



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA DE ECONOMIA

**PROYECTO DE FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE ROPA DE
DORMIR**

Trabajo de graduación previo a la obtención de Título de Economista

AUTORES:

MA. ELISA CORDOVA MORA
DAISSY TATIANA MACHUCA CAMPOS

DIRECTOR:

ECON. BLADIMIR PROAÑO

CUENCA – ECUADOR

2008

Esta Monografía es el fruto, no solo de mis esfuerzos y trabajo de estos años como estudiante, sino también de la colaboración de aquellas personas que estuvieron apoyándome a lo largo de mi carrera. Esta tesis es dedicada a ellas:

A mi amado esposo por ser mi apoyo incondicional en cada momento de mi vida. Por ser mi inspiración para mejorar día a día. Esta monografía es un triunfo de los dos. A mi futura hija Sophie por que se ha convertido en mi razón principal de superación, pues espero llegar a ser su inspiración.

A mis queridos padres Jaime y Gladys por ser los pilares fundamentales en los que mi vida se ha cimentado. Por que gracias a su amor y a su apoyo he llegado a cumplir una meta más en mi vida

A mis hermanos por ser mis amigos y compañeros de toda la vida.

Má. Elisa Córdova M.

Esta Monografía es el fruto, no solo de mis esfuerzos y trabajo de estos años como estudiante, sino también a la colaboración de aquellas personas que estuvieron apoyándome a lo largo de mi carrera. Este logro va dedicado a ellos:

Al apoyo que recibí por parte de mis padres Roberto y Emérita, quienes me han transmitido sus valores, orientándome, y haciendo de mi una mujer mejor.

Además dedico de manera especial a mis hermanos Christian y Daniel y a mi querida Sami, que han sido mi fuerza para seguir adelante.

Gracias a todos ellos, que han sido mi inspiración he podido cumplir mis metas y triunfar, convirtiéndome en lo que hoy soy; una Economista!

Tatiana Machuca G.

Una vez concluida esta monografía, deseo agradecer a la Universidad de Azuay en especial a la Facultad de Ciencias de la Administración, tanto a sus autoridades como a sus ilustres catedráticos por los conocimientos otorgados a través de los años.

A Dios por darme la vida, y la sabiduría para tomar mis decisiones, las mismas que han hecho hoy de mí la persona que soy.

Así también al Economista Vladimir Proaño por su valiosa colaboración en la elaboración de la presente tesis.

A mi compañera Tatiana Machuca por que más que una amiga ha sido una hermana, ya que este trabajo es el reflejo de nuestros esfuerzos y sacrificios, te quiero mucho.

M.a. Elisa Córdova M.

Agradezco principalmente Dios, quien me dio salud, fuerza y voluntad durante el transcurso de estos años de estudio, porque gracias a él tuve la perseverancia para culminar con mi carrera de Economista.

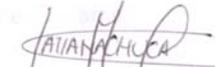
De igual manera agradezco al Director de Tesis el Ecc. Vladimir Proaño quien con su paciencia y valiosos conocimientos han contribuido para la elaboración de esta gran Monografía.

Finalmente va mi profundo agradecimiento a mi querida amiga y compañera de Tesis Maki, por ser un gran apoyo no solo en la realización de este trabajo sino también al estar siempre conmigo, brindándome su cariño y amistad incondicional.

Tatiana Machuca C.

El presente es un trabajo de investigación científica...
puesta en marcha de los aspectos...
de investigación...
Los criterios vertidos en la presente tesis son de
exclusiva responsabilidad de sus
autores


Ma. Elisa Córdova Mora


Tatiana Machuca Campos

RESUMEN

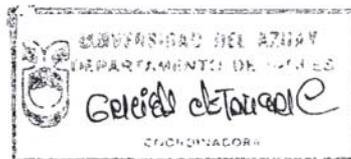
El presente estudio es un plan de negocios que contiene información para la puesta en marcha de una pequeña empresa de fabricación y comercialización de ropa de dormir para mujeres que se ubicara en la ciudad de Cuenca. La idea de este proyecto nace de una Investigación de Mercados que determino la existencia de una demanda insatisfecha de ropa de dormir para damas generando la iniciativa de una tienda especializada de esta línea de ropa que posea calidad y precios accesibles.

La factibilidad técnica y económica del proyecto demostrado en los estudios correspondientes induce a los socios promotores la idea de llevar a cabo a invertir en la creación de la Fábrica de Dormir "Sweet Dreams".

INTRODUCCIÓN
CAPÍTULO I
1.1 Información General
1.2 Antecedentes
1.3 Descripción del Proyecto
1.4 Antecedentes del Proyecto
1.5 Justificación
1.6 Conclusión

ABSTRACT

This study is a business plan that contains information for the opening of a small company dedicated to the manufacture and sale of women sleepwear, which will be located in the city of Cuenca. The idea for this project comes from a marketing research that determined the existence of an unsatisfied demand for women sleepwear, generating the initiative to open a specialized shop offering this kind of clothes with high quality and at reasonable prices. The technical and economic feasibility of the project, which was shown in the corresponding studies, led the promoters to the idea of also investing in the creation of "Sweet Dreams," a women sleepwear factory.



Profrid Wilchez

INDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCION	1
CAPITULO 1: ESTUDIO DE GENERALIDADES	
1.1 Información General	3
1.2 Ámbito de Intervención	4
1.3 Beneficiarios	4
1.4 Antecedentes	4
1.5 Justificación	4
1.6 Presupuesto	5
CAPITULO 2: ESTUDIO DE MERCADO	
2.1 El Producto	7
2.2 La Demanda	10
2.3 La Oferta	12
2.4 El Precio	14
2.5 Provisión de Recursos	14
2.6 Comercialización	15
CAPITULO 3: ESTUDIO TÉCNICO	
3.1 Proceso Productivo	19
3.2 Planta	26
3.3 Equipos	27
3.4 Tamaño	27
3.5 Localización	29
3.6 Recursos Humanos y Técnicos	30
CAPITULO 4: ESTUDIO FINANCIERO	
4.1 Las inversiones fijas	34
4.2 El financiamiento	39
4.3 Los Ingresos	39
4.4 Los Egresos	42
4.5 VAN	44
CONCLUSIONES	47
BIBLIOGRAFIA	50

ANEXOS.....	51
Anexo 1: Resumen Ejecutivo.....	52
Anexo 2: Informe de la Investigación.....	53
Anexo 3: Análisis de los Resultados.....	56
Anexo 4: Diseño de la Investigación.....	62
Anexo 5: Encuesta definitiva.....	67
Anexo 6: Cálculo de Precios.....	69

El estudio de precios de productos de consumo que se realiza en esta ciudad de Bogotá, tiene como propósito determinar el nivel de precios de dichos productos. Para ello se realizó una encuesta a los comerciantes generadores de ingresos, además de contribuir con el desarrollo económico de la ciudad.

Por estas razones, se crea entonces de esta municipalidad y constitución de una necesidad de crear un negocio que genere ingresos. Este es un negocio dedicado a brindar el servicio de venta de productos de consumo de alta calidad, variedad y precios justos y exclusivos.

Para el desarrollo de la factibilidad de este proyecto se realizaron 4 estudios:

El primer estudio fue el estudio de mercado, el cual se basa en la información principal de la ciudad de Bogotá, en el sector de productos de consumo, en donde se realizó un estudio de mercado para determinar el nivel de precios de los productos de consumo.

En segundo lugar, se realizó el estudio del Mercado, para conocer el nivel de precios de los productos de consumo en la ciudad de Bogotá, en donde se realizó un estudio de mercado para determinar el nivel de precios de los productos de consumo. Este estudio se realizó en la ciudad de Bogotá, en donde se realizó un estudio de mercado para determinar el nivel de precios de los productos de consumo.

En tercer lugar, se realizó el estudio de la oferta y la demanda, en donde se realizó un estudio de la oferta y la demanda de los productos de consumo en la ciudad de Bogotá, en donde se realizó un estudio de la oferta y la demanda de los productos de consumo.

En cuarto lugar, se realizó el estudio de precios, en donde se realizó un estudio de precios de los productos de consumo en la ciudad de Bogotá, en donde se realizó un estudio de precios de los productos de consumo.

INTRODUCCION

Con el transcurso del tiempo la moda, como muchas otras cosas ha ido evolucionando, factores como la globalización entre otros han creado la necesidad de hacer lucir mas elegante y atractiva a una mujer, no solo durante sus actividades del día, si no también por la noche, para sentirse cómoda; sin perder un estilo juvenil, atractivo y sensual, a la moda como una mujer moderna este fue el eje principal para la realización de esta monografía. Al ver sus que sus necesidades no estaban siendo satisfechas por completo surgió la idea de una fábrica de ropa de dormir para damas. Otra de las grandes motivaciones fue ser personas generadoras de trabajo además de contribuir con el desarrollo económico de la ciudad.

Por estas razones, como autoras de esta monografía y consientes de estas necesidades como mujeres que somos, hemos pensado hacer un proyecto dedicado a nosotras, lanzar una línea de ropa de dormir con modelos propios de esta generación; caracterizados por su frescura y exclusividad.

Para cerciorarnos de la factibilidad de este proyecto se realizaron 4 estudios:

El primero es el Estudio de Generalidades, el que abarca la información principal del proyecto, como son: la determinación del nombre, la duración, el lugar en donde va a funcionar, el presupuesto entre otros aspectos importantes del

En segundo lugar esta el Estudio del Mercado, para realizar este análisis fue necesario realizar una investigación de mercados para determinar si en realidad hay un mercado insatisfecho. Esta investigación nos ayudó además a identificar a nuestros competidores, la frecuencia de consumo, el precio promedio, las características principales del producto y más información que fue trascendental para la elaboración del Estudio del Mercado.

A partir de la información obtenida se realizó el portafolio de productos, un análisis de la demanda, de la oferta, determinación de precios, la comercialización y los medios en los que se va a realizar la publicidad.

Luego se realizó un estudio Técnico el mismo que nos ayudó a determinar los recursos necesarios y los principales procedimientos, en este estudio se realizó además el análisis de la localización de la fábrica y de la tienda.

Por último se realizó el Estudio Financiero, el que nos ayudó a determinar las inversiones necesarias, los ingresos, egresos y por último se analizó la factibilidad del proyecto por medio el VAN.

CAPITULO 1

ESTUDIO DE GENERALIDADES

En este primer capítulo trataremos específicamente de las necesidades que tenemos nosotras como mujeres, debido a que queremos vernos y sentirnos bien tanto en el día como al momento de descansar.

Este proyecto se realizó en la ciudad de Cuenca, debido a que se observó que no existía una tienda especializada en ropa de dormir y accesorios.

Es por esta razón que creemos necesario realizar este proyecto que trata de una línea de ropa de dormir exclusivamente para damas.

Información General

Nombre del proyecto: Debido a que el proyecto se trata de la fabricación y comercialización de ropa de dormir se necesita una marca que nos identifique, para con el tiempo poder posicionarnos en el mercado el nombre que vamos a ocupar es el siguiente "Sweet Dreams"

Duración: Vanegas (2006) dice que: "la duración puede hacer referencia a distintos tiempos dentro del proyecto y que estará en función del requerimiento del formato". Siguiendo estos lineamientos la vida útil de nuestro proyecto será

de 10 años, debido a que este es el tiempo en el que la maquinaria se deprecia.

Ámbito de intervención:

- **Ubicación:** El proyecto estará ubicado en Ecuador, Provincia del Azuay, la fábrica se ubicará en las afueras de la ciudad y el local para la comercialización será en el centro de la ciudad por su desarrollo comercial y por la conveniencia en el precio de los arriendos.
- **Entidad Ejecutora:** la ejecución del proyecto va a ser realizada por las autoras de esta monografía.

Beneficiarios: Los beneficiarios van a ser directamente los socios del proyecto e indirectamente serán los clientes que se encuentran insatisfechos por la falta de una tienda especializada en ropa de dormir y además este proyecto pretende generar nuevas fuentes de trabajo.

Antecedentes: Los miembros de la familia, las parejas y las personas en general, en su vida cotidiana se preocupan mas por la manera en la que los otros la observan, incluso cuando están en una clínica las mujeres están más preocupadas de la forma de cómo están vestidas ante los demás; de igual forma la juventud actual requieren ropa de dormir cómoda y divertida para descansar.

En la ciudad a pesar de existir tiendas que se dedican a la venta de prendas de dormir no existe una que se dedique específicamente a esta línea con todos sus complementos que exige la moda actual.

Por otra parte la ciudad y el país necesitan de más empresas productoras que se aprovechen al máximo su materia prima y no de simples importadoras de productos extranjeros, de esta manera pretendemos crear fuentes de trabajo y contribuir con el desarrollo industrial de la ciudad.

Justificación: Para la realización del proyecto nos basamos en los siguientes puntos:

- La tendencia de las personas por verse bien todo el tiempo
- La falta de una tienda especializada en la ciudad
- Generar fuentes de trabajo y contribuir con el desarrollo industrial
- Beneficio Propio

Presupuesto: El cuadro que se presenta a continuación resume las inversiones y las generalidades del proyecto

Nombre del Proyecto:	"Sweet Dreams" Ropa de Dormir	
Duración del Proyecto:	10 años	
Ubicación	Azúay – Cuenca	
Beneficiarios	Mercado Local	
Entidad Ejecutora	Ma. Elisa Córdova y Tatiana Machuca	
Nº de Beneficiarios	7.394 Mujeres de clase media alta	
Inversión	\$20.987,24	
Presupuesto del Proyecto	Aporte de los socios:	\$15.987,24
	Fondos de Terceros:	\$ 5.000
	Total:	\$20.987,24

La realización de este capítulo, nos ayudo a identificar como puntos claves la necesidad que tienen las mujeres por una línea exclusiva de ropa de dormir, que tenga la comodidad y frescura que exige la mujer actual.

Además que se creara fuentes de trabajo debido a que se producirá las prendas de dormir, se distribuirá y a más de esto se contara con una tienda para la venta de nuestros productos.

El proyecto necesitará una inversión de \$20.987,24, que será financiado el 77% por los socios, esto representa \$15.987,24 y el 23% restante se hará un préstamo al Banco del Fomento de \$5.000, la duración que va tener el proyecto será de 10 años.

CAPITULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo se detallara el estudio de mercados, en el cual se determinará el segmento al cual nos vamos a dirigir, que son mujeres de 15 años en adelante de clase media alta de la ciudad de Cuenca.

Por medio de una encuesta se pretende identificar la demanda del mercado, de esta manera, identificar el precio, los gustos y preferencias por las prendas de dormir, el consumo y también conocer nuestra competencia; los resultados de estas encuestas serán apoyados con gráficos para su mayor comprensión.

Debido a que nosotros producimos las prendas, se debe conocer que insumos son necesarios para la producción, y cuales deberán ser nuestros proveedores; para determinar los proveedores se deberá analizar las condiciones de venta y el volumen disponible que tengan.

Como es un nuevo negocio se debe hacer conocer en el mercado, es por ello que se realizará publicidad, para promocionar nuestra línea de ropa de dormir y atraer clientes.

2.1 El producto:

El producto que se va a producir y a vender es ropa de dormir de algodón para damas desde los 15 años en adelante.

