



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de emprendimiento previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA:

“Creación de una nueva línea de producción y comercialización de prendas de vestir con faja moldeadora para madres lactantes en la Empresa GT JEANS FAMILY con la marca CUPIDO”

AUTORA: Mayra Alexandra Sánchez Sánchez

TUTOR: Ing. MBA. José Bernardo Herrera Herrera

AMBATO – ECUADOR

Diciembre/2016



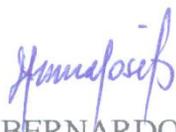
APROBACIÓN DEL TUTOR

ING. MBA. JOSÉ BERNARDO HERRERA HERRERA

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “Creación de una nueva línea de producción y comercialización de prendas de vestir con faja moldeadora para madres lactantes en la Empresa GT JEANS FAMILY con la marca CUPIDO” presentado por Mayra Alexandra Sánchez Sánchez para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

28 de octubre de 2016



ING. MBA. JOSÉ BERNARDO HERRERA HERRERA

C.C. No.: 1102481148

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, MAYRA ALEXANDRA SÁNCHEZ SÁNCHEZ, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



MAYRA ALEXANDRA SÁNCHEZ SÁNCHEZ

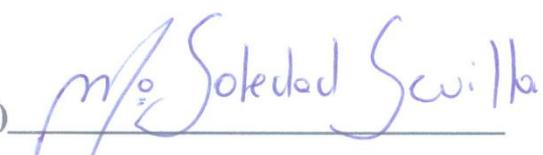
C.I.: 1804615738

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f) 

Ing. Mg. Howard Fabián Chávez Yépez
C.C. No. 1709032906

f) 

Ing. MBA. María Soledad Sevilla Galarza
C.C. No. 1802928141

07 de diciembre de 2016

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



MAYRA ALEXANDRA SÁNCHEZ SÁNCHEZ

C.I.: 1804615738

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por guiarme y darme sabiduría durante toda mi carrera. A mis padres por ser mi ejemplo de superación, de lucha y constancia en la vida. A mi esposo por apoyarme y estar a mi lado en los buenos y malos momentos. A mis maestros quienes compartieron sus conocimientos con nosotros para poder llegar a ser profesionales. A mi tutor por su guía y ayuda para culminar mi trabajo de graduación y a todas aquellas personas que aportaron para que yo pueda cumplir con mis objetivos.

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico principalmente a mi hijo, mi Elkin, quien es mi motor, mi fuerza y mi razón de vivir, lo dedico a mi esposo, quien fue indispensable en toda mi carrera y me brindó su apoyo incondicional. Lo dedico a mis padres, por ser quienes me motivaron y me llenaron de sueños y de metas, y quienes estuvieron junto a mí para alcanzarlos. Lo dedico a mis tías y a mis abuelitos porque sin ellos no hubiera podido alcanzar este objetivo. A mis amigas y amigos de la universidad con quienes compartimos momentos que se quedarán guardados en mi corazón.

Mayra Sánchez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ABSTRACT.....	xii
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Definición del problema.....	2
a. Insuficiencias en la práctica empresarial.....	3
b. Necesidad social.....	3
CAPÍTULO II	5
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	5
2.1. Nombre del Emprendimiento	5
2.2. Localización Geográfica.....	5
2.3. Justificación.....	6
2.4. Objetivos	8
2.4.1. Objetivo General	8
2.4.2. Objetivos específicos	8

2.5. Beneficiarios.....	8
2.6. Resultados a alcanzar	8
CAPÍTULO III.....	10
ESTUDIO DE MERCADO	10
3.1. Descripción del producto.....	10
3.1.1. Características y usos del producto	12
3.1.2. Beneficios del producto.....	12
3.1.3. Segmentación de mercado.....	12
3.1.4. Cálculo de la muestra	13
3.1.5. Análisis e interpretación de los resultados	15
3.1.6. Conclusión de la encuesta	31
3.2. Estudio de la demanda.....	31
3.3. Estudio de la oferta.....	33
3.3.1. Análisis de la competencia.....	34
3.3.2. Mercado potencial para el proyecto	35
3.4. Precios	35
3.5. Canales de Distribución.....	36
3.6. Estrategias de comercialización	37
CAPÍTULO IV.....	39
ESTUDIO TÉCNICO	39
4.1. Tamaño del emprendimiento.....	39
a. Factores determinantes del tamaño	39
b. Tamaño Optimo	39
4.2. Localización	40
a. Macro Localización.....	40
b. Micro Localización	41
4.3. Ingeniería del proyecto	42

