

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL



FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS

ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Carrera Licenciatura en Administración Tecnológica

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

Previo a la obtención del título de

Licenciado en Administración Tecnológica

**“EVALUACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS POST-PARTO PARA
LA PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

Autores:

William Ricardo Sánchez Anastasio
Myrna Jackeline Neira Carvajal
Tania Janina Reyes González

Director:

Ing. Edgar Salas Luzuriaga

**AÑO
2010**

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a Dios que es el dador de la vida, porque Él me ha permitido hasta ahora continuar en este mundo, colmándome de bendiciones, pero sobre todo al haberme regalado luz e inteligencia para poder culminar con éxitos esta nueva etapa de mi vida.

A mis hijos William Francisco, María José y Joshua Alexander que con su apoyo de infancia dirigieron mis pasos para poder realizar este trabajo, comprendiendo los momentos que tenía que estar fuera del hogar para así culminar de la mejor manera mi proyecto.

A mi Sra. Katty Molina Quimí que en todo momento me dio la fuerza y el valor necesario para continuar en mi formación profesional, que con su apoyo incondicional y con las palabras de cariño y amor enrumbaron de una mejor manera mis pasos, para así no desmayar y continuar en este camino y culminar con éxito mi tesis de grado.

Al Ing. Edgar Salas que con mucho entusiasmo y la asesoría de un joven dinámico me ayudo de la mejor manera a realizar este trabajo.

A mis amigos y amigas pero especialmente al Ing. Milton González y la Sra. Gloria Gutiérrez que con su apoyo material y moral determinaron de una mejor manera para que me esforzaré cada vez más y pueda culminar con responsabilidad mis estudios superiores.

Finalmente un agradecimiento muy especial a mi madre que en todo momento me comprendió y me apoyo de manera incondicional para cumplir con mi obligación de estudiante, y a mis compañeras Tania Reyes González y Myrna Neira Carvajal porque jamás olvidaré las peripecias que pasamos juntos para realizar este trabajo.

William Sánchez Anastacio

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme ese gran rayo de luz que es la vida, por protegerme y darme sabiduría y paciencia cada día.

A mi madre, Zoila Carvajal Vda. de Neira, por estar siempre conmigo, apoyándome en las decisiones más importantes de mi vida.

A mi esposo Geovanny y **a mis hijos** Richard, Israel y Génesis por entender mis ausencias en la casa, por su apoyo incondicional que hace posible mi superación personal y profesional.

A mis hermanos (as) y **sobrinas** que aunque a todos (as) los (as) quiero igual, agradezco de manera especial a Mary y mis sobrinas Lourdes y Denisse, por haber estado allí, justo en el momento en que más necesitaba.

A mi estimada madre política, Sara, por ser un gran apoyo a lo largo de mi carrera.

A mis compañeros de estudio en esta carrera de Licenciatura en Administración Tecnológica por su ayuda en los momentos de apremio, por compartir información y sus conocimientos de manera desinteresada; en especial a Tania y William, por su paciencia, tesón y persistencia para llegar a culminar con éxito esta tesis de grado.

Myrna Neira Carvajal

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de culminar mi carrera.

A mi esposo César, por su ayuda en este trabajo y comprensión ante toda situación que se presentó.

A mi madre Beatriz por su apoyo y ayuda incondicional

A mis hijos César, Gabriela, Jesús, por ser ellos la fuerza que nos impulsa a salir adelante, a toda mi familia.

A mis compañeros Myrna y William, de que a pesar de las situaciones difíciles supimos resolver con sabiduría.

Tania Reyes González

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios porque Él me dio la fortaleza necesaria para realizar mi tesis y culminar con éxito mi licenciatura.

Dios es el Ser Supremo que iluminó mi inteligencia, bajo con su luz infinita a mi corazón y movió con infinito amor mis manos para realizar de una mejor manera mi proyecto.

A mis hijos William Francisco, María José y Joshua Alexander que con su dulzura han sido el motor para realizar mi proyecto, más aún cuando con su inocencia preguntaban con infinito amor papi cuando terminas tu trabajo y te incorporas.

A mi señora Katty Molina Quimí que con su manera de ser, me apoyo desinteresadamente para culminar de una mejor manera mi tesis.

Para concluir, dedico este trabajo con mucho cariño a mi familia que en todo momento me apoyaron en mi formación profesional.

William Sánchez Anastacio

DEDICATORIA

A Dios, dador de vida, salud y fortaleza para todos los que en Él confiamos.

A mi padre, Juan Justo Neira González por inculcarme con ejemplos, esas clases de vida que no dan en la universidad. Que Dios y la Virgen Santísima lo tengan en su santa gloria.

A mis hijos, Richard Andrés, Josué Israel y Génesis Estela quienes son la razón y aliciente de mi existencia.

A mi querida y muy estimada madre Zoila Carvajal, por su amor y apoyo incondicional.

A mi esposo Enrique Geovanny Torres Zavala, que con amor, cariño, ternura y comprensión me ha apoyado durante el trayecto de mi carrera universitaria transformando esos momentos difíciles de la educación superior en momentos soportables y llevaderos, haciendo posible obtener con éxito la culminación de esta nueva etapa de mi vida profesional.

Myrna Neira Carvajal

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Dios, por darme fortaleza y sabiduría, y por ser el que hace posible todas las cosas en nuestras vidas, a mis queridos hijos César Antonio, Gabriela Denisse y Adrian Jesús, a mi esposo César Soledispa, a mis padres Beatriz González, Teodoro Reyes y hermanos.

Tania Reyes González

DECLARACION EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la “ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”

FIRMAS DEL TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Mae. Edgar Salas Luzuriaga
Profesor Materia de Graduación

Mae. Enrique Salazar Meza
Delegado

FIRMAS DE LOS AUTORES DEL PROYECTO

William Ricardo Sánchez Anastacio

Myrna Jackeline Neira Carvajal

Tania Janina Reyes González

RESUMEN

El hombre es el único ser racional, y no sabemos si esa será la explicación de que sea el único que se viste. Desde el principio de los tiempos hasta nuestros días, su vestimenta ha sufrido numerosas transformaciones que en la mayoría de los casos han sido debidas al descubrimiento de los tejidos y materiales e, indudablemente, a las tendencias que dictan los diseñadores y la moda en general.

La indumentaria cambia, creándose las prendas de vestir tanto para hombres como para mujeres; dentro del vestuario de las damas se encuentran las blusas, de allí que los autores del proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto para la provincia de Santa Elena, proponen una nueva línea en prendas de vestir para la mujer en la etapa de lactancia, debido a que estas blusas van a mitigar una necesidad sentida por las madres en esta etapa.

En el primer capítulo se ha desarrollado de la mejor manera posible los aspectos generales, para comprender el porqué de la necesidad de esta prenda de vestir para la mujer actual, en el mismo se establece el objetivo del proyecto, el cual es posicionarnos como productores de blusas en el mercado peninsular para luego expandirnos a nivel nacional, y ser reconocidos como diseñadores de prendas de vestir para la mujer en el período de lactancia. Además exponemos los objetivos específicos que son: diseñar y confeccionar diferentes modelos inéditos de blusas post-parto, estableciendo estrategias de publicidad y promoción a través de un plan de marketing.

En el segundo capítulo se hace la descripción del negocio, el mismo que tiene como finalidad crear diseños exclusivos de blusas post-parto para las mujeres que se encuentran en el período de lactancia, donde se encontrará ubicado nuestro negocio, cuál será nuestra misión, visión, las metas principales y la filosofía corporativa, para finalmente desglosar las características de nuestro servicio, concluyendo con nuestras ventajas y nuestras desventajas.

En el Capítulo tres se encuentra la parte medular de nuestro trabajo, porque es la base del proyecto, debido a que allí se describe los pasos seguidos en la investigación de mercado, donde se tuvo la necesidad de visitar cada uno de los hospitales, centro de salud y clínicas públicas y privadas de nuestro medio peninsular, para obtener la información fidedigna de las futuras madres y de las que se encuentran en el periodo de lactancia; se plantea el problema observado en las madres; se determina el segmento de mercado, se puntualiza los objetivos generales y específicos de la investigación de mercado; se describe el perfil del consumidor; la segmentación de mercado, se define la población objetivo y el tamaño de la muestra; se diseña la encuesta con preguntas de tipo cerradas, dicótomas, de sí o no, etc., para finalmente presentar los resultados y su interpretación.

En el capítulo cuatro se narra los antecedentes del plan de marketing, se visualiza el ciclo del vida del producto; se puntualiza los objetivos del plan de marketing, con sus objetivos financieros y de mercadotecnia, para lo cual se realiza el análisis estratégico a través de la matriz B.C.G; además se realiza el análisis del F.O.D.A. (las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) del proyecto; finalmente se concluye con la descripción de las cuatro P en el marketing mix.

En el capítulo cinco se analiza el estudio técnico del proyecto, donde se describe los diseños de las blusas Angie, Jacky y Jany; a continuación se detalla la ingeniería de la producción referida a los trazos de los patrones de las blusas post-parto; se cuantifica la cantidad de materia prima requerida para la confección de las 45 docenas de blusas post-parto; así también se presenta la distribución del espacio en el área de trabajo de la futura empresa denomina **SCRUPLES blusas post-parto**.

Se describe el diagrama de operaciones en diseño y confección, para finalmente saber cuánto se va invertir en obras físicas y equipamiento; y el tipo de mano de obra que se requerirá para el desarrollo de empresa.

En el capítulo seis se realiza el análisis administrativo de la empresa SCRUPLES blusas post-parto, la cual será una compañía anónima conformada por los integrantes de este

proyecto, y finalmente se realiza el análisis legal, que incluye, los procesos de constitución de la compañía.

En el capítulo siete se hace el análisis económico y financiero de la línea de producción y comercialización de blusas post-parto, para esto se estudia primeramente los costos de producción, cuál es su financiamiento, cuál es el capital de trabajo, desglosando el activo corriente, el activo no corriente, junto con las políticas de cobro, se analiza los costos de administración, de ventas y el costo total de operación; se realiza las proyecciones financieras que para nuestro caso serán a cinco años con el incremento del 3% en ventas y los costos de producción, gastos en ventas y administrativos, a continuación se realiza el estado de pérdidas y ganancias junto con el flujo de caja, para así calcular el VAN que será de \$ 143,811.84 el TIR del 58%, tomando en cuenta la tasa mínima aceptable de rendimiento que es del 17% para sacar el punto de equilibrio que es de \$ 69,602.44.

En el capítulo ocho se concluye que el proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto es viable y económicamente factible, además se hace recomendaciones para el buen funcionamiento y éxito de la futura empresa

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I

1.	Aspectos Generales	2
1.1.	Definición del Problema	2
1.2.	Objetivo del Proyecto	5

CAPÍTULO II

2.	Descripción del Negocio.....	8
2.1.	Definición del Negocio	8
2.1.1.	La Compañía	8
2.2.	Misión, Visión, Metas Principales.....	10
2.3.	Filosofía Corporativa	10
2.4.	Característica del Producto	11
2.5.	Ventajas.....	12
2.6.	Desventajas	13

CAPÍTULO III

3.	Estudio de Mercado	15
3.1.	Perspectivas de la Investigación.....	15
3.2.	Planteamiento del Problema.....	17
3.3.	Objetivos de la Investigación de Mercado	17
3.3.1.	Objetivos Generales.....	18
3.3.2.	Objetivos Específicos	19

3.4.	Perfil del Consumidor	19
3.4.1.	Descripción del Perfil del Consumidor.....	19
3.4.2.	Segmentación del Consumidor.....	20
3.5.	Plan de Muestreo	21
3.5.1.	Definición de la Población.....	21
3.5.2.	Definición de la Muestra.....	21
3.6.	Diseño de la Encuesta	25
3.7.	Presentación de Resultados.....	27
3.7.1.	Interpretación de los Resultados.....	27
3.7.2.	Conclusiones	34

CAPÍTULO IV

4.	Plan de Marketing	36
4.1.	Antecedentes	36
4.2.	Ciclo de Vida del Producto	37
4.3.	Objetivos del Plan de Marketing	38
4.3.1.	Objetivos Financieros	38
4.3.2.	Objetivos de Mercadotecnia.....	38
4.4.	Análisis Estratégicos.....	39
4.4.1.	Matriz B. C. G.	39
4.4.2.	Análisis F. O. D. A.	41
4.4.2.1.	Fortalezas	41
4.4.2.2.	Oportunidades	41
4.4.2.3.	Debilidades.....	41
4.4.2.4.	Amenazas	42

4.5.	Marketing Mix.....	42
4.5.1.	Producto	42
4.5.2.	Precio	44
4.5.3.	Promocion y Publicidad.....	45
4.5.4.	Plaza.....	46

CAPÍTULO V

5.	Estudio Técnico.....	48
5.1.	Antecedentes Económicos	48
5.2.	Ingenieria de la Producción del Producto	48
5.2.1.	Proceso de la Producción	49
5.2.1.1.	Trazo Directo de Espalda.....	49
5.2.1.2.	Trazo Directo Delantero	51
5.2.1.3.	Mangas.....	52
5.2.1.4.	Trazo de Manga Larga.....	53
5.2.1.5.	Trazo de Manga Corta	53
5.2.1.6.	Patrones de los Modelos Angie, Jacky y Jany	53
5.2.2.	Materia Prima Requerida	57
5.2.3.	Distribución del Área de Trabajo y Diagrama de Operaciones en Diseño y Confección	58
5.2.4.	Flujograma de Operaciones en el Diseño y Confección de Blusas	59
5.2.5.	Inversión en Obras Físicas y Equipamiento.....	61
5.2.6.	Balance de Personal.....	61

CAPÍTULO VI

6.	Análisis Administrativo y Legal	64
6.1.	Análisis Administrativo	64
6.2.	Análisis Legal.....	65
6.2.1.	Proceso de Constitución de una Compañía.....	66

CAPÍTULO VII

7.	Análisis Económico y Financiero	71
7.1.	Recopilación de la Información	71
7.1.1.	Costos de Producción.....	72
7.1.2.	Financiamiento	74
7.1.3.	Capital de Trabajo	75
7.1.3.1.	Activo Corriente	75
7.1.3.2.	Activo No Corriente	76
7.1.3.3.	Activos Totales.....	76
7.1.3.4.	Políticas de Cobro y Existencia.....	77
7.1.4.	Costos de Administración	77
7.1.5.	Costos de Ventas	77
7.1.6.	Costo Total de Operación	78
7.2.	Proyecciones Financieras	78
7.2.1.	Estado de Pérdidas y Ganancias	79
7.2.2.	Flujo de Caja	79
7.2.3.	Punto de Equilibrio	81
7.3.	Aplicación de los Métodos de Evaluación.....	81

7.3.1.	Valor Actual Neto (VAN).....	82
7.3.2.	Tasa Interna de Retorno	82

CAPÍTULO VIII

8.	Conclusiones y Recomendaciones	84
8.1.	Conclusiones	84
8.2.	Limitaciones de Estudio.....	85
8.3.	Recomendaciones	85
8.4.	Bibliografía	85

ANEXO 1: PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 1. Distribución de las Madres que dieron a luz en los Cantones de La Libertad Salinas y Santa Elena.

ANEXO 2: DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

Tabla 1. Lugares donde se realizaron las encuestas.

ANEXO 3: PROCESO DE LA PRODUCCIÓN

Tabla 1. Medidas del Patrón Base

Tabla 2. Medidas de Mangas

ANEZO 4: MATERIA PRIMA

Tabla 1. Materiales para la confección del Modelo Angie

Tabla 2. Materiales para la confección del Modelo Jacky

Tabla 3. Materiales para la confección del Modelo Jany

ANEZO 5: INVERSIONES EN OBRAS FÍSICAS Y EQUIPAMIENTO

Tabla 1. Inversiones en equipos

Tabla 2. Inversiones de otros materiales

ANEZO 6: BALANCE DE PERSONAL

Tabla 1. Costo de Mano de Obra Directa e Indirecta

ANEXO 7: REQUISITOS Y DOCUMENTOS LEGALES PARA LA CONFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ANEXO 8: ESCRITURA PÚBLICA

ANEXO 9: COSTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 1. Costos de Producción

Tabla 2. Material para la construcción de 45 blusas y su valor

Tabla 3. Material para la construcción de 45 blusas y su valor

Tabla 4. Costos de Energía Eléctrica.

Tabla 5. Consumo de Agua

Tabla 6. Costos de Maquinarias.

Tabla 7. Depreciación

ANEZO 10: FINANCIAMIENTO

Tabla 1. Rubros para la Inversión Inicial

Tabla 2. Equipos y Muebles de Oficina

Tabla 3. Local Comercial

Tabla 4. Activo de Producción, Muebles de Oficina y Local Comercial

Tabla 5. Activos Diferidos

Tabla 6. Inversión Total en Activos Fijos y Diferidos.

ANEZO 11: CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 1. Activo Corriente

Tabla 2. Activo No Corriente

ANEZO 12: COSTO DE ADMINISTRACIÓN

Tabla 1. Costos Administrativos

ANEXO 13: COSTOS DE VENTAS

Tabla 1. Rubros de Ventas Anuales

Tabla 2. Costo de Venta

ANEZO 14: COSTO TOTAL DE OPERACIÓN

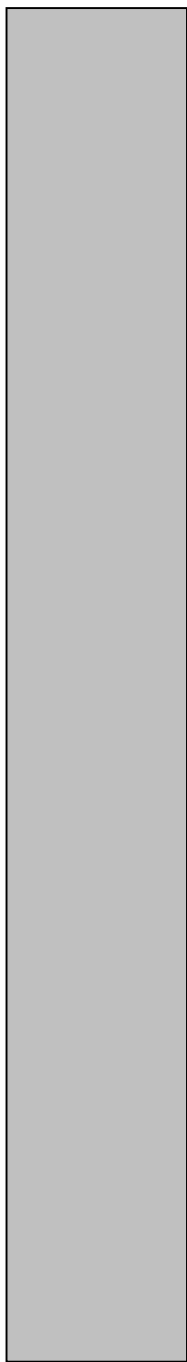
Tabla 1. Costo de Operación

ANEZO 15: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ANEZO 16: FLUJO DE CAJA PROYECTADO

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2-1: Ubicación Geográfica de Compañía	9
Gráfico 3-1: Proyección de Alumbramiento para el año 2009	18
Gráfico 3-2: Porcentaje de Madres Primigestas y Multigesta	27
Gráfico 3-3: Porcentaje de Madres Primigestas y Multigesta cantón Santa Elena ...	28
Gráfico 3-4: Porcentaje de Madres Primigestas y Multigesta cantón La Libertad	28
Gráfico 3-5: Porcentaje de Madres Primigestas y Multigesta cantón Salinas	28
Gráfico 3-6: Vergüenza sentida por Madres Multigestas al dar de lactar en público.	29
Gráfico 3-7: Vergüenza sentida por Madres Primigestas al dar de lactar en público.	30
Gráfico 3-8: Blusas para Lactancia existentes en el mercado	30
Gráfico 3-9: Importancia de las Blusas Post-Parto	31
Gráfico 3-10: Tendencia a la Compra de Blusas Post-Parto	32
Gráfico 3-11: Razones para la Compra de Blusas Post-Parto	32
Gráfico 3-12: Opinión de Madres acerca de las Blusas que cubren los senos al dar de lactar	33
Gráfica 3-13: Precios a pagar por las blusas Post-Parto	34
Gráfico 4-1: Ciclo de Vida del producto	37
Gráfico 4-2: Matriz B. C. G	39
Gráfico 4-3: Modelo Jany	43
Gráfico 4-4: Modelo Jacky	43
Gráfico 4-5: Modelo Angie	44
Gráfico 4-6: Etiqueta y Logotipo de la Empresa	46
Gráfico 5-1: Medidas en Patrón Base	51
Gráfico 5-2: Medidas de Mangas en Patrón Base	52
Gráfico 5-3: Medidas del Modelo Angie	54
Gráfico 5-4: Medidas del Modelo Jacky	55
Gráfico 5-5: Medidas del Modelo Jany	56
Gráfico 5-6: Distribución de Espacios en el Área de Trabajo	59
Gráfico 5-7: Flujograma de Operaciones en el Diseño y Confección de Blusas	60
Gráfico 6-1: Flujograma del Recurso Humano	65
Gráfico 6-2: Proceso de Constitución de una Compañía	69
Gráfico 7-1: Flujograma del Estudio Económico	72



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Pensando en la mujer moderna que cumple una etapa muy importante en su vida como la de ser madre, los autores del Proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto para la Provincia de Santa Elena, proponen una nueva línea de prendas de vestir que va a satisfacer una necesidad y evitará la incomodidad que siente la mujer durante el periodo de lactancia; por ello se diseñaran y confeccionaran blusas especiales, para que de esta manera la madre cumpla la misión de alimentar a su hijo de forma natural, en cualquier lugar en que se encuentre, fortaleciendo aún más, el vínculo afectivo que debe de existir entre madre e hijo.

La necesidad de vestirse, surge desde el inicio de la humanidad; para combatir las inclemencias del tiempo, para ello el hombre cazó diferentes animales y se abrigó con sus cueros o pieles. Con el transcurrir del tiempo las explicaciones religiosas hablan del pudor como una causal de la necesidad de vestirse. La ropa comienza a asociarse a la ubicación en la sociedad, dependiendo estos ropajes, de la modestia personal, la ostentación o el lujo, las posibilidades económicas, las actividades laborales, etc.

Así las blusas raramente formaban parte del guardarropa de la mujer hasta el año de 1890, hasta ese entonces, eran ocasionalmente populares para el uso informal en los estilos que se asemejan a la ropa campesina o tradicional, tal como la camisa de Garibaldi de la década de 1860. En las décadas de 1900 y 1910 aparecen las blusas de lencería elaboradas con cordones y bordados, de igual forma apareció la blusa Gibson Girl con plisados; desde entonces, las blusas no han dejado de ser un valor fijo del guardarropa femenino.

Además en los países desarrollados, se dieron las primeras voces de clamor al movimiento feminista; para llegar al año de 1870 donde suscitan grupos de mujeres que tuvieron la valentía y la audacia de protestar en contra de la discriminación de la mujer así también el cambio de la mentalidad femenina a partir del año de 1920, dejó de ser la

sumisa ama de casa para adoptar un estilo diferente, empezó a usar ropas más sencillas, fumaba, usaba pantalones, practicaba deportes, y viajaba con independencia.

Las necesidades vitales de la mujer en la sociedad han sido promovidas por innumerables filósofos, sociólogos, y luchadores por los derechos y valores de los seres humanos, logrando de esta manera cambios en su salud física, moral, mental y emocional, obteniendo un mejor estilo de vida.

Lamentablemente se ha distorsionado su identidad, proponiendo una lucha contra su propia fertilidad, por lo que ha conquistado el derecho al profesionalismo y a desempeñar un trabajo, ahora ve al matrimonio y a la familia como un objetivo lejano; al no saber descifrar esos límites de la liberación femenina.

Los cambios son buenos y el hecho que la mujer tenga cada vez mayor presencia en los diferentes campos, es sin duda un gran logro; pero aún sigue desempeñando el papel natural de la mujer, que es el rol de la maternidad.

La espera de un hijo es uno de los momentos más maravilloso en la vida de cada persona y una de las experiencias más enriquecedora de la pareja.

El primer contacto del recién nacido debe ser con la madre, la misma que incentiva al niño para que coja el seno, tomando en consideración que la leche materna tiene calostro (Líquido segregado por las glándulas mamarias que equivale a la primera leche materna) y es rica en anticuerpos, y tiene también efectos laxantes que ayudan al bebé a evacuar el meconio (Primeras heces fecales del niño) de su intestino.

La lactancia materna es fundamental durante los primeros meses de vida del niño, fortaleciendo su sistema inmunológico, por lo que esta transferencia bacteriana de la madre al hijo forma la base de la micro flora intestinal, además de proporcionarle las proteínas y anticuerpos que lleva la leche materna; ésta podría tener un impacto importante en el desarrollo y funcionamiento del sistema inmune, colaborando de esta

manera a la prevención de procesos infecciosos; la leche materna constituye la mejor nutrición para el crecimiento y el desarrollo infantil.

El amamantamiento fortalece una relación especial entre la madre y su bebé y a la vez resulta más práctico y económico. Una vez que se logra dar de lactar con éxito, los beneficios para el bebé y la madre son muchos, tenemos que emocionalmente, el calor del cuerpo de la madre brinda seguridad y apego al bebé; tampoco se invierte dinero en fórmulas ni en biberones, se evita infecciones gastrointestinales y respiratorias. Estudios realizados han demostrado que los bebés lactados son inteligentes; por otro lado existen beneficios, que el amamantamiento proporciona a la madre como: ayudarle a regresar a su peso normal, y ayudarle a reducir la incidencia al cáncer, la diabetes y la colitis.

Hemos observado que amamantar a un niño en público causa preocupación a las madres, quienes lidian con la presión de los que le piden que se esconda, como si dar de lactar frente a las personas de su entorno fuera algo anormal; el amamantamiento no es algo de lo que las madres se deben de ruborizar; así, ellas muestren parte de su cuerpo, que por lo general siempre se encuentra cubierto.

Es común observar que muchas madres se visten con blusas holgadas para dar de lactar, lo que le permite al bebé prenderse del seno, y a ésta, amamantar a su niño sin mostrar nada; otras blusas que también visten son desabotonadas de abajo hacia arriba; otras prefieren usar un pañal o toallas pequeñas para cubrirse cuando el bebé se está prendiendo al seno o cambiarse de lado, muchas veces piden la ayuda de algún familiar para que se pare frente a ellas; voltearse de espaldas al grupo mientras el niño se prende, o buscar un sitio discreto para darle el alimento natural a su hijo son otras alternativas empleadas.

Las mujeres de nuestra provincia se sienten identificadas con este tipo de problemas, y fueron éstas las observaciones que nos impulsaron a desarrollar este proyecto.

