proyecto al encontrarse bajo el régimen tributario artesanal se encuentra exento de impuestos por lo que en el análisis del flujo de caja la depreciación no se tomará en cuenta por no ser una salida real de efectivo.

Para realizar el cálculo del valor de salvamento se efectuara el cálculo del valor en libros de los activos al final de la vida útil del proyecto para lo que se necesita la depreciación.

Cuadro # 66

Depreciación Anual Método Lineal

Inversiones Fijas	Inversion (dólares)	Vida Util (años)	Depreciación Anual (dólares)
Maquinaria y Equipo	3.220	10	322
Muebles y enseres	1.395	10	139,5
Equipo de computación	1.800	3	600
TOTAL	6.415		1.061,5

Fuente: Los autores

Tasa Impositiva.- Para el proyecto la tasa impositiva es de cero debido a que se encuentra bajo el régimen tributario artesanal que está exento de impuestos.

Recuperación del Capital de Trabajo.- Son todos aquellos egresos necesarios para la primera producción y los mismos se recuperarán al final de la vida útil.

Al final de la vida útil del proyecto, se recuperará la inversión en materia prima y materiales e insumos, como se observa en el cuadro a continuación:

Cuadro # 67

Recuperación del capital de trabajo al final de la vida útil

Recuperación de Capital de Trabajo	Dólares
Materia Prima	13.800
Materiales e Insumos	3.472
TOTAL	17.272

Fuente: Los autores

Valor de Salvamento.- El valor de salvamento neto comprende el valor en que se podrán vender los activos del proyecto una vez que ha terminado su vida útil. Se va a tomar el 25% del valor en libros para realizar el cálculo del valor de salvamento.

Cuadro # 68

Valor de Salvamento

Inversiones Fijas	Valor Libros al final de la vida útil (dólares)	Valor Mercado al final de la vida útil (dólares)
Maquinaria y Equipo	3.220	805
Muebles y enseres	1.395	348,75
Equipo de computación	0	0
TOTAL	4.615	1.153,75

Fuente: Los autores

Indicador de Rentabilidad: Como indicadores de rentabilidad tendremos al Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tasa de Descuento: Se utilizará una tasa de descuento del 25% ya que se tomará en cuenta el riesgo del sector económico del proyecto, es decir, el sector textil.

4.5.1 Flujo de caja proyectado

Una vez proyectados los ingresos y los egresos, es posible realizar el flujo de caja del proyecto.

Para realizar el flujo de caja, se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Bajo la ley del artesano no se efectúa el cálculo de los impuestos.*
- ✓ La depreciación no se incluye porque la ley del artesano elimina el escudo fiscal.
- ✓ En inversiones fijas se colocará los valores de las futuras adquisiciones de maquinaria, que se efectuarán a partir del 2do año.

*Ver Ley de fomento artesanal, artículo 9, en la página web:

http://www.hcpse.gov.ec/index.php?option=com_docman&task=doc

Cuadro # 69

Flujo de Caja proyectado

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Inicial Total (ver cuadro # 42)	-29.582,00										
Inversiones Fijas (Ver cuadro # 37) (Ver cuadro # 38)	-6.515,00		-750	-800,00	-850,00	-900,00	-950,00	-1.000,00	-1.050,00	-1.100,00	-1.150,00
Inversiones Diferidas (Ver cuadro # 39)	-1.950,00										
Inversiones Capital de Trabajo (Ver cuadro # 41)	-21.117,00										
Ingresos		78.000,00	97.344,00	118.114,09	140.392,30	164.258,99	191.633,58	221.336,78	253.529,11	288.380,49	326.084,80
Ingresos Operacionales (Ver cuadro # 46)		78.000,00	97.344,00	118.114,09	140.392,30	164.258,99	191.633,58	221.336,78	253.529,11	288.380,49	326.084,80
Egresos		77.452,00	91.485,40	106.614,69	122.857,19	140.232,08	159.240,02	178.943,03	199.841,78	221.958,94	245.323,21
Egresos Costo de Producción (Ver cuadro # 55)		46.372,00	57.645,40	70.014,69	83.497,19	98.112,08	113.880,02	130.823,03	148.961,78	168.318,94	188.923,21
Egresos Gastos Administrativos (Ver cuadro # 62)		15.720,00	17.100,00	18.480,00	19.860,00	21.240,00	23.100,00	24.480,00	25.860,00	27.240,00	28.620,00
Egresos Gastos de Ventas (Ver cuadro # 65)		15.360,00	16.740,00	18.120,00	19.500,00	20.880,00	22.260,00	23.640,00	25.020,00	26.400,00	27.780,00
Utilidad / Pérdida		548,00	5.108,60	10.699,40	16.685,11	23.126,91	31.443,56	41.393,75	52.637,33	65.321,55	79.611,59
Recuperación del Capital de Trabajo											17.272,00
Valor de Salvamento Neto (Ver cuadro # 68)											1.153,75
Flujo de Caja	-29.582,00	548,00	5.108,60	10.699,40	16.685,11	23.126,91	31.443,56	41.393,75	52.637,33	65.321,55	98.037,34
VAN	39.065,15										
TIR	43,2%										
Tasa de descuento	25%										

Fuente: Los autores

El proyecto de la empresa “Madame” tiene alta rentabilidad, como se refleja en la TIR con un 43,2%, por lo que puede recomendar su creación y operación.