a. Producto-proceso	42
b. Balance de Materiales	45
c. Periodo Operacional estimado de la planta	49
d. Capacidad de producción	49
e. Distribución de maquinarias y equipos	49
CAPÍTULO V	51
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	51
5.1. Aspectos General.....	51
5.2. Diseño Organizacional	53
5.3. Estructura Organizacional	54
5.4. Estructura Funcional.....	55
5.5. Manual de Funciones.....	56
CAPÍTULO VI.....	91
ESTUDIO FINANCIERO	91
6.1. Inversión en Activos Fijos tangibles	91
6.2. Inversión en activos fijos intangibles	92
6.3. Inversión en activos circulantes o capital de trabajo	92
6.4. Resumen de las inversiones.....	92
6.5. Financiamiento	93
6.6. Plan de Inversiones.....	93
6.7. Presupuesto de gastos e ingresos	94
6.7.1. Situación financiera actual.....	102
6.7.2. Situación financiera proyectada.....	103
6.7.3. Presupuesto de ingresos	104
6.7.4. Estado de resultados proyectados	105
6.7.5. Flujo de caja.....	105
6.8. Punto de equilibrio	107

6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos..	108
6.10. Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN).....	108
6.11. Indicadores Financieros.....	109
6.12. Tasa beneficio-costo.....	111
6.13. Periodo de recuperación de la inversión.....	112
6.14. Tasa interna de retorno	113
6.15. Análisis de sensibilidad	113
CAPÍTULO VII	117
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	117
7.1. Conclusiones	117
7.2. Recomendaciones	118
Referencias Bibliográficas	119

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Árbol de Problema	2
Ilustración 2. Localización Geográfica	5
Ilustración 3. Diseño del producto	11
Ilustración 4. Edad	15
Ilustración 5. Situación actual	16
Ilustración 6. Número de hijos	17
Ilustración 7. Talla	18
Ilustración 8. Pregunta No. 1.....	19
Ilustración 9. Pregunta No.2.....	20
Ilustración 10. Pregunta No. 3.1.....	21
Ilustración 11. Pregunta No. 3.2.....	22
Ilustración 12. Pregunta No. 3.3.....	23
Ilustración 13. Pregunta No.4.....	24
Ilustración 14. Pregunta No.5.....	25
Ilustración 15. Pregunta No.6.....	26

Ilustración 16. Pregunta No.7.....	27
Ilustración 17. Pregunta No.8.....	28
Ilustración 18. Pregunta No.9.....	29
Ilustración 19. Pregunta No.10.....	30
Ilustración 20. Proyección de precios	36
Ilustración 21. Canales de distribución	36
Ilustración 22. Macro localización.....	41
Ilustración 23. Micro localización.....	41
Ilustración 24. Cadena de valor.....	43
Ilustración 25. Flujograma	48
Ilustración 26. Distribución de espacios	50
Ilustración 27. Estructura organizacional.....	54
Ilustración 28. Estructura funcional	55
Ilustración 29. Punto de equilibrio	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Segmentación de mercado	13
Tabla 2. Edad	15
Tabla 3. Situación actual.....	16
Tabla 4. Número de hijos.....	17
Tabla 5. Talla	18
Tabla 6. Pregunta No. 1	19
Tabla 7. Pregunta No. 2	20
Tabla 8. Pregunta No. 3.1	21
Tabla 9. Pregunta No. 3.2	22
Tabla 10. Pregunta No. 3.3	23
Tabla 11. Pregunta No. 4	24
Tabla 12. Pregunta No. 5	25
Tabla 13. Pregunta No. 6	26
Tabla 14. Pregunta No. 7	27
Tabla 15. Pregunta No. 8	28
Tabla 16. Pregunta No. 9	29