Los productos que vamos a vender y a fabricar son los siguientes:

PANTALÓN Y VIVIDI



<p>TALLA: S, M, L, XL COLORES:    MATERIAL:    100% Algodón DESCRIPCION: Conjunto de Pantalón ¾ y vividi, elástico en la cintura. Además está disponible en estampado floreado LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente</p>	<p>TALLA: S, M, L, XL COLORES:    MATERIAL:    100% Algodón DESCRIPCION: conjunto de Pantalón largo y vividi, elástico en la cintura. Vividi con detalle de encaje y tiras ajustables. LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente</p>	<p>TALLA: S, M, L, XL COLORES:    MATERIAL: 100% Algodón DESCRIPCION: conjunto de Pantalón 3/4 y vividi, elástico en la cintura. Vividi estampado y tiras ajustables. LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente</p>
--	--	--



TALLA: S, M, L, XL
COLORES: 
MATERIAL: 100% Algodón
DESCRIPCION: conjunto de vividi y short, elástico en la cintura.
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente

TALLA: S, M, L, XL
COLORES: 
MATERIAL: 100% Algodón
DESCRIPCION: conjunto de vividi y short, elástico en la cintura. Encaje en el vividi y tiras ajustables. También disponible en estampado floreado
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente

TALLA: S, M, L, XL
COLORES: 
MATERIAL: 100% Algodón
DESCRIPCION: conjunto de vividi y short, elástico en la cintura. Vividi con tiras ajustables. También disponible en estampado a rayas
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente

PANTALÓN Y CAMISETA



TALLA: S, M, L, XL
COLORES: 
MATERIAL: 100% Algodón
DESCRIPCION: conjunto de camiseta y pantalón, elástico en la cintura. Pantalón con estampado a rayas
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente

TALLA: S, M, L, XL
COLORES: 
MATERIAL: 100% Algodón
DESCRIPCION: conjunto de camisa y pantalón, elástico en la cintura. Pantalón y camisa con estampado a rayas. Detalles varios
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente

TALLA: S, M, L, XL
COLORES: 
MATERIAL: 100% Algodón
DESCRIPCION: conjunto de camisa y pantalón, elástico en la cintura. Pantalón y camisa con estampado a cuadros. Detalles varios
LAVADO: Lavado en máquina. No usar



TALLA: S, M, L, XL
COLORES:
MATERIAL: 100%
 Algodón
DESCRIPCION: Vestido estampado a rayas. Muy cómodo incluye panty.
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente

TALLA: S, M, L, XL
COLORES:
MATERIAL: 100%
 Algodón
DESCRIPCION: Vestido estampado a rayas. Muy cómodo incluye panty.
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente

TALLA: S, M, L, XL
COLORES:
MATERIAL: 100%
 Algodón
DESCRIPCION: Vestido estampado a rayas. Muy cómodo incluye panty.
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente

SALIDAS DE CAMA

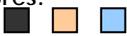
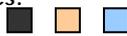


TALLA: S, M, L, XL
COLORES:
MATERIAL: 100%
 Algodón
DESCRIPCION: Salida de cama con estampado. Con Cinturon
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente

TALLA: S, M, L, XL
COLORES:
MATERIAL: 100%
 Algodón
DESCRIPCION: Salida de cama con cinturón. Con cierre
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente

TALLA: S, M, L, XL
COLORES:
MATERIAL: 100%
 Algodón
DESCRIPCION: Salida de cama con cinturón. Estampado
LAVADO: Lavado en máquina. No usar detergente



Talla S, M, L Colores:  Descripción: zapatillas	Talla S, M, L Colores:  Descripción: zapatillas	Talla S, M, L Colores:  Descripción: zapatillas
---	---	---

2.2 La Demanda

Vanegas (2006) nos recomienda seguir el siguiente procedimiento

- **Definir la cobertura del mercado:** Zona urbana de la ciudad de Cuenca
- **Determinar la población:** En la zona urbana de Cuenca existen 217.775 habitantes
- **Definir el segmento de mercado:** Las variables que ocupamos para identificar nuestro segmento son las siguientes:
 - **Edad:** Desde 15 en adelante
 - **Sexo:** Mujeres
 - **Localización:** Zona urbana de la ciudad de Cuenca
 - **Estrato Social:** Clase media alta

Cuantificación del Segmento:

Cuenca	400.000 Habitantes
Zona Urbana	217.775 Habitantes
Mujeres	118.489
Estrato Social	7.950

- Tomar una muestra de ese²⁰

Sweet Dreams
 Cuando el dormir se convierte en placer!!!!

Para este análisis se realizó un muestreo por cuotas, debido a que tenemos definido el perfil de las personas a las que vamos a encuestar. La fórmula que se ocupó es para poblaciones finitas. El cálculo se muestra a continuación:

$$n = \frac{(p) * (q)}{\left(\frac{e}{Z_{\alpha/2}} \right)^2}$$

p = Probabilidad de éxito = 0,5

q = Probabilidad de fracaso (1 - p) = 0,5

e = Error máximo = 0.07

Z = Valor distribución normal correspondiente a la probabilidad del error = 1,96

n= 200 encuestas

- **Aplicar una encuesta**

La encuesta se realizó a 200 mujeres de la zona urbana de la ciudad de Cuenca, para identificar la clase media alta se dividió a la ciudad por zonas y se visitaron las siguientes parroquias: San Sebastián: Av. Ordoñez Lazo y Av. De las Américas; El Batán: Carlos Arízaga Vega y Av. Unidad Nacional; Sucre: Av. 12 de Abril y Av. Loja y Huayna Cápac: Av. Remigio Crespo y Av. Paucarbamba.

- **Sistematizar la información y obtener el dato de consumo aparente.**

Los resultados fueron sistematizados a través del programa estadístico SPSS, el mismo que nos dio los siguientes datos:

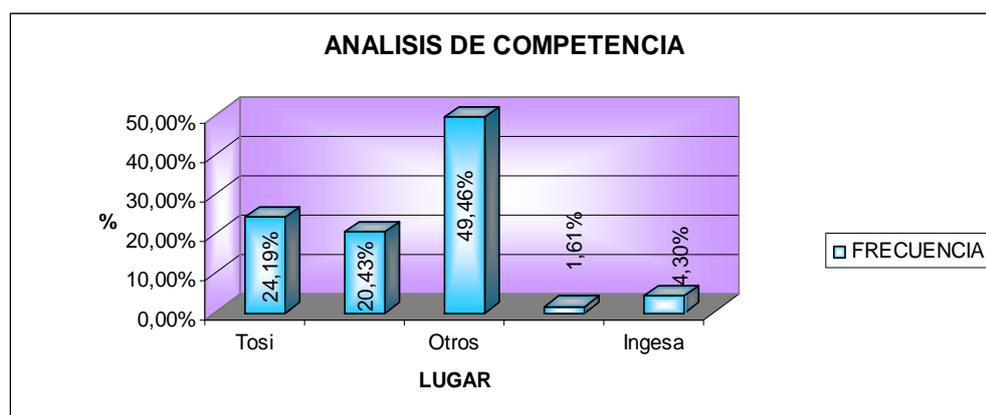
- Existe un consumo del 93% de ropa de dormir, representando de esta manera un mercado objetivo de 7394 mujeres, con una frecuencia de consumo promedio de 4 veces al año.
- Las mujeres comprendidas entre 15 y 24 años consumen en un 99% el producto y tienen una preferencia por: conjunto de pantalón y camiseta y salida de cama.

- Las mujeres comprendidas entre los 25 y 34 años consumen en un 93% el producto y tienen preferencia por: conjunto de pantalón y camiseta, salida de cama, zapatillas y conjuntos de pantalón y vividi.
- Las mujeres comprendidas entre 35 y 44 años de edad consumen en un 92% el producto y prefieren: conjunto de pantalón y camiseta, conjunto de pantalón y vividi y zapatillas.
- Las mujeres comprendidas entre 45 y 54 años de edad consumen en un 99% el producto y prefieren: conjuntos de pantalón de camiseta y zapatillas.
- Y por último las mujeres mayores a 55 años consumen en un 83% el producto y prefieren: vestido de dormir y zapatillas.
- La cualidad que más valoran los consumidores de ropa de dormir es la calidad.

2.3 La Oferta

Según la investigación de mercados nos mostró que los principales vendedores de esta línea son los siguientes:

- Tosi posee el 24%
- Kosmoran el 20%
- El 54% restante corresponde a varias tiendas que por si solas no representan un porcentaje alto en el mercado.



Fuente: Investigación de Mercados
 AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Las empresas cuencanas son muy celosas con sus estrategias, y el mercadeo de sus productos es por ello que hemos podido obtener poca información en lo que se refiere a canales de distribución, estrategias, tecnología, capacidad instalada, proyecciones.

La información que se obtuvo de la Fábrica Kosmoran y fue dada con un 80% de certidumbre. El análisis de la oferta que vamos a realizar es estimando un valor aproximado de las otras tiendas de acuerdo con el porcentaje que tienen en el mercado.

NOMBRE COMPETIDOR	UBICACIÓN	NIVEL DE PRODUCCION/ VENTAS
Tosi	Cuenca	840
Kosmoran	Cuenca	800
Otros	Cuenca	1200
TOTAL		2840

Fuente: Investigación de Mercados
AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Se podría decir que la oferta anual de ropa de dormir es de 2840, este dato no es exacto pues como se indico anteriormente las empresas no estuvieron dispuestas a proporcionar información.

El cuadro a continuación nos ayuda a comparar la demanda vs. la oferta

DEMANDA	7394
OFERTA	2840
DEMANDA INSATISFECHA	4554

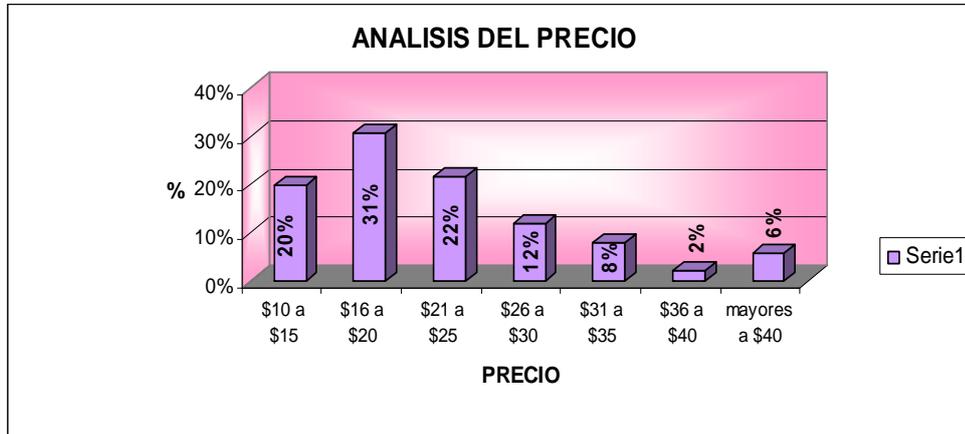
Fuente: Investigación de Mercados
AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Según este cuadro existiría una demanda insatisfecha de 4554 personas, con un margen de error del 7%.

Lo que se pudo observar en la investigación de mercado fue que muchas personas realizan sus compras de ropa de dormir en el Extranjero, ya que en la ciudad no se encuentra la diversidad que se busca y los precios de ropa importada tienen precios altos.

2.4 El Precio

El precio se va a fijar en base a los resultados de la investigación de mercados. La forma de fijación entonces va a ser una combinación en base a la demanda y la competencia.



Fuente: Investigación de Mercados
AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

El precio va a ser fijado de acuerdo a las características del modelo de ropa de dormir. Pero se pretende que fluctúen entre \$16 y \$25.

2.5 Provisión de recursos:

La materia prima necesaria para la fabricación de ropa de dormir es la siguiente:

- Tela de Algodón
- Hilos
- Elásticos
- Botones
- Randas
- Tela para zapatillas
- Suelas para las zapatillas

Vanegas (2006) nos propone conocer lo siguiente de nuestros proveedores:

- **Quiénes son y cuántos son:**
 - Lira, Salamea y Lafayette: Nos ofrecen telas, hilos, elásticos, botones y randas.
 - La pasamanería: ofrece elásticos e hilos.
 - Almacenes Ortiz: nos proveerá de suelas para las zapatillas.

- **Dónde están los proveedores:** 24

- Los proveedores están ubicados en la ciudad de Cuenca.
 - Almacenes Lira: Borrero 10 - 68 y Lamar
 - Almacenes Salamea: Lamar y Sangurima
 - Textiles Lafayette: Jaime Roldós 4-80 y Av. Huayna Cápac
 - Pasamanería: Huayna Cápac y Pío Braco
 - Almacenes Ortiz: Sucre y Huayna Cápac
- **Cuál es la calidad de sus productos**
 - La calidad de sus productos es garantizada, pues son almacenes con gran trayectoria en el mercado
- **Que volumen tienen disponible**
 - Cuando se tratan de pedidos grandes hay que realizarlos con 15 días de anticipación para asegurar la disponibilidad de la materia prima.
- **Condiciones de venta**
 - La condiciones de crédito son las siguientes:
 - **Pasamanería:** La primera compra tiene que ser de \$500 mínimo. Hay un descuento para mayorista del 20 al 25%. Luego de la primera compra se obtiene un crédito de 30 a 60 días. El volumen depende del producto
 - **Lafayette:** No hay descuento para mayoristas. Plazo de pago de 30, 60 y 90 días. La ventaja es que se trabaja con bonos que permiten a los mayoristas comprar en mayor volumen. El volumen mínimo de ventas es de 60 metros por color.
 - **Almacenes Ortiz:** Existe un 15% de descuento para mayoristas. El crédito del que disponen es de 60 y 90 días.

2.6 Comercialización

La comercialización se realizara bajo un canal directo, debido a que nosotros vamos a ser los fabricantes y vamos a realizar la venta directa en una tienda, de esta manera evitaremos costos adicionales para el consumidor final. Además se distribuirá a los almacenes de la ciudad con un 20% de comisión.

- **Marca:** La marca bajo la cual se va a comercializar el producto va a ser "Sweet Dreams": Cuando dormir se convierte en un placer!!

*Sweet
Dreams*

Cuando dormir se convierte en un placer!!!

- **Envase:** El envase en nuestro producto va a ser opcional puede venir envuelto en una bolsa de la misma tela del conjunto que elija, pensamos en este modelo ya que le puede servir para empacar cuando tenga que salir de viaje o simplemente como una mochila. Esto va a depender de los gustos del cliente.



- **Etiqueta:** En la etiqueta constará los siguientes datos: marca, talla, y cuidados para el lavado, tendrá el siguiente formato.

*Sweet
Dreams*

*Cuando dormir se convierte en
un placer !!!*



"M"
Mediano
100% algodón

Ver al reverso para
cuidados de la prenda.

Lavado en máquina
No usar detergente
Usar plancha tibia si es
necesario

- **Empaque:** El producto tendrá 2 presentaciones: bolsas de papel y cajas de regalo que tendrá un costo adicional para el cliente. El formato es el siguiente:



Caja de Regalo



Bolsa de papel

- **Almacenamiento:** el almacenamiento será en la fábrica y en la tienda. En la fábrica se tendrá en mayor cantidad mientras que en la tienda 4 unidades por talla y por modelo.
- **Publicidad:**

El presupuesto para realizar la publicidad es el siguiente:

MEDIO	EMPRESA	MENSAJE	FRECUENCIA	ALCANCE	OBJETIVO	PRESUPUESTO
Hojas Volantes	Graf. Hernandez	Penetración	5000	Masivo	Dar a conocer la empresa	130 Mensual
Internet	Cuencanos.com	Penetración	2 veces al mes	Exclusivo	Dar a conocer los productos	60 Mensual
Periódico	EL Tiempo	Penetración	1 veces al mes	Masivo	Posicionamiento de Marca	90 Mensual
TOTAL PRESUPUESTO						280 Mensuales

Fuente: Investigación de Mercados
 AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Además de estos medios, la publicidad se dará por medio de nuestros clientes cuando conozcan la calidad de nuestro producto, a través del empaque, y los letreros de la tienda.

Este capítulo, nos ha permitido identificar las variables referentes a un proyecto enfocado a las mujeres modernas, que van en busca de ropa de dormir que tengan como características la comodidad, que luzcan a la moda y sobretodo con prendas de calidad.

Por medio del este estudio de mercado²⁷ se pudo definir el precio, este oscilará

entre los 16 a 25 dólares americanos, vale la pena recalcar que esto va a variar según las diferentes características que posea cada prenda de ropa de dormir.

De igual manera se pudo identificar nuestros competidores, que son, Tosi con 24% y Kosmoran con el 20%, el 54% restante son diversas tiendas que por si solas no representan un porcentaje que pueda afectar al mercado. Se debe tomar en cuenta que existen personas que prefieren comprar la ropa de dormir en el extranjero, esto se debe, a que existe una mayor diversificación de los productos.

Debido a que es un proyecto nuevo, se debe realizar la publicidad necesaria para hacernos conocer en el mercado de Cuenca, atrayendo a nuevos consumidores, por medio del Internet, hojas volates y el periódico, de esta manera nuestra marca se posicionara.

CAPITULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

En el presente capítulo se realizará el estudio técnico del proyecto, el mismo que nos permitirá conocer los recursos necesarios, además de identificar el proceso productivo que optimice los recursos.

Para la elaboración fue necesario entrevistarnos con personas conocedoras de la materia como son dueños de fábricas de ropa para conocer: la cantidad de materia prima empleada en cada una de las prendas, el tiempo para la elaboración, la maquinaria necesaria, el personal entre otros.