4.5.2 Análisis de escenarios

El análisis de escenarios busca conocer lo que pasaría si cambian ciertos factores que influyen en el proyecto. En el caso de “Madame” el factor más relevante para realizar la proyección del flujo de caja es la inflación, por ello se ha visto necesario analizar 2 escenarios: un optimista y un pesimista.

4.5.2.1 Escenario Optimista

El presente análisis se realizó considerando diferentes tasas de inflación. Los supuestos fueron: Los ingresos en el año 1 y 2, se calcularon con un 4% de inflación; del año 3 al año 6, se consideró una inflación del 7%; mientras que desde el año 7 al año 10, se tomó una tasa del 8% de inflación.

Cuadro # 70

Escenario Optimista

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Inicial Total	-29.582,00										
Inversiones Fijas	-6.515,00		-750	-800,00	-850,00	-900,00	-950,00	-1.000,00	-1.050,00	-1.100,00	-1.150,00
Inversiones Diferidas	-1.950,00										
Inversiones Capital de Trabajo	-21.117,00										
Ingresos		78.000,00	97.344,00	121.521,23	148.608,68	178.887,70	212.675,47	252.658,46	297.675,12	348.269,17	405.055,16
Ingresos Operacionales		78.000,00	97.344,00	121.521,23	148.608,68	178.887,70	212.675,47	252.658,46	297.675,12	348.269,17	405.055,16
Egresos		77.452,00	91.485,40	106.614,69	122.857,19	140.232,08	159.240,02	178.943,03	199.841,78	221.958,94	245.323,21
Egresos Costo de Producción		46.372,00	57.645,40	70.014,69	83.497,19	98.112,08	113.880,02	130.823,03	148.961,78	168.318,94	188.923,21
Egresos Gastos Administrativos		15.720,00	17.100,00	18.480,00	19.860,00	21.240,00	23.100,00	24.480,00	25.860,00	27.240,00	28.620,00
Egresos Gastos de Ventas		15.360,00	16.740,00	18.120,00	19.500,00	20.880,00	22.260,00	23.640,00	25.020,00	26.400,00	27.780,00
Utilidad / Pérdida		548,00	5.108,60	14.106,54	24.901,49	37.755,62	52.485,45	72.715,43	96.783,34	125.210,23	158.581,95
Recuperación del Capital de Trabajo											17.272,00
Valor de Salvamento Neto											1.153,75
Flujo de Caja	-29.582,00	548,00	5.108,60	14.106,54	24.901,49	37.755,62	52.485,45	72.715,43	96.783,34	125.210,23	177.007,70
VAN	84.977,18										
TIR	54,9%										
Tasa de descuento	25%										

Fuente: Los autores

Con este escenario, se obtiene una alta rentabilidad, como se refleja en la TIR con un 54,9%, lo cual sería muy beneficioso para la empresa, en el caso de que se llegaran a cumplir los supuestos descritos anteriormente.

4.5.2.2 Escenario Pesimista

Este análisis se realizó considerando que los egresos (costos y gastos) se incrementan en un 8%, mientras que los precios no cambian.

Cuadro # 71

Escenario Pesimista

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión Inicial Total	-29.582,00										
Inversiones Fijas	-6.515,00		-750	-800,00	-850,00	-900,00	-950,00	-1.000,00	-1.050,00	-1.100,00	-1.150,00
Inversiones Diferidas	-1.950,00										
Inversiones Capital de Trabajo	-21.117,00										
Ingresos		78.000,00	97.344,00	118.114,09	140.392,30	164.258,99	191.633,58	221.336,78	253.529,11	288.380,49	326.084,80
Ingresos Operacionales		78.000,00	97.344,00	118.114,09	140.392,30	164.258,99	191.633,58	221.336,78	253.529,11	288.380,49	326.084,80
Egresos		83.648,16	98.804,23	115.143,87	132.685,77	151.450,65	171.979,22	193.258,47	215.829,12	239.715,66	264.949,07
Egresos Costo de Producción		50.081,76	62.257,03	75.615,87	90.176,97	105.961,05	122.990,42	141.288,87	160.878,72	181.784,46	204.037,07
Egresos Gastos Administrativos		16.977,60	18.468,00	19.958,40	21.448,80	22.939,20	24.948,00	26.438,40	27.928,80	29.419,20	30.909,60
Egresos Gastos de Ventas		16.588,80	18.079,20	19.569,60	21.060,00	22.550,40	24.040,80	25.531,20	27.021,60	28.512,00	30.002,40
Utilidad / Pérdida		-5.648,16	-2.210,23	2.170,23	6.856,54	11.908,35	18.704,36	27.078,31	36.649,99	47.564,83	59.985,73
Recuperación del Capital de Trabajo											17.272,00
Valor de Salvamento Neto											1.153,75
Flujo de Caja	-29.582,00	-5.648,16	-2.210,23	2.170,23	6.856,54	11.908,35	18.704,36	27.078,31	36.649,99	47.564,83	78.411,48
VAN	3.840,87										
TIR	26,8%										
Tasa de descuento	25%										

Fuente: Los autores

En este escenario, se obtiene baja rentabilidad con una TIR del 26,8%, en comparación con la tasa de descuento (25%), pero a pesar del incremento en los egresos, aun continuaría siendo factible el proyecto.