Tabla 17. Pregunta No. 10	30
Tabla 18. Número de compradores posibles	31
Tabla 19. Precio promedio	32
Tabla 20. Cantidad promedio per cápita	32
Tabla 21. Estudio de la oferta	33
Tabla 22. Estudio de la oferta	33
Tabla 23. Competencia	34
Tabla 24. Precios.....	35
Tabla 25. Proyección de los Precios	35
Tabla 26. Ventajas y desventajas del canal de distribución corto	37
Tabla 27. El dinamismo de las estrategias de comercialización	37
Tabla 28. Capacidad Instalada	40
Tabla 29. Materias primas.....	45
Tabla 30. Insumos	45
Tabla 31. Materiales.....	45
Tabla 32. Maquinaria y Equipos	46
Tabla 33. Simbología ANSI.....	46
Tabla 34. Capacidad de producción.....	49
Tabla 35. Diseño Organizacional.....	53
Tabla 36. Cargos	56
Tabla 37. Codificación.....	57
Tabla 38. Codificación por puesto	57
Tabla 39. Inversión en Activos Fijos Tangibles	91
Tabla 40. Tabla de depreciación (10%)	91
Tabla 41. Inversión en Activos Fijos intangibles.....	92
Tabla 42. Tabla de amortización (20%).....	92
Tabla 43. Resumen de inversiones.....	92
Tabla 44. Estructura financiera	93
Tabla 45. Financiamiento.....	93
Tabla 46. Roles de pago personal administrativos.....	94
Tabla 47. Otros Gastos Administrativos (Suministros de Oficina).....	94
Tabla 48. Otros Gastos Administrativos (Suministros de Oficina).....	95
Tabla 49. Otros Gastos Administrativos (Suministros de Limpieza).....	95
Tabla 50. Resumen gastos administrativos	96
Tabla 51. Roles de pago personal de ventas	96
Tabla 52. Otros Gastos de venta	97

Tabla 53. Resumen gastos de ventas.....	97
Tabla 54. Mano de obra directa	98
Tabla 55. Materiales.....	99
Tabla 56. Materiales directos	99
Tabla 57. Materiales indirectos.....	100
Tabla 58. Materiales indirectos (tipo de servicio).....	100
Tabla 59. Proceso de producción	101
Tabla 60. Capacidad productiva.....	101
Tabla 61. Estado de situación financiera actual	102
Tabla 62. Estado de resultados.....	103
Tabla 63. Presupuesto de ingresos	104
Tabla 64. Estado de resultados.....	105
Tabla 65. Flujo de caja.....	105
Tabla 66. Punto de equilibrio.....	107
Tabla 67. TMAR Mixto	108
Tabla 68. VAN.....	108
Tabla 69. Tasa Interna de Retorno	109
Tabla 70. Indicadores de Rentabilidad.....	109
Tabla 71. Análisis de rentabilidad.....	110
Tabla 72. Análisis de actividad	110
Tabla 73. Análisis de actividad.....	111
Tabla 74. Análisis de liquidez.....	111
Tabla 75. Periodo de recuperación de la inversión	112
Tabla 76. TIR	113
Tabla 77. VAN Escenario optimista	113
Tabla 78. TIR Escenario optimista	114
Tabla 79. VAN Escenario pesimista	115
Tabla 80. TIR Escenario pesimista	115

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa GT Jeans Family se ha dedicado a la fabricación y comercialización de jeans desde hace 29 años, tiempo en el cual ha experimentado en la fabricación de nuevas prendas de vestir para damas y caballeros, accesorios con las dos marcas que posee actualmente: Cupido es una marca enfocada en el género femenino, ofrece prendas superiores e inferiores y accesorios; Cravo y Canela es una marca para el género masculino, siempre tratando de innovar y cubrir las necesidades del mercado.

Es por esto que el presente proyecto está enfocado en realizar una investigación de mercado de las necesidades de las madres lactantes al momento de vestir para determinar estrategias y ampliar las ventas, con el fin de posicionar a la marca Cupido en la mente de los consumidores.

Los resultados alcanzados en base a la investigación realizada a las madres lactantes indican que lo que ellas buscan al momento de vestir es la comodidad, por lo que estarían dispuestas a adquirir una prenda que facilite la lactancia materna, es importante ampliar la publicidad y promoción de los productos para que lleguen a nuestro target.

Por lo tanto, la propuesta resultante de la investigación es la producción y comercialización de una nueva prenda de vestir con faja moldeadora incluida para etapa de lactancia, específicamente una blusa, que brindará comodidad y facilitará la función de lactancia a las madres que se encuentran en esta etapa, con este producto innovador se busca cubrir las necesidades de las madres lactantes al momento de buscar una prenda de vestir.

PALABRAS CLAVES:

Industria de la confección

Empresa GT JEANS Family

Publicidad

Comercialización

ABSTRACT

The GT Jeans Family company has been dedicated to the manufacture and marketing of jeans for 29 years, time in which it has experienced in the manufacture of new garments for ladies and gents, accessories with the two brands that currently owns: Cupido is a brand focused on women, offers upper and lower garments and accessories; Cravo y Canela is a brand name for the male gender, always trying to innovate and meet the needs of the market.