1.2. OBJETIVO DEL PROYECTO

El objetivo de este proyecto es posicionar a nuestra empresa de blusas post-parto a nivel peninsular, para luego expandirnos al mercado nacional, satisfaciendo la necesidad de nuestros clientes en esta etapa especial de su vida.

Los objetivos específicos son:

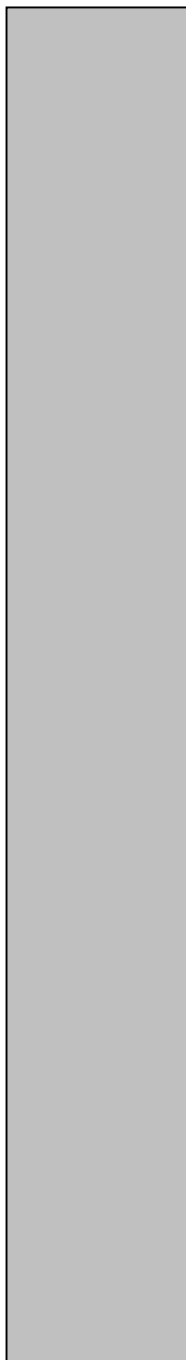
- § **Diseñar y confeccionar diferentes modelos inéditos de blusas post-parto**, hacen que este negocio marque la diferencia en el mercado con modelos exclusivos de blusas post-parto confeccionadas con accesorios que le permitirán amamantar a su bebé sin necesidad de descubrir el dorso, para lo cual ofreceremos tres modelos de blusas (Angie, Jacky, y Jany), en cuatro tallas **S** (small), **M** (médium), **L** (large) y **XL** (extra large), elaboradas en serie; en tela spandex, jersey stretch, licra de algodón, poli algodón y otras, en diferentes colores
- § **Ser el primer distribuidor a nivel provincial de blusas post-parto**. Por ser una provincia nueva, la industria del vestido no ha sido explotada, por ende las blusas post- parto que se comercializan en nuestro medio no cubren la necesidad de vestir a las madres que dan de lactar; por lo que marcaremos la diferencia debido a que nosotros seremos la primera industria distribuidora de prendas de vestir en el medio peninsular.
- § **Ser reconocidos a nivel provincial como diseñadores de prendas de vestir para la mujer en el período de lactancia**. Lo que se lograría con una buena estrategia de marketing y dando un buen servicio personalizado a nuestras clientes satisfaciendo su necesidad de sentirse cómoda y confiada a la hora de dar de lactar a su bebé creándole una dependencia o una fidelidad por nuestras prendas.
- § **Lograr ser una empresa confiable**. Se pretende ser una empresa que ofrezca un producto cómodo, confiable, accesible y de buena calidad; queremos crear una mentalidad positiva en las mujeres sin complicaciones y sin sacrificios para su bebé,

haciendo más firme ese vínculo de madre a hijo; satisfaciendo su ego, que se vea y se sienta bien en todo momento inclusive en esta importante etapa de la vida.

§ **Establecer estrategias de publicidad y promoción a través de un plan de marketing.** Iniciaremos la promoción con hojas volantes y publicidad por radio, luego la continuaremos en los medios televisivos, letreros luminosos, etc., se creará una etiqueta a nuestra empresa, que en nuestro caso será **SCRUPLES**, y fundas con diseño propio para la entrega de nuestros productos; se patrocinará programas televisivos promocionando nuestras prendas de vestir.

§ **Determinar el monto de la inversión necesaria, así como el costo de producción, distribución y comercialización.** Para llegar a ser el primer distribuidor a nivel provincial de blusas post-parto, inicialmente las comercializaremos en nuestra boutique-taller que funcionará en nuestro local, ofreciendo esta línea de vestir a nuestras amistades que están involucradas en el comercio informal; luego trataremos de conquistar a los comerciantes minoristas que funcionan en el interior del Centro Comercial “Buenaventura Moreno”, en el cantón La Libertad, ya que sus proveedores son de la Sierra y en un 20% de la ciudad de Guayaquil; y otros traen su mercadería de Perú. Todas estas estrategias las lograremos con un buen plan de marketing.

§ **Analizar la factibilidad financiera para llevar a cabo nuestro proyecto.** Se van a realizar los análisis financieros pertinentes: cálculos del VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno), Punto de Equilibrio, Curvas de Sensibilidad, se va a medir las ventajas y desventajas del proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto, para determinar su factibilidad y viabilidad.



CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

El proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto tiene como finalidad crear diseños exclusivos para las madres que dan de lactar, resaltando la figura de la mujer que sufre cambios corporales en esta etapa de su vida.

Una vez diseñados los diferentes modelos de blusas post-parto, se elaborarán los patrones que luego serán cortados para posteriormente ser confeccionados en nuestro taller.

Nuestro taller llevará por nombre **SCRUPLES** que en español significa Escrupulos y está relacionado con la vergüenza que siente la mujer recatada en el momento de dar de lactar a su niño en público.

Con **SCRUPLES** proponemos una nueva línea de prendas de vestir que va a satisfacer una necesidad, mientras mitiga la incomodidad que siente la mujer en el período de lactancia

Hasta la fecha de hoy este tipo de prendas de vestir no ha sido comercializado en el medio peninsular.

2.1.1. LA COMPAÑÍA

Geográficamente nuestro local estará ubicado en el corazón de La Libertad rodeado de locales comerciales de diversa índole, lo que ayudaría a estar inmerso en el comercio peninsular, existe además un gran movimiento de personas debido a la proximidad del mini terminal terrestre que conecta a La Libertad con otros pueblos de la Península de Santa Elena y parte de la provincia de Manabí. El mini terminal en mención se encuentra contiguo a nuestro negocio lo que influye de manera positiva para el crecimiento de nuestra futura empresa.



Gráfico No. 2-1: Ubicación geográfica de la compañía.

La Libertad ha sido considerada por muchas personas visionarias como un punto estratégico para la comercialización de productos y servicios. Grandes empresas como: la cadena de comisariatos “El Rosado”, Tiendas Industriales Asociadas “TIA”, y otras empresas importantes han invertido capitales en este cantón.

Esta ciudad cuenta con una gran cantidad de entidades bancarias y financieras que facilitan el movimiento de dinero.

Este balneario que está ubicado entre dos cabeceras cantonales como son Salinas y Santa Elena, es también un puerto pesquero y petrolero lo que le hace atractivo para los inversionistas.

2.2. MISIÓN, VISIÓN, METAS PRINCIPALES

MISIÓN

Vestir a las madres que dan de lactar, con blusas post-parto que le brinden confianza, tranquilidad y confort, durante el periodo de lactancia, mejorando el prototipo de su imagen, y aportando al engrandecimiento socio-económico de la Península de Santa Elena, con la creación de nuestra empresa.

VISIÓN

Ser una empresa líder en ventas de prendas de vestir post-parto a nivel nacional alcanzando la solidez que nos permita crecer como industria.

METAS PRINCIPALES

- § Ofrecer a las madres que dan de lactar de la Provincia de Santa Elena, un producto que satisfaga las preferencias y estándares de calidad más exigentes al mejor precio.
- § Captar la mayor cantidad de madres pre y post-parto en el primer año de lanzamiento de nuestro producto, para posesionarnos en el mercado
- § Abarcar con nuestro producto a ciudades como Quito y Guayaquil en el segundo año, para el tercer, cuarto y quinto año cubrir el resto de ciudades importantes y de densa población de nuestro país.

2.3. FILOSOFÍA CORPORATIVA

La empresa para la producción y comercialización de blusas post-parto para la provincia de Santa Elena, contará con el recurso humano necesario para su funcionamiento, el mismo que laborará en un ambiente favorable, amplio, limpio y ordenado, teniendo

como norma fundamental: la ejercitación previa antes de comenzar la jornada laboral, además recibirán capacitación permanente con seminarios o talleres que estén relacionados con el manejo de las diferentes tendencias de la moda.

Los salarios y los diferentes beneficios sociales se encuadrarán dentro de lo que estipula la ley.

Contaremos con diseñadores que siempre estarán a la vanguardia de la moda, siempre innovando y creando diferentes modelos.

2.4. CARACTERÍSTICA DEL PRODUCTO

Scruples blusas post-parto, no es solo el nombre de nuestra empresa sino también la definición y marca de nuestras blusas especiales diseñadas y confeccionadas para las madres en el periodo de lactancia, con accesorios que le permitirán amamantar a su bebé sin necesidad de mostrar los senos y sin descubrir el dorso.

Ofreceremos blusas en cuatro tallas: S (small), M (médium), L (large) y XL (extra large), elaboradas en serie; en tela: spandex, algodón stretch, licra de algodón, lino stretch, jersey, poli algodón y otras en diferentes colores.

Para diferenciar un modelo de otro, se ha designado un nombre a los tres primeros modelos, así tenemos:

Modelo “Angie” Blusa con cuello tortuga con mangas largas (opcional), que presentará como innovación dos cierres invisibles que facilitarán la lactancia.

Modelo “Jacky” es una blusa con cuello sport con dos bolsillos grandes situados sobre el busto. La innovación se encuentra justo en los bolsillos lo cuales serán falsos.

Modelo “Jany” es una blusa tipo strap (con tiras) que se unirán en el cuello, tendrá un drapeado suelto en el pecho que permitirá el fácil desprendimiento de la parte que corresponde a los senos.

Las blusas post-parto son prendas exclusivas con estilo y clase que ayudarán a la mamá de hoy a sentirse cómoda, confiada y segura de si misma en el momento de dar de lactar.

2.5. VENTAJAS

En el cantón La Libertad se asientan la gran mayoría de los hospitales públicos y privados, de igual manera todas las clínicas particulares, razón por la cual en esta cabecera cantonal se va llevar a cabo el proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto, por lo tanto se ha considerado que gozamos de las siguientes ventajas:

- § Geográficamente nuestro local estará ubicado en el corazón del cantón La Libertad rodeado de locales comerciales de diversa índole, como también hospitales y clínicas
- § La ubicación del negocio estará cerca del mini terminal del cantón La Libertad, sitio muy concurrido por personas que se trasladan de un punto a otro de la Península de Santa Elena y a algunos pueblos de la provincia de Manabí.
- § El conocimiento técnico en todo el proceso de confección de ropa.
- § La mano de obra calificada, por que se contará con diseñadores de modas para crear e innovar los diferentes modelos de blusas post-parto.

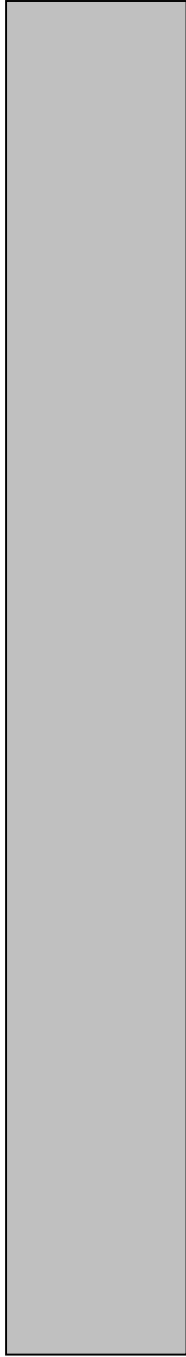
En los actuales momentos se observa que el brindar un producto confiable y de calidad no lo es todo, por eso él mismo va a estar acompañado de un valor agregado. Por lo

tanto, **SCRUPLES** ofrecerá blusas post-parto con estilo y clase que ayudaran a las madres modernas de hoy y que dan de lactar a sentirse cómodas, seguras de sí mismas.

2.6. DESVENTAJAS

A nivel peninsular no existe una empresa textil encargada de realizar blusas especialmente para el período de lactancia sin embargo encontramos las siguientes desventajas:

- § Inicialmente, el mismo hecho de ser nuevos en el mercado implicaría una desventaja que con el transcurrir del tiempo se irá superando.
- § La competencia dispone de productos sustitutos como: la ropa para el estado de pre-parto y en ellas incluimos batonas de dormir, la ropa holgada o camisetas de tallas bien grandes, blusas con grandes escotes, etc.
- § La existencia las diversas modisterías que se encuentran establecidas en toda la Península de Santa Elena, que según estudio de mercado existen alrededor de 150 modistas de las cuales ejercen esta actividad 90 de ellas.
- § La Península de Santa Elena se expande comercialmente de manera vertiginosa, por esto algunas empresas están incursionando en diferentes áreas; inclusive tenemos la venta de prendas de vestir por catálogos.
- § Las blusas post-parto a pesar de ser modelos diseñados y confeccionados con clase y estilo exclusivo de los creadores de este proyecto, serán fáciles de imitar por nuestros competidores.



CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN

En la Península de Santa Elena existen tres hospitales públicos, ubicados uno en cada cabecera cantonal, esto es, en La Libertad, en Salinas y en Santa Elena; un hospital privado que está ubicado en la parroquia Ancón que pertenece al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Respecto al funcionamiento de clínicas en el cantón La Libertad existen seis, las cuales son: Cadena, Ajoy, Granados, Virgen del Cisne y García, en el cantón Salinas existe la clínica de la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE) y en el cantón Santa Elena existe la clínica Cristo Redentor.

La investigación realizada por los autores este proyecto en cada uno de estos centros de salud, nos da una mejor percepción del tamaño de nuestro mercado, la misma que nos permite conocer el número de madres que trajeron sus niños al mundo en la Península de Santa Elena durante los años 2 006, 2 007 y 2008; con esta información se proyectará la tasa de crecimiento de los alumbramientos para el año 2 009, con la cual se determinará nuestro segmento de mercado. Observe la tabla 1 del Anexo 1.

Con la información obtenida en esta investigación se puede tener una idea más clara de cuantas mujeres dan a luz por año en la península de Santa Elena; así, tenemos que para el año 2006 dieron a luz 5,485 mujeres, en el 2007 lo hicieron 5,618 mujeres, y para el 2008 tenemos que 5,784 mujeres tuvieron su alumbramiento. Sumando los totales de partos de mujeres desde el año 2006 hasta el año 2008 obtenemos un gran total de 16,887 mujeres que dieron a luz en los últimos tres años, sin considerar a las madres que tuvieron sus alumbramientos entre los meses de Enero a Julio del 2009 que se sumarían a nuestro mercado.

Con los datos de los años anteriormente señalados podemos determinar el índice de crecimiento de partos por cada año, así tenemos:

$$\frac{\text{ó ñ}}{\text{ó ñ}} -$$

Donde la población del año presente equivale al Número de partos del año presente y la población del año anterior equivale al Número de partos del año anterior, por lo tanto:

$$\frac{\text{Año 2007}}{\text{Año 2006}} - 1 = \frac{5,618}{5,485} - 1 = 1,02 - 1 = 0,02 = 2\%$$

$$\frac{\text{Año 2008}}{\text{Año 2007}} - 1 = \frac{5,784}{5,618} - 1 = 1,03 - 1 = 0,03 = 3\%$$

La tasa de crecimiento de partos entre el año 2006 - 2 007 es del 2%, mientras que entre el año del 2 007 - 2008, hay una tasa de crecimiento del 3%, lo que en promedio la tasa de crecimiento es del 2,5% a nivel peninsular.

Para realizar los cálculos referentes a producción de blusas y al análisis de nuestros mercados tanto objetivo, como potencial, usaremos la cifra de 5,929 madres que estarán en periodo de lactancia y que corresponde al número de mujeres que estarán en etapa de post-parto, de acuerdo al análisis proyectado para el año 2009.

Cabe recalcar que no se ha considerado a las madres que han traído a sus niños al mundo en otros lugares, y que por diversas circunstancias (partos riesgosos), dieron a luz en la ciudad de Guayaquil (ciudad a la que acuden también muchas personas nativas por sus trabajos), Provincia del Guayas. Además debemos tomar en cuenta que muchas mujeres peninsulares dan a luz en casa asistidas por las parteras o comadronas, razón por la cual, estos alumbramientos no entrarán en este estudio.

3.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A diario se observa que una gran cantidad de mujeres que están en la etapa post-parto, en el momento de dar de lactar a sus niños en sitios públicos o en algún evento sienten vergüenza porque tienen que mostrar parte de su cuerpo como son los senos y los pezones, ya que por lo general siempre se encuentran cubiertos, además de percibir que son observadas por las personas que se encuentran en su entorno, lo que le genera inconvenientes por no contar con la ropa apropiada para dicha función, debiendo usar camisetas holgadas que se las alzarán en el momento que su niño le pida de lactar, incomodando y sofocando al bebé, mientras que otras madres lactantes se voltean y encogen su cuerpo para dar de amamantar a su niño, otras se cubren sus senos con lo que tengan al alcance de sus manos, puede ser el uso de toallas o prendas de vestir de su bebé.

La mayoría de las mujeres de la Provincia de Santa Elena se identifican con este problema, de allí parte la idea para poder realizar el proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto. Para averiguar acerca de la acogida que tendremos con nuestro proyecto realizaremos una investigación de mercado y su respectivo análisis financiero.

3.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El objetivo de la investigación de mercado es determinar de forma muy clara nuestro segmento de mercado

Por esta razón se realizó la proyección para el año 2 009, considerando los datos de los años 2 006, 2 007 y los datos del año 2 008 de las mujeres que dieron a luz; obteniendo como resultado estadístico 5 929 madres que darán a luz durante el presente año y que serán nuestro mercado potencial .Ver gráfico 3.1. Se distribuyó porcentualmente la cifra obtenida para los tres cantones de la Península de Santa Elena, quedando repartidos de la siguiente manera: para el cantón La Libertad se determinó que habrá

3.295 alumbramientos; para el cantón Salinas se estableció que 1,824 mujeres darán a luz; y finalmente en la capital de la provincia alumbrarán 810 mujeres.

PROYECCIÓN DE ALUMBRAMIENTOS PARA EL AÑO 2 009

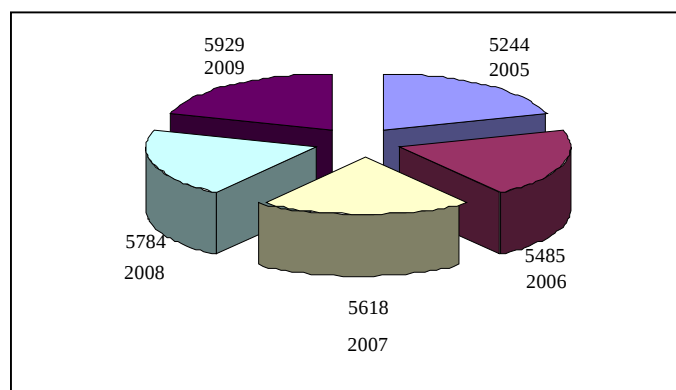


Gráfico 3-1: Proyección de alumbramientos para el año 2 009 en las cabeceras cantonales de la Provincia de Santa Elena.

Recogiendo la información de la tabla 1 del anexo 1, se tiene que en la provincia de Santa Elena darán a luz 5,929 madres, las cuales serian nuestro futuro mercado potencial, sin considerar a las mujeres nativas que por diferentes circunstancias trajeron al mundo a sus niños en otras provincias.

3.3.1. OBJETIVOS GENERALES

Según las investigaciones de campo realizadas, se determinó que en los hospitales y clínicas públicas y privadas hubo 5,784 partos en el año 2,008. Para el año 2009 se estima que darán a luz aproximadamente 5,929 madres, que se convertirán en nuestro futuro mercado potencial. Tomando en consideración que este (Proyección 2009) será el número establecido para el desarrollo de nuestro proyecto.

Para obtener información acerca de la aceptación de nuestras blusas post-parto se realizará una encuesta a las mujeres que por primera vez se convertirán en madres, a

aquellas que ya han sido y que en los actuales momentos se encuentran embarazadas a partir del sexto mes y a las que se encuentren amamantando a sus niños.

3.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos de nuestra empresa Scruples blusas post-parto están encaminados a:

- Promocionar nuestras blusas post-parto, a través de los medios de comunicación.
- Realizar eventos de lanzamiento de nuestro producto al mercado.
- Participar en las charlas pre-natales en los hospitales y clínicas.
- Crear un catálogo que exhiba la colección completa de diseños según la estación del año.
- Crear un slogan popular que de realce a las nuevas prendas de vestir.
- Crear el logotipo de la empresa.
- Contratación de impulsadoras que a través de las ventas personalizadas nos permitirán interactuar de forma directa con las clientas.

3.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR

El perfil del consumidor depende de factores como la cultura que comprende: los valores, las creencias, costumbres, y los aspectos sociales del entorno físico.

3.4.1. DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR

Con la salida al mercado de las blusas post-parto se tiene la intención de cubrir una necesidad existente y no revelada por parte de las mujeres que dan de lactar. A sabiendas de que usará las blusas después del alumbramiento, se motivará a este nicho de mujeres desde su embarazo (periodo en el que aumenta su poder de adquisición, empezando por la compra de ropa con tallas de acuerdo al crecimiento de su vientre, y continua con la ropa para el futuro bebe) para conseguir una ubicación dentro de sus necesidades.

Nuestras consumidoras serán madres activas, jóvenes, trabajadoras, estudiantes universitarias que salen de sus casas, no solo por trabajo, sino también por visitar una biblioteca o parque en compañía de sus bebés. No se descarta a las mamitas que permanecen en casa, desempeñando las labores del hogar, porque ellas también salen de sus casas, ya sea por ir de compras o por asistir a algún evento (reuniones de índole social, familiar o representaciones en las escuelas, colegios, iglesias, etc.).

3.4.2. SEGMENTACIÓN DEL CONSUMIDOR

De acuerdo con las proyecciones realizadas para el año 2009, en la Península de Santa Elena contamos con 5,929 nacimientos por año, cifra que nos motiva para la realización de este proyecto.

A nivel nacional, la red ECUAVISA transmitió en su noticiero del día 11 de Septiembre del año 2009, alarmantes resultados de una investigación donde se asegura que 900,000 de los 4'000,000 de adolescentes que posee nuestro país están embarazadas, dato que fue estimado con un 25%.; y de estas adolescentes 1 de cada 4 embarazadas son menores de edad, por lo tanto, la población de madres que darán de lactar en Ecuador, será de madres jóvenes que seguirán estudiando o se verán obligadas a trabajar por la nueva responsabilidad asumida.

Estos datos que proporcionan información acerca de la juventud (promedio de 14 años en adelante) de las futuras mamás nos sirven como indicadores, que reflejan el crecimiento no solo de la población sino también de nuestro futuro mercado, con las madres que darán de lactar quienes necesitarán ropa a la moda, cómoda y útil.

Saliendo del problema social que conlleva esta ola de embarazos precoces; estas nuevas mamás estarán bajo el amparo de sus padres o entrarán a formar parte de la clase trabajadora que engrandecerá el desarrollo del país, convirtiéndolas en madres económicamente pudientes.

3.5. PLAN DE MUESTREO

3.5.1. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN

Para definir a la población los realizadores del proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto se contactó directamente con los hospitales tanto públicos como privados de igual manera con las clínicas donde acuden diariamente las mujeres en estado de gestación o tienen a sus niños de pecho.

La medición de la población se hizo a través de las estadísticas que los hospitales y clínicas llevan de cada año, para así determinar cuántas madres dieron a luz el año 2008, teniendo como resultado la cantidad de 5,784; con este valor los integrantes de esta tesis proyectaron el número de madres que traerán a sus niños a este mundo en el 2 009, dando como resultado la cantidad de 5,929.

La estimación del componente de las madres para el año 2009 se estableció sobre la relación que existe entre los principales centros de salud pública como también de los centros de salud privados.

Por otro lado según las investigaciones del noticiero Televistazo (www.ecuavisa.com) del 11 de Septiembre del 2009 revelan que Ecuador está en tercer lugar a nivel sudamericano en lo que a embarazos se refiere, donde 2 de cada 3 adolescentes están en estado de gestación y de estas embarazadas 1 de cada 4 adolescentes son menores de edad. A nivel nacional tenemos 900,000 embarazadas adolescentes (hasta los 19 años de edad) sin considerar a las mujeres que ya pasan de los 20 años de edad y que van por el segundo, tercer o más partos sean éstos frecuentes o no.

3.5.2. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

Para definir la muestra lo primero que se va a realizar es una investigación exploratoria, para determinar cuántos madres dieron a luz el año 2 008 y mediados del 2009 para así poder realizar la proyección para el 2 009; para esto se acudirá a cada uno de los

hospitales públicos como privados que se encuentran situados en la Península de Santa Elena, como también a las clínicas.

De esta forma se determinó que las encuestas se las realizarían en las tres ciudades más importantes de la Provincia de Santa Elena.

Para poder establecer de una mejor manera cuantas encuesta se va a realizar, se ha decido trabajar con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z \cdot p \cdot q}{D}$$

Con la fórmula anterior se puede calcular el tamaño de la muestra, tomando además en consideración lo siguiente:

n = Tamaño de la muestra.

Z = Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95%.

p = Probabilidad de éxito que manifiesta la encuestada de comprar las blusas.

q = Probabilidad de fracaso.

D = Máximo error permisible.

Para poder establecer el número de encuestas a realizar, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 95%, que de acuerdo a la tabla normal, el valor del porcentaje de datos asociado a un nivel de confianza del 95% será de 1.96, trabajando además con el máximo de error permisible del 5%; por otro lado se trabajará con el 50% para las probabilidades de éxito de las mujeres que comprarán la línea de blusas post-parto, como el 50% de probabilidad de fracaso.

Tomando en cuenta la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{D}$$

Reemplazando valores, tenemos:

$$n = (1.96)^2 (0.50 \times 0.50) / (0.05)^2$$

$$n = (3.8416) (0.25) / 0.0025$$

$$n = 0.9604 / 0.0025$$

$$n = 384.16$$

$$n = 400$$

Debemos de considerar que esta fórmula para obtener el tamaño de la muestra se aplica cuando la población es infinita; dado que nosotros contamos con datos estadísticos del año 2 008 y considerando que nuestro mercado es finito se considera que las encuestas a realizar serán de 400 fuera de los que nos arrojo la fórmula del tamaño de la muestra.