5 CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

La idea de la creación de una empresa productora y comercializadora de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas en la ciudad de Cuenca, resulta factible, ya que una vez que se realizaron los estudios de generalidades, mercado, técnico y financiero, se pudo determinar que estos demuestran viabilidad.

En lo que se refiere al estudio de mercado, se determinó que existe demanda, ya que se cuenta con una aceptación del 68%, es decir 23.193 mujeres que estarían dispuestas a adquirir el producto.

En el estudio técnico, se estableció que el tamaño óptimo de producción para el primer año es de 1.200 vestidos de coctel, y para incrementar la producción a lo largo del proyecto, será necesario aumentar una costurera por año, e igual cantidad de máquinas de costura recta. Los precios de las prendas serán fijados considerando una tasa de inflación inicial del 4%, y posteriormente una tasa del 5%.

En cuanto al Estudio Financiero, se demuestra que el proyecto si es rentable, ya que con este Valor Actual Neto (VAN 39.065,15), se puede recuperar todos los costos y gastos y además se obtiene ganancia. La Tasa Interna de Retorno (TIR 43,2%), es mayor que la Tasa de Descuento (25%), lo que demuestra que el proyecto es viable, y se puede continuar con su implantación.

Al realizar el análisis de escenarios, se concluye que tanto con un escenario optimista, o incluso con un escenario pesimista, sería factible realizar el proyecto, ya que se alcanza a cubrir la inversión, los costos y gastos, y a la vez alcanza el rendimiento esperado.

5.2 Recomendaciones

Con los resultados obtenidos en esta investigación, se recomienda la creación de la empresa productora y comercializadora de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas en la ciudad de Cuenca.

En lo posterior, la empresa “Madame” debería ampliar su línea de productos, creando vestidos de gala, de noche, y de fiesta, incrementando la cobertura de la empresa, y por consiguiente aumentando su rentabilidad.

Para posicionar la marca “Madame” en el mercado cuencano, se deberá dar énfasis en el aspecto publicitario, creando su propia página web, en la que se dará a conocer el producto, publicando los videos de los desfiles que se realicen, así como los catálogos de las colecciones que se lanzarán al mercado.

BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*, México D.F., Editorial McGraw-Hill, 2001.

KINNEAR, Thomas y TAYLOR, James. *Investigación de Mercados*, Bogotá., Editorial McGraw-Hill, 2004.

PORTER, Michael. *Estrategia y Ventaja Competitiva*, México D.F., Editorial CECSA, 1996.

SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*, Bogotá., Editorial McGraw-Hill, 1996.

VANEGAS MANZANO, Paúl. *Formulación de Pequeños Proyectos Rurales*, Cuenca, Editorial Artes Gráficas Patria, 2006.

ANEXOS

ANEXO 1

Fotos de las líneas de productos (2010)

Estilo Conservador



Vestido de cóctel con un toque asiático. Sin mangas, confeccionado con un escote en la espalda. El vestido tiene una falda recta con una abertura atrás, confeccionado en tafetán. Posee en la parte trasera una cremallera de metal.



Elegante vestido de cóctel en tafetán plata. Prensado, busto de seda negra y mangas cortas con lazos en los hombros. El vestido es tiene forro americano. En la parte trasera tiene una cremallera.



Sexy vestido de cóctel en seda de color amarillo canario. Posee un elegante corpiño que proporciona distinción al vestir este diseño. Tiene en la parte trasera una cremallera de metal.



Vestido sin mangas, ligeramente alargado en tafetán negro. Tiene una falda de tafetán negro con un brillante revestimiento de rojo cerezo, posee en la parte trasera una cremallera.



Vestido de coctel de encaje blanco sobre gris oscuro, en shantú beige. Sin mangas, con escote drapeado. El vestido tiene una falda 3/4 con una pequeña abertura en la costura central trasera. Tiene en la parte trasera una cremallera.



Vestido de coctel con un corte del año 1950. Posee un elegante Strapless, tiene una falda amplia. El vestido es confeccionado con forro americano en su interior y la parte exterior con tela sharmus. Con cremallera lateral.



Vestido de coctel clásico confeccionado en sharmus color turquesa claro y cubierto con apliques en café. Vestido tiene una cremallera trasera.