Therefore, the present project is focused in carrying out an investigation of market to find the needs of nursing mothers at the time of dressing to determine strategies and expand sales, in order to position the brand Cupido in the minds of consumers.

The results achieved of the research carried out for nursing mothers indicated that what they seek when dress is comfort, so it would be willing to purchase a garment that facilitates breastfeeding, it is important to expand the advertising and promotion of products to ensure that they reach our target.

Therefore, the resulting proposal for research is the production and marketing of a new garment with styling strip including to stage of lactation, specifically a blouse, which will provide comfort and facilitate function of lactation mothers who are at this stage, with this innovative product seeks to meet the needs of nursing mothers at the time of search for a garment.

KEY WORDS:

Industry of clothing

GT Jeans Family

Advertising

Marketing

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa GT Jeans Family fue creada en el año de 1987 por el Sr. Marcelo Garcés y su esposa Lusmila Torres, ubicada en el Cantón Pelileo, Parroquia Benítez, Barrio Los Laureles, inicialmente empezaron fabricando jeans, actualmente mantiene dos marcas: Cupido es una marca enfocada en el género femenino, ofrece prendas superiores e inferiores y accesorios; Cravo y Canela es una marca para el género masculino.

Las prendas de vestir que se comercializa con la marca Cupido, son confeccionadas y cuidadosamente elaboradas a base de textiles importados de los países conocidos como los más grandes textileros a nivel mundial como son Italia, Ecuador, Brasil, España, Turquía y Egipto; lugares que tienen un conocimiento elevado del desarrollo y cuidado del índigo. Las bases textiles que se utilizan para elaborar las prendas de la marca Cupido, destaca la innovadora línea Hi-Comfort, la misma que está compuesta por productos que ofrecen confort permanente y respetan el medio ambiente.

La empresa GT Jeans Family ofrece todo tipo de prendas de vestir para damas y caballeros, como blusas, blusones, vestidos, pantalones, camisas; sin embargo, su target son mujeres y hombres jóvenes, en la actualidad se debe considerar que las madres lactantes son un target importante que requieren prendas de vestir que faciliten la lactancia y con una faja moldeadora incluida cumplirían con sus expectativas de vestir.