Se puede concluir entonces que se debe de realizar aproximadamente 400 encuestas en las tres cabeceras cantonales, garantizando que los resultados obtenidos sean representativos con respecto a la población.

Distribución de encuesta por cantón

Las encuestas serán realizadas y distribuidas de la siguiente manera:

De acuerdo al número de habitantes cada cantón de la provincia se sacará el porcentaje que corresponda a cada uno de ellos y se equiparán con las 400 encuestas a realizar; por ejemplo, si dividimos el total de la población de La Libertad (75,881) para el total

de habitantes de la provincia (~235,316) se obtiene el 32.25% que será multiplicado por 400 para así obtener el número de encuestas que le corresponde a este cantón con la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{N} \times 400$$

Así tenemos que:

$$N = 400 \times \frac{75\,881}{235\,316} = 129 \text{ personas}$$

$$N = 400 \times \frac{50\,031}{235\,316} = 85 \text{ personas}$$

$$N = 400 \times \frac{109\,404}{235\,316} = 186 \text{ personas}$$

Por lo tanto, al cantón La Libertad le corresponden 129 encuestas; al cantón Salinas que tiene 50,031 habitantes les corresponden 85 encuestas y a la capital de la provincia que tiene 109,404 habitantes le corresponden 186 encuestas, pero debido a la cercanía existente entre las cabeceras cantonales, las embarazadas pueden elegir el hospital o clínica de su preferencia sin importar si pertenece o no a su cantón. Por este motivo los realizadores de este proyecto han considerado realizar las encuestas en los hospitales y clínicas más concurridos, determinando que para el cantón La Libertad se realicen 269 encuestas, para el cantón Salinas 50 encuestas y para el cantón Santa Elena 81 encuestas.

Los lugares donde se realizaron las encuestas son los más concurridos por las señoras en estado de gestación tal como se desglosa en la tabla 1 del anexo 2.

3.6. DISEÑO DE LA ENCUESTA

Para determinar la aceptación de nuestras blusas en el mercado, se diseñó una hoja de encuestas para las mujeres en estado de pre-parto y post-parto, la misma que contenía preguntas de tipo cerrada, dicótomas que ofrecen alternativas como si o no, de opción múltiple, en escala Likker para conocer el grado de aceptación del producto, de diferencial semántico relacionando palabras bipolares opuestas, para ubicar la intensidad de sentimientos u opinión, de escala de importancia para medir los atributos de escala de calificación donde se cualifica el atributo, y de intención de compra; además de las preguntas abiertas como la de estructura de cualquier enunciado.

A continuación presentamos la encuesta que se realizó a las mujeres que se encontraban embarazadas desde los seis meses de gestación y a las madres que se encontraban en período de lactancia.

ENCUESTA

Estimada señora, tenga usted muy buenos días estamos realizando una encuesta para conocer las necesidades de las madres en el periodo de lactancia. Tendría la fineza de respondernos el siguiente cuestionario con absoluta veracidad.

DÍA/MES/AÑO: _____ EDAD: _____ LUGAR: _____

1. ¿Es la primera vez que usted va a ser madre?

Si ☐ No ☐

2. Ha sentido usted ☐ vergüenza en el momento de dar de lactar en público.

(solo responden las que dijeron NO en la pregunta No 1)

si ☐ No ☐ indiferente ☐

3. Sentiría usted vergüenza al dar de lactar en sitios públicos.

(solo responden las que dijeron SI en la pregunta No 1)

si ☐ No ☐ Definitivamente no ☐

4. Usted ha visto en el mercado peninsular blusas para dar de lactar sin descubrir parte de su cuerpo.

si ☐ No ☐ Desconoce ☐

5 ¿Qué tan importante le parece las blusas post-parto que no muestran los senos en el momento de dar de lactar en sitios públicos?

Sumamente importante ☐ Muy importante ☐ Medianamente importante ☐ Algo importante ☐ Nada importante ☐

6.- Si hubiera en el mercado blusas apropiada para dar de lactar que cubran sus senos. ¿Ud. La compraría?

Definitivamente compraría ☐ Probablemente compraría ☐ Quizás compraría ☐ Probablemente no compraría ☐ Definitivamente no compraría ☐

7. ¿Por qué usted compraría estas blusas post-parto?

Tranquilidad ☐ Comodidad ☐ Bienestar ☐ Todas las anteriores ☐

8. ¿Qué opina Ud de las nuevas blusas que cubrirán los senos en el momento de dar de lactar?

9. Hasta cuanto Ud. estaría dispuesta a pagar por las blusas que cubran los senos?

\$ 12,00 ☐ \$ 13,00 ☐ \$ 14,00 ☐ \$ 15,00 ☐ \$ 16,00 ☐

GRACIAS POR SU TIEMPO Y ATENCIÓN POR HABER COLABORADO CON NOSOTROS EN ESTA ENCUESTA

3.7. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se detalla los resultados de cada una de las preguntas formuladas a 400 madres que dan de lactar de la provincia de Santa Elena, para poder crear nuestra base de datos. Ver tablas 2 y 3 del anexo 2.

3.7.1. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Pregunta 1.- ¿Es la primera vez que Ud. Va a ser madre?

Con respecto a esta pregunta, el 69% de las mujeres encuestadas respondieron que no son madres primerizas, y el 31% son mujeres que van a tener un hijo por primera vez. Ver gráfico 3-2 :

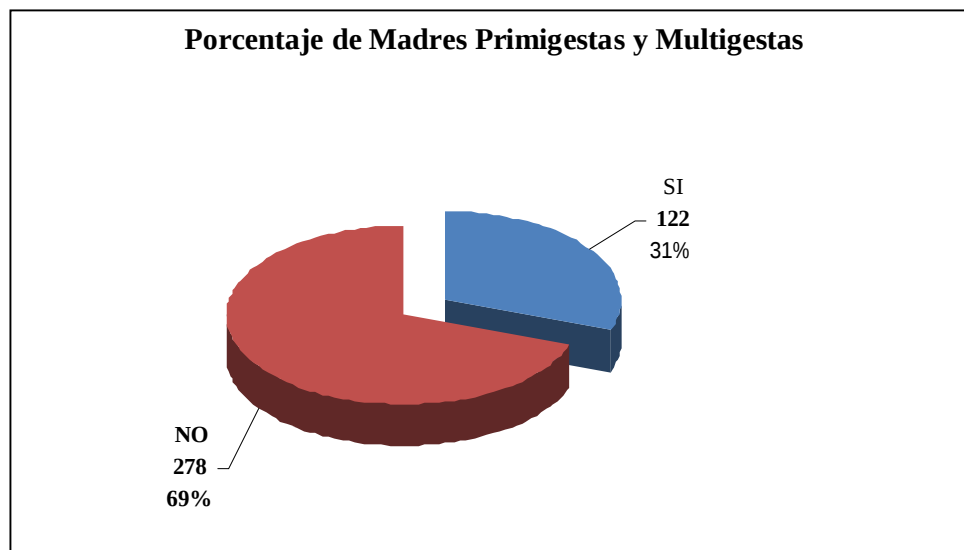


Gráfico 3-2: Porcentaje de Madres Primigestas y Multigestas.

Porcentaje de Madres Primigestas y Multigestas por cantón

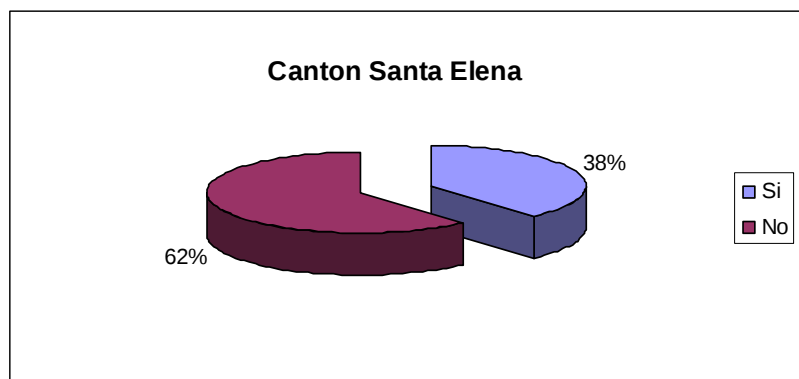


Gráfico 3-3: Cantón Santa Elena

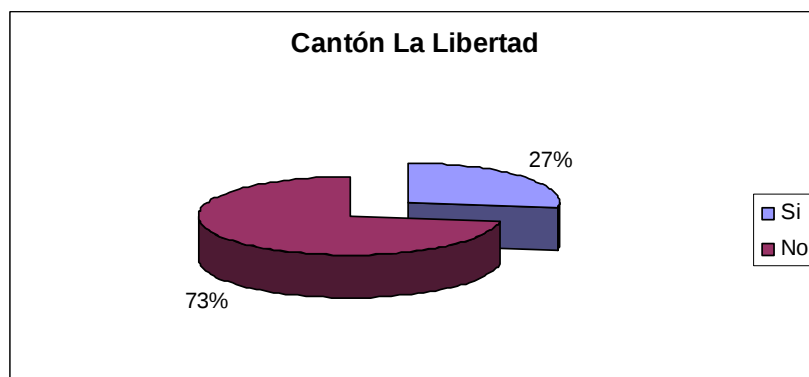


Gráfico 3-4: Cantón La Libertad

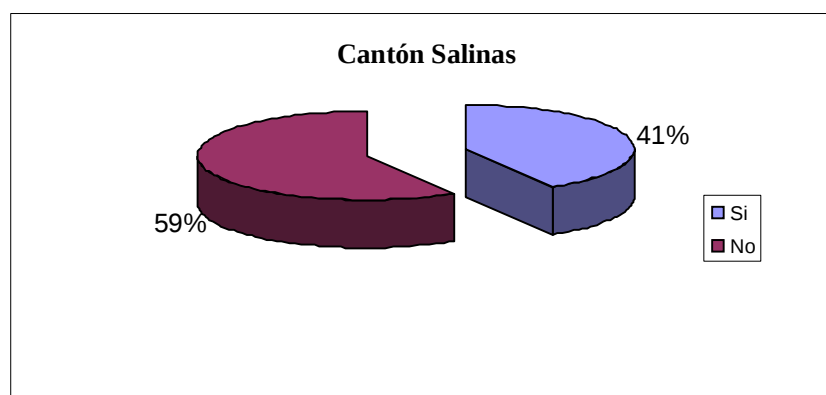


Gráfico 3-5: Cantón Salinas

Pregunta No. 2: Ha sentido Ud. alguna vergüenza en el momento de dar de lactar en público. (Solo responden las que contestan NO en la pregunta No.1)

De 278 Madres que respondieron no a la primera pregunta, el 67% de ellas dijeron que si han sentido vergüenza al dar de lactar en sitios públicos, el 28% respondió que no han sentido vergüenza y el 5% respondió que le era indiferente. Ver gráfico 3-6.

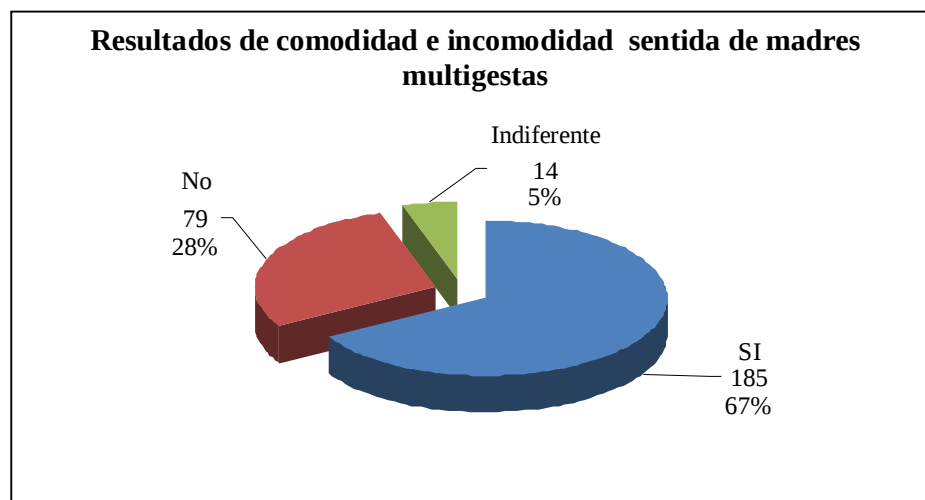


Gráfico 3-6: Vergüenza sentida por madres Multigestas al dar de lactar en público

**Pregunta No.3.- Sentiría Ud. Vergüenza al dar de lactar en público.
(Solo responden las que contestan SI en la pregunta No.1)**

De 122 Madres que respondieron si a la primera pregunta, el 95.9% de ellas dijeron que si sentirían vergüenza al dar de lactar en sitios públicos, el 3.3% respondió que no sentirían vergüenza y el 0.3% respondieron que definitivamente ellas no sentirían vergüenza al mostrar sus senos al momento de dar de lactar en sitios públicos. Ver gráfico 3-7.

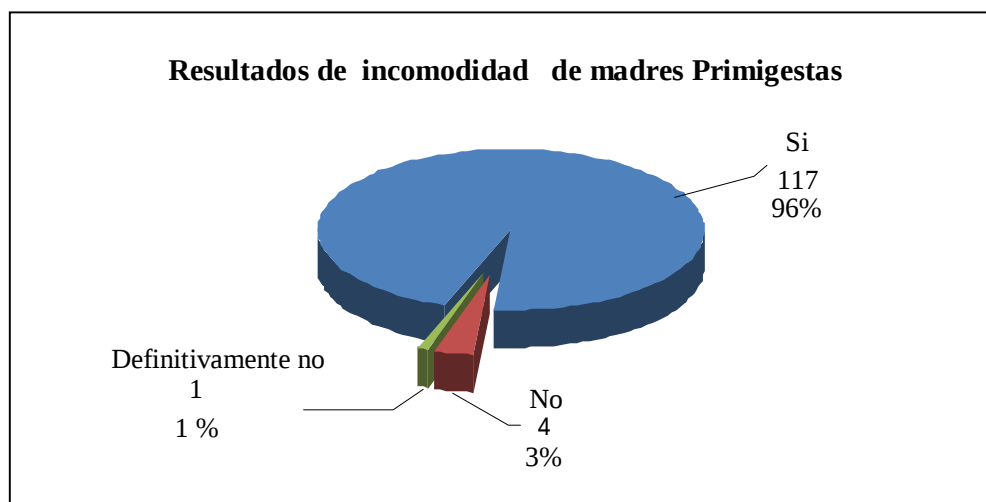


Gráfico 3-7: Vergüenza sentida por Madres Primigestas al dar de lactar en público
Pregunta No.4.- Ud. Ha visto en el mercado peninsular blusas para dar de lactar sin descubrir parte de su cuerpo.

Analizando la pregunta cuatro, el 73% de las mujeres manifestaron que en nuestro medio no habían visto blusas para dar de lactar, y el 27% de las encuestadas respondieron que desconoce la existencia de dichas blusas. Gráfico 3-8.

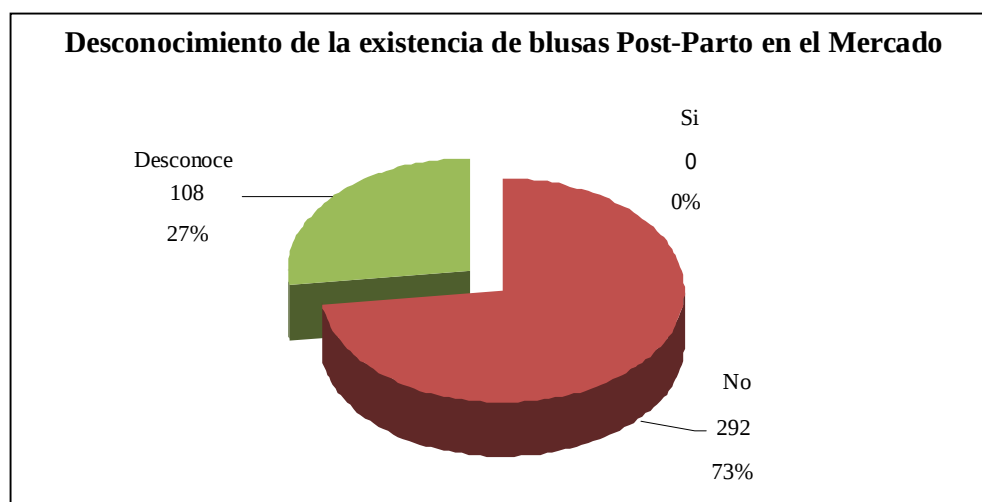


Gráfico 3-8: Blusas para lactancia existentes en el mercado

Pregunta 5.- ¿Que tan importante le parece las blusas post-parto que no muestran los senos en el momento de dar de lactar en sitios públicos?

En la pregunta cinco, el 46% de las mujeres encuestadas manifestó que estas blusas serían sumamente importantes en su periodo de lactancia, el 37% dijo que serían importantes para ellas, el 6% declaro que serian medianamente importantes, el 8% reveló que serían algo importante, y el 3% dijo que las blusas no serían importantes. Ver gráfico 3-9.

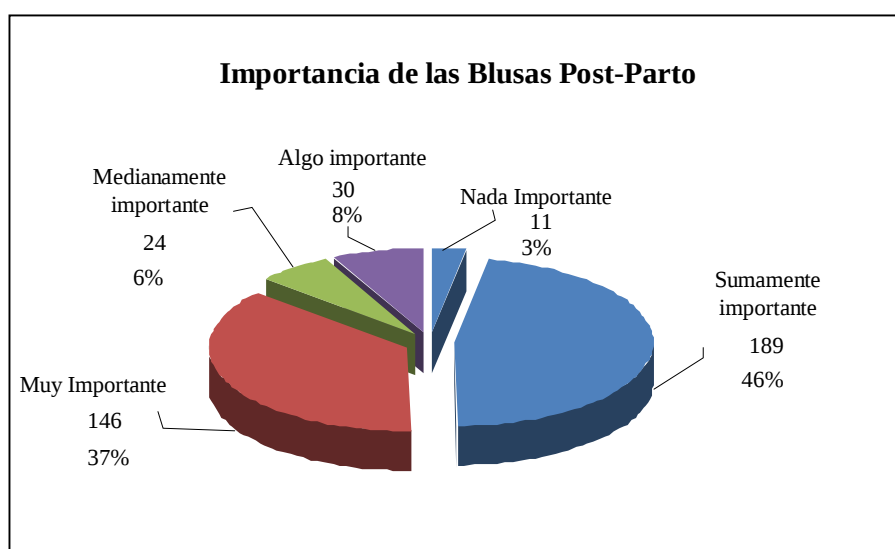


Gráfico 3-9: Importancia de las Blusas Post-Parto

Pregunta 6.- Si hubiera en el mercado blusas apropiada para dar de lactar que cubran sus senos. ¿Ud. La compraría?

En la pregunta número seis, el 58% reveló que definitivamente compraría estas blusas cuando salgan al mercado, el 25% manifestó que probablemente si compraría, el 13% declaro que quizás la compraría, el 3.8% dijo que definitivamente no lo compraría y finalmente el 1% expresó que probablemente no lo compraría, tal como se observa en el gráfico 3-10.

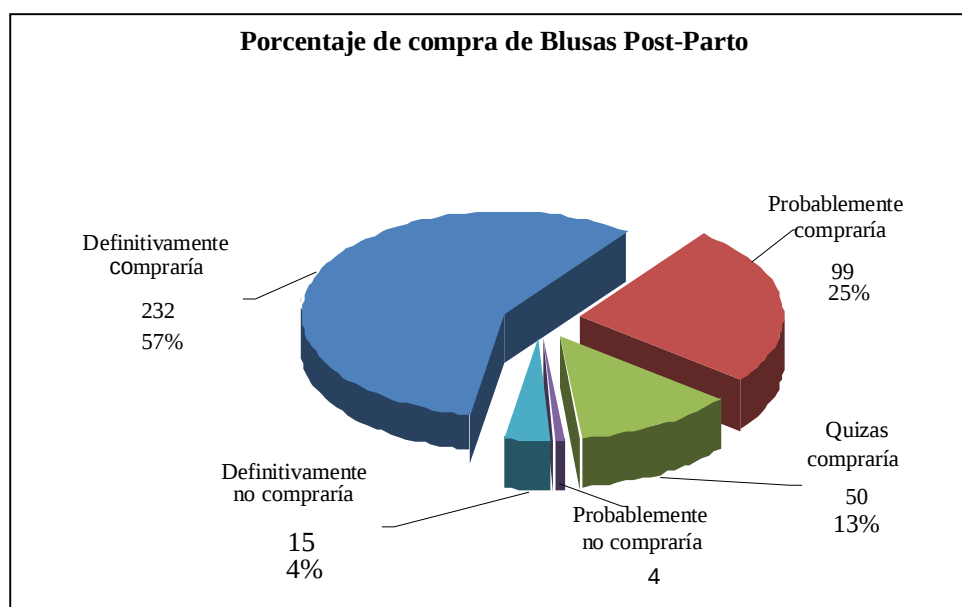


Gráfico 3-10: Tendencia a la compra de Blusas Post-Parto

Pregunta 7.- ¿Por qué usted compraría blusas post-parto?

Analizando la pregunta número siete, el 20% manifestó que compraría las blusa por tranquilidad que les brindaría en el momento de dar de lactar en sitios concurridos, el 52% lo haría por la comodidad que sentirían, el 13% de estas mujeres lo harían por bienestar, y el 15% lo haría por todos los beneficios que ofrece como la tranquilidad, comodidad, y bienestar, esto se analiza en el gráfico 3-11.

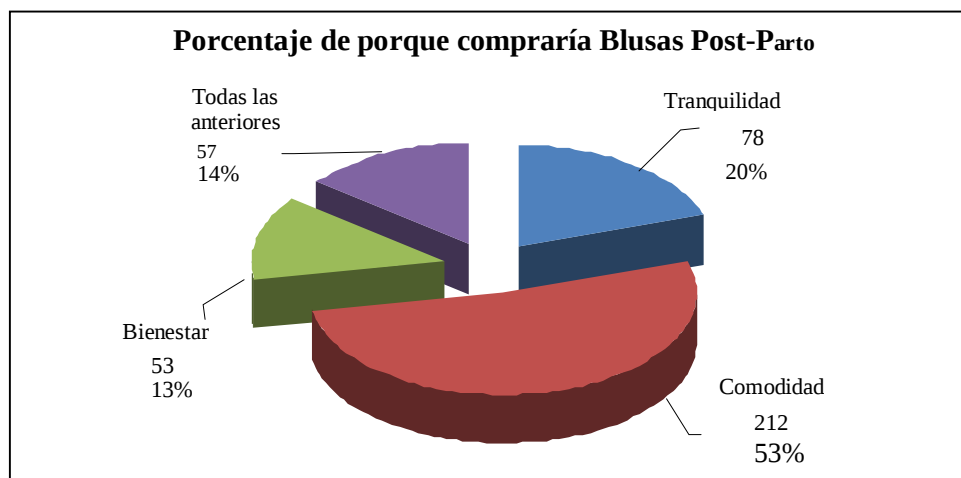


Gráfico 3-11: Razones para la compra de las blusas post-parto

Pregunta 8.- ¿Qué opina usted de las nuevas blusas que cubrirán los senos en el momento de dar de lactar?

Con relación a la pregunta número ocho, el 58% de la muestra reveló que las nuevas blusas post-parto serían útiles, porque no se les verían los senos en el momento de dar de lactar, el 11% declaró que serían fáciles de usar describiéndoles las características de las blusas, el 17% dijo que serían cómodas y seguras, el 15% de ellas no opinó. Observe el gráfico 3-12.

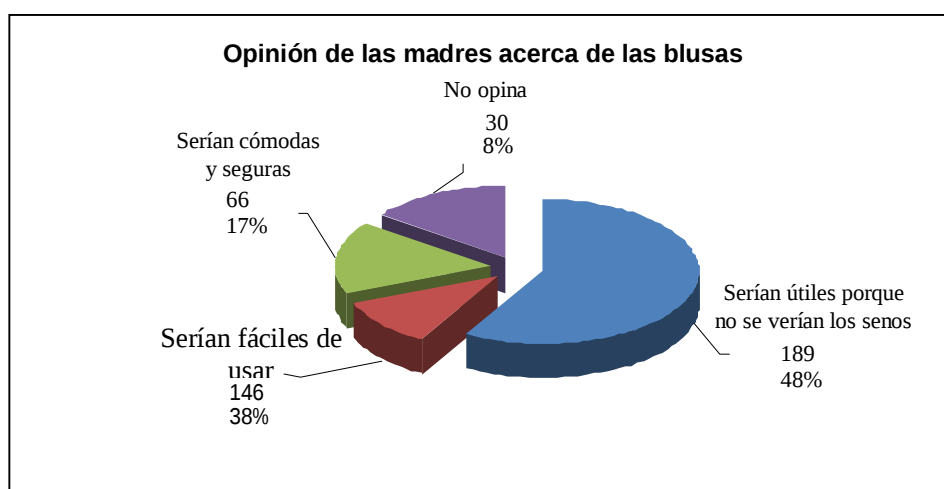


Gráfico 3-12: Opinión de madres acerca de las blusas que cubrirían los senos en el momento de dar de lactar.

Pregunta 9.- Hasta cuanto Ud. estaría dispuesta a pagar por las blusas que cubran los senos:

Acerca de la pregunta número 9 concluimos que el 58% de las encuestadas estarían dispuesta a pagar el valor de las blusas post-parto la cantidad de \$ 12,00, el 24% de ellas está dispuesta a pagar \$ 13,00; el 12% expuso la cantidad de \$ 14,00; el 4% de ellas expuso el valor de \$ 15,00; y el 2% de estas mujeres dijeron que pagarían \$ 16,00; esto se aprecia en el gráfico 3-13.