Vestido de coctel fabricado en seda verde limón pura. Posee un corpiño sin mangas en seda amarilla. Además tiene un cinturón en shantu y una falda plisada con revestimiento de seda en un verde opaco.



Fantástico vestido de coctel, sin mangas, bordado con lentejuelas, tiene un elegante cuello en “V”. Posee una sobrefalda con pliegues en la parte trasera forrado en chifón. Tiene botones de vestir en la parte de atrás.



Sexy vestido de coctel elaborado en tafetán gris, sin mangas, con cuello en “V” y apliques en la parte superior de la cintura. El largo del vestido es hasta la rodilla.



Vestido de coctel elaborado en seda roja con encajes negros, sin mangas con una falda corte campana. Posee una cremallera en la parte trasera, un cinturón y tiras negras de seda.



Vestido de coctel tradicional elaborado en tafetan rojo con apliques de sharmus rojo osbcuro; con mangas cortas y falda sobre la rodilla. Posee una cremallera en la parte trasera.

Línea Juvenil



Precioso vestido de coctel de 1950 en tafetán color rojo. Tiene un corpiño en forma de corazón. El vestido tiene una falda con pliegues finos justo debajo de la cintura. Falda tiene una subcapa de seda. Con cremallera lateral.



Vestido de coctel confeccionado en shantu lila, con apliques bordados en la cintura drapeado. El vestido no tiene mangas con un bordado en la parte superior del cuello que le otorga un toque de frecuencia y elegancia. La falda es plisada y llega hasta la rodilla.



Asombroso vestido de coctel en tafetán plata y shantú. Fabricado con una blusa alargada y plisada en el busto de shantú negro. Cortada en lo alto de los hombros para un ajuste favorecedor. El vestido tiene una falda larga y plisada. Posee en la parte trasera una cremallera.



Fabuloso vestido de coctel en capas de encaje marfil adornado con cinta violeta y forrado en seda y tafetán. Elaborada con una blusa strapless de terciopelo lila alargado. El vestido tiene una falda de vestido muy amplia. El vestido es totalmente forrado. Con cremallera de metal.



Vestido de coctel en seda verde clara. Tiene un corpiño sin mangas, tiene un aplique en la cintura de shantú. El vestido tiene una falda amplia y es totalmente forrado. En la parte trasera tiene una cremallera.



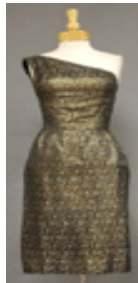
Vestido de coctel en color fucsia imponente y sexy a la vez. Elaborado en la parte superior en tafetan con apliques plateados y forro americano, y en la parte inferior tiene una amplia falda de seda en capas. Posee una cremallera en la parte lateral.



Vestido de coctel en color plata elaborado en tafetan con un lazo en la parte superior. El vestido no tiene mangas, el diseño presenta un corte campana que se acopla perfectamente al cuerpo. Posee una cremallera en la parte de atrás.



Sexy vestido de coctel elaborado en sharmus negro con un aplique plata en la parte superior del escote. Tiene un estrapple ajustado y una falda muy sobria que proporciona comodidad. Tiene una cremallera en la parte posterior.



Vestido de coctel estilo cleopatra elaborado en tafetan plata. Con un hombro descubierto y una falda con caída recta. Forrado totalmente con forro americano. Posee una cremallera en la parte posterior.



Atractivo vestido de coctel elaborado en shantu azul. Sin mangas con una cinta que define la cintura en seda. El vestido tiene una amplia falda forrada. Posee una cremallera en la parte posterior.

ANEXO 2

CUENCA URBANO AÑO 2001
PEA, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD POR SECTORES ECONÓMICOS

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	SECTOR MODERNO	SECTOR INFORMAL	ACTIVIDADES AGRÍCOLAS Y PECUARIAS	SERVICIO DOMÉSTICO	TOTAL
CUENCA URBANO	73.830	60.787	4.239	5.748	144.604
10 A 17 AÑOS	3.760	8.313	74	1.171	13.318
18 A 29 AÑOS	29.827	16.783	422	1.708	48.740
30 A 39 AÑOS	16.756	14.175	378	1.607	32.916
40 A 49 AÑOS	14.750	11.597	789	422	27.558
50 A 64 AÑOS	6.541	6.633	974	387	14.535
65 AÑOS Y MAS	2.196	3.286	1.602	453	7.537
HOMBRES	42.023	31.115	2.273	275	75.686
10 A 17 AÑOS	1.896	4.568	-	57	6.521
18 A 29 AÑOS	17.161	8.829	297	-	26.287
30 A 39 AÑOS	9.040	6.095	125	-	15.260
40 A 49 AÑOS	8.447	5.793	458	-	14.698
50 A 64 AÑOS	4.115	4.425	506	77	9.123
65 AÑOS Y MAS	1.364	1.405	887	141	3.797
MUJERES	31.807	29.672	1.966	5.473	68.918
10 A 17 AÑOS	1.864	3.744	75	1.113	6.796
18 A 29 AÑOS	12.666	7.955	125	1.709	22.455
30 A 39 AÑOS	7.717	8.081	253	1.607	17.658
40 A 49 AÑOS	6.303	5.804	330	422	12.859
50 A 64 AÑOS	2.425	2.208	468	310	5.411
65 AÑOS Y MAS	832	1.880	715	312	3.739