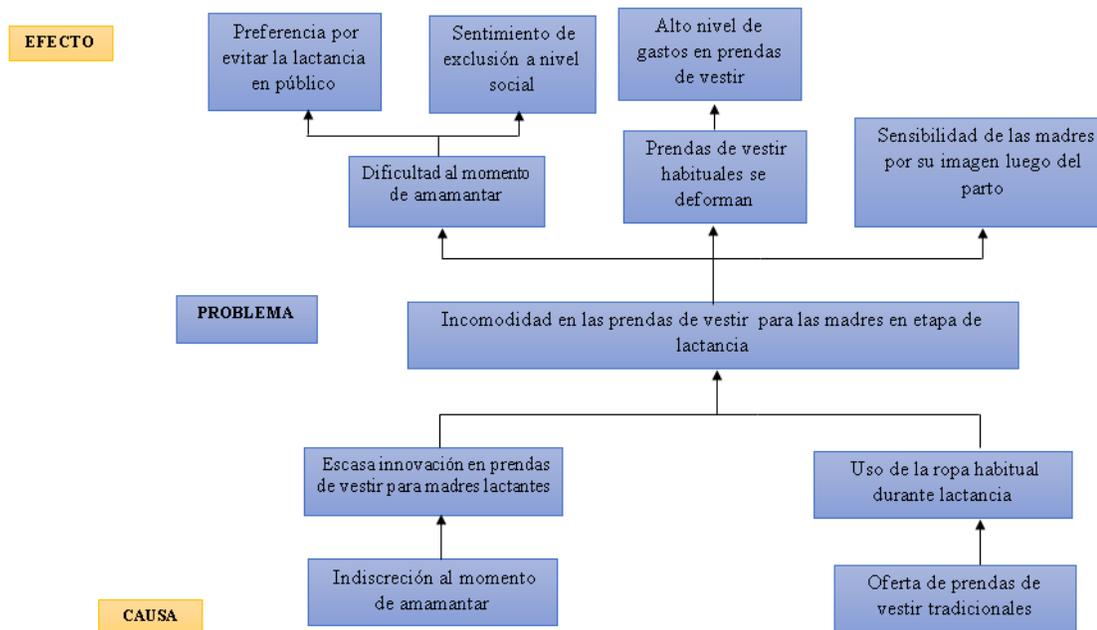


Ilustración 1. Árbol de Problema
Elaborado por: Mayra Sánchez

1.1. Definición del problema

La necesidad de innovar una nueva línea de producción de ropa femenina dirigida a madres lactantes nace de la dificultad que las madres sienten al momento de amamantar a sus hijos en público, la empresa GT Jeans Family ha mantenido su línea de producción enfocada en un target joven, únicamente con prendas de vestir tradicionales como blusas, blusones, chaquetas, etc., es por esta razón que la marca Cupido aún no está posicionada en el mercado al no contar con una amplia variedad de productos diferentes a los de la competencia.

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010), Tungurahua tiene un total de 504.583 habitantes, de los cuales el 48,5% son hombres y el 51,5% mujeres. Las mujeres en edad reproductiva suman un total de 136.409 mujeres, es decir en una edad comprendida entre los 15 a 49 años.

Respecto a la tasa global de fecundidad en Tungurahua se presenta un indicador de 2,5, es decir cada mujer tiene alrededor de dos hijos como promedio. Adicionalmente, en

Tungurahua existen 137.181 mujeres que han sido madres en edades comprendidas entre los 12 hasta los 49 años según el último censo del 2010 realizado por el INEC. La proyección para el 2016 serán aproximadamente 152.350 mujeres en edad reproductiva.

a. Insuficiencias en la práctica empresarial

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2012), las empresas textiles que fabrican prendas de vestir para el género femenino en la provincia de Tungurahua, ofrecen prendas tradicionales, es decir existe una escasa innovación en prendas de vestir que faciliten la lactancia a las madres que se encuentran en esta etapa, es por esta razón que se presenta dificultad al momento de amamantar utilizando las prendas habituales, esto a su vez ocasiona indiscreción al momento de la lactancia y algunas madres prefieren evitar esta actividad en público.

La empresa GT Jeans Family ofrece limitados productos, evidenciando escasez de variedad de prendas de vestir para satisfacer las necesidades del género femenino en cuanto a vestimenta para la etapa de lactancia, estas mujeres requieren de prendas de vestir cómodas que faciliten realizar esta función.

b. Necesidad social

La lactancia es una etapa muy importante que actualmente las madres tratan de evitar por la incomodidad que esto les ocasiona en público por no contar con prendas adecuadas para realizar esta función; adicionalmente, es importante considerar que luego del parto las mujeres necesitan recuperar la forma de su cuerpo, es por eso que existe la necesidad de renovar la colección pensando en las madres lactantes con faja moldeadora incluida, esto fomentará la lactancia materna brindando comodidad y practicidad a la madre lactante.

Según Carranza & Méndez (2013), en el Ecuador, la desnutrición sigue constituyendo uno de los principales problemas de salud pública. La lactancia materna es uno de los factores fundamentales del crecimiento físico, psíquico y emocional de los niños y niñas. Es la manera natural de alimentarlos y satisfacer sus necesidades nutricionales durante los primeros meses de vida, además de proporcionarles anticuerpos contra enfermedades

infecciosas. Por ello su práctica es una medida preventiva de la morbilidad infantil y, por ende, de la mortalidad infantil. La lactancia materna es, de acuerdo con los análisis de costo – beneficio realizado por el Banco Mundial (2013), una de las estrategias con mayor impacto en favor de la reducción de la desnutrición infantil.

La norma establecida internacionalmente por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y adoptada por el Ministerio de Salud de Ecuador es que la lactancia materna exclusiva debe durar hasta los seis meses de edad y la lactancia prolongada o extendida hasta cumplir los dos años de edad.

Hoy en día las mujeres que dan de lactar saben que algunas prendas no son cómodas para ofrecer el alimento a sus hijos, por lo que deben exhibir sus pechos en lugares sociales. Como resultado de este inconveniente se propone diseñar varios prototipos de prendas con adaptaciones y broches que facilitan enormemente esta importante labor y brinde comodidad al momento de la lactancia a las madres que lo utilizan.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del Emprendimiento

Creación de una nueva línea de producción y comercialización de prendas de vestir para madres lactantes con faja moldeadora incluida.