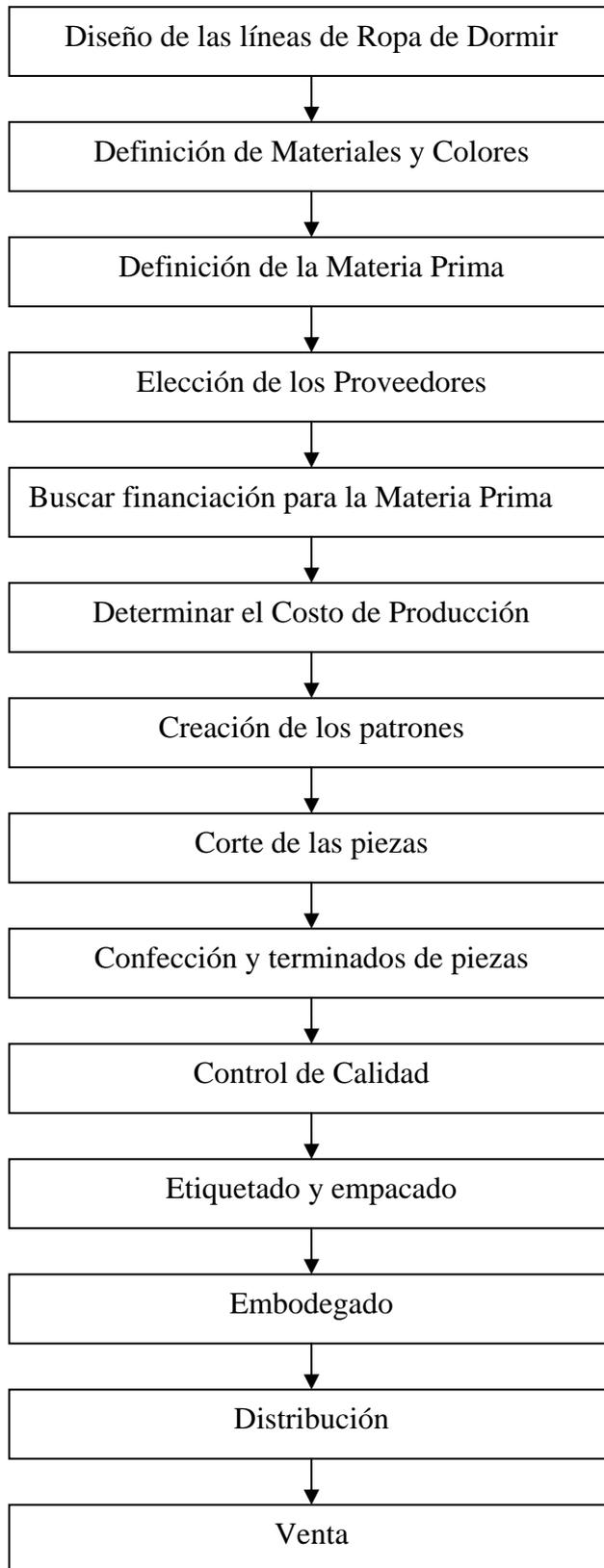
3.1 Proceso Productivo: Vanegas (2006) nos propone el siguiente formato:

- Identificar las actividades del proceso
 - Diseñar las líneas de ropa de dormir
 - Definir materiales
 - Definir la materia prima
 - Elección de proveedores
 - Financiamiento de materia prima
 - Crear patrones
 - Corte de piezas

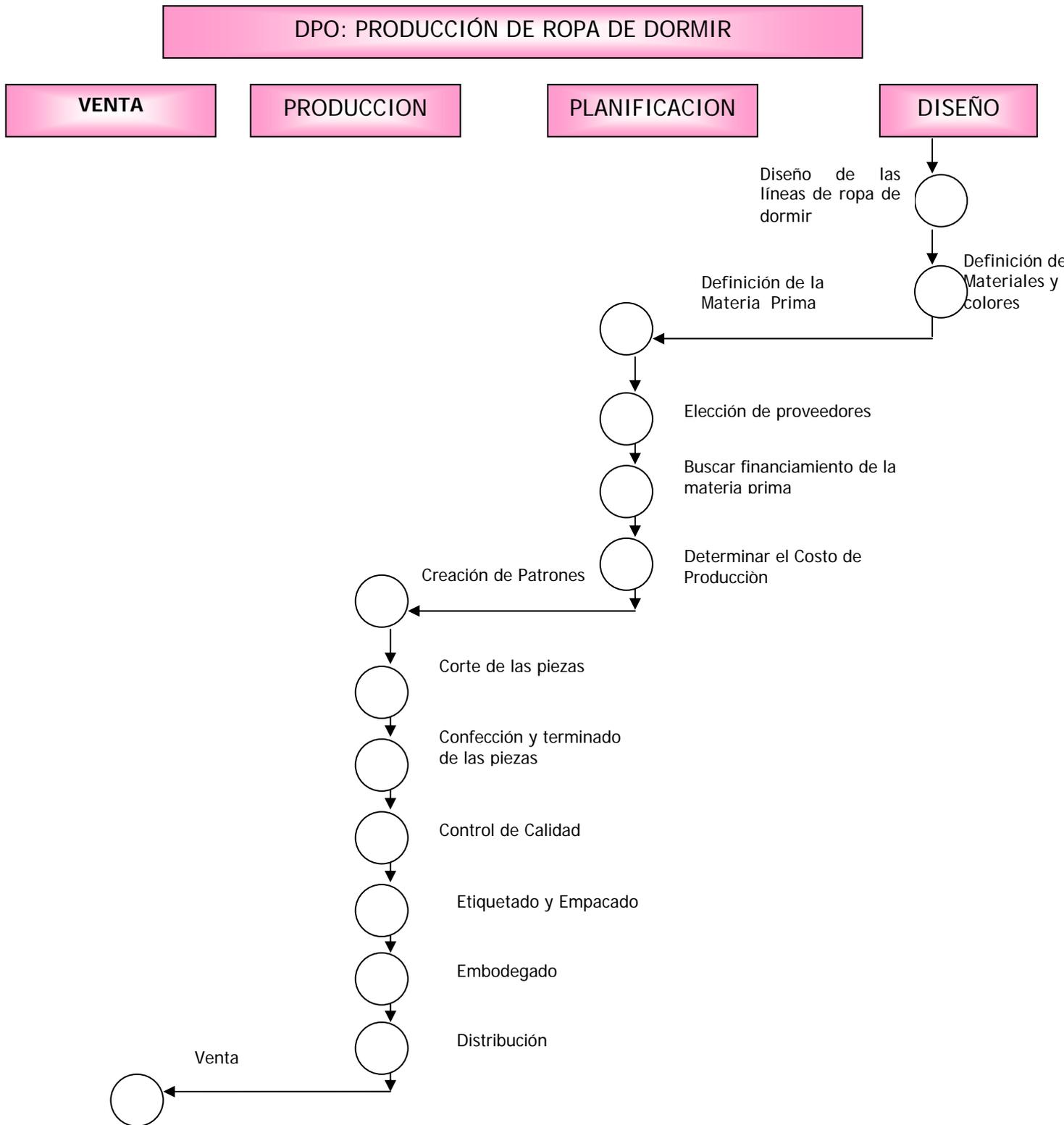
- Confección y terminados
 - Control de calidad
 - Etiquetado y empaçado
 - Almacenamiento
 - Distribución
 - Venta
- Ordenar secuencialmente
 - a. DISEÑO**
 - Diseño de las líneas de ropa de dormir.
 - Definición de materiales y colores.
 - b. PLANIFICACIÓN**
 - Definición de la materia prima:
 - Telas
 - Hilos
 - Agujas
 - Botones
 - Elásticos
 - Randas
 - Elección de proveedores.
 - Financiación para materia prima.
 - Costos de producción.
 - Mano de obra.
 - Tiempo de elaboración de las prendas.
 - Costos de materia prima.
 - c. PRODUCCIÓN**
 - Creación de patrones.
 - Corte de piezas.
 - Confección y terminados de prendas
 - Control de Calidad
 - Etiquetado, empaçado
 - Colocar en la bodega
 - Distribuir a la tienda

d. VENTA

- Recepción de Mercadería
- Venta
- Apoyar en flujo gramas:



El DPO de un producto nos ayuda a identificar los pasos del proceso de producción, simplificando y evitando tiempo perdido.



- **Describir textualmente:** Este proceso nos ayudará para el know how de nuestros empleados pues detallaremos todos los pasos a seguir en cada uno de los procesos, de esta manera ayudaremos a los encargados de cada proceso a agilizar las actividades.
 - **Proceso de Diseño:** El diseñador se encargará de dibujar los bocetos de la línea de ropa de dormir. Se deberá cambiar de modelo según la temporada. Van a ver dos temporadas: verano e invierno. Además serán los encargados de definir los materiales a utilizarse así como también los colores.
 - **Proceso de Planificación:** El encargado de la planificación de la empresa deberá buscar proveedores, financiamiento y determinar el costo de producción.
 - **Proceso de Producción:** El encargado de planta deberá ser responsable de recibir los bocetos del departamento de diseño para realizar los patrones y se encargará de entrar los mismos al departamento de corte, una vez cortadas las piezas deberá pasar al departamento de confección y terminado de piezas. Cuando haya terminado este proceso se pasará a un control de calidad en el cual se desecharán los que no cumplan con las normas. Una vez pasado el control de calidad irá al departamento de etiquetado y empaquetado para ser debidamente embodegado y distribuido.
 - **Proceso de Venta:** Una vez recibida la mercancía y contabilizada, se procederá a la exhibición y venta.
- **Identificar los recursos necesarios:** Para poder identificar los recursos fue necesario una entrevista con una dueña de una fábrica de ropa, la misma que nos ayudó a identificar cada recurso con la cantidad necesaria, realizar estas tablas nos sirvió para el cálculo del costo de la materia prima y también la necesidad de cada uno de los recursos.

MODELO: Conjunto de pantalón y camiseta				
PRENDA: Pantalón				
TALLA	TELA	ELASTICO	HILO	
S	1 metro	0,80 cm	500 yardas	
M	1,04 metros	0,90 cm	550 yardas	
L	1,07 metros	1 metro	600 yardas	
XL	1,10 metros	1,20 metros	680 yardas	
PRENDA: Camiseta				
TALLA	TELA	HILO		
S	0,60 cm	300 yardas		
M	0,65 cm	320 yardas		
L	0,70 cm	340 yardas		
XL	0,75 cm	360 yardas		
PRENDA: Camiseta con apliques o botones				
TALLA	TELA	HILO	APLIQUE	BOTONES
S	0,60 cm	300 yardas	1 unidad	4 unidades
M	0,65 cm	320 yardas	1 unidad	4 unidades
L	0,70 cm	340 yardas	1 unidad	4 unidades
XL	0,75 cm	360 yardas	1 unidad	4 unidades

Fuente: Diana Alvear Fabricante de Ropa de Dormir

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

MODELO: Conjunto de pantalón y vividi			
PRENDA: Pantalón			
TALLA	TELA	ELÁSTICO	HILO
S	1 metro	0,80 cm	500 yardas
M	1,04 metros	0,90 cm	550 yardas
L	1,07 metros	1 metro	600 yardas
XL	1,10 metros	1,20 metros	680 yardas
PRENDA: Vividi			
TALLA	TELA	HILO	ELÁSTICO
S	0,39 cm	250 yardas	74 cm
M	0,41 cm	270 yardas	76 cm
L	0,43 cm	290 yardas	78 cm
XL	0,45 cm	300 yardas	83 cm

Fuente: Diana Alvear Fabricante de Ropa de Dormir

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

MODELO: Short y vividi			
PRENDA: Short			
TALLA	TELA	ELÁSTICO	HILO
S	0,48 cm	0,80 cm	250 yardas
M	0,51 cm	0,90 cm	270 yardas
L	0,54 cm	1 metro	300 yardas
XL	0,57 cm	1,20 metros	340 yardas
PRENDA: Vividi			
TALLA	TELA	HILO	ELÁSTICO
S	0,39 cm	250 yardas	74 cm
M	0,41 cm	270 yardas	76 cm
L	0,43 cm	290 yardas	78 cm
XL	0,45 cm	300 yardas	83 cm

Fuente: Diana Alvear Fabricante de Ropa de Dormir

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

MODELO: SALIDA DE CAMA					
PRENDA: Salida de cama					
TALLA	TELA	CINTURON	HILO		
S	1,44 Metros	1 franja de 1,5 x 0,06 cm	800 yardas		
M	1,46 Metros	1 franja de 1,5 x 0,06 cm	850 yardas		
L	1,48 Metros	1 franja de 1,6 x 0,06 cm	900 yardas		
XL	1,50 Metros	1 franja de 1,8 x 0,06 cm	950 yardas		
PRENDA: Salida de cama con cierre o aplique					
TALLA	TELA	CINTURON	HILO	CIERRE	APLIQUE
S	1,44 Metros	1 franja de 1,5 x 0,06 cm	800 yardas	1 Unidad	1 Unidad
M	1,46 Metros	1 franja de 1,5 x 0,06 cm	850 yardas	1 Unidad	1 Unidad
L	1,48 Metros	1 franja de 1,6 x 0,06 cm	900 yardas	1 Unidad	1 Unidad
XL	1,50 Metros	1 franja de 1,8 x 0,06 cm	950 yardas	1 Unidad	1 Unidad

Fuente: Diana Alvear Fabricante de Ropa de Dormir

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

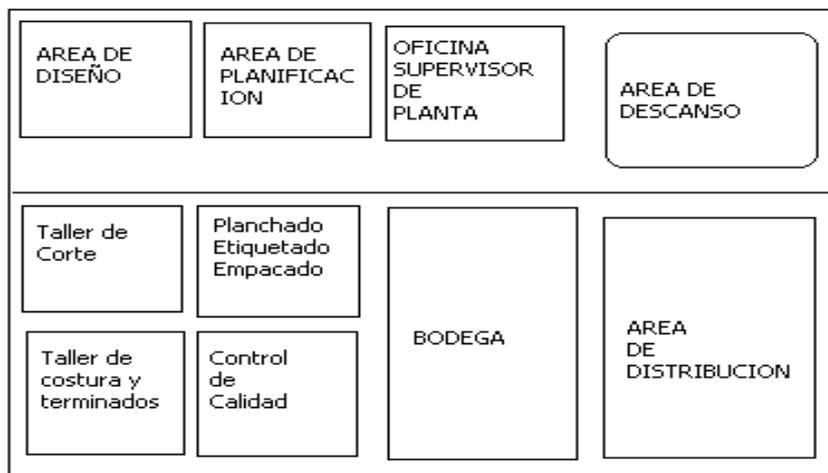
MODELO VESTIDO DE DORMIR		
PRENDA: Vestido de dormir		
TALLA	TELA	HILO
S	1,44 Metros	800 yardas
M	1,46 Metros	850 yardas
L	1,48 Metros	900 yardas
XL	1,50 Metros	950 yardas

Fuente: Diana Alvear Fabricante de Ropa de Dormir
 AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

MODELO ZAPATILLAS			
PRENDA Zapatillas			
TALLA	Suela de Microporoso	TELA	ESPONJA
S	24 x 10 cm	30 cm	30 cm
M	26 x 12 cm	32 cm	32 cm
L	28 x 14 cm	34 cm	34 cm
XL	30 x 16 cm	36 cm	36 cm

Fuente: Diana Alvear Fabricante de Ropa de Dormir
 AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

3.2 Planta: La planta se trató de distribuir de tal manera que los tiempos entre cada proceso se minimice y de esta manera permitir una circulación rápida y económica de la materia prima. Además se incluyó un área de descanso para los empleados para proporcionarles un lugar en el que puedan almorzar y descansar. La distribución de la planta quedó distribuida de la siguiente manera:



3.3 Equipos: Los equipos necesarios para la producción de ropa de dormir se detallan en el cuadro a continuación:

DESCRIPCION DE LAS PRINCIPALES MAQUINAS Y EQUIPOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	CAPACIDAD	PROCEDENCIA
Maquina Overlog de 5 hilos	1	½ caballo	Japón
Maquina de Costura recta	1	½ caballo	Japón
Maquina para ojales domestica	1	24 horas	Japón
Maquina Cortadora	1	4 ½ Pulgadas de corte	Taiwán
Maquina Planchadora	1	24 horas	Taiwán

Fuente: Distribuidora Singer

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

3.4 Tamaño

Para determinar el tamaño del proyecto debemos tener en cuenta las restricciones que tenemos. Las principales restricciones que identificamos para nuestro proyecto son las siguientes:

- **Consumo inicial esperado:** Según el análisis de la oferta vs. la demanda hay un consumo esperado de 4554 prendas cada trimestre. Eso nos da una demanda de 18.216 pijamas anuales.
- **Tecnología disponible:** Se realizaron investigaciones y se obtuvo datos del tiempo que les toma realizar el corte, confección, planchado y empacado de un pijama. Con 3 empleados el tiempo es de 30 minutos por prenda. Para continuar con nuestro análisis debemos calcular la capacidad disponible de que tenemos:

Contamos con 5 empleados que trabajarán un turno de 8 horas por 22 días al mes

Capacidad Disponible = 5 empleados X 1 turno X 8 horas/turno X 22 días/mes

Capacidad Disponible = 880 horas – hombre/ mes

Disponemos de 880 horas en el mes para la producción de nuestro producto

A estas capacidades debemos realizar ajustes pues no siempre se trabajan las 8 horas exactas o se produce con eficiencia. Los ajustes que se van a realizar son los siguientes:

- **Ajuste a la medida de Utilización:** para este ajuste se considera los lapsos de tiempo que se labora efectivamente. Para nuestro proyecto esperamos que se trabajen la 7.5 horas de las 8 del turno. Entonces nuestro ajuste sería:

Medida de utilización = Tiempo efectivo/ Tiempo concedido

Medida de utilización = 7,5 horas / 8 horas

Medida de Utilización = 0,94

- **Ajuste a la medida de Eficiencia:** Para realizar este ajuste es necesario calificar el desempeño del recurso durante el tiempo efectivo de trabajo. Es un cálculo subjetivo, y depende de las expectativas que tiene la persona que mide la efectividad de proceso. Es por ello que hemos determinado que vamos a trabajar con un 90% de eficiencia.