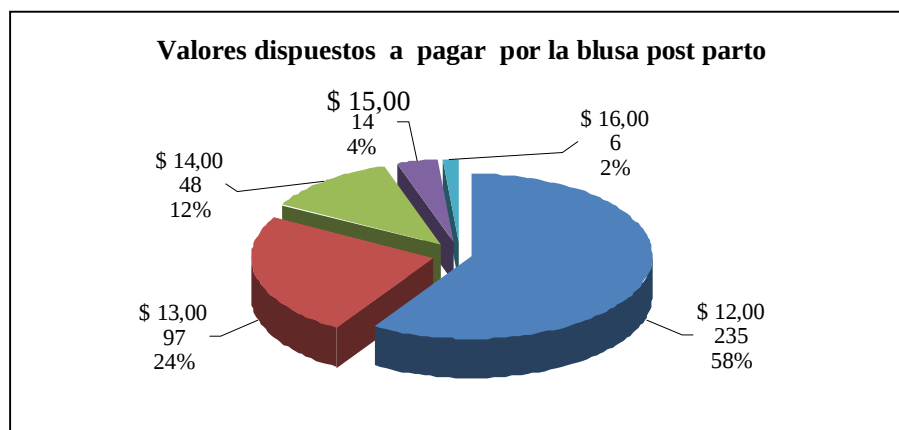
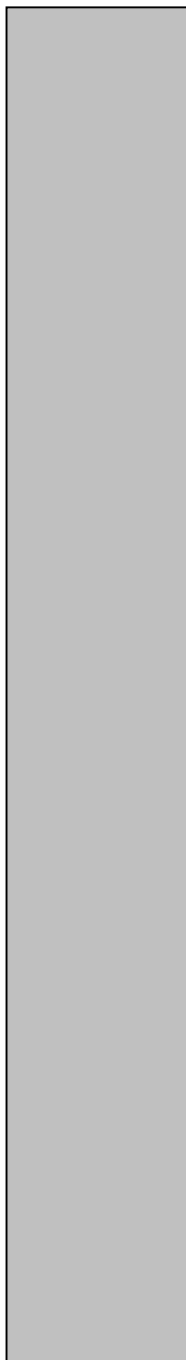


Gráfico 3-13: Precios a pagar por las blusas post parto

3.7.2. CONCLUSIONES

- § Para la elaboración de este proyecto se realizó 400 encuestas a las madres; llegando a determinar que en el medio peninsular, el 75.50% de las encuestadas, que es un porcentaje obtenido de las sumas de resultados de las preguntas 1,2 y 3 de la encuesta realizada, revela que 302 madres sienten vergüenza en el momento de dar de lactar a sus bebés
- § De igual forma el 73% de este nicho de mercado, manifestó que no han visto blusas post-parto y el 27% restante que desconoce de la presencia de este producto en el mercado suman un total de 100% que confirma y sirve como indicador de la inexistencia de estas blusas en el medio.
- § Del mismo modo se determinó que el 57.50% de ellas en etapa de post-parto definitivamente compraría nuestro producto, esto significa que 3,326 madres que dan de lactar, si accederían a nuestro producto, sin considerar que el 40.50% probablemente lo compraría, esto es 2 343 mujeres.
- § Además, el 58,8% de las encuestadas estarían dispuestas a pagar por cada blusa el precio de \$ 12,00, esto sería aproximadamente 3 398 mujeres, por lo que se concluye que este valor es asequible.



CAPÍTULO IV
PLAN DE MARKETING

4. PLAN DE MARKETING

4.1. ANTECEDENTES

Al detectar un problema padecido por las madres que dan de lactar surgió la idea de suplir la necesidad de este nicho de mercado, por lo que se realizó diferentes bosquejos de diseños de blusas que podían adaptarse a la necesidad de este grupo de mujeres. Estos bosquejos llegaron a convertirse en realidad, transformándose en nuestros patrones base para la realización de nuestros primeros diseños como son Jany, Jacky y Angie. Venían a la mente preguntas como: ¿Dónde voy a vender las blusas? ¿a quién se las voy a vender?...Y la respuesta de la una daba inicio a otra pregunta, así que pensamos en llevar a cabo un estudio de mercado y empezamos a realizar investigaciones en los diferentes hospitales y clínicas privadas de las tres cabeceras cantonales para determinar la cantidad de madres que tuvieron alumbramientos el año pasado (2,008)

Nuestra investigación del año 2008, dio como resultado 5,784 madres que aun están en el periodo de lactancia; para la elaboración de esta tesis se considero proyectar el numero de las madres que darán a luz durante el año 2,009, obteniendo como resultado 5,929 madres.

De las 400 encuestas que se realizaron a las mujeres en estado de pre-parto y post-parto, el 57% de ellas declararon que si comprarían las blusas lo que implicaría un total de 3,326 madres de nuestro mercado potencial, sin considerar la cantidad de madres que fueron asistidas fuera de los hospitales y clínicas del medio peninsular, y aquellas madres que tuvieron sus niños durante el primer trimestre del año en curso.

Generalmente, las mujeres lucen diferentes prendas de vestir para las salidas a los diversos sitios públicos o privados, la idiosincrasia de nuestros pueblos hace que se compren y estrenen prendas de vestir cada vez que se realizan eventos en la Península de Santa Elena, como son las fiestas del descubrimiento de la Península, fiestas de los diferentes cantones de la provincia, fiestas patronales y de provincialización, además de

los días festivos como navidad, año nuevo, etc., establecidas en el calendario, todo esto exige a las madres vestirse de forma apropiada para estos diversos acontecimientos, con este criterio se ha logrado determinar que la madre en el etapa de post-parto compraría de 3 a 6 blusas mientras dure su período de lactancia.

Más del 50% de las mujeres que fueron encuestadas, afirmaron que estarían dispuestas a pagar por este tipo de blusas post-parto la cantidad de \$12,00 por cada una.

4.2. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Nuestro producto ha sido desarrollado para mujeres en estado de post-parto, las mismas que serán confeccionadas de tela de algodón y sus derivados que serán blusas frescas, cómodas y moldeables al cuerpo, resaltando la estética de la mujer de hoy.

Nuestras blusas post-parto confeccionadas en serie, elaboradas en forma semi industrial, es un producto que dependerá del uso y del trato que las clientes le den, pero nuestras prendas de vestir estarán orientadas directamente al primer año de lactancia o el tiempo que dure la lactancia.

En el gráfico 4-1 se puede observar claramente el ciclo de vida de las blusas post-parto.

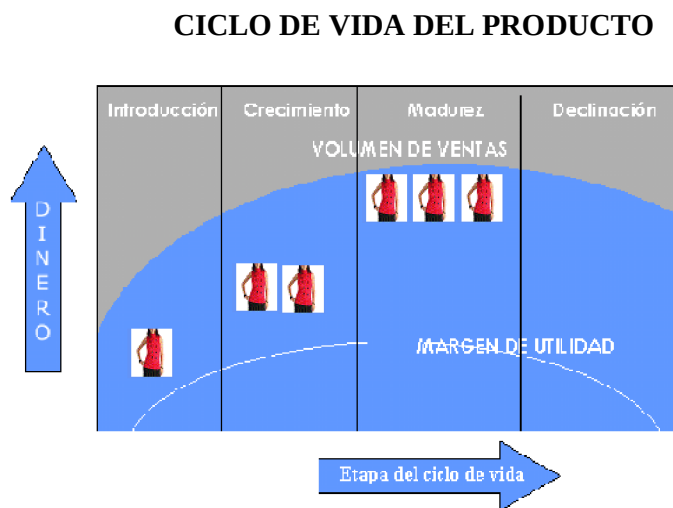


Gráfico 4-1: Ciclo de vida del producto

4.3. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

Los objetivos de nuestro Plan de Marketing son:

- § Determinar a través de un estudio de mercado el número de madres en período de lactancia que existen en la península.
- § Descubrir cuál es el mercado potencial.
- § Difundir la existencia de nuestro producto a través pancartas, emisoras de radio, televisión, etc.
- § Abarcar no solo a las clientas que dan de lactar, sino también a aquellas mujeres embarazadas que están en su sexto mes de gestación y se están abasteciendo de vestimenta futura.

4.3.1. OBJETIVOS FINANCIEROS

- § Cubrir la inversión inicial en el menor tiempo posible.
- § Obtener los ingresos que cubren los costos y gastos generados
- § Obtener utilidad en aproximadamente el 4 al 5 año.

4.3.2. OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

- § Introducir y posicionar en el mercado nuestro producto
- § Lograr cumplir participación de mercado con las blusas post-parto convertirla en líder en el segmento de mercado.
- § Lograr una alta participación.

- § Lograr la fidelidad de los consumidores.
- § Incrementar las ventas de producto en 3% anuales.

4.4. ANÁLISIS ESTRATÉGICOS

Tomando en consideración que nuestra misión es ser una empresa de calidad que ofrece la comodidad a la madre en período de lactancia a través del uso de las blusas post-parto, esperamos que en el lapso de un año lidere el mercado de las ventas a nivel peninsular, adquiriendo solidez, y confiabilidad para después extendernos a nivel nacional.

4.4.1. MATRIZ B. C. G.

La matriz B. C. G. nos permite establecer el sitio en el que nos encontramos como empresa. Las divisiones de la matriz B. C. G se llaman cuadrantes, en el primer cuadrante se encuentran las interrogantes, las situadas en el cuadrante II se llaman estrellas, las situadas en el cuadrante III se llaman vacas de dinero y, por último, las divisiones situadas en el cuadrante IV se llaman perros. Ver gráfico 4.2 **Matriz B.C.G.**

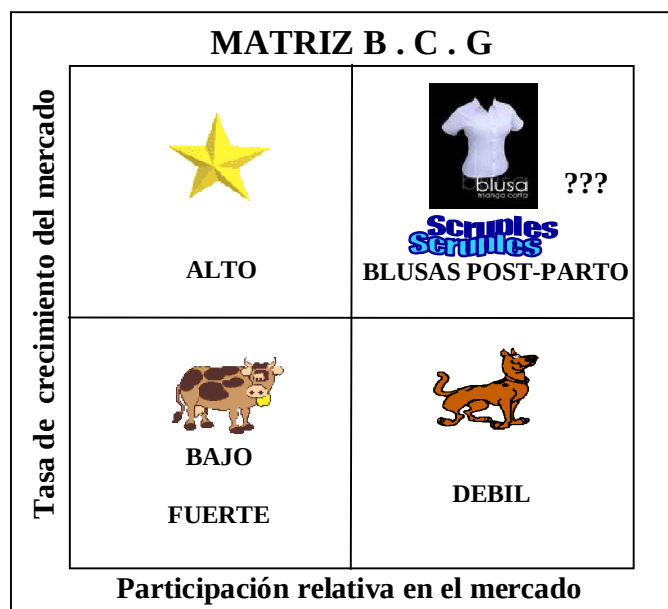


Gráfico 4-2: Matriz B.C.G.

LOS INTERROGANTES

En el primer cuadrante se encontrará nuestra empresa **Scruples** Blusas post-parto, por ser esta una empresa nueva en el mercado, la cual necesitará una buena inyección de dinero para realizar estrategias de marketing, que nos permita posicionarnos en el mercado y poder competir con otras industrias.

LA ESTRELLA

En este II cuadrante el de las estrellas, representa las oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad de la empresa a largo plazo. En esta etapa se debe captar las inversiones para conservar y reforzar las posiciones en el mercado, considerando las estrategias de integración en todas las direcciones.

LA VACA DE DINERO

En el III cuadrante de las denominadas vacas de dinero son las que tienen una relativa aceptación en el mercado, en esta etapa la industria compiten pero con escaso crecimiento, generan más dinero de lo que necesitan. En esta división se deben administrar de manera que se pueda conservar la posición en el mercado durante el mayor tiempo posible. Una de las estrategias atractivas en este cuadrante es la diversificación del producto, sin embargo al dividirse las vacas de dinero se puede ir debilitando.

EL PERRO

En el IV cuadrante llamados también perros de carrera de la empresa, tienen una escasa parte relativa en el mercado, en esta posición se les conoce como débil, tanto externamente como internamente, es decir, los negocios que están en este cuadrante con frecuencia son liquidados, descartados o recortados por medio de atrincheramiento, esta es una buena estrategia para los negocios que se han convertido en perros logrando

resurgir después de reducciones de activos y costos, convirtiéndose en divisiones viables y rentables.

4.4.2. ANÁLISIS F. O. D. A.

Para evaluar situaciones externas, como los factores fuertes y débiles, y las situaciones internas, como las oportunidades y amenazas de nuestra empresa, vamos a realizar el análisis FODA (Fortaleza, oportunidad, debilidad, amenaza), el cual nos permitirá obtener una perspectiva general de la situación estratégica de nuestra empresa.

4.4.2.1. FORTALEZAS

- § Ubicación del local
- § Conocimiento técnico de todo el proceso de confección de ropa
- § Propiedad intelectual
- § Diseños innovadores
- § Calidad de nuestro producto
- § Distribuidores directos

4.4.2.2. OPORTUNIDADES

- § No existen fabricas textiles en la península
- § Programas de gobierno a consumir lo nuestro
- § Aranceles a la ropa extranjera

4.4.2.3. DEBILIDADES

- § No tener la experiencia necesaria
- § Débil imagen en el mercado

4.4.2.4. AMENAZAS

- § Competidores (centros comerciales, modisterías, venta de ropa por catálogo etc.)
- § Cambios demográficos adversos

4.5. MARKETING MIX

4.5.1. PRODUCTO

Nuestro producto se basa en una línea de blusas post-parto realizada con detalles y con accesorios que permiten la lactancia materna, que ofrece tranquilidad y da comodidad a la madres que la usen.

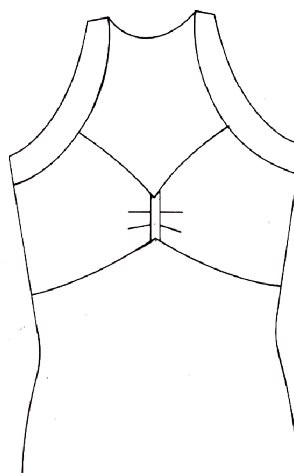
El tipo de tela empleado para la confección de estas blusas dependerá de las estaciones climáticas de nuestro país (invierno y verano). En temporadas de calor, telas como el algodón stretch y el jersey stretch de 30% resultarían ideales, mientras que en tiempos de frío, las telas apropiadas serían el jersey stretch de 75%, policron, dominic, licra de algodón, el lino stretch o polialgodón, con los colores tradicionales blanco, negro, beige, azul, etc.

Empezamos nuestra colección de blusas post-parto con tres modelos: Modelo Angie, Modelo Jany y el Modelo Jacky, diseñados y confeccionados para resaltar la silueta de la mujer. Los modelos se irán innovando de acuerdo con las tendencias de la moda, sin perder su característica principal que es el de facilitar la lactancia materna.

A continuación describiremos las características de cada uno de los modelos.

Modelo “Jany” es una blusa tipo strap, con tiras que se unirán en el cuello; tendrá un drapeado suelto en el pecho que permitirá el fácil desprendimiento de la parte que corresponde a los senos. Esta blusa será ideal para asistir a compromisos sociales donde se tenga que llevar al lactante.

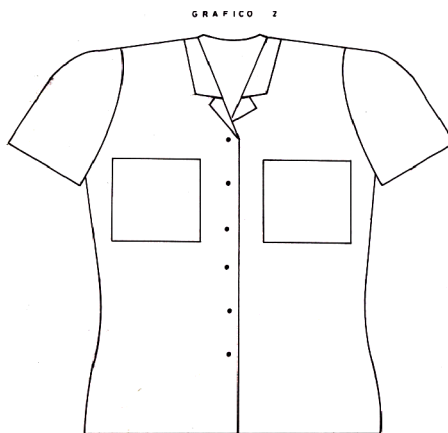
La tela apropiada para confeccionar este modelo es stretch con brillos, acudiendo al dorado o plateado combinado con negro, para darle ese toque de elegancia. Ver gráfico 4-3.



MODELO JANY

Gráfico 4-3: Modelo Jany

Modelo “Jacky” es una blusa con cuello sport con dos bolsillos grandes situados sobre el busto. La innovación se encuentra justo en los bolsillos, los cuales serán falsos y estarán cosidos en la parte superior; el resto del contorno del mismo estará pegado con belcro. Esta blusa será muy practica para las mujeres que trabajen o cuando se encuentren la mayor parte el tiempo fuera de casa con su bebé, esta blusa será confeccionada con lino stretch, en diversos colores. Ver gráfico 4-4.



MODELO JACKY

Gráfico 4-4: Modelo Jacky

Modelo “Angie” es una blusa con cuello tortuga con mangas largas (opcional), que presentara como innovación dos cierres invisibles que se abrirán para facilitar la lactancia. En su interior y sostenida en los hombros llevará una pequeña blusa que tendrá dos agujeros en la dirección de los pezones y llegará justo bajo el busto con la intención de sostener los senos en el momento de dar de lactar ayudando así a mantener la firmeza del mismo. Esta blusa será confeccionada en tela spandex, licra, algodón, jersey stretch, dominico, lino stretch, poli algodón, etc. Inicialmente se empezará con colores tradicionales tales como: blanco, negro, beige, verde aceituna, rosa, azul marino; otros, que se irán incrementando a medida que vayamos expandiendo nuestro mercado. Ver gráfico 4-5.

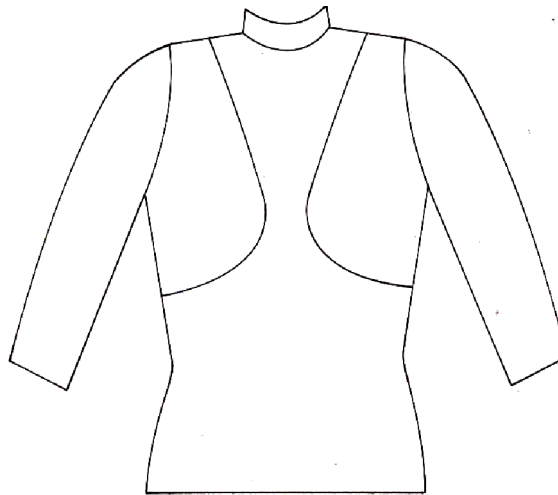


Gráfico 4-5: Modelo Angie.

Estos modelos inéditos son ejemplos de la variedad y creatividad de los diseñadores de nuestra futura empresa.

4.5.2. PRECIO

Para determinar el precio de una blusa post-parto se ha considerado los costos de producción, los costos administrativos y los costos de ventas que nos dan como resultado el valor unitario de \$ 9,60.

La calidad, no solo de los materiales empleados sino también del acabado de cada prenda establece la diferencia y hace que el precio de venta al público se convierta en “razonable”.

Se ha determinado un precio promedio de USD 12.00 para cada blusa, se dice promedio, por que éste variará dependiendo de la calidad y cuantía de la materia prima.

Se pretende con este precio razonable, enviar un mensaje sobre la calidad del producto que influya en las decisiones de compra.

El precio es la base para obtener éxito en nuestra compañía con relación al mercado, pero para nuestra empresa ocupará el segundo lugar por debajo de la calidad y de las decisiones de compra.

4.5.3. PROMOCION Y PUBLICIDAD

Empezaremos la promoción a través de hojas volantes y publicidad por la radio, adicional a ello agregar los medios televisivos, letreros luminosos, etc., se creara una etiqueta de nuestra empresa que para nuestro caso será “**SCRUPLES**” tal como se aprecia en el gráfico 4-6 y se entregará el producto en fundas con diseño propio, en las mismas se incluirá la dirección de la empresa, número telefónico y otros detalles. Con el crecimiento de nuestra empresa se patrocinara algún programa especialmente televisivo, donde la animadora usara nuestros productos, adicional a estas promociones se realizaran desfiles de moda, y también promocionaremos eventos de moda en nuestro medio.

ETIQUETA Y LOGOTIPO DE LA EMPRESA

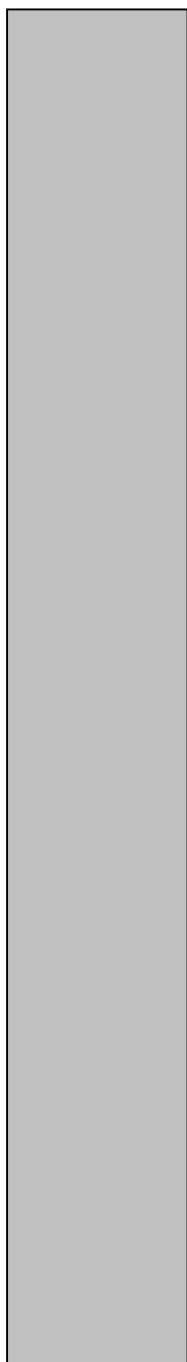


Gráfico 4-6: Logotipo de la empresa.

4.5.4. PLAZA

En primer lugar donde se encontrará nuestro producto, será en nuestra boutique llamada ***Scruples-boutique***, luego se distribuirá en los locales que se encuentran a lo largo de la calle Guayaquil, y también en algunos locales del comercial Buenaventura Moreno, debido a que sus proveedores son de la región Sierra y en un 20% de la ciudad de Guayaquil, otros para conseguir su producto tienen que trasladarse a la frontera con el vecino país el Perú, y nosotros tendríamos la ventajas de ser distribuidores directos

Creemos que las alianzas estratégicas que podríamos realizar serían con RIO STORE de la cadena EL ROSADO y Tiendas Industriales Asociadas, TIA.



CAPÍTULO V
ESTUDIO TÉCNICO

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1. ANTECEDENTES ECONÓMICOS

SCRUPLES propone una nueva línea de prendas de vestir con diseños innovadores que harán que la mujer de hoy se sienta siempre elegante, cómoda y tranquila en el momento de dar de lactar a su bebé.

Ofreceremos prendas de vestir con cuatro tallas básicas small, medium, large y extra large, que serán elaboradas en serie y diferentes colores. Se producirá primeramente blusas para las madres en estado de post parto para luego confeccionar blusas para las mujeres en estado de pre parto.

Nuestro primer producto a describir serán las blusas post parto, cuyas características son las siguientes:

Modelo Angie es una blusa con cuello de tortuga, que tiene como característica dos cierres invisibles que se abrirán para permitir y facilitar la lactancia.

Modelos Jacky es una blusa con cuello sport con la novedad de dos bolsillos falsos, los cuales estarán cosidos solo en la parte superior en el resto del contorno llevará belcro.

Modelo Jany, blusa tipo strap con tiras que se unen en el cuello, que contará con un drapeado suelto que se desprenderá en el momento de dar de lactar.

5.2. INGENIERIA DE LA PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO

Una vez que se tienen definidos los modelos se procede a la compra de materia prima y accesorios.

En el taller se trazarán los diferentes moldes sobre la tela y se los cortarán, luego se unirán cada una de las piezas después se coserán las etiquetas, según el modelo se irán

pegando los accesorios, se proseguirá con el acabado a mano que incluye el planchado. Posteriormente se empaquetará el producto para ser guardado en bodega hasta su retiro

5.2.1. PROCESO DE LA PRODUCCIÓN

El proceso de producción incluye los trazos básicos para confeccionar los patrones partiendo de nuestros tres modelos inéditos con los cuales iniciarán la colección de blusas Post-parto denominada *SCRUPLES*

Como patrón se usarán medidas estándar (no las medidas perfectas de 90-60-90 cm.), el largo de la blusa será de 18 cm. después de la línea de la cintura; la razón de usar estas medidas se basan en que la mujer engorda en el periodo del embarazo, quedando un poco flácida después de que nace el niño, teniendo así las medidas que se detallan en la Tabla 1 del anexo 3, que sirven para realizar los trazos básicos para los patrones de los modelos Angie, Jacky, Jany.

5.2.1.1. TRAZO DIRECTO DE ESPALDA

Se toma la tela por el doblez, margen superior de 2 cm. y fijamos el punto 1. Del punto 1 hacia abajo aplicamos la medida de talle de espalda y fijamos el punto 2 y trazamos líneas horizontales. Del punto 1 hacia abajo aplicamos la medida de largo del escote, el cual para la parte de atrás siempre será de 2 cm. y fijamos el punto 3.

Del punto 1 sobre la parte superior aplicamos la medida de ancho de escote (6 o 7 cm.) y fijamos el punto 4; unimos con curva suave el punto 4 con el 3.

Del punto 1 sobre el margen superior aplicamos la mitad de la medida de espalda y fijamos el punto 5, trazamos línea vertical hasta la mitad del trazo.

Del punto 5 hacia abajo aplicamos la medida de declive de hombro (2 o 3 cm.), fijamos el punto 6 y unimos con línea recta el punto 4 con el 6.