2.2. Localización Geográfica

En la empresa GT Jeans Family ubicada en la provincia de Tungurahua, Cantón Pelileo, Parroquia Benítez.

Barrio Los Laureles calle Guayaquil



Ilustración 2. Localización Geográfica
Fuente: googlemaps.com

2.3. Justificación

En la Agenda Territorial de Tungurahua (2010) se refleja que Pelileo es un cantón de la provincia de Tungurahua que se destaca en la fabricación de jeans, la mayoría de talleres son familiares, existe empresas medianas y grandes, esta ciudad es considerada a nivel nacional como la ciudad azul por la confección de jeans, ya que la actividad textil es la más importante en el cantón. En Pelileo se comercializa todo tipo de prenda de vestir para ambos géneros masculino y femenino.

Según el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2011) en el análisis realizado en la provincia de Tungurahua, señala que la provincia tiene como tercera actividad principal manufacturera, la industria textil, específicamente la elaboración de prendas de vestir para el género femenino y masculino de todas las edades, y en diferentes tipos de prendas; esta industria es la tercera más representativa de la provincia generando empleo.

De acuerdo al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2012) en el análisis sectorial realizado, manifiesta que la fabricación de textiles en el Ecuador es una actividad artesanal antigua, ya que empezó desde la cultura Inca, al inicio únicamente se dedicaron a procesar lana, y actualmente con el avance de la tecnología la industria textil ha dado grandes transformaciones innovando nuevas estrategias de producción fabricando prendas de vestir de todo tipo de material como es el algodón, poliéster, lana y seda.

El presente proyecto se justifica por proponer un producto innovador que cubrirá las expectativas y necesidades de las madres que se encuentran en la etapa de lactancia comprendida desde que el bebé nace hasta los 2 años. De esta manera se busca ofertar varias prendas de vestir que sean cómodas para la madre lactante. El producto se enfoca en esta etapa ya que es de suma importancia para el target elegido, de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud, la lactancia es de vital importancia para el desarrollo del niño por los nutrientes que aporta, por lo cual recomienda hacerlo hasta los 2 años aproximadamente.

La ropa de lactancia que se propone aparte de brindar discreción, busca facilitar la lactancia, ya que es complicado encontrar vestidos o blusas que las mujeres en etapa de lactancia puedan usar sin que se deformen por su uso en esta función, estas prendas de vestir para lactancia sirven para que las madres lactantes puedan amamantar a sus hijos en cualquier lugar sea o no en público y de una manera práctica.

Las prendas de vestir para la lactancia permiten unir estética y utilidad haciendo mucho más cómoda la lactancia materna para fomentar la lactancia materna, ya que muchas mujeres prefieren evitar esta actividad por la incomodidad e indiscreción al momento de amamantar en lugares públicos. El diseño de la ropa de lactancia es muy discreto, por lo tanto si a la madre le gusta una prenda de vestir puede utilizarla durante la etapa de la lactancia y al finalizar esta etapa seguirla utilizando.

Es importante considerar que luego del parto las mujeres necesitan recuperar la forma de su cuerpo mediante el uso de una faja, es por esto que las prendas de vestir para la lactancia además de brindar comodidad y facilidad al momento de amamantar también poseen una faja moldeadora incluida la cual ayudará a las madres a moldear su cuerpo luego del parto y al ser prendas versátiles y a la moda permitirán que las mujeres se sientan bien con su físico.

En base a lo estipulado por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2013), en el Plan Nacional del Buen Vivir, el presente proyecto aporta al objetivo número cuatro que se refiere a fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, donde se enfoca en la nutrición, por ser un factor muy importante en el crecimiento de los niños, desde la gestación. Adicionalmente, aporta al cumplimiento del objetivo número tres del Plan Nacional del Buen Vivir que se refiere a mejorar la calidad de vida de la población, dentro del numeral 3.2 literal j) que textualmente dice:

“...Promover la lactancia materna como la acción más efectiva para la nutrición y la prevención de enfermedades infecciosas neonatales, sobre todo gastroenteritis...”

2.4.Objetivos

2.4.1. Objetivo General

- Producir y comercializar una nueva línea de producción dirigida a madres en etapa de lactancia.

2.4.2. Objetivos específicos

- Realizar una investigación de mercado para determinar la aceptación del nuevo producto.
- Establecer estrategias de Marketing para la comercialización de la nueva línea de producción.
- Contribuir con la sociedad implementando una nueva línea de producción para madres lactantes.