A partir de estos ajustes podemos calcular la capacidad Real disponible

Capacidad Real Disponible= Capacidad Disponible X Ajuste de la medida de utilización X Ajuste a la medida de Eficiencia

Capacidad Real Disponible = 880 X 0,94 X 0,90

Capacidad Real Disponible = 744,48 horas – hombre / mes

Para calcular la cantidad que podemos producir con nuestras horas realmente disponibles basta con hacer una simple regla de 3

CANTIDAD	TIEMPO
1	0,50 HORAS
X	744,48 HORAS

$$X = (1 \text{ PIJAMA} \times 744,48 \text{ HORAS}) / 0,50 \text{ HORAS}$$

$$X = 1500 \text{ Pijamas por mes}$$

La fábrica esta en capacidad de producir 1500 pijamas al mes.

- **Disponibilidad de materia prima y recursos financieros:** A más de las restricciones del mercado y de la capacidad consideramos que van a existir además restricciones de materia prima y de recursos financieros, debido a que es una fábrica que va a comenzar, no vamos a disponer de recursos financieros para poder tener materia prima almacenada y no se tiene mucho crédito con proveedores tampoco. Es por ello que pensamos que esta es una restricción importante dentro de nuestro proyecto
- **Mano de obra calificada:** Esta es otra restricción importante, pues la mayoría de las costureras tienen sus talleres propios. También debido a la migración de este tipo de trabajadores.

Por todas las restricciones antes mencionadas el tamaño del proyecto sería el siguiente:

NUMERO	UNIDADES	TIEMPO
605	PIJAMAS	MES

3.5 Localización

Este estudio nos ayuda a encontrar el lugar más adecuado para el proyecto, mediante el análisis de variables. Hay 2 etapas para identificar la localización de proyecto: la selección de una macro localización y dentro de esta la micro localización.

- **MACROLOCALIZACIÓN:** Es la región en donde se piensa ubicar el proyecto. Tanto la fábrica como la tienda se ubicarán en la ciudad de Cuenca
- **MICROLOCALIZACIÓN:** Es el lugar específico en donde se va a ejecutar el proyecto.
 - **FÁBRICA:** La fábrica de ropa de dormir se ubicará en la Urbanización Martín Fierro
 - **Tienda:** Para la localización de la tienda vamos a ocupar el formato que Vanegas (2006) propone:

CUADRO PARA DEFINIR LA MICROLOCALIZACIÓN

CRITERIOS DE ESTUDIO	PONDERACION OPTIMA	CENTRO	MALL DEL RIO
Disponibilidad de estacionamiento	90	60	85
Afluencia de personas	100	90	90
Disponibilidad y valor de arriendo	100	90	40
Seguridad	90	70	85
Presencia de Competencia	80	75	60
TOTAL	460	385	360

Fuente: Autores

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

La opción del Centro obtuvo una puntuación de 385/460, vs. 360/460 del Mall del Río queda elegida como micro localización de la tienda un local en el centro de la ciudad.

3.6 Recursos Humanos y Técnicos: El cuadro que se muestra a continuación nos ayuda a determinar los recursos humanos y técnicos necesarios para el proyecto.

Primero se determinó los procesos y luego se analizaron los recursos necesarios para cada uno de ellos. Este cuadro nos servirá en el estudio Financiero para determinar, sueldos e inversiones en maquinaria.

ÁREA	RECURSOS HUMANOS	Materia Prima & Materiales	Pasos del Proceso	Obras civiles, Terrero, Construcción	Maquinaria Equipo Herramientas	Instalaciones
DISEÑO	1 DISEÑADOR	Hojas y pinturas	Diseñar modelos , Definir materiales y colores	1 Oficina	1 computador 1 teléfono	Instalaciones Eléctricas. Instalaciones telefónicas
PLANIFICACION	1 Economista	Lista de modelos que se van a producir	Definir materia prima. Buscar proveedores y financiamiento. Determinar el costo de producción	1 Oficina	1 computador 1 teléfono	Instalaciones Eléctricas. Instalaciones telefónicas
PRODUCCION	3 costureras	Cartulina para patrones, Tela, Hilos, Elásticos, Botones, tijeras, etiquetas	Crear Patrones. Confección de piezas. Etiquetado	1 Taller	1 maquina overlog de 4 agujas. 1 maquina de costura recta. 1 maquina para ojales	Instalaciones Eléctricas
	1 cortador/ planchador	Patrones, piezas confeccionadas	Corte y terminado de piezas.	1 Taller	1 maquina Cortadora. 1 máquina planchadora	Instalaciones Eléctricas
	1 jefe de planta	Producto terminado. Normas para control de calidad	Control de Calidad	1 Oficina	Catálogo con las normas de calidad de los productos. Teléfono	Instalaciones telefónicas
	1 bodegero	Fundas de empaque, bolsa de empaque	Empaquetado y almacenado	1 bodega	1 computador	Instalaciones Eléctricas
	1 conductor	Producto empaquetado	Distribución del producto		1 vehículo	
VENTAS	2 vendedores	Producto terminado y empaquetado	Venta del Producto	1 tienda	1 computador. Facturas. Calculadora. Datafast. Fundas. Cajas. Telefono.	Instalaciones Eléctricas. Instalaciones telefónicas

Fuente: Autores
AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Entre los aspectos más importantes que se encontraron en este capítulo tenemos:

- La elaboración de ropa de dormir tiene 4 procesos principales: diseño, planificación, producción y venta.

- La maquinaria que se necesita para la elaboración está disponible en la ciudad y en su mayoría proceden de Japón
- Para determinar el tamaño se tuvo que considerar algunas restricciones como son las financieras y la capacidad disponible
- Para determinar la localización de la fábrica y de la tienda se buscaron criterios de importancia y luego se calificaron objetivamente.
- Se realizó una tabla de recursos que nos ayudó para determinar la cantidad de recursos necesarios tanto humanos como físicos.

CAPITULO 4

ESTUDIO FINANCIERO

En el presente capítulo se realizará el análisis financiero del proyecto, el mismo que consta de los siguientes puntos:

- **Análisis de las Inversiones:** para realizar este análisis se tuvieron que clasificar dependiendo de su grado de depreciación, vida útil, entre otros. Se clasificaron en fijas, diferidas y capital de trabajo. Luego de clasificarlas las ubicamos de acuerdo con las necesidades de nuestro proyecto.

- **Análisis del Financiamiento:** en el análisis de financiamiento se consideraron únicamente 2 fuentes: las fuentes propias y fuentes externas. Debido a que se posee capital propio y además se quiere aprovechar el crédito que el gobierno ofrece a nuevos proyectos a través del Banco del Fomento.

- **Análisis de los Ingresos:** Para realizar el presente análisis se consideraron algunos supuestos, y fueron proyectados para 5 años. Además se consideró un 5% de crecimiento anual que se encuentra sustentado en el plan de marketing que se pretende realizar.

- **Análisis de los Egresos:** Los egresos se consideraron un aumento del 5% en lo que se refiere a materia prima, gastos administrativos y gastos en ventas. Los gastos financieros no se consideró ningún aumento debido a que se negociará al principio del proyecto.
- **Análisis del VAN:** Como conocemos el análisis del Van es importante para poder evaluar la factibilidad de un proyecto. Para nuestro análisis se consideró una tasa de descuento del 25%, que es la tasa mínima requerida por los inversionistas en este tipo de negocio.

4.1 Las inversiones

Las inversiones son los recursos necesarios para instalar el proyecto y pueden ser de 3 tipos:

Inversiones Fijas: Las inversiones fijas son todas aquellas que son necesarias para el proceso de producción, dentro de este proyecto son las siguientes:

CUADRO INVERSIONES FIJAS				
DESCRIPCION	UNIDAD	VOLUMEN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Maquina Overlog de 5 hilos	UNIDAD	1	1550	1550
Maquina de Costura recta	UNIDAD	1	990	990
Maquina para ojales domestica	UNIDAD	1	520	520
Maquina Cortadora	UNIDAD	1	480	480
Maquina Planchadora	UNIDAD	1	380	380
Computador	UNIDAD	2	600	1200
Linea de Telefono	UNIDAD	2	120	240
Muebles y enseres	UNIDAD	1	3000	3000
Adecuaciones del Local	UNIDAD	1	2500	2500
			TOTAL	10860

Fuente: Distribuidores de Maquinaria
 AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Inversiones Diferidas: Este tipo de inversiones son aquellas que debemos desembolsar por concepto de constitución, permisos, patentes entre otros, dentro de este proyecto las inversiones diferidas son las siguientes:

CUADRO INVERSIONES DIFERIDAS

DESCRIPCION	UNIDAD	VOLUMEN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Gastos de Constitucion	GLOBAL	1	600	600
Permisos	GLOBAL	1	65	65
			TOTAL	665

Fuente: Autores

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

- **Inversiones en Capital de Trabajo:** El capital de trabajo es todo lo necesario para cubrir los gastos que se presentan desde el momento en que se inicia la operación hasta el momento en que se recibe el primer dólar por concepto de ventas.

Para realizar este cuadro de inversiones, se tuvieron que realizar cuadros adicionales los mismos que se presentan a continuación:

GASTOS EN MANO DE OBRA: Para los gastos en mano de obra se consideraron los sueldos y beneficios de los obreros únicamente.

GASTO MANO OBRA					
DESCRIPCION	COSTURER A 1	COSTURER A 2	COSTURER A 3	CORTADO R	TOTAL
SUELDO	200,00	200,00	200,00	200,00	800,00
BENEFICIOS	80,63	80,63	80,63	80,63	322,53
GASTO TOTAL EN MANO DE OBRA					1122,53

Fuente:

Autores

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

GASTOS ADMINISTRATIVOS: Para los gastos administrativos se consideró la depreciación mensual de la maquinaria debido a que para realizar la producción es necesario ocupar la maquinaria y por lo tanto se deprecia. Además esta considerado los sueldos y beneficios del personal administrativo, se considera papelería a la realización de facturas y otros documentos necesarios para llevar la contabilidad. Y por último esta considerado el arriendo del lugar en donde vamos a realizar la producción.

CUADRO DEPRECIACION MENSUAL		
DESCRIPCION	DEP. ANUAL	DEP. MENSUAL
Maquina Overlog de 5 hilos	155	12,92
Maquina de Costura recta	99	8,25
Maquina para ojales domestica	52	4,33
Maquina Cortadora	48	4,00
Maquina Planchadora	38	3,17
Computador	800	66,67
Vehículo	0	0,00
Muebles y enseres	300	25,00
TOTAL DEPRECIACION MENSUAL		124,33

Fuente: Autores

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

SUELDOS ADMINISTRATIVOS						
DESCRIPCION	GERENTE	CONTADOR	SECRETARIA	DISEÑADOR	JEF. PLANTA	BODEGA
SUELDOS	350.00	200.00	0.00	200.00	250.00	200.00
BENEFICIOS	128.61	80.63	0.00	80.63	96.63	80.63
TOTAL SUELDOS ADMINISTRACION						1667.13

Fuente: Autores

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

CUADRO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	
DEPRECIACIONES	124,33
SUELDOS	1667,13
PAPELERIA	100
ARRIENDO FÁBRICA	100
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1991,47

Fuente: Autores

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

GASTO EN VENTAS: Para calcular este rubro se tomó en cuenta los sueldos de los vendedores, y el material necesario para que se realice la venta.

Además esta considerado el arriendo de un mes ya que se espera que para el segundo mes ya se haya realizado la primera venta. El concepto de comisiones se refiere al 20% que se va a dar a los vendedores, pues se pretende distribuir una parte de la producción.

INVERSION EN VENTAS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
FUNDAS	2000	0,03	60
CAJAS	1000	0,1	100
ARRIENDO	1	600	600
COMISIONES	1	1723,01	1723,01
VOLANTES	5000	0,03	130
TOTAL			2613,01
SUELDOS VENTAS			
VENDEDOR 1		VENDEDOR 2	
SUELDO			
SUELDO BÁSICO	200,00	SUELDO BÁSICO	200,00
BENEFICIOS	80,63	BENEFICIOS	80,63
GASTO SUELDOS	561,27		

Fuente: Autores
AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

CUADRO DE INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO: El cuadro final es el resultado de los cuadros anteriores. Además tiene un detalle de la materia prima necesaria para la primera producción.

CUADRO INVERSIONES CAPITAL TRABAJO

DESCRIPCION	UNIDAD	VOLUMEN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MANO DE OBRA	SUELDO	1	1122,53	1122,53
SERVICIOS	GLOBAL	1	160	160,00
MATERIA PRIMA				0,00
TELA	METROS CUADRADOS	935,7	3	2807,10
HILOS	10000 yardas	7	1,8	12,60
ELASTICO	yardas	455,11	0,15	68,27
APLIQUES	RETAZOS	80	0,5	40,00
BOTONES	500 unidades	1	2,5	2,50
SUELA	METROS CUADRADOS	6	3	18,00
ESPONJA TELA PARA ZAPATILLAS	PLANCHAS DE 2X1,4 METROS CUADRADOS	7	2	14,00
CIERRE	UNIDAD	19,4	2,5	48,50
GASTOS DE VENTAS	GLOBAL	20	0,15	3,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	GLOBAL	1	3174,28	3174,28
			TOTAL	9462,24

Fuente: Autores
AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

A continuación se presenta el cuadro de la inversión inicial necesaria, que es el resultado de la suma de los anteriores

CUADRO DE RESUMEN DE INVERSIONES	
INVERSIONES FIJAS	10860
INVERSIONES DIFERIDAS	665
INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO	9462,24
TOTAL INVERSION INICIAL	20987,24

Fuente: Autores
Ma.ElisaCórdova&TatianaMachuca

4.2 El financiamiento: Para financiar un proyecto hay 2 opciones:

- **Fuentes Propias:** En el caso de nuestro proyecto, el 77% del proyecto va a ser aportado por las autoras del proyecto. Esto representa \$15.987,24
- **Fuente Externas:** El 25% restante se pretende que sea financiado por Banco del Fomento con crédito 5, 5, 5 (\$5000, al 5% anual, 5 años plazo) que fomenta el gobierno. Esto representa \$5.000. La tabla de amortización se presentará en el Anexo 6

4.3 Los ingresos

Los ingresos van a ser programados a 5 años, debido a que es un proyecto nuevo y no contamos con datos históricos. El precio esta basado en el costo y también en el precio promedio del mercado.

El cálculo de los precios se encuentra en el Anexo 6

Para el cálculo de los ingresos fue necesario realizar algunos supuestos, que son sustentados en entrevistas realizadas con los dueños de fábricas similares.

A continuación se presenta el cuadro de ingresos mensuales, para la elaboración del cuadro se realizaron los siguientes supuestos:

- Se va a vender el 75% de la producción.
- Se va a producir 50 conjuntos de short y vividi, 120 salidas de cama, 40 vestidos, 150 conjuntos de pantalón y vividi, 125 conjuntos de pantalón y camiseta, 60 conjuntos de pantalón y camiseta con apliques y botones y por último 60 pares de zapatillas. Dando una producción total de 605 prendas mensuales.