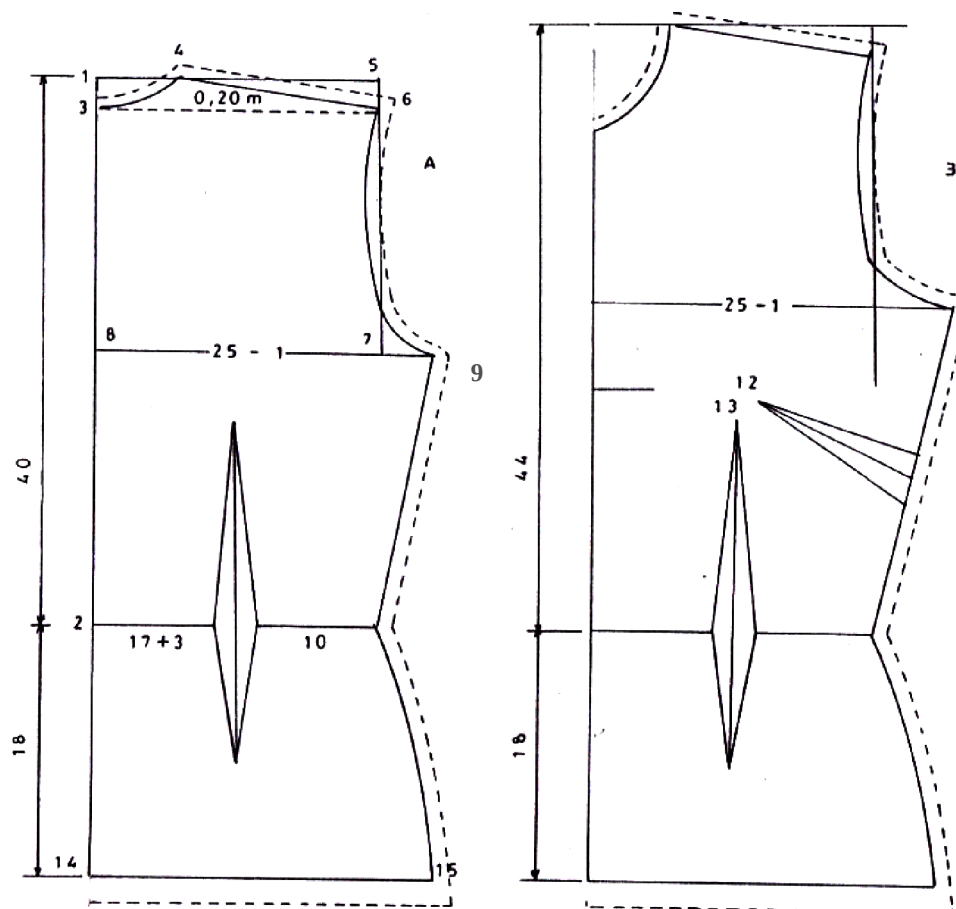
Del punto 6 hacia abajo aplicamos la medida de sisa fijándose el punto 7, trazamos líneas horizontales y fijamos el punto 8, y sobre la línea del pecho aplicamos $\frac{1}{4}$ de la medida de ancho de busto sobre la parte de la espalda y fijamos el punto 9.

Para formar la sisa buscamos la mitad entre el punto 6 y 7 fijamos un asterisco, frente al asterisco entramos un cm.; del punto 7 subimos 2 o 3cm. y formamos la sisa desde el punto 6 con semicurva suave hacia abajo que pase por el cm. que se entró y por los 3cm. que se subieron hasta llegar al punto 9.

Del punto 2 y sobre la línea de la cintura aplicamos la cuarta parte del contorno de cintura y fijamos el punto 10 (Si el modelo lo exige la blusa llevará pinzas para lo cual se aumentan 3 cm. para consumo de pinzas y se fija el punto 11). Unimos con línea recta el punto 9 con el 11. Del punto 2 hacia abajo aplicamos la medida de altura de cadera y fijamos el punto 14 y trazamos línea horizontal (esta será la línea de contorno de cadera).

Del punto 14 y sobre la línea de contorno de cadera aplicamos la cuarta del contorno de cadera y fijamos el punto 15; Unimos con la regla de semicurva de cadera el punto 11 con el 15.

Para hacer la pinza buscamos la mitad entre el punto 2 y el punto 11 y fijamos asterisco, a lado y lado del asterisco aplicamos 1,5cm. y formamos la pinza prolongándola hacia arriba hasta faltando 5cm. para llegar a la línea de contorno de busto, y hacia abajo hasta faltando 8cm. para llegar a la línea de contorno de cadera. Ver gráfico 5-1-A.

TRAZO DE ESPALDA A TRAZO DELANTERO B**Gráfico 5-1: Medidas en Patrón Base****5.2.1.2. TRAZO DIRECTO DELANTERO**

Tomamos la tela por el doblez, margen superior de 2cm. fijamos el punto 1; del punto 1 hacia abajo desarrollamos la blusa básica parte delantera de la misma forma que la parte de atrás, aplicando las medidas correspondientes a la parte delantera (talle delantero más largo que el de espalda) y teniendo en cuenta que para hacer las pinzas realizamos el siguiente procedimiento:

Del punto 1 hacia abajo aplicamos la medida de altura de pinzas, fijamos el punto 12, frente al punto 12 aplicamos la mitad de la medida de separación de pinzas, fijamos el punto 13, buscamos la mitad entre el punto 2 y el punto 11 y fijamos asterisco,

aplicamos 1.5 cm. a lado y lado y formamos la pinza prolongándola hacia arriba hasta faltarnos 2 cm. para llegar al punto 13 y hacia abajo hasta faltando 8 cm. para llegar a la línea de contorno de cadera. Para formar la pinza de costado buscamos la mitad entre el punto 9 y el punto 11 fijamos asterisco; a lado y lado del asterisco aplicamos equitativamente la diferencia de los talles y formamos la pinza prolongándola hasta faltando 2 cm. para llegar al punto 13. Ver Gráfico 5-1-B

5.2.1.3. MANGAS

Para nuestro propósito se usarán solo 2 tipos de mangas en los modelos Angie y Jacky; que serán las mangas básicas (Mangas largas y cortas) ver gráfico 5-2. Las medidas a usarse en las mangas de los modelos en mención se aprecian en la Tabla 2 del anexo 3.

MANGA LARGA MANGA CORTA

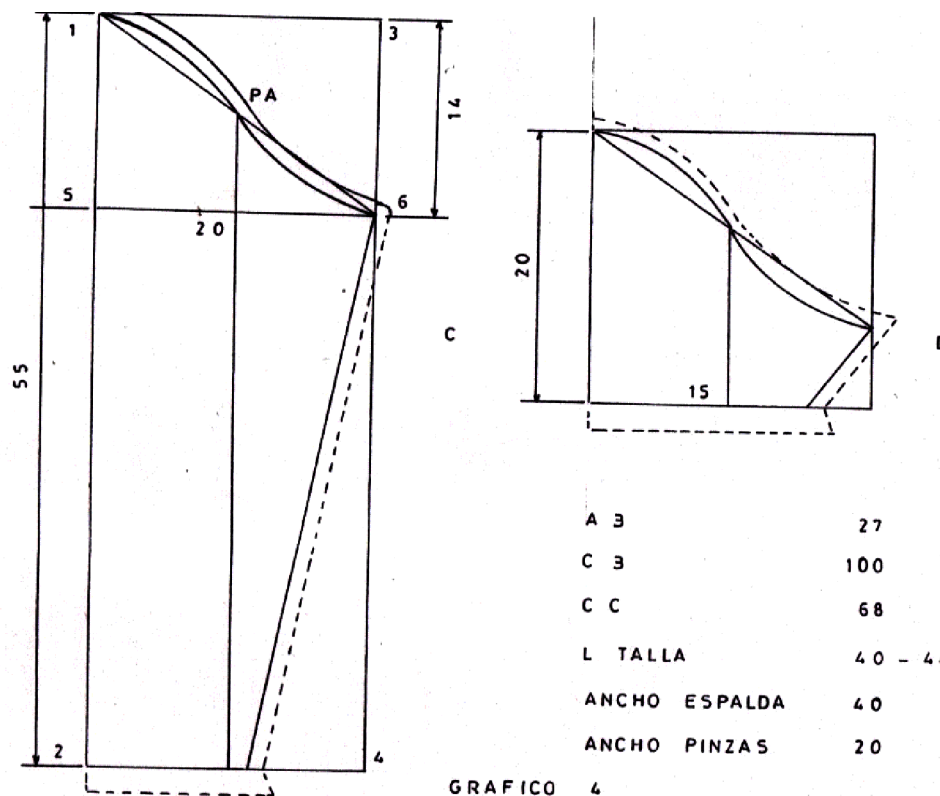


Gráfico 5-2: Medidas de Mangas en Patrón Base

5.2.1.4. TRAZO DE MANGA LARGA

Se toma la tela por el doblez margen superior de 2 cm. fijamos el punto 1. del punto 1 hacia abajo aplicamos la medida de largo de manga, fijamos el punto 2 y trazamos línea horizontal; de los puntos 1 y 2 hacia adentro aplicamos la medida de ancho de manga y fijamos los puntos 3 y 4 y los unimos con línea recta.

De los puntos 1 y 3 hacia abajo aplicamos la medida de declive de cabeza de manga (≈ 14 cm.) fijamos los puntos 5 y 6, unimos con línea recta el punto 5 con el 6 y el punto 6 con el punto 1. Buscamos la mitad entre los puntos 5 y 6, y entre los puntos 2 y 4 y fijamos asteriscos.

Unimos con línea recta los asteriscos hasta que se intercepten con la recta 1-6 y fijamos el punto A. Unimos con semicurva suave hacia arriba el punto 1 con el punto A y con semicurva suave hacia abajo el punto A con el punto 6.

Del punto 2 hacia dentro aplicamos la mitad de contorno de puño, fijamos el punto 7 y unimos con línea recta el punto 7 con el punto 6.

Damos 1 cm. de ensanche de costura por encima de la cabeza de manga, 1 cm. por el costado y 2 cm. por debajo de la línea de puño.

5.2.1.5. TRAZO DE MANGA CORTA

Trazar la manga básica corta implica realizar el mismo procedimiento que la manga básica larga, teniendo en cuenta que el largo de manga será de 20 cm. y que se aplicará la mitad de la medida del contorno de brazo. Ver gráfico 5.2.

5.2.1.6. PATRONES DE LOS MODELOS ANGIE, JACKY Y JANY

Todos los patrones han sido elaborados a escala, con consumo de telas reales y que han sido tomadas por el doblez.

Para realizar el patrón del Modelo Angie, se realiza el trazo de la blusa básica (que también sirve para la blusa interior) se traza el cuello y se le realiza los cortes para pegar los cierres. Ver Gráfico 5-3

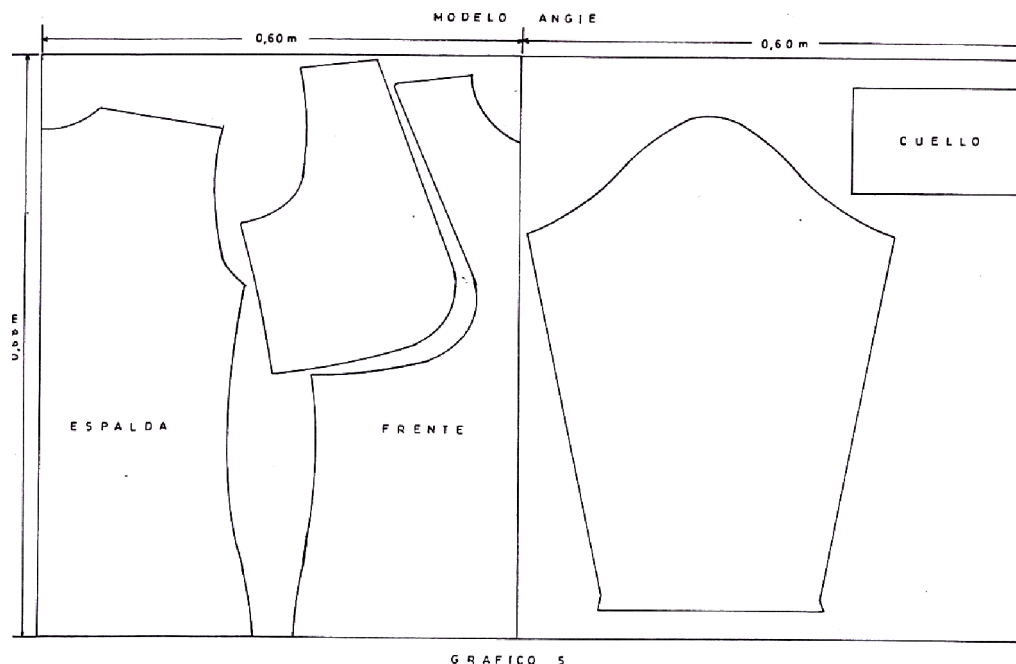


Gráfico 5-3: Medidas Modelo Angie.

Para el modelo Jacky, se realiza el trazo de la blusa básica, se le hace dos orificios a la misma altura de los pezones y se procede con el trazo del cuello, las mangas cortas y el bolsillo. Ver Gráfico 5-4.

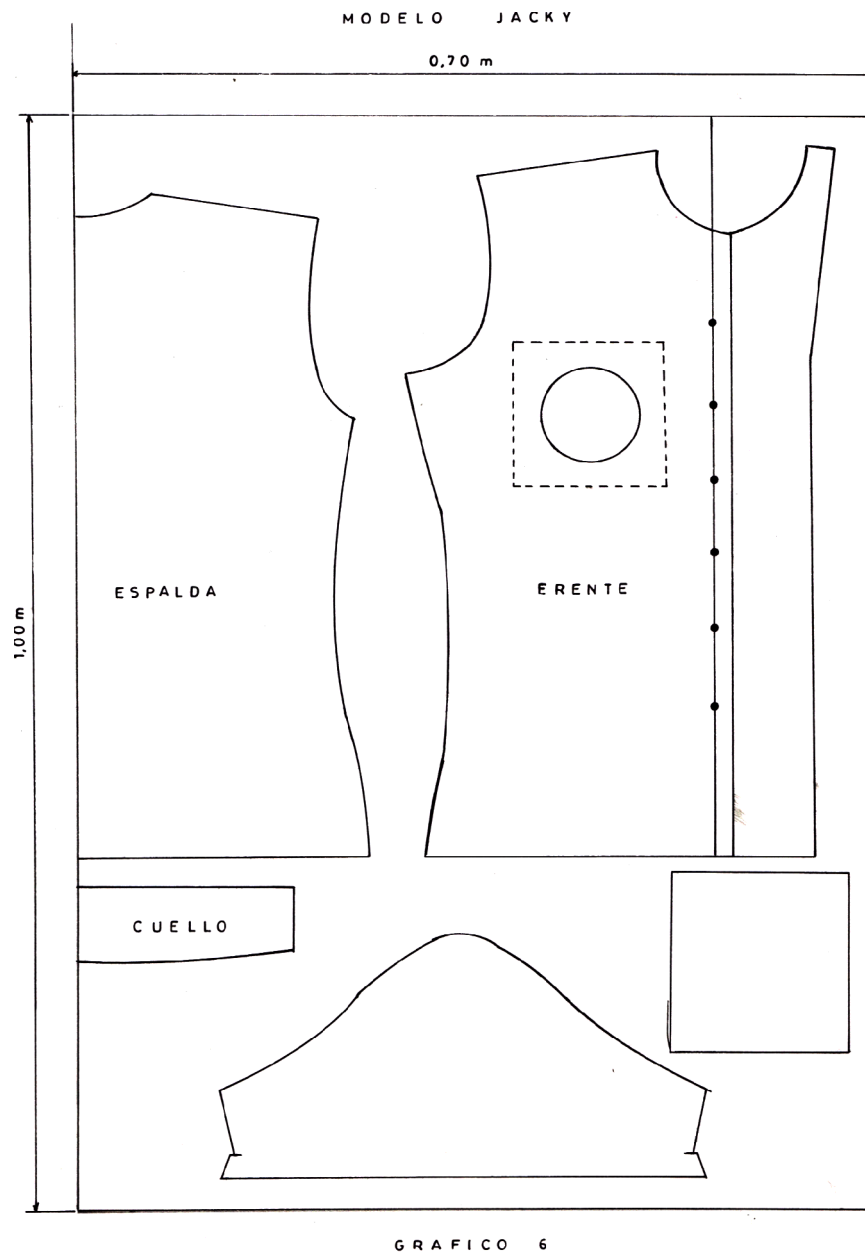


Gráfico 5-4: Medidas Modelo Jacky

Para el modelo Jany, también se usa como guía el patrón base, pero, se realizan algunas modificaciones para realizar el drapeado sobre el busto. Ver Gráfico 5-5

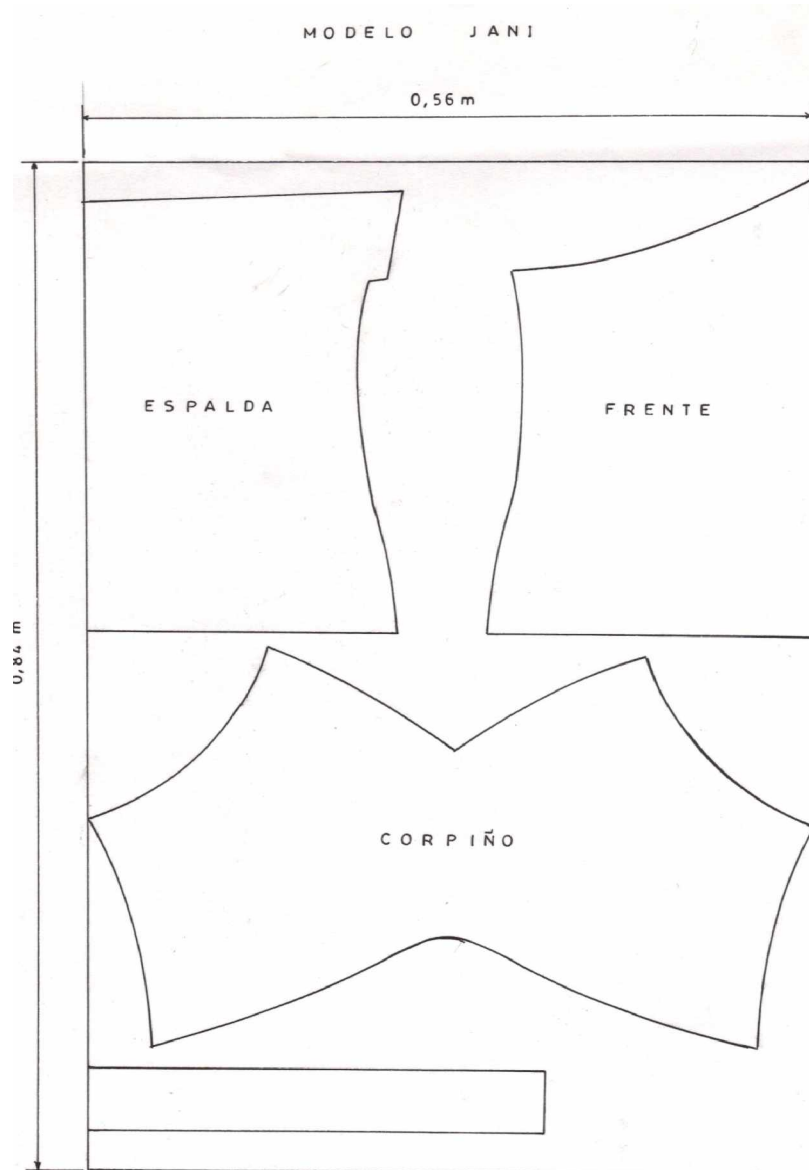


Gráfico 5-5: Medidas Modelo Jany

5.2.2. MATERIA PRIMA REQUERIDA

Para calcular la cantidad de materia prima para un pedido determinado, lo primero que debemos de hacer es cuantificar el material requerido para elaborar una unidad.

§ MATERIAL NECESARIO PARA LA CONFECCIÓN DEL MODELO ANGIE

Para confeccionar el modelo Angie se necesitará 0,75 metros de tela, un hilo y dos cierres, tal como se observa en la tabla 1 del anexo 4, en la misma tabla se aprecia que para elaborar las 15 docenas de blusas se necesitará 135 metros de tela, 180 hilos y 360 cierres.

§ MATERIAL NECESARIO PARA LA CONFECCIÓN DEL MODELO JACKY

Para elaborar el modelo Jacky se necesitará 0.75 metros de tela, 1 hilo, 0.60 metros de belcro y 6 botones; necesitando para elaborar las 15 docenas de 135 metros de tela, 180 hilos, 108 metros de belcro y 1 080 botones, tal como se aprecia en la tabla 2 anexo 4.

§ MATERIAL NECESARIO PARA LA CONFECCIÓN DEL MODELO JANY

Para fabricar una blusa del modelo Jany se necesitará de 0.75 metros de tela, 1 hilo y 0.50 metros de belcro como se observa en la tabla 3 del anexo 4, agregando además la cantidad que se necesita para confeccionar 15 docenas.

5.2.3. DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO Y DIAGRAMA DE OPERACIONES EN DISEÑO Y CONFECCIÓN

El local tendrá tres secciones bien distribuidas una estará formada por la recepción de pedidos y la gerencia, la segunda sección será la boutique y la tercera sección estará compuesta por el taller y la bodega tanto de materia prima como de productos terminados. Ver gráfico 5-1

SECCIÓN 1

El local tendrá una puerta principal que servirá de ingreso para el personal que laborara en el taller, en el costado derecho del local estará ubicada la oficina de gerencia mientras que en costado izquierdo se encontrara la mesa de recepción de pedidos; la recepcionista se encargara de la toma de pedidos y la atención al publico en la boutique.

SECCIÓN 2

Área destinada para la boutique en donde se exhibirán las prendas de vestir que estarán disponibles para todo el público.

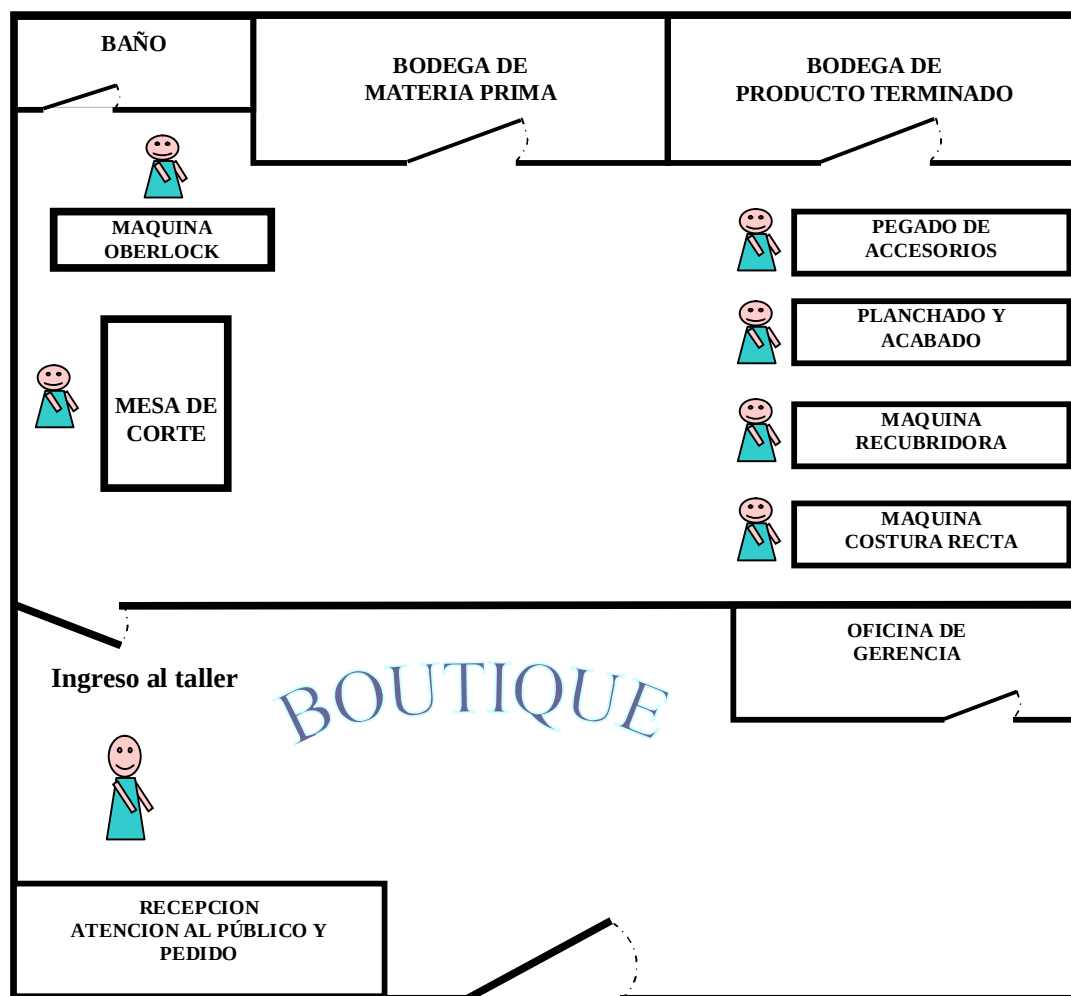
SECCIÓN 3

Esta sección estará conformada por las siguientes áreas de trabajo:

Área 1 : Sección de cortado que lo hará una sola persona.

Área 2 : Sección de maquinas (overlock, costura recta y recubridora) y acabado (pegado de accesorios y planchado), en este proceso laboraran 4 personas.

Área 3 : Sección de bodega de materia prima y producto terminado.

DISTRIBUCION DEL ESPACIO EN EL ÁREA DE TRABAJO**Gráfico 5-6: Distribución de espacios en el área de trabajo****5.2.4. FLUJOGRAMA DE OPERACIONES EN EL DISEÑO Y CONFECCIÓN DE BLUSAS**

En este flujograma se observa que el proceso de operaciones inicia con el diseño de las blusas post-parto que para nuestro caso serán los modelos Angie, Jacky y Jany, seguido de la compra de la materia prima que será el algodón y sus derivados, a continuación se elaborarán los diferentes moldes por tallas, luego se traza los moldes en las telas para de inmediato cortar las piezas, después se confeccionan las prendas, además de pegar las etiquetas, para finalmente pegar los accesorios.

Una vez terminada la blusa se procede con el acabado a mano comenzando con el planchado de la pieza, siguiendo con el empacado de las blusas post-parto, para obtener nuestro producto terminado.