2.5.Beneficiarios

Los beneficiados principalmente son:

- Las madres en etapa de lactancia, ya que el producto les ofrece comodidad al momento de la lactancia de sus hijos y con la faja moldeadora podrán recuperar su cuerpo después del parto.
- La empresa GT Jeans Family que lanzará al mercado la nueva línea de producción para madres lactantes.
- La Universidad Técnica de Ambato es otra de las entidades beneficiarias, por el proyecto de emprendimiento realizado.

2.6.Resultados a alcanzar

Los resultados que se esperan lograr son:

- Aceptación de la nueva línea de producción por parte de la empresa GT Jeans Family.

- Conocer la situación de la empresa GT Jeans Family.
- Diagnosticar las posibles estrategias de comercialización de la nueva línea de producción.
- Brindar a las madres lactantes un producto innovador que facilitará la lactancia de sus hijos.
- Posicionar la marca Cupido en el mercado.
- Una vez finalizado el proyecto los resultados serán presentados a la empresa GT Jeans Family.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1.Descripción del producto

Las blusas para etapa de lactancia materna con faja moldeadora de abdomen incluida, consisten en prendas de vestir que brindarán comodidad y facilitarán esta función tan importante a través de broches, en su interior posee una faja moldeadora que ayudará a que el abdomen vuelva a su forma natural con mayor rapidez.

Muchas mujeres terminan sintiéndose frustradas cuando se dirigen a comprar prendas de vestir para el período de lactancia, ya que no moldean su figura y son incómodas para la lactancia, por lo cual se ha diseñado una blusa para el período de lactancia que ayudará a las madres a darle el pecho a su bebé discretamente cuando se encuentre en un área pública.

Las blusas son fabricadas con tela faja en su interior para la etapa post-parto, esto ayuda a la corrección de la postura de la espalda, facilita la movilidad de la madre durante los primeros días de haber dado a luz, disminuye los dolores derivados del parto, brinda mayor comodidad y ayuda a que los músculos se vayan reacomodando y vuelven a su forma normal.

Las blusas para lactancia están fabricados con telas de algodón que puedan estirarse y hacerla sentir cómoda, con la fusión de estos dos parámetros claves para una mujer en etapa de lactancia, primero poder usar una prenda de vestir que le moldee su cuerpo cuando la usa, que se sienta cómoda, y lo más importante que es de fácil acceso para que él bebe puede lactar de una forma discreta, con esto se busca satisfacer las necesidades de las mujeres que se encuentran en esta etapa de su vida.

Haroon, Das, Salam, Imdad & Bhutta (2013) resaltan la importancia de practicar la lactancia materna, la prenda que se propone aparte de brindar discreción, busca facilitar

esta función. Es difícil encontrar vestidos o blusas que las madres lactantes puedan usar sin que se deformen por su utilización durante esta etapa.