CUADRO DE INGRESOS				
DESCRIPCION	UNIDAD	VOLUMEN MENSUAL	PRECIO	INGRESO MENSUAL
Short & Vividi	1 conjunto	38	16,51	619,25
Salida de Cama	1 unidad	75	18,41	1380,99
Salida de cama con aplique o cierre	1 unidad	15	19,63	294,42
Vestido	1 unidad	30	18,67	559,99
Pantalon & vividi	1 conjunto	113	24,69	2777,17
Pantalon & camiseta	1 conjunto	93,75	31,03	2908,75
Pantalon & camiseta con apliques	1 conjunto	45	32,71	1471,94
Zapatillas	1 unidad	45	14,57	655,68
TOTAL INGRESOS MENSUALES				10668,20

Fuente: Autores
AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Para los meses de mayo y diciembre se realizó el siguiente supuesto:

- Se supone que se va a vender el 100% de la producción pues son meses netamente comerciales

CUADRO DE INGRESOS MESES MAYO/ DICIEMBRE				
DESCRIPCION	UNIDAD	VOLUMEN MENSUAL	PRECIO	INGRESO MENSUAL
Short & Vividi	1 conjunto	50	12,25	612,43
Salida de Cama	1 unidad	100	15,01	1501,37
Salida de cama con aplique o cierre	1 unidad	20	16,05	320,93
Vestido	1 unidad	40	15,59	623,67
Pantalon & vividi	1 conjunto	150	18,5	2773,69
Pantalon & camiseta	1 conjunto	125	25,15	3143,96
Pantalón & camiseta con aplique y boton	1 conjunto	60	27,65	1659,06
Zapatillas	1 unidad	60	12,60	756,04
TOTAL INGRESOS MENSUALES				11391,16

Fuente: Autores
AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Para eliminar la producción no vendida se va a realizar promociones los meses de Marzo, Junio, Septiembre y Diciembre en el que se pretende vender el 80% de los saldos con un 20% de descuento. Se presenta a continuación la tabla.

CUADRO DE SALDOS										
DESCRIPCION	SALDOS ENERO	SALDOS FEB.	SALDOS MARZO	TOTAL SALDO	PVP	20% DSTO	PVP	VTAS.	PRENDA NO VENDIDA	PÉRDIDAS
Short & Vividi	13	13	13	39	14.9	3.00	11.9	371.72	8.00	108.18
Salida de Cama	25	25	25	75.00	18.0	3.60	14.4	863.77	15.00	228.81
Salida de cama con aplique o cierre	5	5	5	15.00	19.1	3.84	15.3	184.16	3.00	45.94
Vestido	10	10	10	30.00	18.2	3.65	14.5	350.03	6.00	89.75
Pantalón & vividi	37	37	37	111.00	23.2	4.65	18.6	1636.72	23.00	350.80
Pantalón & camiseta	31	31	31	93.00	25.1	5.03	20.1	3621.84	45.00	715.48
Pantalón & camiseta con aplique y boton	15	15	15	75.00	27.6	5.53	22.1	1327.25	15.00	238.55
Zapatillas	15	15	15	45.00	12.6	2.52	10.0	362.90	9.00	103.43

TOTAL 1880.94

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

La proyección de las ventas se presenta en el cuadro siguiente y se realizó con un crecimiento del 5% anual, el mismo que esta sustentado en el plan de marketing que se va implantar.

PROYECCION VENTAS													
DESCRIPCION	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OC T	NO V	DIC	TOTAL ANUAL
Short & Vividi	562	562	934	562	612	934	562	562	934	562	562	984	8333
Salida de Cama	135	135	1426	135	1501	1426	135	135	1426	135	135	2365	17591
Salida de cama con aplique o cierre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vestido	288	288	746	288	321	746	288	288	746	288	288	505	5079
Pantalón & vividi	547	547	912	547	624	912	547	547	912	547	547	974	8162
Pantalón & camiseta	261	261	2199	261	2774	2199	261	261	2199	261	261	4410	32089
Pantalón & camiseta con aplique y boton	5	5	4184	5	3144	4184	5	5	4184	5	5	6766	38967
Zapatillas	235	235	8	235	3144	4184	235	235	8	235	235	8	6766
	124	124	2572	124	1659	2572	124	124	2572	124	124	2986	21070
	4	4	0	4	0	0	4	4	0	4	4	0	0
	567	567	925	567	756	925	567	567	925	567	567	1119	8619
TOTAL MENSUAL	953	953	1389	953	1139	1389	953	953	1389	953	953	2011	13991
	1	1	7	1	1	7	1	1	7	1	1	0	1

Fuente: Autores
AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Los ingresos anuales son de \$139.910,69 dólares americanos.

A continuación se presenta la tabla que describe las pérdidas anuales por concepto de saldos:

CUADRO DE PÉRDIDAS EN SALDOS	
TRIMESTRE 1	1880,94
TRIMESTRE 2	1880,94
TRIMESTRE 3	1880,94
TRIMESTRE 4	1880,94
TOTAL PÉRDIDAS ANUALES	7523,74

Fuente: Autores

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

4.4 Los Egresos

Los egresos se proyectaron para 5 años, se realizaron varios cuadros que se van a presentar a continuación:

Para la elaboración del cuadro de costos de producción se consideró la cantidad de materia prima necesaria, el mismo que fue multiplicado por el volumen de producción mensual y el precio de cada uno de los materiales, con estos datos se realizó el cuadro de egreso anual.

COSTOS DE PRODUCCION					
DESCRIPCION	UNIDAD	VOLUMEN MENSUAL	VOLUMEN ANUAL	PRECIO	EGRESO ANUAL
MATERIA PRIMA					36167.61
TELA	Metros	935.7	11228.4	3	33685.20
HILOS	yardas	7	84	1.8	151.20
ELASTICO	yardas	455.11	5461.3696	0.15	819.21
APLIQUES	UNIDAD	80	960	0.5	480.00
BOTONES	UNIDAD	1	12	2.5	30.00
SUELA	Metros	6	72	3	216.00
ESPONJA	Metros	7	84	2	168.00
TELA PARA ZAPATILLAS	Metros	19.4	232.8	2.5	582.00
CIERRE	UNIDAD	20	240	0.15	36.00
MANO DE OBRA	mes	1	12	1122.53	13470.40
SERVICIOS BASICOS	MES	1	12	160	1920.00
ARRIENDO	mes	1	12	100	1200.00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION					52758.01

Fuente: Autores

AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Los gastos administrativos se consideraron los gastos de depreciación, sueldos y en el rubro de papelería esta consideradas: facturas, comprobantes de ingreso, comprobantes pago, retenciones entre otros documentos que se necesitan.

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DESCRIPCION	UNIDAD	VOLUMEN MENSUAL	VOLUMEN ANUAL	PRECIO	EGRESO ANUAL
DEPRECIACIONES	Mes	1.00	12	124.33	1492.00
SUELDOS	Mes	1.00	12	1667.13	20005.60
PAPELERIA	Trimestral	0.25	12	100	1200.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS					22697.60

Fuente: Autores
 AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Para los en ventas fueron consideraron los gastos que se necesitan para realizar la venta como son: fundas, cajas, volantes, el arriendo del local, el sueldo de los vendedores, en el rubro de comisiones está considerado el 20% de las ventas.

GASTOS DE VENTAS					
DESCRIPCION	UNIDAD	VOLUMEN MENSUAL	VOLUMEN ANUAL	PRECIO	EGRESO ANUAL
FUNDAS	Trimestral	0.25	3	60	180.00
CAJAS	Trimestral	0.25	3	100	300.00
ARRIENDO	Mes	1	12	600	7200.00
VOLANTES	Trimestral	0.25	3	130	390.00
COMISIONES	Mensual	1	12	1906.24	22874.83
SUELDOS	Mes	1	12	561.27	6735.20
TOTAL GASTOS VENTAS					37680.03

Fuente: Autores
 AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

Para los gastos financieros se consideró el pago del crédito y los intereses por concepto del préstamo que se pretende adquirir con del Banco del Fomento.

GASTOS FINANCIEROS					
DESCRIPCION	UNIDAD	VOLUMEN MENSUAL	VOLUMEN ANUAL	PRECIO	EGRESO ANUAL
PAGO CAPITAL	Mes	1	12	73.53	882.36
INTERESES	Mes	1.00	12	20.83	249.96
TOTAL GASTOS VENTAS					1132.32

Fuente: Autores
 AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	
COSTO DE PRODUCCION	52758,01
GASTO ADMINISTRATIVO	22697,60
GASTO DE VENTAS	37680,03
GASTOS FINANCIEROS	1132,32
TOTAL EGRESOS	114267,96

Fuente: Autores
AUTORES: Ma. Elisa Córdova & Tatiana Machuca

4.5 VAN

El VAN nos ayuda tomar una decisión sobre la rentabilidad de un proyecto comparándola con otras alternativas de inversión.

Nos pareció conveniente trabajar con el Van debido a que considera el valor del dinero en el tiempo, para ello utiliza una tasa de descuento, la tasa que se ocupó en este caso es la tasa que se preguntó a las empresas que se dedican a esta rama y nos explicaron que 25% es el rendimiento mínimo que ellos requieren para su inversión.

El VAN se evalúa considerando su valor, entonces:

- Si $VAN > 0$: quiere decir que el proyecto puede generar durante su vida útil los suficientes recursos para cubrir todos los costos y gastos incluidos la inversión, al tiempo de haber satisfecho la tasa de oportunidad o rendimiento mínimo esperado.
- Si $VAN = 0$: quiere decir que el proyecto alcanza a cubrir la inversión, los costos y gastos al tiempo que satisface exactamente el rendimiento esperado.
- Si $VAN < 0$: quiere decir que el proyecto no puede generar los suficientes recursos para cubrir todos los costos y gastos y peor la inversión. Se puede decir también que el proyecto no reporta el rendimiento esperado.

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
FLUJO DE EFECTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversion Inicial	20987.24	-	-	-	-	-
Ventas		139910.69	142708.90	145563.08	148474.34	151443.83
Costo ventas		52758.01	53813.17	54889.43	55987.22	57106.96
Materia Prima		36167.61	36890.96	37628.78	38381.35	39148.98
Mano de obra		13470.40	13739.81	14014.60	14294.90	14580.79
Servicios básicos		1920.00	1958.40	1997.57	2037.52	2078.27
Arriendos		1200.00	1224.00	1248.48	1273.45	1298.92
UTILIDAD BRUTA		87152.68	88895.74	90673.65	92487.13	94336.87
Gtos.Administrativos		22697.60	23151.55	23614.58	24086.87	24568.61
Gastos de Ventas		37680.03	38433.63	39202.30	39986.35	40786.08
Pérdida por productos no vendidos		7523.74	7674.22	7827.70	7984.26	8143.94
Pago de Deuda		882.36	882.36	882.36	882.36	882.36
UAI		18368.95	18753.98	19146.70	19547.29	19955.88
Gastos Financieros		249.96	249.96	249.96	249.96	249.96
UAI		18118.99	18504.02	18896.74	19297.33	19705.92
IMPUESTOS		6568.13	6707.71	6850.07	6995.28	7143.40
UTILIDAD NETA	20987.24	11550.86	11796.31	12046.67	12302.05	12562.52
VAN	8901.11					
Tasa	0,25					

Fuente: Autores
AUTORES: Ma. Elisa Córdova &
Tatiana Machuca

En conclusión podemos decir que nuestro proyecto debería ser aceptado debido a que el valor del VAN es positivo.

Los principales hallazgos de este capítulo son los siguientes:

- Para el análisis de la inversiones fueron divididas en 3: inversiones diferidas, inversiones fijas e inversiones en capital de trabajo, con lo cual se obtuvo un resumen del total de las inversiones.
- Para el financiamiento de este proyecto se identificaron dos fuentes: fuentes propias y fuentes externas aprovechando las oportunidades que presta el actual gobierno a través del Banco del Fomento.

- Dentro del estudio de los ingresos se realizaron algunos supuestos entre ellos un crecimiento del 5% anual que se sustenta en el plan de marketing.
- En los egresos se consideraron todos los gastos en los que se puede incurrir el proyecto, para su proyección se consideró un aumento del 5%.
- Para la elaboración del Flujo de Caja se utilizaron ventas proyectadas y gastos proyectados, la tasa de descuento fue del 25% pues es la tasa que los empresarios de esta rama nos proporcionaron.

CONCLUSIONES

El realizar esta monografía ha sido realmente enriquecedor, para su elaboración pusimos los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera.

En el capítulo 1 presentamos un estudio de generalidades del proyecto, es decir el lugar donde se va a realizar, cuales serán los principales beneficiarios, la duración del proyecto entre otras características principales del mismo.

Para la elaboración del capítulo 2 fue necesario aplicar los conocimientos adquiridos en materias como Investigación de Mercados, Estrategia Empresarial y Marketing.

Se realizó una Investigación de Mercados para conocer si existía un mercado insatisfecho en la Ciudad de Cuenca por Ropa de Dormir de Damas, se aplicaron encuestas a las mujeres a partir de los 15 años de clase media alta. Se procedió a sistematizar la información y luego se presentaron los resultados en gráficos para mejorar la comprensión.

El estudio de mercado nos ayudó a identificar algunas piezas claves para la elaboración del análisis de mercado. Entre ellos tenemos:

- Existe un consumo del 94% de ropa de dormir representando así un mercado objetivo de 7394 mujeres, con una frecuencia de consumo de 4 veces al año.
- La principal característica que buscan es la calidad del producto.
- Los modelos deben ir de acuerdo a la edad pues las preferencias cambian.
- Este análisis nos ayudo a identificar cuales son nuestros principales competidores; Tosi con un porcentaje del 24% y Kosmoran con el 20%, el 54% restante son tiendas que por si solas no representan un porcentaje que pueda ser competitivo en el mercado.

- Entre las características importantes que encontramos en esta investigación fué que existe un gran número de personas que prefieren comprar su ropa de dormir en el extranjero, debido a que en la ciudad no encontraban la diversidad que exigen.
- El precio que se determino por medio del estudio de la demanda y la competencia fue entre \$16 a \$25 esto va a depender de las características del modelo de la ropa de dormir.

En la elaboración del capítulo 3 se aplicó los conocimientos adquiridos en la materia de Administración de la producción.

Primero se procedió a identificar las principales actividades que debían realizarse para ejecutar nuestro proyecto, para esto tuvimos entrevistas con diseñadores, costureras y dueños de fábricas de ropa, los mismos que fueron de mucha ayuda pues nos ayudaron con datos como son la cantidad de tela necesaria para elaborar cada una de las prendas así como el tiempo que toma realizarlas.

Para conocer las características de la maquinaria y de los proveedores fue necesario salir a buscarlos pues los empresarios son celosos con sus estrategias y fue un tanto difícil determinar el tamaño del proyecto.

Se realizó además el análisis de macro localización y micro localización para ello fue necesario identificar las principales características y analizarlas. Se determinó que el proyecto se va a realizar en la ciudad de Cuenca y se va a instalar una tienda en el centro de la ciudad.

Para el Capítulo final se aplicaron conocimientos en Finanzas principalmente. Primero se realizó un análisis de las inversiones, las mismas que fueron divididas en 3: inversiones diferidas, inversiones fijas e inversiones en capital de trabajo, con lo cual se obtuvo un resumen del total de las inversiones. A partir de esta información se analizaron las opciones para el financiamiento, se escogieron fuentes propias y fuentes externas aprovechando las oportunidades que presta el actual gobierno a través del Banco del Fomento.

Para el análisis de los ingresos se tuvieron que realizar algunos supuestos, pues consideramos que no siempre podemos vender toda la producción, para no tener pérdidas grandes por concepto de saldos se planteó la estrategia de vender los mismos con un 20% de descuento, los que se ven reflejados en la tabla de ingresos.

En el análisis de egresos se consideraron todos los gastos en los que se puede incurrir el proyecto, para su proyección se consideró un aumento del 5%.

Para la elaboración del Flujo de Caja se utilizaron ventas proyectadas y gastos proyectados, la tasa de descuento fue del 25% pues es la tasa que los empresarios de esta rama nos proporcionaron.

La elaboración de esta monografía nos ha dejado grandes satisfacciones tanto como estudiantes como futuros profesionales, pues estamos seguras que en las aulas nuestros profesores pusieron su alma en cada hora de enseñanza, para prepararnos como futuros economistas con herramientas para competir en el mundo laboral.

