

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIAS.....	I
AGRADECIMIENTOS.....	II
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	V
DECLARACIÓN EXPRESA.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS Y TABLAS.....	XI

INTRODUCCIÓN.....	15
-------------------	----

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 EL TRAJE SASTRE.....	16
1.1.1 Historia.....	16
1.1.2 Composición del traje sastre.....	20
1.2 ANÁLISIS DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES.....	24
1.2.1 Entorno Económico.....	28
1.2.2 Entorno Político.....	30
1.2.3 Entorno Social.....	32
1.2.4 Entorno Comercial.....	35
1.2.5 Condiciones de Vida.....	47
1.3 EMPRESA” MANUFACTURAS FERNANDINO”.....	49
1.3.1 Introducción.....	49
1.3.2 Filosofía y Actividad de la Empresa.....	51
1.3.3 Misión, Visión.....	52
1.3.4 Organigrama.....	52
1.3.5 Descripción de la Empresa.....	54
1.3.5.1 Maquinaria y Equipo.....	54
1.3.5.2 Mano de Obra Directa e Indirecta.....	56
1.3.5.3 Cartera de Productos.....	62
1.3.5.3.1 Línea “Luis Fernando”.....	63
1.3.5.3.2 Línea “Fernandino”.....	64
1.3.5.3.3 Clientes.....	65
1.3.6 ANÁLISIS HISTÓRICO DE LAS VENTAS.....	66

2. PROPUESTA DEL PRODUCTO

2.1 PERSPECTIVA GENERAL.....	67
2.1.1 SUBLÍNEA SACOS.....	71
2.1.1.1 Diseños.....	71
2.1.1.2 Patrones.....	72
2.1.1.3 Proceso de Armado.....	72
2.1.2 SUBLÍNEA PANTALONES.....	74
2.1.2.1 Diseños.....	74

2.1.2.2 Patrones.....	75
2.1.2.3 Proceso de Armado.....	75
2.1.3 SUBLÍNEA FALDAS.....	76
2.1.3.1 Diseños.....	77
2.1.3.2 Patrones.....	77
2.1.3.3 Proceso de Armado.....	78
2.1.4 SUBLÍNEA BLUSAS.....	79
2.1.4.1 Diseños.....	79
2.1.4.2 Patrones.....	80
2.1.4.3 Proceso de Armado.....	80
2.2 FACTORES DE PRODUCCIÓN.....	81
2.2.1 Tallas.....	81
2.2.2 Materias Primas.....	82
2.2.2.1 Telas.....	82
2.2.2.2 Hilo.....	83
2.2.2.3 Avíos.....	84
2.2.2.4 Carta de Colores Propuestos.....	84
2.2.2.5 Proceso de Confección.....	85

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 DEFINICIÓN DEL PROPÓSITO.....	86
3.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	86
3.3 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	87
3.3.1 Grado de Profundidad.....	87
3.3.2 Tipos de Investigación.....	87
3.3.3 Tipos de Datos.....	87
3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	88
3.4.1 Fuentes Primarias.....	88
3.4.2 Fuentes Secundarias.....	88
3.5 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.....	88
3.5.1 Focus Group.....	88
3.5.1.1 Desarrollo del Focus Group.....	89
3.5.1.2 Análisis de Resultados del Focus Group.....	90
3.5.1.3 Estimación de la Demanda.....	93
3.6 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	94
3.6.1 Definición de la Población.....	94
3.6.2 Métodos de Muestreo.....	94
3.6.3 Tamaño de la Muestra.....	95
3.6.3.1 Alcance.....	95
3.6.4 Encuesta.....	96
3.6.4.1 Preguntas de la Encuesta.....	96
3.6.4.2 Análisis de Resultados de la Encuesta.....	100

4. DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO

4.1 MISIÓN, VISIÓN DEL PROYECTO.....	123
4.2 OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO.....	123
4.2.1 Objetivo General.....	123
4.2.2 Objetivos Específicos.....	124
4.3 ANÁLISIS DE LA CARTERA ACTUAL DE LÍNEAS.....	124
4.3.1 Matriz Boston Consulting Group.....	125
4.3.2 Matriz Oportunidades Producto-Mercado (ANSOFF).....	127
4.4 ANÁLISIS FODA DEL PRODUCTO.....	128
4.4.1 Fortalezas.....	128
4.4.2 Oportunidades.....	128
4.4.3 Debilidades.....	128
4.4.4 Amenazas.....	129
4.5 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	129
4.5.1 Nivel de Segmentación.....	130
4.5.2 Tipo de Segmentación.....	130
4.6 MERCADO META.....	132
4.6.1 Concepto.....	132
4.6.2 Selección de Mercado Meta.....	132
4.7 POSICIONAMIENTO.....	133
4.7.1 Tipo de Posicionamiento.....	133
4.7.2 Estrategia de Posicionamiento.....	133
4.8 COMPETENCIA.....	134
4.8.1 Fuerzas de Porter.....	134
4.8.2 Análisis de la Competencia.....	135
4.8.3 Estrategias de Competencia.....	141

5. MARKETING RETAIL

5.1 PLAN OPERATIVO.....	143
5.1.1 Marketing Mix.....	143
5.1.1.1 Producto.....	144
5.1.1.2 Precio.....	159
5.1.1.3 Plaza.....	162
5.1.1.4 Promoción.....	163
5.1.1.4.1 Merchandising.....	163
5.1.1.4.2 Publicidad.....	170
5.1.1.4.3 Fuerza de Ventas.....	175
5.1.1.4.4 Relaciones Públicas.....	176

6. ANÁLISIS FINANCIERO Y ECONÓMICO

6.1 INVERSIONES FIJAS.....	178
6.1.1 Muebles y Enseres.....	180

6.1.2 Equipo de Oficina.....	181
6.2 COSTOS DE OPERACIÓN Y DE FINANCIACIÓN.....	181
6.2.1 Depreciación de Inversiones Fijas.....	183
6.3 FINANCIACIÓN DEL PROYECTO.....	184
6.3.1 Aporte de Socios.....	185
6.3.2 Préstamo Bancario.....	185
6.3.3 Crédito de los Abastecedores.....	188
6.4 PROYECCIONES FINANCIERAS.....	188
6.4.1 Ingresos por concepto de venta de artículos.....	189
6.4.2 Costos de materiales directos e indirectos.....	189
6.5 ESTADO DE RESULTADOS O ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	191
6.6 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO O CUADRO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS DEL EFECTIVO..	192
6.6.1 Punto de Equilibrio.....	193
6.7 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	194
6.7.1 Flujo de Efectivo Neto.....	195
6.8 INDICADORES DE BONDAD FINANCIERA DEL PROYECTO.....	195
6.8.1 Valor Presente Neto VPN (i).....	195
6.8.2 Relación Beneficio-Costo B/C (1.19%).....	196
6.8.3 Tasa Interna de Retorno TIR (31.25%).....	197
6.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	197
6.9.1 Variación del Precio de Venta.....	199
6.9.2 Variación de las Unidades Ofertadas.....	199
6.9.3 Variación de las Cantidades de Venta.....	200
CONCLUSIONES.....	202
RECOMENDACIONES.....	203
BIBLIOGRAFÍA.....	205
ANEXOS	