FUENTE: INEC, ENEMDUR AÑO 2001

ANEXO 3

CUENCA URBANO AÑO 2001 POBLACIÓN FEMENINA ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL SECTOR MODERNO

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	SECTOR MODERNO
MUJERES	29.111
18 A 29 AÑOS	12.666
30 A 39 AÑOS	7.717
40 A 49 AÑOS	6.303
50 A 64 AÑOS	2.425

FUENTE: LOS AUTORES

ANEXO 4

PROYECCIÓN DEL SECTOR MODERNO DE MUJERES DE LA POBLACIÓN
ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA CIUDAD DE CUENCA CON EDADES ENTRE LOS 18
Y 65 AÑOS

AÑO	MUJERES
2001	29.111
2002	29.693
2003	30.287
2004	30.893
2005	31.511
2006	32.141
2007	32.784
2008	33.439
2009	34.108

Fuente: Los autores

*La proyección fue calculada considerando la tasa de crecimiento promedio de la ciudad de cuenca que es del 2%

ANEXO 5

DISEÑO DE LA ENCUESTA



La presente encuesta tiene por finalidad conocer cual será la aceptación de un local de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas en la ciudad de Cuenca.

Sírvase contestar el siguiente cuestionario.

1.- ¿Qué importancia tiene para usted vestir a la moda?

- Alta
- Media
- Baja

2.- ¿A qué lugar acude a comprar vestidos para un evento social?

- Boutiques de la ciudad
- Boutiques de otra ciudad
- Se confecciona donde una modista
- Compra en tiendas vía internet

3.- ¿Estaría dispuesta a adquirir un vestido de coctel para mujer ejecutiva diseñado y elaborado en la ciudad de Cuenca?

- Sí
- No

4.- ¿Con qué frecuencia adquiriría el producto? (vestidos de coctel)

- No adquiriría
- 1 - 2 veces al año
- 3 - 5 veces al año
- Más de 5 veces al año

5.- ¿Qué es lo que más aprecia al momento de adquirir un vestido de coctel? Escoja una sola opción.

- Variedad de prendas y tallas
- Modelos con diseños exclusivos y elegantes
- Precios cómodos
- Prendas de marcas reconocidas
- Prendas con excelente calidad
- Asesoramiento y atención personalizada

6.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un vestido de coctel?

- Menos de 50
- Entre \$50 y \$120
- Entre \$120 y \$190
- Entre \$190 y \$260
- Más de \$260

7.- ¿En qué sector de la ciudad de Cuenca cree usted que debería estar ubicado el local de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas?

- Centro Histórico
- Sector Estadio
- Sector Mall del Río
- Sector Monay Shopping

8.- ¿Cuál es su nivel de Ingresos Mensuales?

- Menos de 300
- 300 - 500
- 500 - 800
- Más de 800

Gracias por su colaboración.

Diseño de la monografía



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas en la ciudad de Cuenca.”

**Trabajo de graduación previo a la obtención de título de:
Ingeniero Comercial**

Autores: Elizabeth Sofía Morejón Quezada.

Andrea Verónica Peña Iñiguez.

Director: Eco. Lenin Zúñiga

**Cuenca - Ecuador
2010**

1. TEMA

Formulación de un proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas en la ciudad de Cuenca.

2. SELECCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA

El presente trabajo de graduación, constituye una propuesta de negocio innovador, orientado a satisfacer las necesidades del mercado femenino, por lo que se ha visto necesario la creación de una empresa productora y comercializadora de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas en la ciudad de Cuenca.

La empresa se especializará en la producción y venta de vestidos de coctel, y brindará una gran variedad de diseños con elegancia y exclusividad de acuerdo a la moda, lo que constituye el valor agregado de las prendas.

En este proyecto de prefactibilidad se pretende realizar un estudio de mercado, técnico y financiero, con el fin de determinar la rentabilidad y viabilidad del mismo. Para el desarrollo de este trabajo, se ha tomado como base los conocimientos adquiridos en el curso de graduación, en la materia Evaluación de Proyectos de Inversión.

3. PROBLEMAS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. PROBLEMA GENERAL

- ¿Es rentable el proyecto para sus respectivos propietarios?

3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cuál es la demanda, la competencia, el precio, la comercialización y demás aspectos de mercado?
- ¿Cuál es el proceso de producción, los recursos, el tamaño y la localización para la empresa?
- ¿Cuál es la inversión inicial, el financiamiento, los ingresos, los egresos y el valor actual neto de la empresa?