BIBLIOGRAFIA

- FREIRE, Manuel, Investigación de mercados, apuntes tomados en clases, 6to ciclo, 2006
- JOSEPH Faus y JOSEPH Tapies, "Finanzas Operativas: Gestión Financiera de las Operaciones del Día al Día", Canon Editorial S.L., 5ta Edición, España (2003)
- KINNEAR Thomas C., TAYLOR James R.; "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Un Enfoque Aplicado" Editorial Mc Graw Hill
- MALDONADO Fernando,"Formulación y Evaluación de Proyectos, Centro de Publicaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, Primera Edición, Ecuador (2006)
- ORTEGA, Xavier, Marketing I y II, Apuntes tomados en clases, 6to ciclo, 2006
- VANEGAS Paúl, " Formulación de Pequeños Proyectos Rurales, artes Gráficas Patria, Primera Edición, Ecuador,(2006)
- ORTEGA, Xavier, Estrategia Empresarial, Apuntes tomados en clases, 7mo ciclo, 2007
- PAREDES, Jorge, Administración de la Producción, Apuntes tomados en clases, 7mo ciclo, 2007.
- PROAÑO, Bladimir, Administración Financiera, Apuntes tomados en clases, 6to ciclo, 2006.

ANEXOS

ANEXO 1

RESUMEN EJECUTIVO

En el mercado cuencano se ha notado la falta de una tienda especializada en Ropa de Dormir y accesorios, así como también de empresarios que se dediquen a la fabricación de productos ecuatorianos, la mayor parte del mercado se dedica a la importación de los mismos.

Con el estudio que se realizó se detectó que efectivamente existe una demanda insatisfecha, debido a que existen tiendas de lencería en las que además de su producto, se dedican a la venta de ropa de dormir.

El mundo se mueve con rapidez, y las personas necesitamos descansar, y para ello necesitamos de ropa cómoda y moderna debido a las tendencias que tenemos por vernos bien en todo momento. Hay ocasiones como: una gira estudiantil, paseos, enfermedades inesperadas, o simplemente por el hecho de sentirnos cómodas y bellas.

El mercado ofrece estos productos sin embargo no tienen la diversidad que la gente busca y exige. Es por ello que hemos visto la necesidad de realizar una investigación de mercados que nos asegure la factibilidad de implementar este negocio.

La investigación se realizó en la ciudad de Cuenca, a grupos de mujeres de todas las edades de estrato medio alto. La metodología utilizada para este trabajo fue muestreo por cuotas.

Los resultados nos indican que existe un consumo del 93% de ropa de dormir y accesorios, representando así un mercado objetivo de 7394 personas con una frecuencia de consumo de 3 veces al año.

El segmento de mercado objetivo, está conformado por mujeres desde los 15 años en adelante. Del área urbana de la ciudad de Cuenca y del estrato medio alto.

ANEXO 2

INFORME DE LA INVESTIGACION

ANTECEDENTES

El objetivo de la investigación es conocer la demanda de ropa de dormir en el área urbana de la ciudad de Cuenca. Ya que se identificó una falta de oferta de una tienda especializada en ropa de dormir.

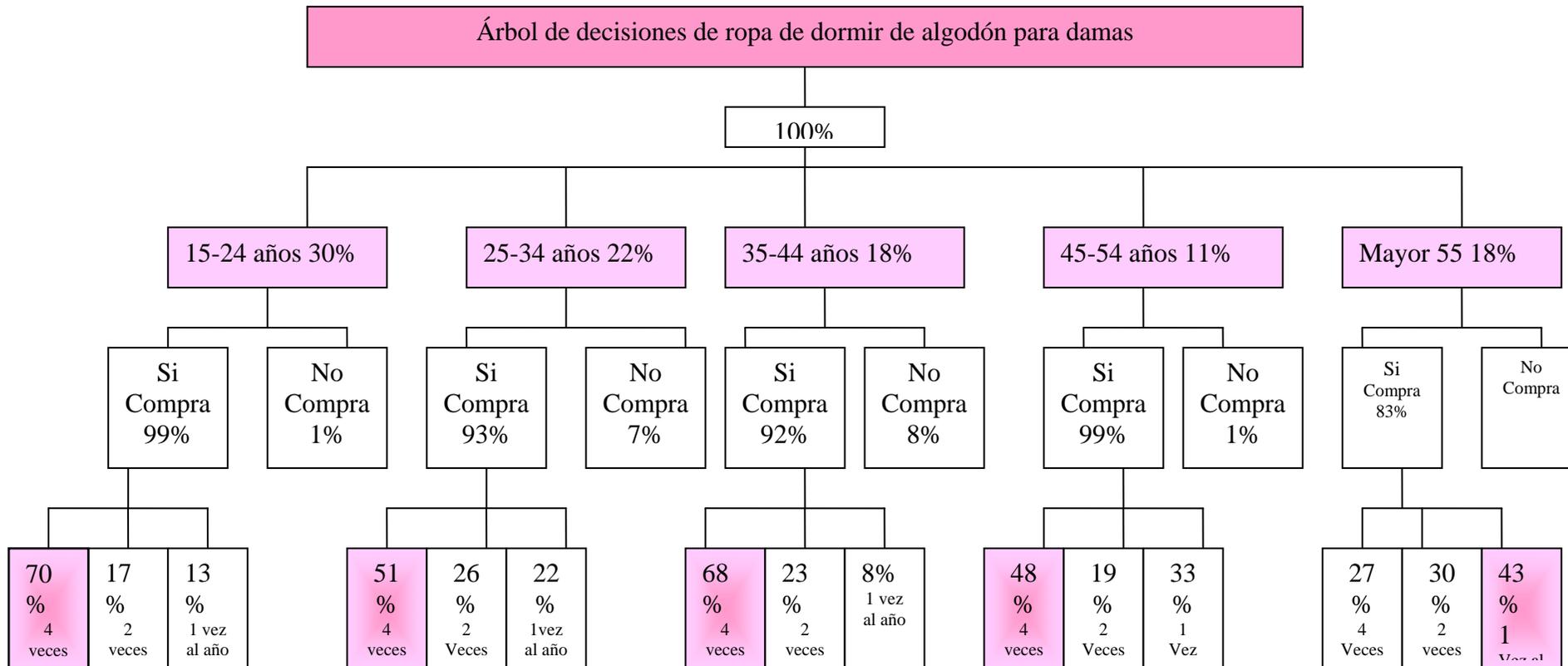
En la ciudad se ofrece este tipo de productos, sin embargo carecen de diversificación, con lo cual no se logra satisfacer las necesidades de los consumidores.

METODOLOGÍA

- Ubicación Geográfica: Área urbana de la ciudad de Cuenca
- Universo de la Investigación: Mujeres de 15 años en adelante
- El total de la población fue de 118489 mujeres, a las cuales se dividió por grupos de edades representados por los siguientes porcentajes: 30% de 15 a 24 años, 22% de 25 a 34 años, 18% de 35 a 44, 12% de 45 a 54 años y el 18% de 55 años en adelante
- El tamaño de la muestra fue de 200 personas
- La metodología utilizada para este trabajo fue muestreo por cuotas. Se ocupó esta clase de muestreo debido a que nuestro producto va dirigido a un perfil determinado, es decir mujeres de la clase media alta de la zona urbana de la ciudad de Cuenca. Se dividió a la ciudad en sectores que son de clase media alta y se realizó la encuesta. Mantiene semejanzas al muestreo aleatorio estratificado pero no tiene el carácter de aleatoriedad.
- Para obtener mejores resultados en el cuestionario definitivo se realizó una prueba piloto que nos ayudó a efectuar los cambios necesarios.

RESULTADOS ENCONTRADOS

Con el propósito de realizar un análisis objetivo de los resultados de la encuesta vamos a presentar Árboles de Decisión que contienen el resumen de la información realizada con las 200 encuestas y específicamente a las mujeres que corresponden a nuestro mercado objetivo.

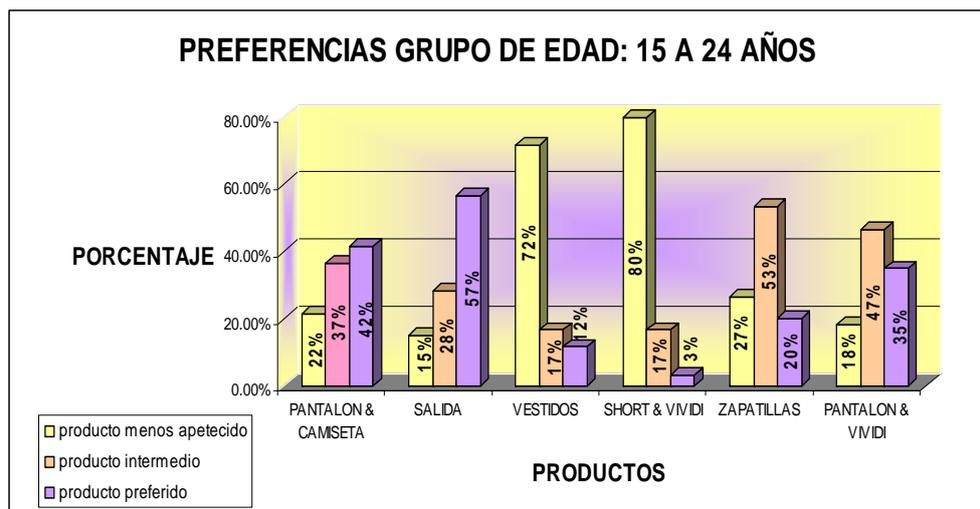


ANEXO 3

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

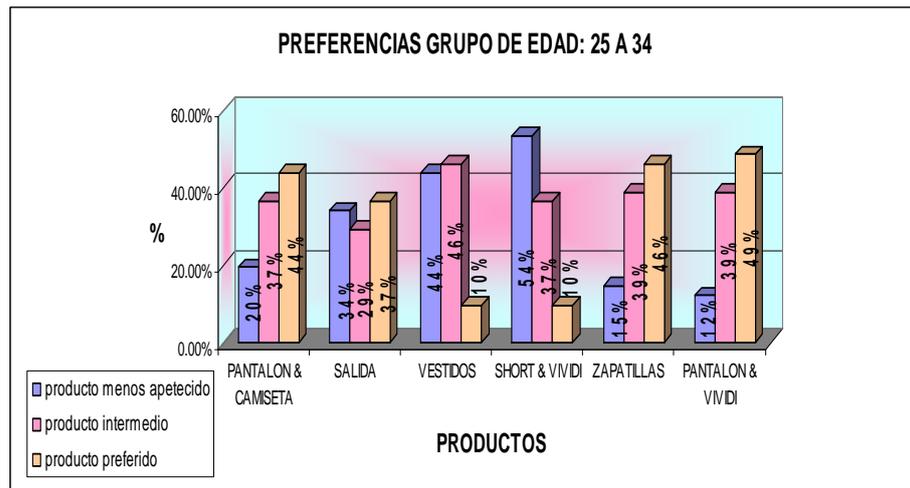
- **Preferencias por los productos de acuerdo al grupo de edad:** En los gráficos a continuación vamos a observar las preferencias por los productos según las edades

Gráfico 1:



Las mujeres comprendidas entre 15 a 24 años seleccionaron como sus preferido a los siguientes productos: Pantalón con camiseta y salida de cama; como productos intermedios están: zapatillas y pantalón con vividi y los productos que son los menos apetecidos son: Short y vividi y vestidos.

GRAFICO 2:



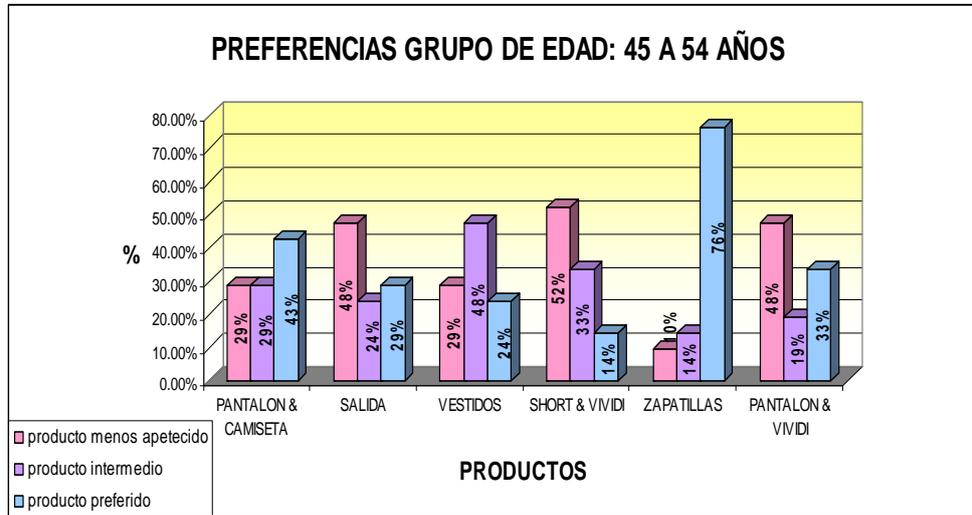
Las mujeres comprendidas entre 25 a 34 años seleccionaron como sus preferidos a los siguientes productos: pantalón y camiseta, salida de cama, zapatillas y pantalón y vividi; como productos intermedios tenemos: vestidos y los productos menos apetecidos: short y vividi.

GRAFICO 3



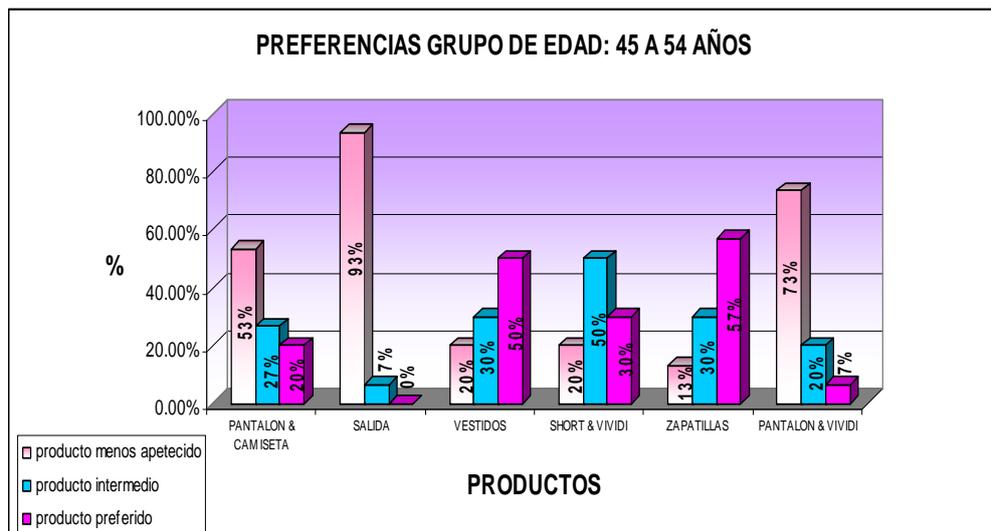
Las mujeres comprendidas entre 35 a 44 años seleccionaron como sus preferidos a los siguientes productos: Pantalón y camiseta, Pantalón y vividi y zapatillas; los productos intermedios fueron: salidas y vestidos de dormir y los productos menos apetecidos: short y vividi.

GRAFICO 4



Las mujeres comprendidas entre 45 a 54 años seleccionaron como sus preferidos a los siguientes productos: Pantalón y camiseta y zapatillas; los productos intermedios fueron: vestidos de dormir y los productos menos apetecidos: short y vividi, salida de cama y pantalón y vividi.

GRAFICO 5

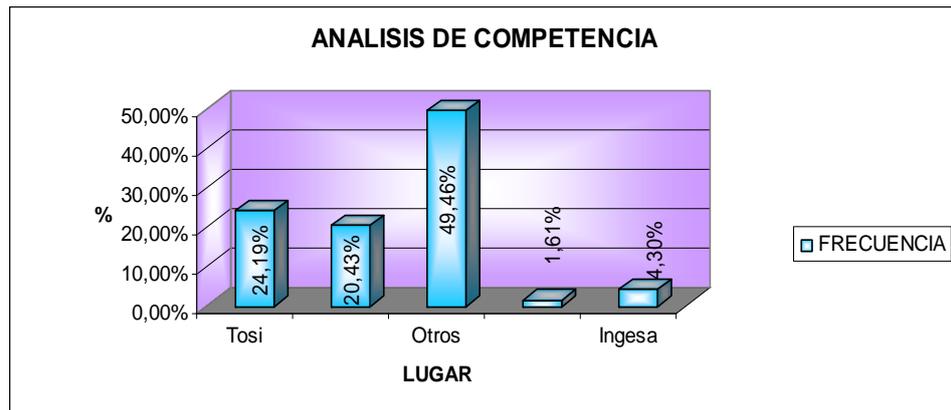


Las mujeres comprendidas mayores a 55 años seleccionaron como sus preferidos a los siguientes productos: vestidos de dormir y

zapatillas; los productos intermedios fueron: short y vividi y los productos menos apetecidos: pantalón y camiseta, pantalón y vividi y salida.