FLUJOGRAMA DE OPERACIONES EN DISEÑO Y CONFECCION

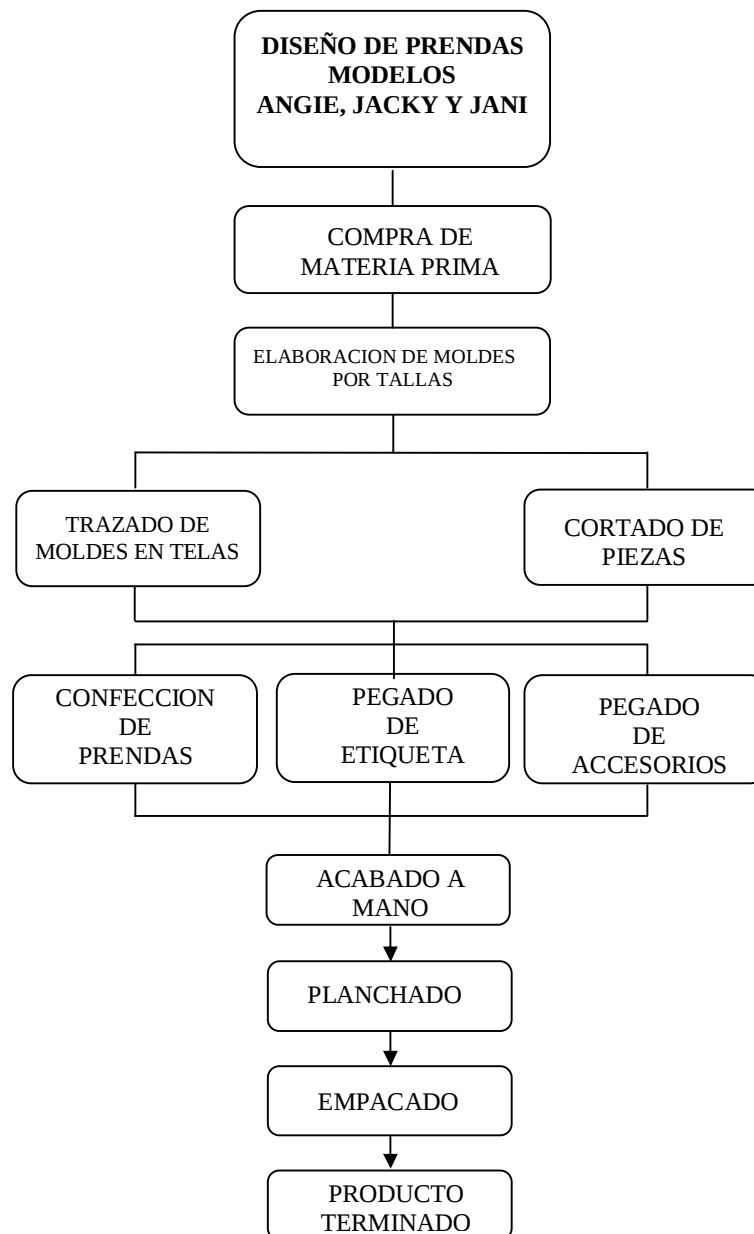


Gráfico 5-7: Flujograma de Operaciones en el diseño y confección de blusas.

5.2.5. INVERSIÓN EN OBRAS FÍSICAS Y EQUIPAMIENTO

Para la inversión en la obra física debemos de detallar que contamos con un local que pertenece a uno de los integrantes de este proyecto, pero que debemos de realizar ciertas adecuaciones que permitirá funcionar de la forma más adecuada posible.

En cuanto al equipamiento necesitaremos de una máquina overlock, una máquina recubridora, dos máquinas de costura recta, una plancha y una mesa de corte, cuyos valores se detallan en la tabla 1 del anexo 5.

Dentro de la realización de nuestro proyecto se ha considerado otros materiales que también son utilizados en el proceso productivo. Ver tabla 2 del anexo 5.

5.2.6. BALANCE DE PERSONAL

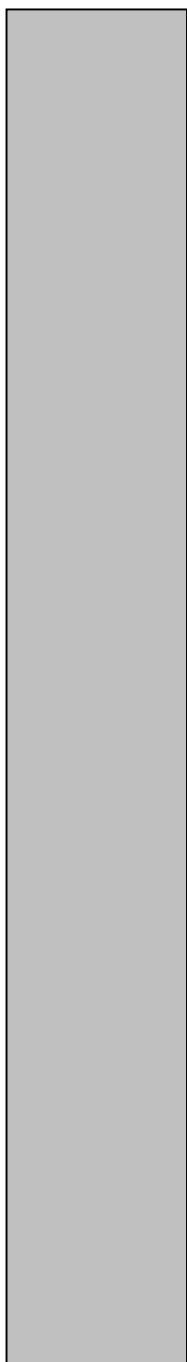
Al ser las blusas post-parto una prenda de vestir que será exhibida en todo momento, esta deberá de ser confeccionada con los mejores estándares de calidad, para este propósito se contratara al personal más idóneo para realizar esta tarea, esto significa que en nuestro taller contrataremos a los mejores modistas, específicamente aquellas que se hayan incorporado en los centros artesanales de la península de Santa Elena y que tenga experiencia laboral, esta será nuestra mano de obra directa, para lo cual necesitaremos 5 obreras.

Una de ellas estará a cargo del cortado que como se puede apreciar en el gráfico No. 5.1 estará en el área 1, dos estarán ubicadas en el área 2 con las máquinas de coser de costura recta.

Dentro de los costos de mano de obra son considerados: la mano de obra directa y la indirecta como se observa en la Tabla 1 del anexo 6.

Hay que considerar que la mano de obra indirecta es muy importante como lo es la recepcionista, a pesar de no intervenir en forma directa en el proceso de producción, ella

se encarga de receptar todos los pedidos que se realicen a la empresa, además de la atención personalizada a las futuras clientes.



CAPÍTULO VI
**ANÁLISIS ADMINISTRATIVO
Y LEGAL**

6. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO Y LEGAL

6.1. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

La empresa **SCRUPLES** tendrá una estructura sencilla, de tal manera que se pueda realizar cambios cuando la misma lo necesite.

SCRUPLES se constituirá como una compañía limitada, conformada por los integrantes de este proyecto. La Gerencia General estará muy bien representada por uno de sus miembros.

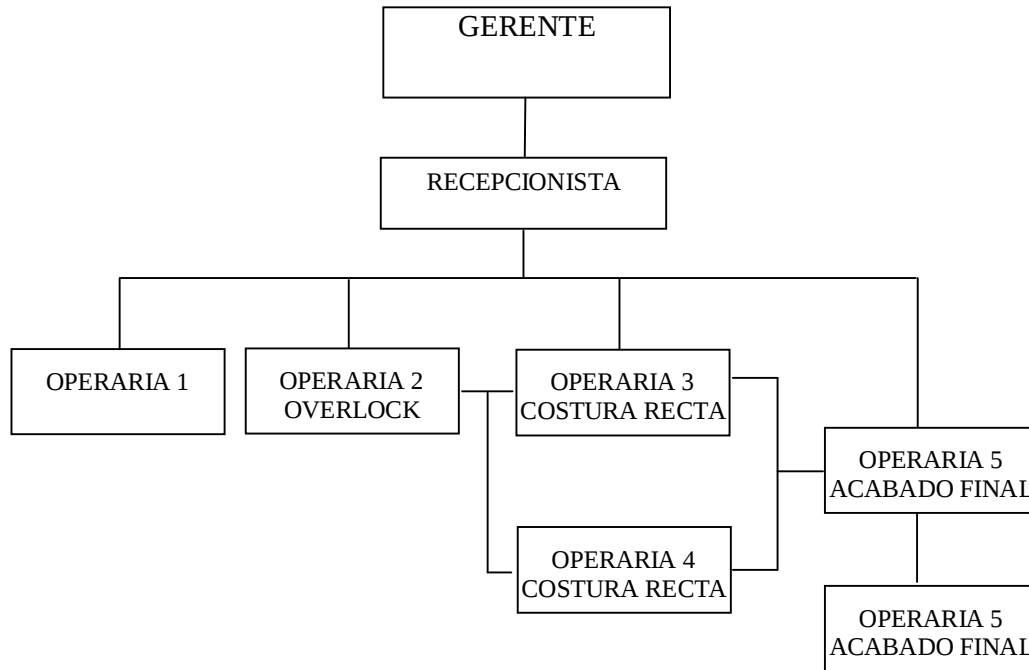
El **gerente general** tendrá la función de administrar la empresa, buscar el financiamiento que necesite la misma, representar legalmente a la empresa ante todos los organismos de control como superintendencia de compañías, bancos, servicio de rentas internas, proveedores y otros; presentar mensualmente los estados financieros a los socios accionistas, realizar estudios de marketing, controlar y supervisar las ventas que realice la empresa y finalmente controlar las inversiones futuras que realice la misma.

La **secretaria-recepcionista** se encargará de la toma y entrega de pedidos, y de la atención personalizada a cada cliente.

La empresa contará con el recurso humano que se detalla en el gráfico, estos trabajarán de lunes a viernes en jornadas de 8 horas diarias.

Recurso humano necesario para el funcionamiento de la empresa SCRUPLES

Gráfico 6-1.

FLUJOGRAMA DEL RECURSO HUMANO DE LA EMPRESA**Gráfico 6.1. Flujograma del Recurso Humano de la empresa**

Cabe recalcar que nuestra empresa tendrá **políticas internas** como:

- § Evaluación en el desempeño de las diferentes obreras en base al trabajo terminado con los estándares de calidad establecidos, para esto se llevará un registro semanal y mensual de la operaria.
- § Capacitaciones entre una a dos veces por año.
- § Se realizarán reuniones cada penúltimo día laborable del mes, con la secretaria y todas las obreras, para establecer metas para el siguiente mes.

6.2. ANÁLISIS LEGAL

Una vez que se ha desarrollado exitosamente el proyecto, se da inicio al proceso legal para así formalizar nuestras actividades como persona jurídica.

SCRUPLES es una empresa que se encargará de diseñar, confeccionar y comercializar blusas post-parto, para satisfacer la necesidad de ocultar los senos, que sienten las madres en el momento de dar de lactar a sus niños conservando así, su pudor.

La empresa será una Compañía Limitada con entidad jurídica independiente. El personal ejecutivo estará formado por sus tres accionistas, los mismos que tendrán equidad en acciones, y de entre los cuales se elegirá al Gerente General que durará en sus funciones un año. Los requisitos para la constitución de una compañía se detallan en el anexo 7.

Las características de nuestra compañía serán las siguientes:

- § Funcionará con capital propio integrado por las aportaciones de tres socios.
- § El capital estará dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles.
- § Los socios responderán exclusivamente por sus aportaciones al patrimonio social.
- § En el momento de su constitución estará integrado por tres socios.

Dentro del proceso de constitución de la compañía existen pasos legales que se deben de cumplir, para ello debemos de realizar un análisis, detallado en el gráfico 6-2

6.2.1. PROCESO DE CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA

Para iniciar el trámite de constitución de una compañía se requiere contar con el patrocinio de un abogado que este afiliado al colegio de abogados de la Península de Santa Elena, a continuación se elaborará una carta dirigida al intendente de compañías con domicilio en el cantón La Libertad, una vez emitida la correspondiente carta de aprobación con el futuro nombre de la compañía se acude al banco del Pacífico para abrir la cuenta, para ello se debe adjuntar una solicitud donde se detalla la nomina de los accionistas y el valor aportado por cada uno de nosotros, nombre de la compañía que ha

sido aprobada, además de las copias de la cedula de identidad y los certificados de votación de cada accionista; y lo hacemos en dicha entidad bancaria por que tiene triple AAA que significa que es un banco solvente.

Próximo se elabora ante un notario la escritura pública, (ver anexo 8); en el se detalla como está elaborada la escritura pública, además de tener en cuenta los siguientes pasos:

- a.- Elaboración y revisión de la minuta por parte del abogado y de los accionistas.
- b.- Presentación al notario de la minuta para su posterior elevación a escritura pública.
- c.- Elevada a escritura pública se presentan los accionistas para la firma del contrato.
- d.- Cierre y entrega de 5 testimonios de la escritura de constitución.

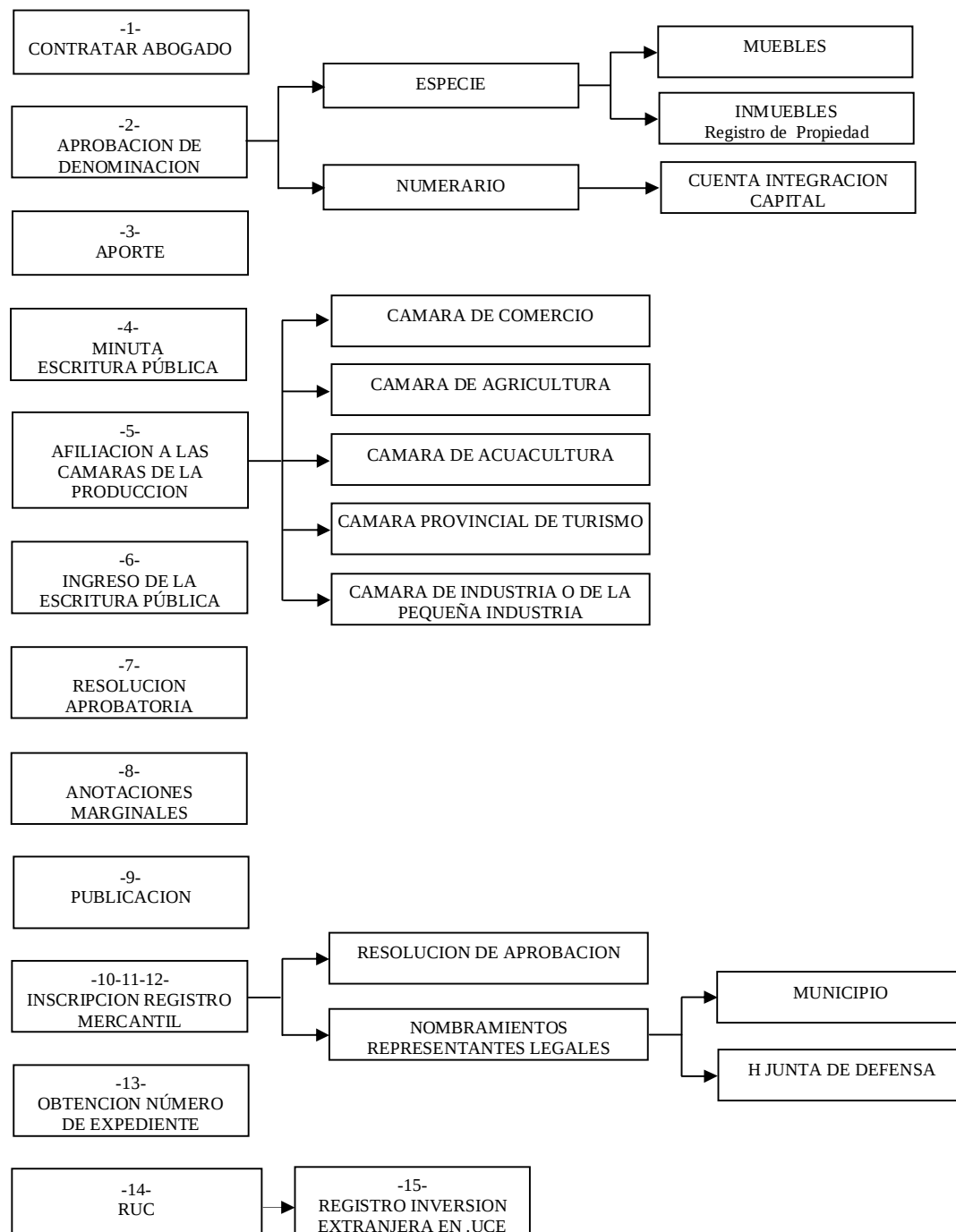
Con la escritura pública se procede a la superintendencia de compañías para su correspondiente aprobación, presentando una carta indicando el ingreso de los documentos con firma del abogado, número de registro, como el certificado de votación, además de presentar cuatro testimonios de la escritura pública que incluyen copia de la aprobación de denominación, copia de la cuenta de integración de capital y certificados de afiliación.

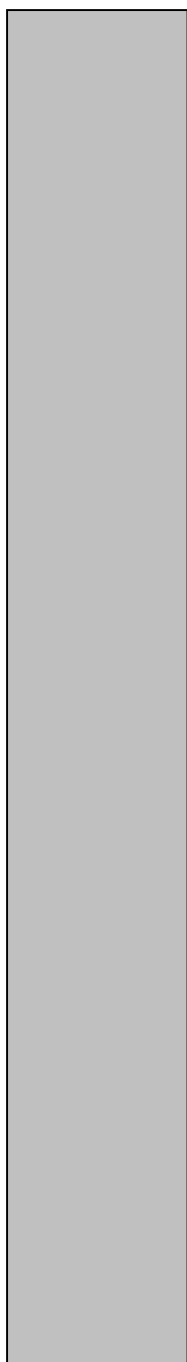
Con la escritura y sus testimonios, como la resolución deben ser protocolizadas ante el notario.

Realizado todo lo anteriormente escrito se publicará en uno de los diarios de mayor circulación un extracto de la resolución, a continuación se acudirá al Registro Mercantil para inscribir la documentación correspondiente a la creación de la compañía, adjuntando los testimonios de la escritura pública y el certificado de afiliación a la cámara de producción.

La compañía de entre sus accionista deberá de elegir un representante responsable de la actividad de la compañía, con este documento se acudirá al Registro Mercantil y se

solicitará un juego de avisos de pago de tasas al Municipio y a la Junta Nacional de Defensa para proceder a inscribir estos documentos, canceladas las tasas se anexa el nombramiento original y se procede a la inscripción en el Registro mercantil; a continuación se pedirá a la Superintendencia de compañías el número de expediente que servirá para la obtención del RUC que se lo obtendrá en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

PROCESO DE CONSTITUCION DE UNA COMPAÑÍA**Gráfico 6.2. Proceso de constitución de una compañía**



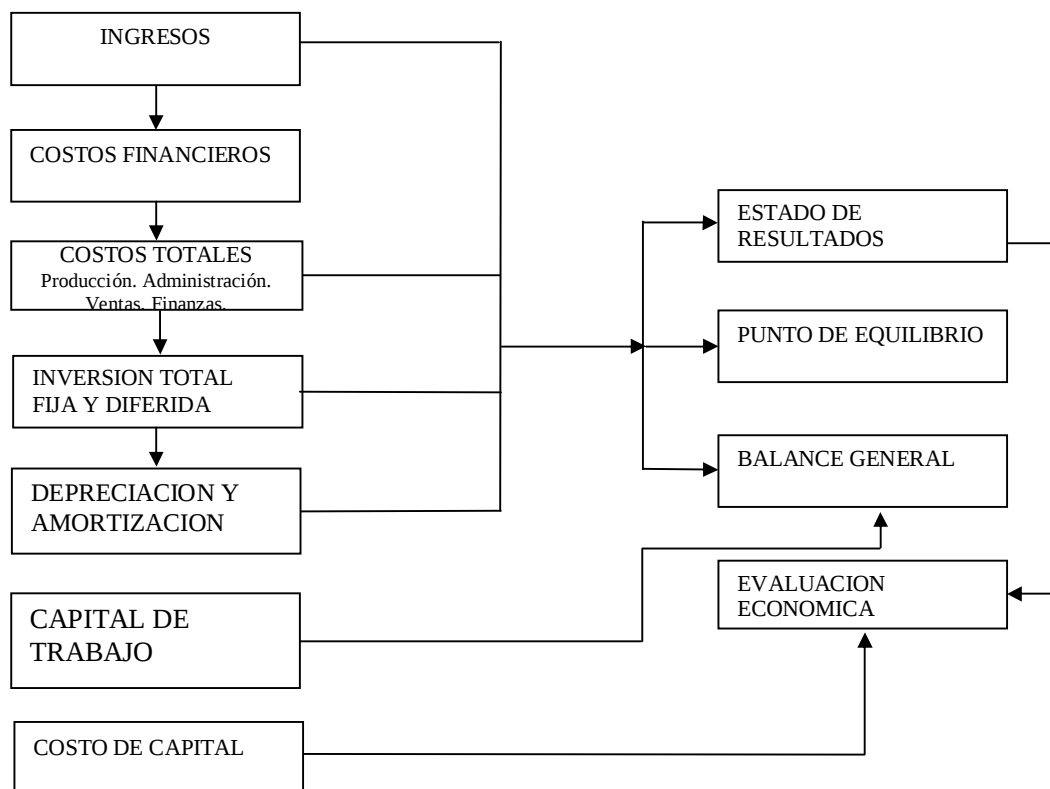
CAPÍTULO VII
**ANÁLISIS ECONÓMICO Y
FINANCIERO**

7. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

7.1. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Determinar las cifras de los recursos económicos empleados para la realización del proyecto de “Evaluación de producción y comercialización de blusas post-parto en la provincia de Santa Elena” donde se incluirán costos de producción, administración, y ventas que son los costos totales de operación del taller y otros puntos que nos permiten conocer la evaluación económica de nuestra empresa.

Se ha detallado de la mejor forma los ingresos y egresos para lo cual se ha realizado un análisis de inversiones , una proyección de ventas a 5 años con el incremento anual del 3%, estimando los costos que se podría incurrir para la implementación del proyecto “**SCRUPLES**”. Por lo que para realizar nuestro trabajo se ha estructurado de la siguiente manera el estudio técnico, como se detalla en el Gráfico 7-1

ESTRUCTURA DEL ESTUDIO ECONÓMICO**Gráfico 7.1. Flujograma del Estudio Económico****7.1.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Para realizar el proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto es necesario conocer los costos de producción que están representados en la tabla 1 del anexo 9, apreciamos los rubros para la compra de la materia prima, la cancelación de la mano de obra directa, la adquisición de otros materiales, el pago anual de la energía eléctrica, la compra anual del agua, el desembolso por la compra de los empaques, la cancelación de la mano de obra indirecta, además del mantenimiento que se realizará en las maquinarias, para finalmente depreciarla de acuerdo a su vida útil

En la tabla 2 del anexo 9, se observa que para confeccionar 45 docenas de blusas post-parto se requiere mensualmente la cantidad de \$ **1,787.40** por concepto de materia prima, teniendo como resultado un total anual de \$ **21,448.80**, valor que estará repartido para la compra de telas, hilos, cierres, belcro, elástico y botones.

Dentro de los costos de mano de obra se ha considerado la mano de obra directa que es la que interviene en el proceso de producción, que para nuestro caso serán las modistas que anualmente tendrán un sueldo de \$ **17,658.00**, donde se incluyen el sueldo básico junto con las respectivas bonificaciones estipuladas por el código de trabajo y la indirecta que será la secretaria recepcionista con un salario de \$ **4,050.00** con sus respectivos beneficios. Observe la tabla 1 del anexo 6.

En la adquisición de otros materiales que serán parte del proceso productivo como juegos de reglas, tijeras, corta hilos, cinta métrica, alfileres, agujas para las máquinas de coser y de mano, libreta para anotar las medidas, cartulina para realizar los moldes, las tizas para realizar los trazos en la tela y la tabla de planchar, como se detallan en la tabla 2 del anexo 5, se invertirá la cantidad \$ **314.10** anualmente.

En la tabla 3 del anexo 9, se puede determinar que por las fundas de empaque se invertirá un monto de \$ **288.00**, las fundas servirán para distribuir el producto y así ser entregadas a las clientes.

Al ser nuestra empresa de producción de blusas, donde parte de su infraestructura esta constituida por las máquinas, uno de los rubros que se debe de considerar es el de energía eléctrica, por este concepto anualmente se invertirá la cantidad de \$ **661.44**, como se detalla en la tabla 4 del anexo 9.

En la tabla 5 del anexo 9, se desglosa que por concepto de agua la futura empresa gastará \$ **126.00**.

El activo fijo de producción que se desglosa en la tabla 6 del anexo 9, que corresponde al costo de la maquinaria, invirtiéndose en el primer año \$ **2,100.00**, y por costo de

mantenimiento y servicio técnico de la misma se invertirá el 3% del costo de las máquinas, teniendo como resultado la cantidad de **\$ 756.00** anualmente.

En la tabla 7 del anexo 9, se desglosa de forma detallada cuanto se invertirá por la depreciación de las maquinarias, equipos de oficinas y otros materiales, que son base fundamental para el desarrollo de la empresa de confección de blusas post-parto. Por este concepto se invertirá la cantidad de **\$ 761.42**.

7.1.2. FINANCIAMIENTO

El proyecto para la evaluación de la producción y comercialización de blusas post-parto requiere de una inversión inicial de **\$ 11,100.00**, para lo cual cada accionista aportará la cantidad de **\$ 3,700.00**, que es el monto total que se requiere para iniciar nuestras operaciones tal como se detalla en la tabla 1 del anexo 10.

Así para realizar el financiamiento de nuestra futura empresa se ha considerado primeramente determinar el activo fijo de producción cuyo costo total será de **\$ 2010,38** que incluye los costos por transporte, estos valores (Cotizados en Créditos Económicos) se detallan en la tabla 1 del anexo 5.

Para el funcionamiento de nuestra empresa se necesitará equipos y muebles de oficinas que se detallan en la tabla 2 del anexo 10, invirtiéndose por este concepto la cantidad de **\$ 829.50**; los equipos fueron cotizados en Cyber Cocoa que está ubicada en el barrio Kennedy, las sillas se cotizaron en el Mega Center Phica, el escritorio se cotizó en mueblería Edison, todos estos valores se tasaron en el Cantón La Libertad, finalmente los exhibidores se evaluaron en la ciudad de Guayaquil.

Para la realización de nuestro proyecto no se invertirá dinero en la compra de edificios, debido a que se cuenta con un local, el mismo que será alquilado por un valor de **\$80.00** mensuales con dos meses de garantía. Por este concepto anualmente se desembolsara la cantidad de **\$ 1,120.00**. Observe la tabla 3 anexo 10.

Por concepto de activos diferidos que son todos los activos intangibles necesarios para que funcione nuestra empresa se invertirá la cantidad de \$ **1,389.27**; desglosados de la sumatoria de los valores de activos de producción, muebles de oficina y local comercial detallados en la tabla 4 anexo 10; se consideró el 3% para la etapa de planeación, para ingeniería el 3.5%, para la supervisión el 1.5%, para la administración el 5% y para gastos de constitución el 20% del activo de producción, equipos de oficina y local comercial. Ver tabla 5 anexo 10.