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. OBJETIVO GENERAL

- Conocer la rentabilidad del proyecto.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la demanda, la competencia, el precio, la comercialización y demás aspectos de mercado.
- Establecer el proceso de producción, los recursos, el tamaño y la localización.
- Determinar la inversión inicial, el financiamiento, los ingresos, egresos y el valor actual neto.

5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La correcta toma de decisiones para la creación y operación de la empresa se fundamentará en los análisis teóricos que se obtengan durante el desarrollo del proyecto de prefactibilidad.

5.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

El aporte del proyecto será de mucha utilidad metodológica ya que genera nuevos conocimientos dentro de la industria textil, debido a que se investigará diversos gustos, preferencias y tendencias de las mujeres cuencanas, que servirá a otras investigaciones en el mismo campo.

5.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA O APLICADA

La creación de la empresa productora y comercializadora de vestidos de coctel para mujeres ejecutivas en la ciudad de Cuenca, constituirá un gran aporte a la sociedad ya que promoverá la producción nacional, generará importantes fuentes de empleo, aportará con ingresos para sus respectivos socios y brindará satisfacción al cliente.

6. MARCO TEÓRICO

Definición de proyecto

“Un proyecto es un proceso a través del cual, un conjunto de insumos se transforman en productos (bienes y servicios) que satisfacen las demandas de un determinado sector social.”

Tipos de proyectos

- **Por Objetivos:**
 - o **Proyectos privados:** buscan maximizar sus utilidades.
 - o **Proyectos de desarrollo:** buscan mejorar las condiciones de vida de una población.
- **Por la actividad:**
 - o **Proyectos Industriales:** proceso de transformación con el uso intensivo de máquinas y herramientas.
 - o **Proyectos Comerciales:** relacionados con la compra y venta de mercadería.
 - o **Proyectos de Servicios:** relacionados con la venta de intangibles.
 - o **Proyectos Artesanales:** proceso de transformación con el uso intensivo de mano de obra.
 - o **Proyectos Agrícolas:** relacionados con la producción de la tierra.
 - o **Proyectos Ambientales:** son proyectos dirigidos a conservar, desarrollar y mejorar la biodiversidad natural.
- **Por el tipo de operación:**
 - o **Proyectos de operación continua:** se ejecutan durante todo el ejercicio económico, sus niveles de venta muestran variaciones no muy pronunciadas.
 - o **Proyectos de operación estacional:** operan en determinadas épocas del año, tienen fuertes variaciones en sus niveles de venta.
 - o **Proyectos de operación cíclica:** se necesita cierta cantidad de tiempo para obtener el producto final

Características de los proyectos

- **Duración:** Todo proyecto tiene un inicio y tiene un fin, es decir, es finito en el tiempo.
- **Riesgo:** No hay proyecto sin riesgo.
- **Especificidad:** No hay dos proyectos iguales.

Ciclo del Proyecto

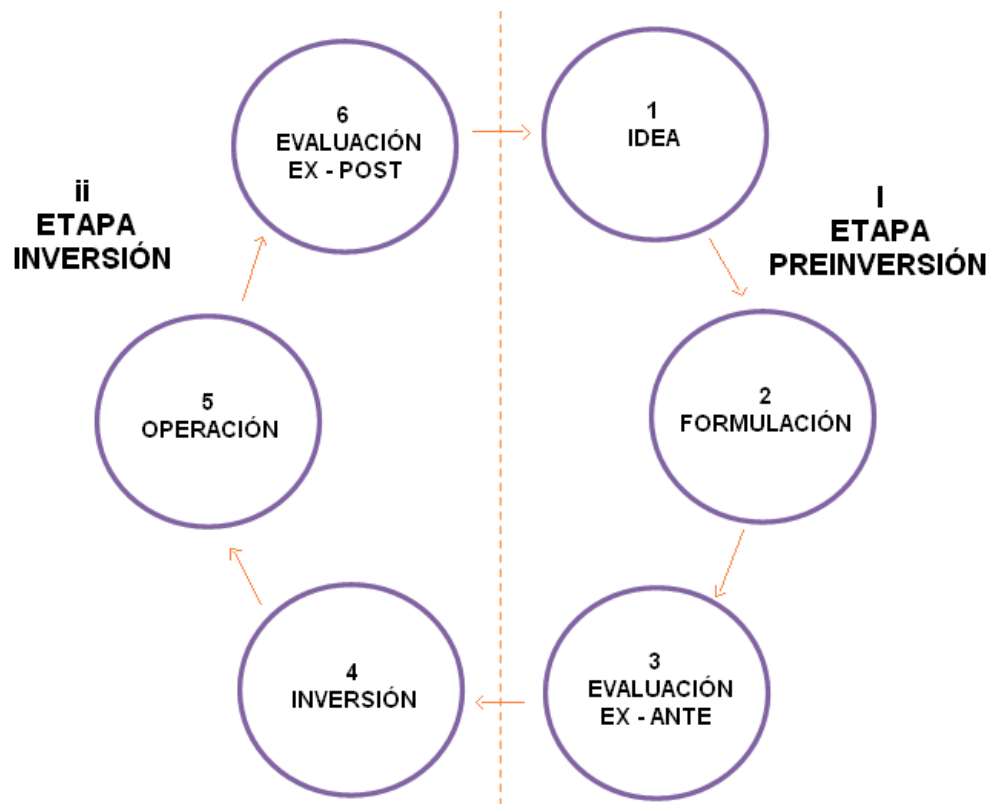
El ciclo del proyecto se compone de dos etapas y seis fases que son:

I Etapa de Pre inversión

- 1 Idea
- 2 Formulación
- 3 Evaluación ex ante

II Etapa de Inversión

- 4 Inversión
- 5 Operación
- 6 Evaluación ex post



ETAPA I: PRE INVERSIÓN

Es todo lo que ocurre antes de iniciar las inversiones

FASE 1: Idea

Las fuentes de nacimiento de una idea pueden ser:

- Experiencia (mayor experiencia menor riesgo)
- Estudios
- Herencia (sin experiencia, sin realizar estudios)
- Aficiones
- Ideas brillantes
- Problemas (proyectos de desarrollo)
- Recursos disponibles)

Si la idea nace de estas fuentes, el riesgo es menor.

FASE 2: Formulación de un proyecto

La formulación está constituida por los estudios del proyecto, que comprende un conjunto de análisis económicos, institucionales, financieros y otros

La formulación puede tener varios niveles que son:

- Nivel de perfil.
- Nivel de prefactibilidad.
- Nivel de factibilidad.

Niveles	Extensión	Detalle	Fuentes de información	Certidumbre	Tiempo	Equipo de formulación	Costo del Proyecto
PERFIL	10 – 30 hojas	↓	G + I.S.	↓	3 – 4 semanas	1 persona	800 - 1500 dólares
PREFACTIBILIDAD	30 – 100 hojas	+/-	I.S + I.P	+/-	2 – 8 meses	Más de 2 personas	2000 - 5000 dólares
FACTIBILIDAD	Más de 100 hojas	↑	I.P + I.S	↑	Más de 9 meses	Más de 5 personas	Más de 5000 dólares

FASE 3: Evaluación Ex Ante

En esta fase se decide si se debe continuar con la realización de las inversiones o volver atrás para corregir errores en la formulación o en la idea.

Un proyecto es viable cuando todos sus estudios o análisis son certeros, es decir demuestran viabilidad.

ETAPA II: INVERSION

FASE 4: Realización de las inversiones

Después de aprobado el diseño en la evaluación ex ante, se puede iniciar la adquisición de bienes y servicios para empezar a funcionar.

En esta fase se realizan todas las inversiones necesarias para instalar el proyecto.

FASE 5: Operación

Una vez instalado el proyecto se puede empezar a operar para generar bienes o servicios a través de procesos productivos.

FASE 6: Evaluación Ex Post

En esta fase, se compara los objetivos planteados con los resultados obtenidos y se mide el impacto que alcanzó el proyecto.

7. HIPÓTESIS DE TRABAJO

7.1. HIPÓTESIS GENERAL

- Si el resultado del Valor Actual Neto (VAN) es positivo, el proyecto recuperará las inversiones, costos y gastos, y además tendrá una ganancia.
- Si el resultado del Valor Actual Neto (VAN) es igual a cero, el proyecto recuperará las inversiones, costos y gastos, y no obtendrá ganancia.
- Si el resultado del Valor Actual Neto (VAN) es negativo, el proyecto no alcanza a cubrir las inversiones, costos y gastos.

7.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Si el resultado del análisis del Estudio de Mercado es viable, se podrá continuar con el Estudio Técnico.
- Si el resultado del análisis del Estudio de Técnico es viable, se podrá continuar con el Estudio Financiero.
- Si el resultado del análisis del Estudio Financiero es viable, se podrá calcular la rentabilidad del proyecto.

8. ASPECTOS METODOLÓGICOS

8.1 MÉTODOS GENERALES

- El proyecto inicia con un estudio de generalidades en donde se obtendrá una visión global de la investigación.
- Luego se continúa con el Estudio de Objetivos, en donde se determinará la jerarquía de los mismos.
- Después, se procede a analizar los estudios de mercado, técnico y financiero, que tienen como objetivo, responder los siguientes cuestionamientos:

Estudio de Mercado:

- ¿Qué se va a producir?
- ¿Existen interesados en el producto?
- ¿Existen productores similares?
- ¿A qué precio se va a vender el producto?
- ¿Cómo se va a vender?
- ¿Qué otros aspectos de mercado se deben tomar en cuenta?

Estudio Técnico:

- ¿Cómo se va a producir?
- ¿Cuánto se va a producir?
- ¿Qué recursos se necesitan?
- ¿En dónde se va a producir?

Estudio Financiero:

- ¿Cuál es la inversión inicial?
- ¿Cuál será el financiamiento?
- ¿Cuáles van a ser los ingresos?
- ¿Cuáles van a ser los egresos?
- ¿Es o no rentable el proyecto?

9. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizarán las técnicas tradicionales de evaluación de proyectos a nivel de prefactibilidad, las mismas que se encuentran explicadas en el marco teórico y conceptual del presente diseño de monografía.

10. FUENTES DE DATOS

- **Primarias.-** Se utilizará encuestas a una muestra del segmento del proyecto, se entrevistará a personas que conocen la industria textil, y también se aplicará el método de seudocompra (observación).

- **Secundarias.-** Se utilizará información del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) y de revistas o documentos relacionados al ámbito textil.

11. ESQUEMA DE CONTENIDOS DE MONOGRAFÍA

CAPITULO I

ESTUDIO DE GENERALIDADES

- 1.1. Introducción
- 1.2. Concepción del Negocio
- 1.3. Misión
- 1.4. Visión
- 1.5. Objetivos
- 1.6. Principios empresariales
- 1.7. F.O.D.A

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1. **Análisis del producto**
 - 2.1.1. Tipo de producto
 - 2.1.2. Unidad de medida del producto
 - 2.1.3. Descripción del producto
- 2.2. **Análisis de la demanda**
 - 2.2.1. Cobertura
 - 2.2.2. Segmento
 - 2.2.3. Muestra
 - 2.2.4. Aplicación de herramienta estadística
- 2.3. **Análisis de competencia**
 - 2.3.1. Análisis cuantitativo
 - 2.3.2. Análisis cualitativo
- 2.4. **Análisis de precio**

2.5. Análisis de comercialización

2.6. Otros análisis

2.6.1. Marca

2.6.2. Logo

2.6.3. Publicidad y Promoción

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Análisis del proceso de producción

3.1.1. Orden secuencial y lógico de las actividades

3.1.2. Elaboración del diagrama

3.1.3. Descripción de las actividades

3.2. Análisis de recursos

3.2.1. Matriz de recursos

3.2.2. Descripción de recursos

3.3. Análisis de tamaño

3.4. Análisis de localización

3.4.1. Macrolocalización

3.4.2. Microlocalización

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1. Análisis de inversiones

4.1.2 Inversiones fijas

4.1.2 Inversiones diferidas

4.1.3 Inversiones capital de trabajo

4.2. Análisis de financiamiento

4.2.1. Fuentes propias

4.2.2. Fuentes de terceros

4.3. Análisis de ingresos

4.4. Análisis de egresos

4.5. Análisis de rentabilidad

4.5.1. VAN

4.5.2. TIR

4.6. Análisis de Escenarios

CAPITULO V

5.1. Conclusiones

5.2. Recomendaciones

12. RECURSO HUMANO.

12.1 Responsables

Elizabeth Sofía Morejón Quezada.

Andrea Verónica Peña Iñiguez.

12.2 Asesoría

Eco. Lenin Zúñiga.

12.3 Recursos Técnicos

Filmadora

Computadores

Cámara fotográfica

12.4 Recursos Financieros

El total de gastos para llevar a cabo este trabajo de graduación es de 137 dólares a continuación la explicación de cada uno en el siguiente cuadro:

Nº	CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	JUSTIFICACIÓN
1	8	Esferos	0,50	4,00	Escribir, Encuestar
2	1	Resma de Papel	7,00	7,00	Impresión de documento
3	5	Cd	1,00	5,00	Grabar Información
4	400	Copias	0,02	8,00	Encuestar
5	2	Cartuchos de Impresora	25,00	50,00	Imprimir documentos
6	2	Anillados	1,50	3,00	Anillar documento
7	1	Memoria USB	20,00	20,00	Grabar información
8	20	Servicio de Taxi	2,00	40,00	Transporte
		TOTAL		\$ 137	

13. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

	ENERO				FEBRERO				MARZO			
	SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Diseño de investigación												
1.1. Nombramiento de un director												
1.2. Formulación del diseño												
1.3. Aceptación del diseño												
2. Recolección de información												
2.1. Primaria												
2.1.1. Diseño de encuesta y entrevista												
2.1.2. Recolección de la muestra												
2.1.3. Levantamiento												
2.1.4. Procesamiento												
2.2. Secundaria												
3. Construcción Indicadores-Tablas- Cuadros-Gráficos												
4. Estudios												
4.1. Estudio de Generalidades y Objetivos												
4.2. Estudio de Mercado												
4.3. Estudio Técnico												
4.4. Estudio Financiero												
5. Redacción Final												
6. Presentación												

14. BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*, México D.F., Editorial McGraw-Hill, 2001.

KINNEAR, Thomas y TAYLOR, James. *Investigación de Mercados*, Bogotá., Editorial McGraw-Hill, 2004.

PORTER, Michael. *Estrategia y Ventaja Competitiva*, México D.F., Editorial CECSA, 1996.

SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*, Bogotá., Editorial McGraw-Hill, 1996.

VANEGAS MANZANO, Paúl. *Formulación de Pequeños Proyectos Rurales*, Cuenca, Editorial Artes Gráficas Patria, 2006.