- **Análisis de la competencia**

GRAFICO 6



Según lo que podemos observar en el gráfico Otros representa el 49%, esto se debe a que se incluyó varias tiendas que por si solas no hubieran tenido mayor relevancia en el estudio. Entre nuestros competidores potenciales podemos considerar a Tosi que posee un 24% del mercado y Kosmoran con un 20%. Este gráfico nos ayuda a identificar nuestros principales competidores.

- **Análisis de las cualidades que valora el cliente en un producto**

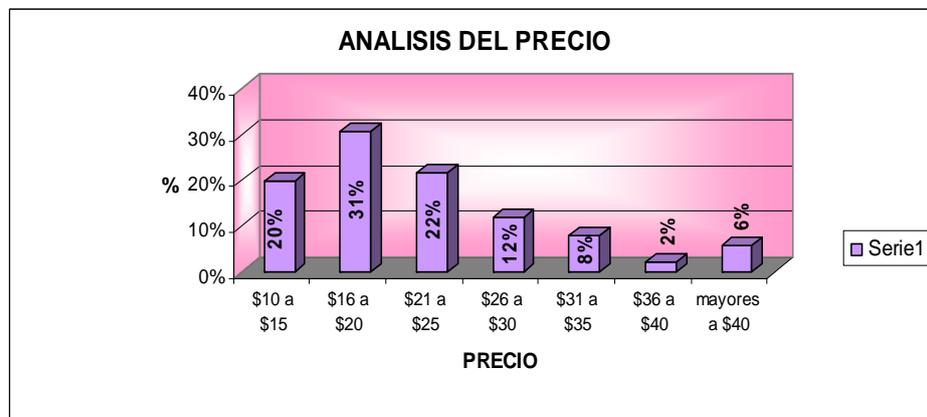
GRÁFICO 7



Como podemos observar en el gráfico la cualidad principal que busca un cliente antes de adquirir un producto es la calidad, seguido por el precio y el crédito. Este gráfico nos ayuda a identificar las características de nuestro producto para poder llegar a más consumidores.

- **Análisis del Precio:**

GRAFICO 8



El gráfico a continuación nos ayuda a conocer el precio promedio del mercado, con esto tenemos una idea del precio que deberían tener nuestros productos para que tengan buena aceptación en el mercado.

CONCLUSIONES

Esta investigación, nos ha permitido identificar las variables referentes a un proyecto hacia la comercialización y fabricación de ropa de dormir para damas.

Entre los aspectos más importantes que se observaron fueron los siguientes:

- Los resultados nos indican que existe un consumo del 93% de ropa de dormir, representando de esta manera un mercado objetivo de 7394 mujeres, con una frecuencia de consumo promedio de 4 veces al año.
- El segmento de mercado objetivo está conformado por mujeres desde los 15 años en adelante que pertenezcan a la clase media alta y que vivan en la zona urbana de la Ciudad.
- Las mujeres comprendidas entre 15 y 24 años consumen en un 99% el producto y tienen una preferencia por: conjunto de pantalón y camiseta y salida de cama.
- Las mujeres comprendidas entre los 25 y 34 años consumen en un 93% el producto y tienen preferencia por: conjunto de pantalón y camiseta, salida de cama, zapatillas y conjuntos de pantalón y vividi.
- Las mujeres comprendidas entre 35 y 44 años de edad consumen en un 92% el producto y prefieren: conjunto de pantalón y camiseta, conjunto de pantalón y vividi y zapatillas.
- Las mujeres comprendidas entre 45 y 54 años de edad consumen en un 99% el producto y prefieren: conjuntos de pantalón de camiseta y zapatillas.
- Y por último las mujeres mayores a 55 años consumen en un 83% el producto y prefieren: vestido de dormir y zapatillas.
- Nuestros principales competidores son: Tosi y Kosmorán
- La cualidad que más valoran los consumidores de ropa de dormir es la calidad.
- El precio promedio esta entre \$16 y \$20 dólares.

ANEXO 4

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

PLANIFICACION BRIEF DE INVESTIGACION

ANTECEDENTES

La empresa se va a dedicar a la producción y comercialización de ropa de dormir para mujeres, la fábrica se ubicará en la ciudad de Cuenca en las afueras y el local para la comercialización se piensa ubicar en el centro de la ciudad o en un centro comercial. Hemos notado que a pesar de existir una variedad de tiendas que se dedican a la comercialización no existe una tienda especializada en ropa de dormir y sus complementos como son zapatillas, salidas de cama, ropa especial para mujeres embarazadas entre otros. Este proyecto tiene la finalidad de cubrir las necesidades de los pobladores de la ciudad que gustan de verse bien en todo momento.

2. SITUACION DEL MERCADO

En los últimos años se ha notado la tendencia de las personas por verse bien en todo momento, ropa de diseñadores; dietas; cortes de cabello extremos, en fin un sin número de actividades que los seres humanos seguimos para sentirnos y vernos bien. Por la rapidez con la que se mueve el mundo necesitamos descansar y claro necesitamos ropa cómoda que nos permita ese merecido descanso.

3. OBJETIVO DEL MERCADO

En el mercado cuencano hay tiendas que se dedican a la comercialización de ropa de dormir, sin embargo hace falta una tienda especializada, con precios cómodos y variedad de productos para ofrecer.

4. OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

El objetivo de la investigación es conocer si existe una demanda en la ciudad de Cuenca por los productos que vamos a ofrecer.

CARACTERÍSTICAS DEMOGRAFICAS

Edad: Desde 12 años en adelante
Sexo: Mujeres
Clase social: media alta

5. ACCIONES POSTERIORES

A partir de los resultados de la investigación, vamos a ver la factibilidad de crear una fábrica de ropa de dormir

6. GRUPO OBJETIVO

Ubicación Geográfica: zona urbana de la ciudad de Cuenca

Universo de Investigación: Mujeres de la zona urbana de la ciudad de Cuenca.

7. ASPECTO TECNICO

La información se obtendrá del INEC a partir del cual se procederá a calcular el número de personas en la zona urbana de la ciudad de Cuenca que pertenecen a la clase media alta. A partir de esta información se procederá a ver cuantas personas van a ser entrevistadas. Utilizando la siguiente formula:

$$n = \frac{(p) * (q)}{\left(\frac{e}{Z_{\alpha/2}} \right)^2}$$

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso (1 - p)

e = Error máximo

Z = Valor distribución normal correspondiente a la probabilidad del error

El método a utilizarse será la encuesta que será realizada por las autoras de la monografía.

8. TIEMPO

El tiempo estimado para el desarrollo de esta investigación es de 4 semana

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Determinación del Objetivo

El objetivo de la investigación es conocer si existe una demanda en la ciudad de Cuenca por los productos que vamos a ofrecer.

Características:

Nos enfocamos en aquellas personas que son de clase media alta, que tengan desde 12 años en adelante, sin embargo nos vamos a enfocar en los jefes de familia debido a que ellos son los que proveen el dinero.

Plazo

EL tiempo que se va a ocupar para la realización del presente trabajo es de 4 semanas aproximadamente.

Recursos

Los recursos financieros, materiales y personales serán costeados por los autores de esta monografía.

Selección de Métodos y Procedimiento de Recolección

El procedimiento para la investigación es por medio de la entrevista y el método aplicado es la encuesta.

Procesamiento

El procesamiento de datos es de forma electrónica mediante el programa de software SPSS

Ubicación del Informante

La ubicación de los encuestados será en los principales centros comerciales de la ciudad y en el centro de la ciudad.

Preparación del cuestionario e instructivos

- a) **Consideraciones:** El objetivo de la investigación es conocer si existe demanda por una tienda especializada en ropa de dormir para todas las edades. Las características del informante son: que sea de clase media alta, la entrevista se realizará a mujeres entre 12 y 60 años. El tiempo disponible para efectuar la recolección es de 4 días ; utilizando para la recolectar los datos el método de la encuesta y por último será procesado por el software SPSS
- b) **Características:**
 - Forma y tamaño: La forma de la letra es times new roman tamaño 13
 - Calidad del Papel: Papel Bond A4
 - Color de impresión: Negro y Blanco
- c) **Preparación de las preguntas:** Las preguntas son de tipo cerradas
- d) **Otras:** las encuestas serán llenadas por el entrevistador

Pruebas experimentales o pilotos: Para obtener el cuestionario definitivo se realizó cuestionarios preliminares los mismos que fueron puestos a prueba.

Recolección: Como se mencionó anteriormente el personal que e dedicará a realizar la investigación son las autoras de la monografía

Procesamiento: Las encuestas serán revisadas una a una, las preguntas estarán codificadas, para ayudarnos con el procesamiento de los datos por medio del software SPSS. Con los resultados obtenidos se podrá analizar y llegar a conclusiones sobre la demanda de los productos que vamos a ofrecer.

ENCUESTAS A PROFUNDIDAD

RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Se realizaron entrevistas a profundidad a diferentes grupos de personas, que están dentro del rango de edad de personas a las que vamos a realizar las entrevistas.

Los temas que se van a tratar van a ser los siguientes

- Que calidad prefiere en la ropa de dormir
- Cual es el modelo que prefiere
- Que accesorios le gustaría que tenga su ropa de dormir
- En donde le gustaría que este ubicada la tienda
- Como le gustaría que sea la tienda
- Con que frecuencia compraría la ropa de dormir
- Cuanto estaría dispuesto usted a pagar por un conjunto de dormir de adultos y uno de niños.

Las entrevistas a profundidad se realizaron a 6 personas, 3 hombres y 3 mujeres los resultados se muestran a continuación:

PREGUNTA 1: ¿Que calidad prefiere en la ropa de dormir?

MUJERES

- Algodón
- Algodón
- Seda

PREGUNTA 2: ¿Cuál es el modelo que prefiere?

MUJERES

- Pantalón y camiseta
- Pantalón y camiseta
- Vestido

PREGUNTA 3: ¿Qué accesorias le gustaría que tenga su ropa de dormir?

MUJERES

- Zapatillas, Salida de cama o casaca , lazo
- Zapatillas y salida de cama
- Salida de cama

PREGUNTA 4: ¿En donde le gustaría que este ubicada la tienda?

MUJERES

- Centro
- Mall
- Afueras de la ciudad

PREGUNTA 5: ¿Cómo le gustaría que sea la tienda?

MUJERES

- Moderna, femenina y separada por secciones
- Amplio, con variedad de productos
- Moderna, con buena iluminación

PREGUNTA 6: ¿Con que frecuencia compraría la ropa de dormir?

MUJERES

- 3 – 4 veces al año
- 4 veces al año
- 6 veces al año

PREGUNTA 7: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un conjunto de adultos y cuanto por uno de niños?

MUJERES

- Adulto: \$35
- Adultos: \$20
- Adulto: \$ 25

ANEXO 5

ENCUESTA DEFINITIVA



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION ESCUELA DE ECONOMIA

Somos estudiantes de la Escuela de Economía y estamos realizando una investigación de mercado sobre la demanda de ropa de dormir para mujeres en la ciudad de Cuenca.

1. Zona de Residencia
2. Edad: _____
3. Nivel de Instrucción
 1. Ninguno
 2. Primaria
 3. Secundaria
 4. Superior
 5. Postgrado
4. Que hizo UD. la semana pasada
 1. Trabajó
 2. Tenia trabajo pero no trabajó
 3. Jubilado
 4. Solo Estudiante
 5. Solo QQDD
 6. Incapacitado
5. Compra Ud. ropa de dormir
Si No

Si su respuesta es No termina la encuesta muchas gracias por su ayuda.

6. Con que frecuencia compra ropa de dormir

- 1 vez al año
- 2 veces al año
- 3 a 4 veces al año

7. La ultima vez que compro su ropa de dormir cuanto pago

8. En que lugar adquiere los ternos de dormir

1. TOSI

2. KOSMORAI

3. OTROS (Nombre)

9. Por que razones las adquiere en ese lugar

1. Precio Apropiado

2. Crédito

3. Cerca de hogar

4. Buena calidad

5. Buena atención al cliente

6. Otros _____

10. Si sus ingresos aumentaran al doble, UD compraría una cantidad igual, mayor o menor de ternos de ropa de dormir de algodón

Igual (1)

Mayor (2)

Menor (3)

11. Asigne un número a los 3 productos que mas le atraen de ropa de dormir y accesorios, siendo 1 el que menos le gusta y 3 el que mas.

1. Pantalón y camiseta

2. Salida de cama

3. Vestidos de dormir

4. Short y vividí

5. Zapatillas

6. Pantalón y vividí

Fin de la encuesta. Muchas Gracias por su colaboración.

ANEXO 6

CALCULO PRECIOS

MODELO	Short y vividi		
MATERIA PRIMA	P. UNITARIO	P. TOTAL	
TELA	1,02	3,00	3,06
ELASTICO	2,21	0,10	0,22
HILO	0	1,80	0,12
TOTAL GASTO MATERIA PRIMA			3,40
GASTO EN MANO DE OBRA			1,86
GASTO VENTAS			5,25
GASTO ADMINISTRATIVO			3,29
COSTO TOTAL DEL CONJUNTO			13,79
PRECIO DE VENTA			14,99

MODELO	SALIDA DE CAMA		
MATERIA PRIMA	P. UNITARIO	P. TOTAL	
TELA	1,58	3,00	4,74
ELASTICO	0,00	0,10	0,00
HILO	0,09	1,80	0,16
TOTAL GASTO MATERIA PRIMA			4,90
GASTO EN MANO DE OBRA			1,86
GASTO VENTAS			5,25
GASTO ADMINISTRATIVO			3,29
COSTO TOTAL DEL CONJUNTO			15,30
PRECIO DE VENTA			18,00

MODELO	SALIDA DE CAMA CON CIERRE/APLIQUE		
MATERIA PRIMA	P. UNITARIO	P. TOTAL	
TELA	1,55	3,00	4,65
CIERRE	1,00	0,15	0,15
HILO	0,09	1,80	0,15
TOTAL GASTO MATERIA PRIMA			4,95
GASTO EN MANO DE OBRA			1,86
GASTO VENTAS			5,25
GASTO ADMINISTRATIVO			3,29
COSTO TOTAL DEL CONJUNTO			15,35
PRECIO DE VENTA			19,18

MODELO VESTIDO DE DORMIR			
MATERIA PRIMA		P. UNITARIO	P. TOTAL
TELA	1,44	3,00	4,32
CIERRE	0,00	0,15	0,00
HILO	0,08	1,80	0,14
TOTAL GASTO MATERIA PRIMA			4,46
GASTO EN MANO DE OBRA			1,86
GASTO VENTAS			5,25
GASTO ADMINISTRATIVO			3,29
COSTO TOTAL DEL CONJUNTO			14,86
PRECIO DE VENTA			18,23

MODELO Conjunto de pantalón y vividi			
MATERIA PRIMA		P. UNITARIO	P. TOTAL
TELA	1,50	3,00	4,50
ELASTICO	1,93	0,15	0,29
HILO	0,09	1,80	0,16
TOTAL GASTO MATERIA PRIMA			4,95
GASTO EN MANO DE OBRA			1,86
GASTO VENTAS			5,25
GASTO ADMINISTRATIVO			3,29
COSTO TOTAL DEL CONJUNTO			15,34
PRECIO DE VENTA			23,25

MODELO Conjunto de pantalón y camiseta			
MATERIA PRIMA		P. UNITARIO	P. TOTAL
TELA	1,60	3,00	4,80
ELASTICO	0,87	0,15	0,13
HILO	0,08	1,80	0,14
TOTAL GASTO MATERIA PRIMA			5,07
GASTO EN MANO DE OBRA			1,86
GASTO VENTAS			5,25
GASTO ADMINISTRATIVO			3,29
COSTO TOTAL DEL CONJUNTO			15,47
PRECIO DE VENTA			25,15

MODELO CONJUNTO PANT&CAMISETA APLIQUES/BOTONES			
MATERIA PRIMA		P. UNITARIO	P. TOTAL
TELA	1,60	3,00	4,80
ELASTICO	0,98	0,15	0,15
HILO	0,08	1,80	0,14
APLIQUES	1,00	0,50	0,50
BOTONES	4,00	0,01	0,04
TOTAL GASTO MATERIA PRIMA			5,09
GASTO EN MANO DE OBRA			1,86
GASTO VENTAS			5,25
GASTO ADMINISTRATIVO			3,29
COSTO TOTAL DEL CONJUNTO			15,48
PRECIO DE VENTA			27,65

MODELO ZAPATILLAS			
MATERIA PRIMA		P. UNITARIO	P. TOTAL
TELA	0,36	3,00	1,08
ESPONJA	0,36	0,15	0,05
HILO	0,04	1,80	0,06
SUELA	0,03	0,24	0,01
			0,00
TOTAL GASTO MATERIA PRIMA			1,20
GASTO EN MANO DE OBRA			1,86
GASTO VENTAS			5,25
GASTO ADMINISTRATIVO			3,29
COSTO TOTAL DEL CONJUNTO			11,59
PRECIO DE VENTA			12,60



Cuenca, Diciembre 19 del 2007.