Así la inversión total en activos fijos y diferidos anualmente será de \$ **5,616.61**, tomando en cuenta que se debe de agregar un 5% por imprevistos. Obsérvese la tabla 6 anexo 10.

7.1.3. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es la inversión complementaria líquida que los accionistas del proyecto debemos de realizar, que para nuestro caso será de \$ **11,100.00**, porque para comenzar el primer mes de trabajo se necesita la cantidad de \$ **10,388.05**, tal como se observa en la tabla 1 anexo 10.

7.1.3.1. ACTIVO CORRIENTE

Para calcular el activo corriente contamos con el capital de aportación de cada socio de \$ **3,700.00**, quedando un total de \$ **11,100.00**, para comenzar nuestra producción en el primer mes necesitamos la cantidad de \$ **10,388.05**, como se observa en tabla 1 anexo 10. Allí se obtiene el valor mensual de los costos de producción, activos fijos de producción, equipo de oficina, local comercial, activo diferido, imprevisto, costos administrativos y los costos de ventas, tomando en consideración que la depreciación no se la toma en forma mensual sino que la misma es anual.

Por cobro inicial de las ventas mensuales tenemos un 30% (Ver políticas de cobro), que nos da un valor de \$ **1,944.00**, tomando en cuenta que la producción del primer mes se

venderá a partir del segundo mes y así sucesivamente, esto nos da una venta total en 11 meses de **\$ 71,280.00**, como se recauda el 30%, tenemos **\$ 21,384.00**.

Se asume entonces que el activo en caja es de **\$ 32,484.00**, donde se incluye el valor total del ingreso anual por concepto de ventas en efectivo más los **\$ 11,100.00**, por concepto de aportación de cada socio.

En cuanto se refiere a las cuentas por cobrar tenemos el 70% de ventas mensuales, debido a que esto se deja a crédito y se cobra el siguiente mes, por este concepto tenemos un valor de **\$ 4,536.00**, anualmente tendremos en cuentas por cobrar **\$ 49,896.00**.

Por inventario tenemos **\$ 1,787.40** para producir en un mes en materia prima, con lo que nos da anualmente el valor de **\$ 21,448.80**.

Tomando en cuenta lo que se tiene en caja, con las cuentas por cobrar y el inventario, el activo corriente será de **\$ 103,828.80** como se aprecia en la tabla 1 del anexo 11.

7.1.3.2. ACTIVO NO CORRIENTE

Para establecer el activo no corriente se ha considerado el valor de los equipos de producción, equipos de oficina y terrenos que no se detalla debido a que se va a alquilar el local comercial, como se aprecia en la tabla 2 anexo 11, se tiene un subtotal de **\$2,839.88**, al mismo que hay que agregarle el activo diferido para así obtener el valor total por activos no corrientes que será de **\$ 4,221.15**.

7.1.3.3. ACTIVOS TOTALES

Los activos totales están determinados por la suma algebraica del activo corriente y no corriente como se detalla en la tabla 3 anexo 11, donde resulta un valor de **\$ 108,057.95**.

7.1.3.4. POLÍTICAS DE COBRO Y EXISTENCIA

Se ha establecido como políticas de cobro para la empresa **SCRUPLES** se cancele un pago inicial del 30% del valor de las blusas post-parto y el 70% restante se hará a crédito con un mes de plazo para cancelar el saldo.

7.1.4. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

Dentro de los costos de administración se ha considerado el sueldo del gerente (Que será uno de los socios), con un salario de \$ **500.00** más beneficios sociales, desglosando por este concepto anualmente la cantidad de \$ **8,100.00** y por gastos de papelería \$ **120.00**, teniendo un total de \$ **8,220.00** por costos de administración como se observa en la tabla 1 anexo 12

Se considera además un incremento anual de un **3%** para costos administrativos como se observa en el estado de pérdidas y ganancias.

7.1.5. COSTOS DE VENTAS

Para obtener el costo de ventas se ha considerado el incremento del **5%** de las ventas anuales como se aprecia en la tabla 2 anexo 13.

Tomando en consideración que las blusas post-parto se venderán cada una en un valor de \$ **12.00**, anualmente tendremos \$ **77,760.00**, de este valor se distribuirá el 5%, esto quiere decir que por concepto de costos de ventas anualmente se invertirá la cantidad de \$ **3,888.00** distribuido de la siguiente manera, por publicidad se gastará el 80% y el 20% restante para el transporte y otros del costo de venta. Observe en la tabla 2 anexo 13.

Cabe recalcar que los costos de ventas anualmente se incrementarán en un **3%**, como se refleja en el estado de pérdidas y ganancias.

7.1.6. COSTO TOTAL DE OPERACIÓN

Para determinar el costo total de operación se ha tomado en cuenta los costos de producción, los costos administrativos y los costo de ventas anuales por lo que tenemos la cantidad de \$ **62,221.76**; correspondiendo el **80.54%** a los costo de operación el **16.21%** a los costos de administración y el **6.25%** a los costos de ventas.

En la tabla 1 anexo 14, además de señalar el total de los costos de operación se detalla el costo unitario que costaría para producir una blusa post-parto, teniendo como resultado el valor de \$ **9,60**; para determinar el costo unitario de una blusa hemos considerado los costos de producción, administrativos y de ventas, y cada uno de ellos dividirlos para el número de blusas producidas durante un año, tomando en cuenta que cada mes se produce **45** docenas de blusas que nos arrojan un equivalente mensual de **540** blusas, por lo que al final del año tendremos un total de producción de **6,480** piezas.

7.2. PROYECCIONES FINANCIERAS

Se ha considerado realizar una proyección financiera para **5** años, como se puede apreciar en el anexo 15. Tomando en cuenta que las ventas netas se incrementan a partir del segundo año en un **3%** hasta el quinto año; los costos de producción, los gastos de ventas y los administrativos se ha creído conveniente incrementar en un **3%**.

Los gastos de ventas se los aumento en un **3%** por que se realizará una campaña agresiva en los diferentes medios comunicación y difusión de la Península de Santa Elena.

En los gastos administrativos se discutió entre los socios, que estos gastos se incrementen en un **3%** por que el gerente al comenzar con sus operaciones tiene un salario bajo y que cada año debe de ser incrementado de acuerdo a los logros alcanzados.

En cuanto se refiere a los costos de producción se ha tomado en cuenta un **3%** por las políticas económicas adoptadas por nuestro actual presidente que a elevados los aranceles a las importaciones.

La producción generada en el primer año es de **6,480** blusas post-parto que es una producción aceptable para comenzar nuestras actividades; creemos que a partir del segundo año esta producción debe ser aumentada considerando que las madres que dan de lactar han aumentado en un 2.5% debido a la tasa de crecimiento de la provincia de Santa Elena. Además hay que considerar que las madres durante el período de lactancia van a usar más de una blusa.

7.2.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto de acuerdo al anexo 15 que corresponde al estado de pérdidas y ganancias revela que nuestra empresa deja utilidades desde el primer año las mismas que se establecen en **\$9,905.63**, una utilidad de **\$ 10,202.80** en el segundo año, en el tercer año la utilidad equivale a **\$ 10,508.88**, para el cuarto año la utilidad es de **\$ 10,824.15** correspondiendo al último año una utilidad de **\$ 11,148.87**.

Cabe notar que en el anexo 15, se observa que los costos de ventas se han incrementado en un **3%**, de igual manera los costos de producción, los gastos de ventas y los gastos de administración en un **3%** como se explicó anteriormente.

Según el análisis del estado de pérdidas y ganancias este proyecto tiende a ser rentable debido a que cada año tiene un incremento en las utilidades.

7.2.2. FLUJO DE CAJA

Para la realización del flujo de caja tomamos como ejemplo el flujo de caja del manual de elaboración de proyectos de la Cámara de Comercio de la ciudad de Guayaquil.

Como se detalla en el anexo 16 las ventas netas en el primer año es de **\$ 77,760.00**, las mismas que se incrementan en un 3% a partir del segundo año en adelante, lo mismo ocurre con los gastos de administración y los costos de producción, detallando de esta manera el total de egresos operacionales que es de **\$ 58,333.76**.

Para obtener el flujo operacional a las ventas netas les disminuimos el total de egresos operacionales.

En cuanto se refiere a los ingresos operacionales tenemos la aportación de los tres socios con los que se comienza la empresa, el capital de aportación por cada socio es de **\$ 3,700.00**, teniendo un total de **\$ 11,100.00**. En los siguientes años los socios no aportarán con ningún capital.

Dentro de los egresos no operacionales se ha tomado en cuenta el alquiler del local, que a partir del segundo año su valor aumenta en un **25%**, y en el mismo porcentaje los tres años restantes; con relación a equipos y vehículos solo se ha determinado que se invertirá en el primer año, no así los demás años; obteniendo de esta manera el total de los egresos no operacionales que como se aprecia en el flujo de caja nos da un valor de **\$ 2,049.50**.

El flujo no operacional que se obtiene está determinado por la diferencia entre el total de los ingresos no operacionales con el total de los egresos no operacionales, teniendo como resultado la cantidad de **\$ 9,050.50**.

El flujo neto generado se lo obtiene de la sumatoria de flujo operacional con el flujo no operacional, obteniendo como resultado el valor de **\$ 28,476.74**.

En el primer año no se tiene saldo inicial este se considera a partir del segundo año que como se aprecia en el flujo de caja es de **\$ 28,476.74** y de allí en adelante se tomará el saldo final en caja de los años siguientes.

Posteriormente se obtiene el saldo final en caja que resulta de la diferencia del flujo neto generado con el saldo inicial en caja, que, para el primer año será el mismo del flujo neto generado que es de \$ **28,476.74**; a partir del segundo año en adelante esta valor se incrementará tal como se aprecia en el Anexo 16.

De acuerdo al desarrollo del flujo de caja se ha podido determinar que los resultados obtenidos nos demuestran que hay el efectivo necesario al final de cada año para cumplir con cada una de las metas propuestas.

7.2.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para calcular punto de equilibrio hemos considerado la fórmula que nos determina el manual para la elaboración de proyectos de la Cámara de Comercio de Guayaquil, así a los costos fijos totales lo dividimos para uno menos los costos variables totales dividido para el volumen total de ventas; obteniendo de esta manera que el punto de equilibrio cuyo valor es **69,602.44**.

Punto de equilibrio = Costos fijos totales / 1 – (Costos varb. Tot. / Vol. total de ventas)

Punto de equilibrio = 50,113.76 / 1 – (21,448.80 / 77,760.00)

Punto de equilibrio = 50,113.76 / 1 – (0.28)

Punto de equilibrio = 50,113.76 / 0.72

Punto de equilibrio = **69,602.44**

7.3. APLICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Para evaluar el proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto en la Provincia de Santa Elena, se empleo el VAN que viene a ser el Valor Actual Neto, obteniendo como resultado \$ **143,811.84** cifra mayor a cero y por encima del valor inicial invertido lo que nos da a entender que es una excelente inversión; mientras que el TIR, que es la tasa interna de rendimiento se obtiene como resultado el **58%** que por demás es excelente lo que confirma el estado de pérdidas ganancias en cuanto a las utilidades proyectadas.

7.3.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto o VAN se lo determinó en base a la tasa que paga el mercado por una inversión cualquiera; para el análisis del proyecto de evaluación para la producción y comercialización de blusas post-parto se utilizó la tasa de descuento del **10%**.

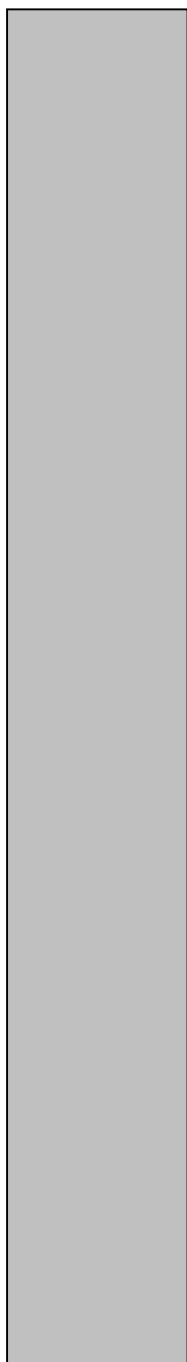
El valor en dólares que resulta de restar la suma de los flujos descontados para nuestro caso será de los cinco primeros años a la inversión inicial, nos da como resultado el valor e **\$ 143,811.84**, siendo el resultado de la fórmula financiera mayor o igual a cero, con lo que se deduce que este proyecto es una buena inversión.

7.3.2. TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR, Tasa Interna de Rendimiento, iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Para sacar la **TIR** se hace necesario tener en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, conocida comúnmente como la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o **TMAR**, la misma que no debe de ser la tasa máxima que ofrecen los bancos por la inversión a plazo fijo, sino que se debe de considerar sumando dos factores, el primero que la ganancia compense los factores inflacionarios y en segundo término, una sobretasa por arriesgar su dinero en la inversión del proyecto **SCRUPLES**.

La tasa máxima que ofrecen los bancos por la inversión a plazo fijo no sobrepasa el 5%, mientras que al realizar este proyecto se lograría obtener el 58% en el TIR, que es una tasa de recuperación sumamente aceptable, lo que se ratifica en el estado de pérdidas y ganancias, representado de esta forma que el proyecto es altamente rentable.



CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

En el contenido de este proyecto se pudo plasmar una simple idea y hacerla madurar hasta convertirla en un proyecto palpable. Para llevarlo a cabo, se realizó un estudio minucioso, que incluyó visitas a clínicas y hospitales de las tres cabeceras cantonales, y consultas de persona a persona para saber el grado de incomodidad que siente la mujer en el momento de dar de lactar en sitios públicos; y saber si era posible la creación de las blusas post-parto para las madres en período de lactancia en la provincia de Santa Elena.

En primera instancia se palpó el problema en aquellas madres que daban de amamantar a sus niños en sitios concurridos, las mismas sentían vergüenza, pero guardaban silencio al no tener una solución inmediata; también se hizo una investigación por los portales del Internet, para obtener información sobre los beneficios e importancia de dar de lactar y otros datos que incluía el proyecto.

Posteriormente se empezó a recolectar información sobre los niños nacidos vivos en los hospitales y clínicas para definir nuestro mercado objetivo, tomando en cuenta que su equivalente es el mismo número de madres que dieron a luz en el 2008, en las cabeceras cantonales; así también la realización de 400 encuestas a las madres en estado de post-parto, con el propósito de darnos una idea clara del comportamiento del mismo.

Y por último se realizó el estudio financiero para analizar la factibilidad del proyecto, que al analizar todos los flujos de efectivo, es decir, las proyecciones financieras efectuadas, demuestran que la tasa de retorno interna del proyecto (TIR) es mayor que la TMAR y además el VAN es mayor a 0 (cero) lo que confirma la factibilidad y viabilidad del proyecto.

8.2. LIMITACIONES DE ESTUDIO

La información referente al estudio de mercado no incluyó a las madres que dieron a luz en las casas y consultorios obstétricos, se basó únicamente al estudio de mercado realizado en los hospitales y clínicas particulares, debido a que una investigación personalizada (de casa en casa), requiere de una buena inversión de tiempo y dinero.

8.3. RECOMENDACIONES

La información obtenida en la investigación de mercado y los estudios financieros realizados, proyectan resultados positivos, que demuestran que este proyecto es viable y económicamente factible.

Por ser una empresa nueva en el mercado, que necesita ser reconocida, se recomienda realizar una campaña agresiva de publicidad, que sirva como catapulta para introducir este producto en el mercado al punto de que las madres que se encuentran en el período de lactancia, conozcan y compren nuestras blusas, obteniendo su fidelidad.

8.4. BIBLIOGRAFÍA

- [1] Método Suárez. Autor Abg. Elvia Mercedes Suárez año 2 000.
- [2] Revista Edición Especial de Maxi Belleza. autor Supermaxi año 2008.
- [3] El Costurero de Estella www.elcostureroestella.org.
- [4] Subproyecto “Mujeres producen su desarrollo, elaboración y confección de prendas de vestir y del hogar, punto de ventas y comercialización” Junio del 2008.
- [5] Maternidad y cuidados del bebé, obra del grupo Oceánico; www.océano.com.
- [6] www.Wikipedia enciclopedia

ANEXOS

ANEXO 1: PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN

**Tabla 1: Distribución de las madres que dieron a luz en los cantones
La Libertad, Salinas y Santa Elena, en el año 2 006, 2 007 y 2 008**

	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Total x Cantón
Cantón La Libertad				
Hospital Alfredo Serrano	1,015	1,026	1,065	
Hospital Alcívar	15	19	20	
Clínica Granados	817	836	840	
Clínica Cadena	122	127	130	
Clínica García	486	509	581	
Clínica Ajoy	14	37	45	
Clínica Metropolitana	51	61	65	
Clínica Virgen del Cisne	432	447	468	
Subtotal por año	2,952	3,062	3,214	9,228
Cantón Salinas				
Hospital de Salinas	1,742	1,749	1,752	
Clínica de la FAE	26	25	28	
Subtotal por año	1,768	1,774	1,780	5,322
Cantón Santa Elena				
Hospital Santa Elena	0	0	0	
Hospital IESS (Ancón)	193	195	199	
Clínica Cristo Redentor	572	587	591	
Subtotal por año	765	782	790	2,337
Total de los tres cantones	5,485	5,618	5,784	16,887

ANEXO 2: DEFINICION DE LA MUESTRA

Tabla 1: Lugares donde se realizaron las encuestas

No	Lugar de Encuesta
1	Hospital de La Libertad “Rafael Serrano”
2	Comercial Buenaventura Moreno – La Libertad
3	Malecón del cantón La Libertad
4	Hospital del cantón Salinas
5	Otros lugares de importancia de La Libertad
6	Cínica “Cristo Redentor “ del cantón Santa Elena
7	Hospital del cantón Santa Elena
8	Hospital Alcívar - La Libertad
9	Otras comunidades de la provincia

Tabla 3: Rango de edades de las encuestadas

	RANGO DE EDADES						
	15-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	TOTAL
Clínica Cristo del Redentor	6	7	8	6	5	1	33
Hospital del Cantón Salinas	9	12	8	7	3	2	41
Hospital de Santa Elena	2	2	11	7	6	2	30
Hospital del Cantón La Libertad	33	19	23	12	7	4	98
Clínica Alcívar	1	3	1	0	2	0	7
Comunidades de la Península de Santa Elena	0	2	3	1	2	0	8
Malecón de La Libertad	15	16	10	4	3	0	48
Otros lugares de La Libertad	8	5	14	6	7	1	41
Centro Comercial Buenaventura Moreno	16	21	30	15	11	1	94
TOTAL	90	87	108	58	46	11	400
Porcentaje	22,5	21,75	27	14,5	11,5	2,75	100

Tabla 1: Resultados de las preguntas de las encuestas

PREGUNTAS																																		
	1		2			3			4			5					6					7				8				9				
INSTITUCIONES	SI	NO	SI	NO	Indiferente	SI	NO	definitivamente no	SI	NO	Desconoce	Sumamente importante	Muy importante	Medianamente importante	Algo importante	Nada importante	Definitivamente compraría	Probablemente compraría	Quizas compraría	Probablemente no compraría	Definitivamente no compraría	Tranquilidad	Comodidad	Bienestar	Todas las anteriores	Serían útiles porque no se verían los senos	Serían fáciles de usar	Serían cómodas y seguras	No opina	\$ 12,00	\$ 13,00	\$ 14,00	\$ 15,00	\$ 16,00
Clinica Cristo del Redentor	16	21	18	7	1	10	1	0	0	27	10	6	19	3	8	1	23	6	5	0	3	9	23	3	2	21	2	6	8	23	9	4	1	0
Hospital del Cantón Salinas	17	24	20	9	0	11	1	0	0	31	10	24	5	4	6	2	23	14	4	0	0	9	21	5	6	31	3	7	0	26	10	3	1	1
Hospital de Santa Elena	11	20	14	7	1	9	0	0	0	23	8	12	10	2	5	2	13	8	7	2	1	7	15	2	7	13	4	8	6	19	9	2	1	0
Hospital del Cantón La Libertad	18	73	44	17	3	26	0	1	0	67	24	53	31	5	2	0	73	14	4	0	0	20	38	16	17	72	10	9	0	53	23	11	2	2
Clinica Alcivar	3	6	5	1	0	3	0	0	0	7	2	6	3	0	0	0	8	1	0	0	0	2	5	0	2	9	0	0	0	3	2	1	2	1
Comunidades de la Península de Santa Elena	4	9	7	1	1	3	1	0	0	9	4	8	5	0	0	0	5	6	2	0	0	3	5	3	2	4	3	2	4	4	3	3	2	1
Malecon de La Libertad	9	38	21	10	2	14	0	0	0	34	13	30	15	2	0	0	29	11	3	0	4	8	22	9	8	25	12	10	0	28	11	6	1	1
Otros lugares de La Libertad	15	26	18	7	3	12	1	0	0	30	11	14	19	2	2	4	23	8	6	0	4	7	18	7	9	20	9	5	7	26	9	6	0	0
Centro Comercial Buenaventura Moreno	29	61	38	20	3	29	0	0	0	64	26	36	39	6	7	2	35	29	21	2	3	12	66	7	5	36	7	13	34	57	19	10	2	2
TOTAL	122	278	185	79	14	117	4	1	0	292	108	189	146	24	30	11	232	97	52	4	15	77	213	52	58	231	50	60	59	239	95	46	12	8
	400		400			400			400			400					400					400				400				400				

ANEXO 3: PROCESO DE LA PRODUCCIÓN

Tabla 1: Medidas del Patrón Base

Medidas del patrón base	cm.
Contorno de busto	100
Contorno de Cintura	68
Largo de Talles	40-44
Ancho espalda	40
Altura de Busto	28
Separación de pinzas	20
Contorno de cadera	100
Altura de cadera	18

Tabla 2: Medidas de Mangas

MEDIDAS DE MANGAS			
Mangas Largas		Mangas cortas	
Contorno de sisa	40 cm.	Contorno de sisa	40 cm.
Largo de manga	55 cm.	Largo de manga	20 cm.
Contorno de manga	2 cm.	Contorno de manga	30 cm.

ANEXO 4: MATERIA PRIMA

Tabla 1: Materiales para la confección del Modelo Angie

Materia prima insumos	Cantidad Unidad	Unidades a producir 15 docenas	Necesidad de materiales
Tela	0,75 m.	180 u.	135m.
Hilo	1	180 u.	180 hilos
Elástico de 2.5cm.	0,70 m.	180u	126m
Cierres	2	180 u.	360 cierres

Tabla 2: Materiales para la confección del Modelo Jacky

Materia prima insumos	Cantidad Unidad	Unidades a producir 15 docenas	Necesidad de materiales
Tela	0.75	180 u.	135 m.
Hilo	1	180 u.	180 hilos
Belcro	0.60	180 u.	108 m.
Botones	6	180 u.	1,080 botones

Tabla 3: Materiales para la confección del Modelo Jany

Materia prima insumos	Cantidad Unidad	Unidades a producir 15 docenas	Necesidad de materiales
Tela	0,75 m.	180 u.	135 m.
Hilo	1	180 u.	180
Belcro	0.50 m	180 u.	90 m.

**ANEXO 5: INVERSIONES EN OBRAS FISICAS Y
EQUIPAMIENTO**

Tabla 1: Inversión de Equipos

Unidad	Concepto	Precio Unitario	Flete 1% Precio Unitario	Costo Total
1	Máquina Overlock	750.00	7,50	757,50
1	Recubridora	850.00	8,50	858,50
2	Maquina Costura Recta	250.00	5,00	255,00
1	Plancha	18.00	0,18	18,18
1	Mesa de Corte	120.00	1,20	121,20
	TOTAL		22,38	2.010,38

Tabla 2: Inversión de Otros Materiales

CONCEPTO	Consumo x mes	Consumo Anual	Costo Unitario	Costo mensual	Costo Anual
Juego de Reglas		2	12.00	2.00	24.00
Tijeras		4	15.00	5.00	60.00
Corta hilos		6	0.50	0.25	3.00
Cinta métrica		6	0.50	0.25	3.00
Alfileres	0.5 caja	6	0.60	0.30	3.60
Agujas / máquina	4 paños	48	1.25	5.00	60.00
Agujas / mano	1 paño	12	0.15	0.15	1.80
Libreta/ medidas		5	0.30	0.125	1.50
Cartulina / moldes	24 pliegos	288	0.40	9.60	115.20
Tiza	8	96	0.25	2.00	24.00
Tabla / planchar		1	18.00	1.50	18.00
TOTAL				\$ 26.175	\$ 314.10

ANEXO 6: BALANCE DE PERSONAL

Tabla 1: Costo Mano de Obra Directa e Indirecta

Mano de obra	No	Sueldo unitario	Otros Beneficios 35%	Total unitario	Total mano de obra mensual	Total mano de obra anual
Directa	5	\$ 218	76.30	\$ 294,30	\$ 1,471.00	\$ 17,658.00
Indirecta	1	\$ 250	87,50	\$ 337,50	\$ 337.50	\$ 4,050.00
Total					\$ 1,809.00	\$ 21,708.00

ANEXO 7: REQUISITOS Y DOCUMENTOS LEGALES PARA LA CONFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA.

PRIMERO: REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA LIMITADA.