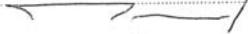
Econ.
Luis Mario Cabrera
DECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

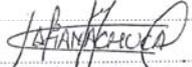
Su despacho.-

Nosotros, María Elisa Córdova Mora y Dayssi Tatiana Machuca Campos, egresados de la Facultad de Ciencias de la Administración, escuela de Economía, nos dirigimos usted y por su intermedio al H. Consejo de Facultad para solicitar de la manera más comedida la aprobación del diseño de monografía "Proyecto de Fabricación y Comercialización de Ropa de Dormir", así como la asignación del Director.

Por la atención que le de a la presente, anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente,


Ma. Elisa Córdova Mora
Código: 27005


Dayssi Tatiana Machuca Campos.
Código: 27005



ROMEL MACHADO CLAVIJO SECRETARIO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICO .Que, El H. Consejo de Facultad en sesión del 25 de enero del 2008
conocio el informe del señor profesor de la Junta Academica de Economía y en base a
este, aprobo la denuncia de la Monografía de LAS SEÑORITAS Maria Elena
Cordova Mora y Dayssi Tatiana Machuca Campos con el tema. PROYECTO DE
FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE ROPA DE DORMIR las denunciantes
cuentan con un plazo maximo de noventa dias contados a partir de la fecha de
aprobación es decir hasta el 25 de abril del 2008

Cuenca 28 de enero del 2008





Cuenca, Diciembre 19 del 2007

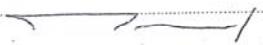
Econ.
Luis Mario Cabrera
DECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

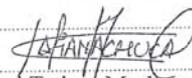
Su despacho.-

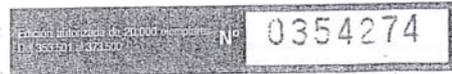
Nosotros, María Elisa Córdova Mora y Dayssi Tatiana Machuca Campos, egresados de la Facultad de Ciencias de la Administración, escuela de Economía, nos dirigimos usted y por su intermedio al H. Consejo de Facultad para solicitar de la manera más comedida la aprobación del diseño de monografía "Proyecto de Fabricación y Comercialización de Ropa de Dormir", así como la asignación del Director.

Por la atención que le de a la presente, anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente,


Ma. Elisa Córdova Mora
Código: 27005


Dayssi Tatiana Machuca Campos.
Código: 27005



ROMEL MACHADO CLAVIJO SECRETARIO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD DE AZUAY.

CERTIFICO .Que, El H. Consejo de Facultad en sesión del 25 de enero del 2008
conoció el informe del señor profesor de la Junta Académica de Ingeniería de Sistemas
de las señoritas María Elisa Córdova Mora y Dayssi Tatiana Machuca Campos y en
base a esta, aprobó la denuncia de la Monografía con el tema PROYECTO DE
FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE ROPA DE DORMIR y se ratifica
como Director al Economista Vladimir Proaño Rivera y como Miembros del
Tribunal al Dr. Geordano Torres Córdova las denunciadas tienen un plazo
máximo de noventa días contados a partir de la fecha de aprobación es decir
hasta el 25 de Abril del 2008.

Cuenca 20 de febrero del 2008



Cuenca, 28 de Diciembre de 2007

Señor Economista
Luis Mario Cabrera
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Ciudad

De mi consideración:

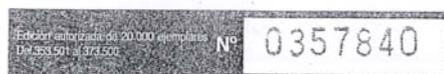
He procedido a revisar el diseño de monografía con el tema: "PROYECTO DE FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE ROPA DE DORMIR" preparado por las estudiantes TATIANA MACHUCA CAMPOS y MARIA ELISA CORDOVA MORA, previo al título de Economista Empresarial, el mismo que cumple con los requisitos metodológicos y los contenidos mínimos requeridos para llevar a cabo un proyecto de inversión.

Seguro de contar con su aceptación y abierto a las sugerencias que pueda UD. tener anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,


Bladimir Proaño Rivera
PROFESOR

c.c. file





UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

DISEÑO DE MONOGRAFIA

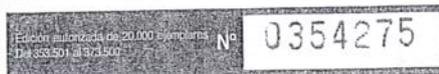
REALIZADO POR:

MA. ELISA CÓRDOVA M.
TATIANA MACHUCA C.

EGRESADOS DE LA ESCUELA DE ECONOMÍA

TEMA:

PROYECTO DE FABRICACION Y
COMERCIALIZACION DE ROPA DE DORMIR



FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Maria Elisa Córdova Mora.
Daissy Tatiana Machuca Campos.

1. TEMA

“Proyecto de Fabricación y Comercialización de Ropa de Dormir”

2. SELECCIÓN Y DELIMITACION DEL TEMA DE TESIS

Ecuador es un país rico en recursos, sin embargo siempre se ha caracterizado por ser un país exportador de materia prima, más no de productos terminados. Es por ello que hemos visto la necesidad crear un micro empresa que se dedique a la fabricación y comercialización de Ropa de dormir para mujeres.

Para la realización de esta monografía vamos a aplicar nuestros conocimientos en materias como son: Investigación de Mercados, Administración de la Producción, Finanzas, etc. que son materias que forman parte activa y fundamental en la rama de la Economía Empresarial.

Este diseño está dirigido a la creación de una micro empresa dedicada a la confección y comercialización de Ropa de Dormir, que se va a encontrar domiciliada en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay. Con la que se pretende crear nuevas fuentes de trabajo en la ciudad.

El tiempo que hemos determinado para la realización del presente estudio está basado en datos e información que será recolectada en una Investigación de Mercados correspondiente al año 2008.

3. DESCRIPCION DEL OBJETO DE ESTUDIO

La empresa se va a dedicar a confeccionar ropa de Dormir para mujeres, de clase media alta. Así como también a su comercialización. Va a estar ubicada en la ciudad de Cuenca.

Las telas como insumos, que se van a ocupar van a ser principalmente nacionales y algunas exportadas. Para la confección de esta ropa se va a necesitar de personal capacitado, y de maquinaria adecuada para ofrecer un producto de calidad.

A través de la Investigación de mercado se determinará si existe o no demanda insatisfecha y consecuentemente si existe mercado para nuestro negocio.

Escuela Superior de 2000 alumnos
(0102357) al 201300 No **0354273**

Con la creación de nuestra empresa pretendemos contribuir con el desarrollo empresarial de la ciudad.

El objetivo principal de esta Empresa es implementar en el mercado un producto de calidad, que cumpla con las expectativas de los clientes, además de generar fuentes de trabajo para un número razonable de personas.

Misión:

Brindar un producto de calidad, con valor agregado, cubriendo la mayor parte del mercado. Con personal debidamente seleccionado y capacitado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Visión:

La empresa pretende alcanzar un posicionamiento a nivel de la ciudad para el año 2011, a partir del cual se la incluya dentro de las principales empresas industriales de la ciudad.

4. JUSTIFICACION E IMPACTOS DEL TEMA SELECCIONADO

El tema seleccionado tiene las siguientes justificaciones e impactos:

En cuanto al criterio institucional, este proyecto se fundamenta en el estudio de la Mercadotecnia, la Planeación Estratégica, organización y gestión, investigación de mercados, Proyectos y Finanzas, por lo tanto este trabajo de investigación se justifica al poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera universitaria.

Podría decirse que dentro de la justificación personal que tenemos para realizar este tema de Monografía es que es un tema de nuestro interés y nos gustaría en un futuro hacerlo realidad.

El impacto que esta tesis pretende lograr es hacer realidad esta idea, con el objeto de obtener utilidades que permitan satisfacer las expectativas de los socios.

5. PROBLEMATIZACION

Pensamos que hay un mercado insatisfecho en lo que se refiere a ropa de dormir en la ciudad de Cuenca. Hemos podido identificar los siguientes problemas:

Problema Principal



La falta de una empresa especializada en Ropa de Dormir para la ciudad de Cuenca.

Problema Secundario

- ✓ Falta de diversificación de productos.
- ✓ Falta de una tienda especializada en Ropa de Dormir.
- ✓ Falta de empresas generadoras de fuentes de trabajo.

6. DETERMINACION DE OBJETIVOS Y METAS

Objetivo General

El objetivo principal de esa monografía es el de realizar un estudio de prefactibilidad de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de Ropa de Dormir para la ciudad. Se ha visto tiendas que venden ropa de dormir, sin embargo no tienen la diversidad que es exigida por los clientes. Este estudio de prefactibilidad nos servirá para conocer si en realidad hay un mercado insatisfecho y existe la oportunidad de generar utilidades para los socios.

Objetivos Específicos

- ✓ Realizar una investigación de mercado para identificar a nuestro mercado, segmentos, productos, etc.
- ✓ Realizar una planeación de la administración para minimizar los costos, mejorar los procesos, y evitar desperdicios
- ✓ Realizar una adecuada planeación financiera para evitar problemas en el futuro.

7. MARCO TEORICO

Para realizar esta monografía nos vamos a guiar en la Metodología del Econ. Paúl Vanegas Manzano en su libro Formulación de Pequeños Proyectos Rurales.

ESTUDIO DE GENERALIDADES: Con este estudio se busca proveer al evaluador del proyecto una visión global del mismo. Este estudio consta de 2 partes:

- a) **Información general:** En el que consta el nombre del proyecto, duración, Ambito de Intervención, Beneficiarios, Antecedentes, Justificación y Presupuesto



ESTUDIO DE MERCADO: El objetivo de este estudio es probar la existencia de clientes que se interesen de forma real en adquirir los bienes que va a producir el proyecto. Dentro de este estudio se van a estudiar detalladamente 6 componentes que son:

1. El producto: Saber que productos serán lo que nos identificarán.
2. La Demanda: Saber quienes serán nuestros futuros consumidores.
3. La Oferta: Saber cual será nuestra competencia.
4. El Precio: Identificar el precio de cada producto que se ofrezca.
5. La provisión de recursos: Para planificar la producción
6. La Comercialización: Distribución de línea de ropa de dormir para mujeres.

ESTUDIO TÉCNICO: El objetivo de este estudio es determinar el proceso de producción que optimice la utilización de los recursos para producir el bien. Se debe analizar las diferentes alternativas y condiciones en las que pueden combinar los factores productivos. Este estudio comprende:

1. Proceso Productivo: Identificar los pasos a seguir para minimizar costos
2. Planta y Equipos: Planificar la ubicación de los equipos para mejorar la productividad de la empresa.
3. Tamaño: Calcular cual será la capacidad instalada de la empresa
4. Localización: Es el lugar donde se va a poner el local de venta de ropa de dormir para mujeres, después de analizar los resultados de la encuesta.
5. Recursos Humanos y Técnicos: Se identifica las personas que sean especializados en la fabricación de la ropa de dormir y la venta de la misma.

ESTUDIO FINANCIERO: El objetivo de este estudio es identificar desde el punto de vista de los inversionistas la rentabilidad generado por el mismo. Se realizarán los siguientes puntos:

1. Las inversiones: identificar cuál será la inversión en maquinaria, equipos y planta, que la empresa necesita para poner en marcha.
2. El financiamiento: Analizar cuales son las mejores opciones de financiamiento para la empresa.
3. Los Ingresos: Proyectar cuáles serían los posibles ingresos.
4. Los Egresos: Proyectar cuáles serán los egresos, para analizar si empresa es factible o no.
5. VAN: Calcular este valor nos servirá para analizar si nuestra inversión proporciona ganancias.

7.1 CONCEPTOS BÁSICOS

CALIDAD: Es satisfacer las expectativas y requerimientos del cliente, es decir cero defectos.



PROCESO: Es un conjunto de actividades organizadas para conseguir un fin desde la producción de un objeto, la presentación de un servicio, hasta la realización de cualquier actividad interna.

PRECIOS: Es la representación monetaria del valor del producto o servicio, formado por los costos más un beneficio.

COSTOS: Valor adherido a cualquier recurso y que es recuperable por la empresa.

BENEFICIOS: Lucro, valor agregado que se obtiene por cualquier transacción.

PREFACTIBILIDAD: Es un estudio que profundiza y mejora la calidad de la información para posteriormente realizar la inversión o reconsiderar el proyecto.

8. ESQUEMA DE CONTENIDO

1. INDICE

2. INTRODUCCION

3. Estudio de Generalidades

3.1 Información general: En el que consta el

3.1.1 Nombre del proyecto

3.1.2 Duración

3.1.3 Ámbito de Intervención

3.1.4 Beneficiarios

3.1.5 Antecedentes

3.1.6 Justificación

3.1.7 Presupuesto

4. Estudio del Mercado

4.1 El producto

4.2 La Demanda

4.3 La Oferta

4.4 El Precio

4.5 La provisión de recursos y

4.6 La Comercialización

5. Estudio Técnico

Edition autorizada de 20.000 ejemplares
ISBN 95335014333500

Nº

0360148

- 5.1 Proceso Productivo
- 5.2 Planta
- 5.3 Equipos
- 5.4 Tamaño
- 5.5 Localización
- 5.6 Recursos Humanos y Técnicos

6. Estudio Financiero

- 6.1 Las inversiones
- 6.2 El financiamiento
- 6.3 Los Ingresos
- 6.4 Los Egresos
- 6.5 VAN

7. CONCLUSIONES

8. BIBLIOGRAFIA

9. METODOLOGIA

Método

El método a utilizarse en esta Tesis es el método Descriptivo debido a que se describirán y especificaran las características y propiedades del proyecto que se va a analizar y de sus participantes, además es importante recalcar que esta monografía a realizarse es de carácter "No Experimental" debido a que se analizarán y estudiarán las áreas y recursos ya existentes.

Procedimiento

El procedimiento a aplicarse en la ejecución de la monografía es el analítico-sintético ya que se analizarán varias partes para después desencadenar el estudio en una conclusión final.

Forma de Trabajo

La forma de trabajo planteada para el desarrollo del Proyecto de fabricación y comercialización de Ropa de Dormir es de un orden Cronológico progresivo ya que se basará en las causas y efectos que producirán cada uno de los análisis.

Técnicas

La técnica que se utilizara para la realización de esta tesis es un estudio de mercado, mediante la aplicación de una encuesta mediante una muestra y el uso de fuentes secundarias de información.

11. CRONOGRAMA DE TRABAJO

NO.	ACTIVIDADES	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Tema																				
2	Selección y Delimitación																				
3	Descripción del objeto de estudio																				
4	Justificación e Impactos																				
5	Problematicación																				
6	Objetivos																				
7	Marco Teórico																				
8	Hipótesis, Variables e Indicadores																				
9	Esquema de Contenidos																				
10	Metodología																				
11	Recursos Presupuesto																				
12	Cronograma																				
13	Bibliografía																				
14	Desarrollo del Índice																				
15	Introducción																				
16	Desarrollo del Capítulo 1																				
17	Desarrollo del Capítulo 2																				
18	Desarrollo del Capítulo 3																				
19	Desarrollo del Capítulo 4																				
20	Conclusiones																				
21	Bibliografía																				
25	Elaboración del 1er borrador																				
26	Evaluación y corrección del director																				
27	Levantamiento definitivo del texto																				
28	Encuadramiento de la Tesis																				
29	Imprevistos																				
30	Presentación en Secretaría																				



12. BIBLIOGRAFIA

- Vanegas Paúl, " Formulación de Pequeños Proyectos Rurales, artes Gráficas Patria, Primera Edición, Ecuador, (2006)
- Maldonado Fernando, "Formulación y Evaluación de Proyectos, Centro de Publicaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, Primera Edición, Ecuador (2006)
- Joseph Faus y Joseph Tapiés, "Finanzas Operativas: Gestión Financiera de las Operaciones del Día al Día", Canon Editorial S.L., 5ta Edición, España (2003)
- Thomas C. Kinnear; James R. Taylor; "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Un Enfoque Aplicado" Editorial Mc Graw Hill

Edición limitada de 20.000 ejemplares
Del 333.331 al 370.330

Nº

0354272