1. La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada.
2. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.
3. El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad. de la compañía
4. El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Máchala y Portoviejo (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. 01.Q.DSC.OG7 (R.O. 364 de 9 de julio del 2001) y su reforma constante en la Resolución No. 02.Q.DSC.006 (R.O. 566 de 30 de abril del 2002). De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres

comerciales obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI–, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

5. **Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

También es necesario elaborar una "Minuta de Constitución de la Compañía Anónima", para lo cual es necesario seguir el siguiente formato:

SEGUNDO: ESCRITURA PÚBLICA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución simultánea de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA: COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura....(aquí se hará constar los nombres, nacionalidades y domicilios de las personas naturales o jurídicas que, en el número mínimo de 2, vayan a ser accionistas de la compañía. Si una o más de ellas son personas naturales se hará constar además el estado civil de cada una. La comparecencia puede ser por derecho propio o por intermedio de representante legal o de mandatario).

SEGUNDA: DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, por la vía simultánea, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Comercio, a los convenios de las parte y a las normas del Código Civil.

TERCERA: ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

TITULO I

Del Nombre, Domicilio, Objeto y Plazo

Artículo 1°.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es

Artículo 2°.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es (aquí el nombre del cantón seleccionado como domicilio principal de la compañía). Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3°.- Objeto.- el objeto de la compañía consiste en

(Para el señalamiento de las actividades que conformen el objeto se tendrá en cuenta lo dispuesto en el numeral 3° del Artículo 150.

Para la determinación de la afiliación de la compañía a la cámara de la producción respectiva, o para la obtención de uno o más informes previos favorables por parte de organismos públicos, ofrece una guía el folleto "Instructivo para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías", que puede solicitar en esta Institución).

En el cumplimiento de su objetivo, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4°.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de

(se expresará en años), contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO II

Del capital

Artículo 5°.- Capital y de las Acciones.- El capital social es de.-... (aquí la suma en que se lo fije, suma que no puede ser menor de 800 dólares de los Estados Unidos de América), dividido en..... (aquí el número de acciones en que se fraccione el capital) acciones ordinarias y nominativas, de(Aquí el valor de cada acción, que será de un dólar o múltiplos de un dólar) de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del... al... (Se podría redactar este artículo dividiendo las acciones por series, de modo que en cada una de ellas, sin desatender la norma sobre el valor nominal, tengan las acciones correspondientes a cada serie un determinado importe).

TITULO III

Del Gobierno y de la Administración

Artículo 6°.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 7°.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8°.- Clases de juntas.- Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2°, 3° y 4° del artículo 231 de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

Artículo 9°.- Quórum general de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el 50% del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de accionistas presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los accionistas presentes.

Artículo 10°.- Quórum especial de instalación.- Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalará, en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución de capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia de al menos el 50% del capital pagado. En estos casos, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastará la concurrencia de la tercera parte del capital pagado. Cuando preceda una tercera convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum, la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

Artículo 11°.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las, decisiones se tomarán con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión.

Artículo 12°.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía anónima.

Artículo 13.- Junta Universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 14°.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período.... (puede oscilar entre uno y cinco años), a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Artículo 15°.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la Junta

General para un período..... (puede oscilar entre uno y cinco años), a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o, los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas;
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 17°.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. Siempre que las circunstancias permitan, la junta general designará un liquidador principal y otro suplente.

CUARTA.- APORTES.

Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 150, numeral 6°, en cualquier caso, 147, inciso 5°, y 161, si el aporte fuere en numerario y 162, si fuere en especies. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, éste no podrá exceder de dos años contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales.

Nombres de Accionistas	Capital Suscrito	Capital Pagado (debe cubrir lo menos 25% de cada acción)		Capital por pagar	Número de acciones	Capital Total
		Dinero	Especies (Muebles, inmuebles o intangibles)			
1.						
2.						
TOTALES						

QUINTO.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.

Para Los períodos señalados en los artículos 14° y 15° del estatuto, se designa como presidente (a) de la compañía al (o a la) señor (o señora)...y como gerente da la misma al (o a la)señor (o señora)...., respectivamente.

ANEXO 8: ESCRITURA PÚBLICA

Escritura # 000 ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA xxxxxxxx S.A. CUANTÍA S

En la ciudad de La Libertad, República del Ecuador, a los DÍAS DEL....
DE..... **DEL DOS MIL**, ante mi, **DOCTOR xxxxxxxxxxxxxxxx**,
Notario Titular Tercero de este Cantón, comparece al siguiente señor; **SEÑOR**
xxxxxxx, de estado civil soltero, de profesión Economista; por sus propios
derechos; el compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, con
domicilio y residencia en esta ciudad de , con la capacidad civil y necesaria para
celebrar toda clase de actos o contratos, y a quien de conocer doy fe en virtud de
haberme exhibido sus documentos de identificación, bien instruida en el objeto y
resultado de esta escritura, a la que procede como queda indicado, con amplia y
entera libertad para su otorgamiento, me presento la minuta que es del tenor siguiente:
SEÑOR NOTARIO: En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase
insertar una de constitución simultánea de compañía anónima, contenida en
las siguientes cláusulas: **PRIMERA.-COMPARECIENTES.-** Interviene en
el otorgamiento de esta escritura y de manera expresa manifiesta su voluntad de
constituir la Compañía Limitada Scruples S.A, la siguiente persona:
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, de estado civil soltero, el contratante es de nacionalidad
ecuatoriana, comparece por sus propios derechos, y domiciliada en la ciudad La
Libertad. **SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-** La Compañía Limitada
Scruples S.A. que se constituye mediante este instrumento se organiza y registrará su vida
institucional de conformidad con los mandatos establecidos en la Ley de Compañías,
Código de Comercio, Código Civil, y en sus Estatutos, que constan a
continuación.- **CLAUSULA TERCERA.- ESTATUTOS DE LA**
COMPAÑÍA LIMITADA SCRUPLES S.A., Título I Del nombre, domicilio, objeto
y plazo. Artículo 1º.- **DEL NOMBRE.-** La Compañía Limitada que se organiza por medio
de este estatuto se denomina "Scruples" S.A. - Artículo 2º.- **NACIONALIDAD Y**
DOMICILIO.- La nacionalidad de la compañía por mandato de la Ley y voluntad
de su fundador será ecuatoriana, y su domicilio estará en la ciudad de La Libertad sin

perjuicio de abrir sucursales o agencias, en el país o en el extranjero, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes. Artículo 3°.- **OBJETO SOCIAL.-** El objeto social de la Compañía **en el Ámbito Inmobiliario \ de Bienes Raíces** será ejercer actividad mercantil como comisionista, mandatario, mandante, agente, representante de personas naturales o jurídicas, a la compraventa, permuta, arrendamiento de puntos de ventas, explotación y administración de bienes inmuebles, podrá adquirir inmuebles o usufructuarlos, hacer inversiones en moneda nacional o extranjera, en depósitos locales o extranjeros, adicionalmente la Compañía podrá ejercer la actividad de las Compañías de Construcción, tales como la construcción de viviendas familiares o unifamiliares, construcción de edificios, centros comerciales, residenciales, condominios o industriales; **En el Ámbito de la Industria, Exportación e Importación** podrá dedicarse a la importación, exportación y comercialización e industrialización y podrá abrir diversos puntos de ventas de productos naturales, agrícolas e industriales en las ramas alimenticias, metalmecánica, medica y textil, como también exportar y comercializar artículos de ferretería, artesanías, electrodomésticos, materiales de construcción, vehículos medianos, pesados, de útiles escolares, de materiales de oficina, maderas de todo tipo, sus productos y subproductos, de vidrio y porcelana, de productos artesanales y de regalos, de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, de zapatos, juguetes, de materiales para el uso de decoración, de libros, y de objetos de joyería en general. Se dedicara también a la importación, ensamblaje fabricación y comercialización de productos del hogar, oficina, de equipos eléctricos, electrodomésticos, de computación. Se dedicara a la compraventa de materias primas, productos elaborados y semielaborados para la industria, agricultura y ganadería; podrá también importar materias primas y montar plantas para elaboración, distribución y ventas de productos de desinfección, jabones sólidos y líquidos para ropa, detergentes, ambientales, suavizantes para ropa, insecticidas, limpia vidrios, quita esmaltes, pinturas en látex y acrílicos, tanto para uso doméstico como para uso industrial; también podrá dedicarse a la elaboración, distribución y venta de artículos para el cuidado personal tales como shampoo, rinses, acondicionadores para el peinado, jabones cosméticos líquidos y sólidos, geles acondicionadores para el cabello, antisépticos bucales, productos mentolados, talcos para después del baño, esmalte para uñas, cremas para el cuerpo; **Como Inversionista** podrá invertir en todo tipo de valores fiduciarios, esto es, la

adquisición y usufructo de los mismos, para si, tales como bonos del Estado, cédula hipotecarias, certificados de depósitos, acciones de Compañías Anónimas, participaciones de Compañías Limitadas, constituidas o por constituirse.- Este objeto no implica mandato ni intermediación financiera, ni compraventa de cartera; **En el Ámbito de la Asesoría** prestara además toda clase de asesoría y capacitación en aspectos de orden legal, contable, bancario, financiero, de administración de negocios, marketing y procesamiento de datos, asesoría agrícola, ganadera, acuícola, de técnicas de exportación e importación, programas y cursos de computación, tanto a personas naturales como a personas jurídicas.- **En el Ámbito del Turismo** podrá dedicarse a la actividad del turismo y el agenciamiento de viajes tanto a nivel nacional como internacional; además también lo desarrollara mediante instalaciones de hoteles, restaurantes, clubes, cafeterías, centros comerciales, parques mecánicos de recreación, casinos, salas y recreativos.- **En el Ámbito de la Agricultura y Ganadería** podrá dedicarse a la actividad agrícola en todas sus fases: Explotación, procesamiento y comercialización en diversos puntos de venta de productos del agro; al desarrollo de plantaciones y cultivos tanto extensivos como intensivos, pudiendo instalar las plantas procesadoras que requiera para la comercialización de sus productos, tanto para el mercado nacional como para la exportación; al desarrollo, crianza y explotación de toda clase de ganado mayor y menor, a la avicultura en general, cunicultura, helicultura, así como podrá importar productos para la agricultura, ganadería y actividades afines, equipos y maquinarias para la explotación agrícola y ganadera.- **En el Ámbito de la Acuicultura** también tendrá por objeto dedicarse a la producción de larvas de camarones y de otras especies bioacuáticas como crustáceos, moluscos, peces, anfibios y otras especies bioacuáticas mediante la instalación de laboratorios o centros de venta.-**En el Ámbito Pesquero** también se dedicará a la actividad pesquera en todas sus fases como: captura, extracción, procesamiento y comercialización de especies bioacuáticas en los mercados internos y externos para este fin se podrán abrir todos los puntos de ventas que sean necesarios.- también podrá adquirir en propiedad, arrendamiento o en asociación barcos pesqueros, lanchas de carga fluvial y marítima, instalar plantas industriales de empaque, embasamiento o cualquier otra forma requerida para la comercialización de productos del mar.- **En el Ámbito de la Electrónica y Telecomunicaciones** podrá dedicarse a la reparación, mantenimiento, comercialización,

asesoría y venta de equipos para este fin podrán establecerse varios puntos de ventas.- Para el fiel cumplimiento de sus fines, podrá realizar toda clase de actos civiles o mercantiles, permitidos por la Ley, que tengan relación con su objeto. **Artículo Cuarto.- PLAZO.-** El plazo de duración de la Sociedad Anónima será de Cien años, pero este plazo podrá ser prorrogado o disminuido e inclusive disuelta o liquidada la Compañía antes del cumplimiento del plazo, por resolución expresa lomada por la Junta General de Accionistas de conformidad con lo dispuesto en estos Estatutos o por las demás causales legales. **Título II Del Capital. Artículo Quinto: DEL CAPITAL Y DE LAS ACCIONES.-** El capital de la Compañía asciende a la cantidad de cinco mil seiscientos dólares de los Estados Unidos de América, representado por setenta acciones ordinarias y nominativas de un dólar de los Estados Unidos de América cada una.- Cada acción liberada da derecho a un voto en la Junta General, a participar en las utilidades de la Compañía en proporción a su valor pagado, y a los demás derechos que confiere la Ley a los accionistas. Los títulos de acciones se extenderán de acuerdo con la Ley, en libros con talonarios correlativamente numerados y firmados por el Presidente y Gerente de la Compañía, pudiendo comprender cada título una o más acciones, pero haciendo constar en ellos la numeración de las mismas.- Entregado el título o certificado al accionista, este suscribirá el recibo en el correspondiente talonario.- **Título III Del Gobierno y de la Administración, Artículo Sexto.- Norma General.-** El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al gerente y al presidente. **Artículo Séptimo.- Convocatorias.-** La convocatoria a junta general la efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicara en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquel en que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta. **Artículo Octavo.- Clases de juntas.-** Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales segundo, tercero y cuarto del artículo doscientos treinta y uno de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando

fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido. **Artículo Noveno.- Quórum General de instalación.**-Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el cincuenta por ciento del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresara que la junta se instalara con los accionistas presentes.

Artículo Décimo.- Quórum especial de instalación.- Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalará, en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución del capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia del 50% del capital pagado. En estos casos, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastará la concurrencia de la tercera parte del capital pagado. Cuando proceda una tercera convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum, la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

Artículo Décimo Primero.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomaran con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión. **Artículo Décimo Segundo.- Facultades de la Junta.**- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía anónima. **Artículo Décimo Tercero.- Junta Universal.**- No obstante en los artículos, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que este presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo Décimo Cuarto.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un periodo. (Puede oscilar entre uno y cinco años), a cuyo termino podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado. Corresponde al presidente: Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas. A)

Suscribir con el gerente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas. B) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente. **Artículo Décimo Quinto.-Gerente de la Compañía.-** El gerente será nombrado por la junta general para un periodo de cinco años, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuara en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado. Corresponde al gerente: a) Convocar a las reuniones de junta general: b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas; c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas, d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías; e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías. **Título IV De la Fiscalización** **Artículo Décimo Sexto.- Comisarios.-** La junta general designará anualmente un comisario para que realice las funciones que por Ley corresponden a los comisarios, quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía. **Título V De la disolución y liquidación. Artículo Décimo Séptimo.- Norma general.-** La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidara con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. Siempre que las circunstancias permitan, la junta general designara un liquidador principal y otro suplente. **CUARTA.- APORTES.** El capital social de la compañía se encuentra suscrito en su cien por ciento y pagado en su veinticinco por ciento en la siguiente forma: **Primero.-** Tania Reyes, ha suscrito 3,700 acciones ordinarias y nominativas de un dólar americano cada una, y ha pagado en numerario el veinticinco por ciento de su valor, esto es, la suma de 1,233.21 dólares; Sra. Myrna Neira ha suscrito 3,700 acciones ordinarias y nominativas de un dólar americano cada una, y ha pagado en numerario el veinticinco por ciento de su valor, esto es, la suma de 1233.21 dólares; Sr. Williams Sánchez ;ha suscrito 3700 acciones ordinarias y nominativas de un dólar americano cada una, y ha pagado en numerario el veinticinco por ciento de su valor, esto es, la suma de 1,233.21 dólares; Srta. xxxxxxxxxxx Saltos, ha suscrito diez acciones ordinarias y nominativas de un dólar americano cada una, y ha pagado en

EL NOTARIO

ANEXO 9: COSTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 1: COSTO DE PRODUCCIÓN

CONCEPTO	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Materia Prima	1,787.40	21,448.80
Mano de obra directa	1,809.00	21,708.00
CIF Otros materiales	26.175	314.10
Energía Eléctrica	55.12	661.44
Agua	10.50	126.00
Empaque	24.00	288.00
Mano de obra indirecta	337.50	4,050.00
Mantenimiento	63.00	756.00
Depreciación	0.00	761.42
Total	\$ 4,112.195	\$ 50,113.76

Tabla 2: MATERIAL PARA LA CONSTRUCCIÓN DE 45 BLUSAS Y SU VALOR.

DESCRIPCIÓN	MATERIAL (45 docenas de blusas)	COSTO UNITARIO \$	COSTO MENSUAL \$	COSTO TOTAL ANUAL \$
Tela	405 metros	3.00	1,417.50	17,010.00
Hilos	540 unidades	0.35	189.00	2,268.00
Cierres	360 unidades	0.25	90.00	1,080.00
Belcro	198 metros	0.35	69.30	831.60
Botones	1080 unidades	0.02	21.60	259.20
Total			\$ 1,787.40	\$ 21,448.80

Tabla 3: EMPAQUE

EMPAQUE	Nº	TOTAL DE EMPAQUES	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Fundas con logotipo	600	600	0.04	24.00	288.00
Total					\$ 288.00

Tabla 4: COSTOS DE ENERGÍA ELÉCTRICA

EQUIPO	CONSUMO HORA	CONSUMO DÍA	TIEMPO DE TRABAJO X DÍA	CONSUMO MENSUAL KWH.	VALOR KWH.	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Plancha	1.53	12.24	4	48.96	0.08	3.92	47.04
Maq. Overlock	1.60	12.80	12	153.60	0.08	12.29	147.48
Maq. Cost.recta	3.20	25.60	16	409.60	0.08	32.77	393.24
Recubridora	1.60	12.80	6	76.80	0.08	6.14	73.68
Total	7.93	63.44	38	680.96	0.08	55.12	661.44

Tabla 5: CONSUMO DE AGUA

TIPO DE AGUA	CONSUMO MES	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua Purificada	6 pomas	1.25	7.50	90.00
Agua Potable	7.5m³	0.40	3.00	36.00
Total			10.50	126.00

Tabla 6: COSTOS DE MAQUINARIA

MAQUINAS	No.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Maquina Overlock	1	750.00	750.00
Maquina recubridora	1	850.00	850
Maquina costura recta	2	250.00	500.00
Total	4		\$ 2,100.00

Tabla 7: DEPRECIACIÓN

Cant.	CONCEPTO	Costo total	Tiempo a Depreciar	Depreciación
1	Máquina Overlock	750.00	5	150.00
1	Maquina Recubridora	850.00	5	170.00
2	Maquina de Costura Recta	250.00	5	50.00
1	Computadora	500.00	3	166.67
2	Escritorios	160.00	5	32.00
9	Sillas	49.50	2	24.75
3	Exhibidores	30.00	1	30.00
3	Maniqués	90.00	1	90.00
1	Mesa de Corte	120.00	5	24.00
1	Tabla de Planchar	18.00	3	6.00
1	Plancha	18.00	1	18.00
Total				\$ 761.42

ANEXO 10: FINANCIAMIENTO

Tabla 1: RUBROS PARA LA INVERSIÓN INICIAL.

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	PRIMER MES	DOCE MESES	VALOR ANUAL
Costos de producción	\$4.322,20		12	\$50,113.76
Activos fijos de producción	\$2.260,38			\$2,260.38
Equipos de oficina	\$829,50			\$829.50
Local comercial	\$93,33	253,33	12	\$1.220.00
Activo diferido	\$1.536,33			\$1,536.33
Imprevistos	\$287,31			\$287.31
Costos Administrativos	\$685,00		12	\$8,220.00
Costos de ventas	\$324,00			\$3,888.00
Depreciación	\$4.322,20			\$452.41
Total	\$10.338,05			\$68.807,69

Tabla 2: EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA

CANTIDAD	EQUIPOS Y MUEBLES	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL \$
1	Computadora	500.00	500.00
2	Escritorios	80.00	160.00
9*	Sillas	5.50	49.50
3	Exhibidores	10.00	30.00
6	Maniqués	15.00	90.00
Total			\$ 829.50

- Incluye 3 sillas del área de producción

Tabla 3: LOCAL COMERCIAL

DESCRIPCIÓN	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
Alquiler	80.00	960.00
Garantía	13.33	160.00
Total	\$ 93.33	\$ 1,120.00

Tabla 4: ACTIVO DE PRODUCCIÓN, MUEBLES DE OFICINA Y LOCAL COMERCIAL

DESCRIPCION	COSTOS
Activo de Producción	2,260.38
Equipos y Muebles de Oficina	829.50
Local Comercial	1.120.00
Total	\$ 4,209.88

Tabla 5: ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCION	%	CÁLCULO	TOTAL
Etapas de Planeación	3.0	$4,209.88 \times 0.030$	126.30
Ingeniería	3.5	$4,209.88 \times 0.035$	147.32
Supervisión	1.5	$4,209.88 \times 0.015$	63.15
Administración	5.0	$4,209.88 \times 0.050$	210.49
Gastos de Constitución	20.0	$4,209.88 \times 0.200$	841.98
Total			\$ 1,389.27

Tabla 6: INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	COSTOS \$
Activo de Producción	2 010,38
Equipos y Muebles de Oficina	829,50
Local Comercial	1120,00
Activos diferidos	1 389,27
Subtotal	5 349,15
Imprevistos	267,46
TOTAL	5 016,61

ANEXO 11: CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 1: ACTIVO CORRIENTE

DESCRIPCIÓN	
Caja	\$32.484,00
Cuentas por cobrar	\$49.896,00
Inventario	\$21.448,80
Total	\$103 828,80

Tabla 2: ACTIVO NO CORRIENTE

DESCRIPCION	
Equipo de Producción	\$ 2 010.38
Equipo de Oficinas y Ventas	\$ 829.50
Terrenos	\$ 0.00
Sub Total	\$ 2 839.88
Activo Diferido	\$ 1 389.27
Total	\$ 4 629.15

Tabla 3: ACTIVOS TOTALES.

DESCRIPCIÓN	
Activo Corriente	\$103.828,80
Activo No Corriente	\$4.229,15
Total	\$108 057,95

ANEXO 12 COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

Tabla 1: COSTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	SUELDO UNITARIO O VALOR A PAGAR	OTROS BENEFICIOS 35%	TOTAL MENSUAL \$	TOTAL ANUAL \$
Gerente	500.00	175.00	675.00	8,100.00
Papelería			10.00	120.00
Total			\$ 685.00	\$ 8,220.00

ANEXO 13 COSTOS DE VENTAS

Tabla 1: RUBROS DE VENTAS ANUALES

CONCEPTO	N°	PRECIO/UNIDAD	VENTAS/MES	VENTA ANUAL
Prendas de vestir	540	12.00	6,480.00	\$ 77,760.00
Total				\$ 77,760.00

Tabla 2: COSTO DE VENTA

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	PORCENTAJE
Publicidad	259.20	3110.40	80%
Otros(transporte, etc.)	64.80	777.60	20%
Total	\$ 324.0	\$ 3888.00	100%

ANEXO 14 COSTO TOTAL DE OPERACIÓN

Tabla 1: COSTO DE OPERACIÓN

	1 Año	
DESCRIPCIÓN	COSTO	PORCENTAJE
Costo de Producción	\$ 50,113.76	80.54%
Costo de Administración	\$ 8,220.00	13.21%
Costo de Venta	\$ 3,888.00	6.25%
Total	\$ 62,221.76	100%
Costo Unitario/blusa	\$ 9.60	

ANEXO 15 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESTADOS DE PERDIDAS Y GANANCIAS

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
	VENTAS NETAS	77.760,00	80.092,80	82.495,58	84.970,45	87.519,57	90.145,15
-	Costo de produccion	50.113,76	51.617,17	53.165,69	54.760,66	56.403,48	58.095,58
=	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	27.646,24	28.475,63	29.329,90	30.209,79	31.116,09	146.777,64
-	Gastos de ventas	3.888,00	4.004,64	4.124,78	4.248,52	4.375,98	4.507,26
-	Gastos de administracion	8.220,00	8.466,60	8.720,60	8.982,22	9.251,68	9.529,23
=	UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL	15.538,24	16.004,39	16.484,52	16.979,05	17.488,43	82.494,63
	Gastos financieros	-	-	-	-	-	-
	Otros ingresos (Egresos) Neto	-	-	-	-	-	-
=	UTILIDAD (PER.) ANTES PARTICIPACION	15.538,24	16.004,39	16.484,52	16.979,05	17.488,43	82.494,63
-	15 % participacion utilidades	2.330,74	2.400,66	2.472,68	2.546,86	2.623,26	12.374,19
=	UTILIDAD (PER.) ANTES IMP. RENTAS	13.207,50	13.603,73	14.011,84	14.432,20	14.865,16	70.120,43
-	Impuesto a la renta 25 %	3.301,88	3.400,93	3.502,96	3.608,05	3.716,29	17.530,11
=	UTILIDAD (PER.) NETA	9.905,63	10.202,80	10.508,88	10.824,15	11.148,87	52.590,32
	DISTRIBUCION DE DIVIDENDOS	-	-	-	-	-	-
	UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS	9.905,63	10.202,80	10.508,88	10.824,15	11.148,87	52.590,32

ANEXO 16: FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
A.-Ingresos operacionales						
Ventas	77760,00	80092,80	82495,58	84970,45	87519,57	90145,15
Total de ingresos operacionales	77760,00	80092,80	82495,58	84970,45	87519,57	90145,15
B.-Egresos operacionales						
Costos de produccion	50113,76	51617,17	53165,69	54760,66	56403,48	58095,58
Gastos de administracion	8220,00	8466,60	8720,60	8982,22	9251,68	9529,23
Total de egresos operacionales	58333,76	60083,77	61886,29	63742,87	65655,16	
C.-Flujo operacional(A-B)	19426,24	20009,03	20609,30	21227,58	21864,40	
D.-Ingresos no operacionales						
Aporte de accionistas	11100,00					
Intereses ganados						
Prestamos BANCARIOS						
Total de ingresos no operacionales	11100,00					
E.-Egresos no operacionales						
Alquiler local	1220,00	1525,00	1906,25	2382,81	2978,52	
Equipos	829,50	0	0	0	0	VAN
Total de egresos no operacionales	2049,50	1525,00	1906,25	2382,81	2978,52	
F.-Flujo no operacional (D-E)	9050,50	-1525,00	-1906,25	-2382,81	-2978,52	
G.-Flujo neto general (C+F)	28476,74	18484,03	18703,05	18844,76	18885,89	
H.-Saldo inicial en caja		28476,74	46960,77	65663,82	84508,58	
I.-Saldo final en caja (G+H)	28476,74	46960,77	65663,82	84508,58	103394,47	