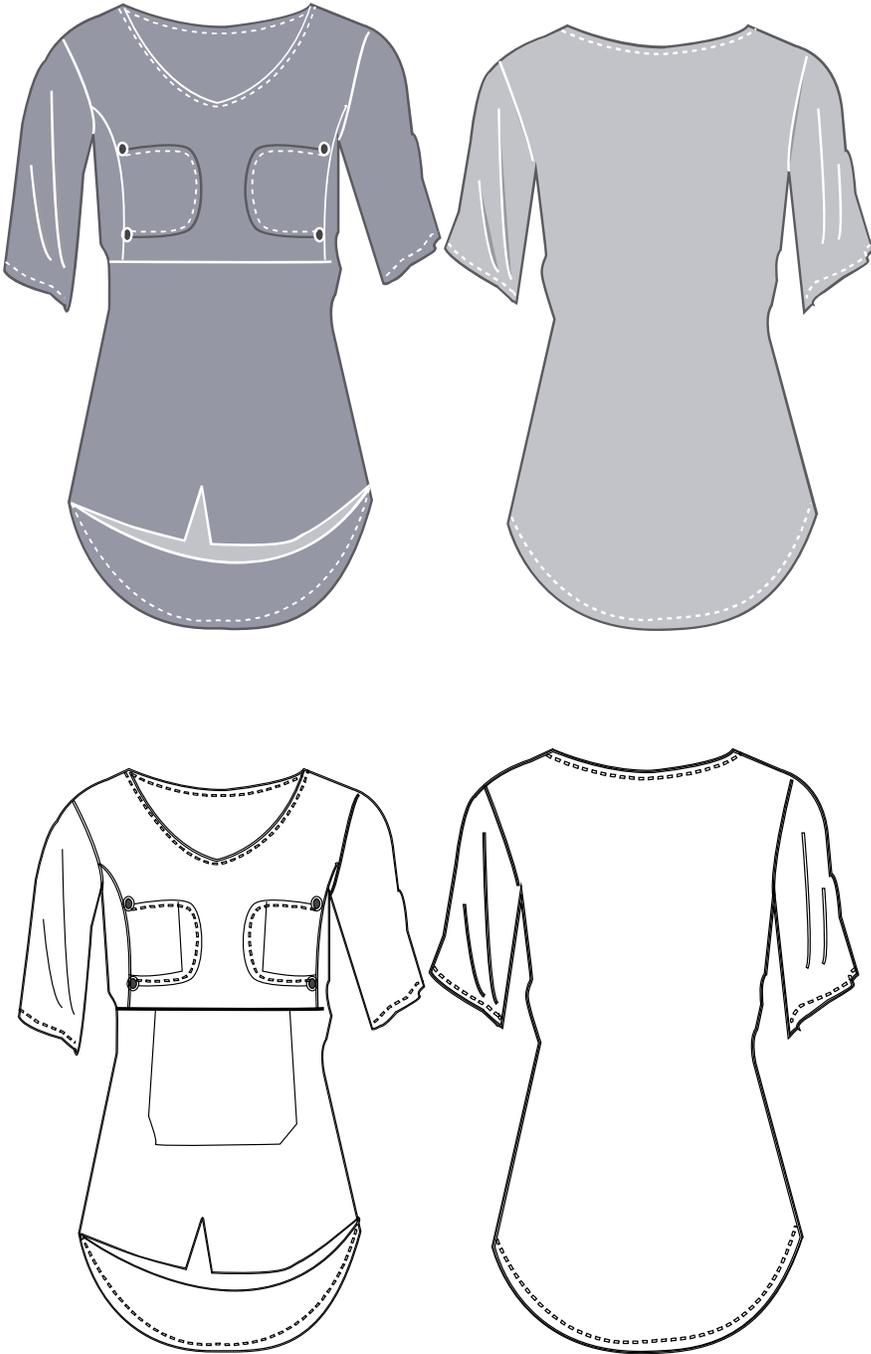


Ilustración 3. Diseño del producto
Elaborado por: Mayra Sánchez

3.1.1. Características y usos del producto

- Al tener unos ganchos y botones de fácil uso, ayuda a la madre lactante a sentirse cómoda al momento de la lactancia del bebé.
- Las blusas cuentan con una faja moldeadora de abdomen incluida para que el cuerpo de la madre pueda revisar a su forma luego del embarazo.
- Al usarla con frecuencia mejorará la postura de la espalda.
- Brindará elegancia y comodidad para las madres lactantes.
- **Producto:** blusas para etapa de lactancia con faja moldeadora incluida.
- **Calidad:** las prendas estarán fabricadas con telas importadas y nacionales, algodón, viscosa, chailís.
- **Diseño:** juveniles y a la moda.
- **Colores:** variados por modelo y dependiendo la estación.
- **Tamaño:** tallas que varían desde 26 hasta 44, Small, Medium, Large y Extra Large.
- **Packaging:** bolsas con la marca Cupido.

3.1.2. Beneficios del producto

- La faja permite que el abdomen de la madre lactante recupere su forma natural con mayor rapidez.
- Disminuye la incomodidad y la sensación de vacío del abdomen.
- Brindan comodidad.
- La faja que incluye la prenda disminuye los dolores por el parto.
- La blusa por sus broches brinda facilidad, comodidad y discreción para la lactancia en lugares públicos.

3.1.3. Segmentación de mercado

Valderrey, P. (2011), es necesario determinar al segmento de mercado al que se dirige el producto para poder realizar la investigación correspondiente y determinar la aceptación del nuevo producto en el mercado.

Tabla 1. Segmentación de mercado

Variable de segmentación	Variable	Número	Fuente
Geográfica	Total población Ecuador	16.533.490	INEC 2010
Geográfica	Población Tungurahua	504.583	INEC 2010
	Mujeres		
Demográfica	Edad reproductiva	136.409	INEC 2010
Demográfica	Edad de trabajar y PEA femenina	105.662	INEC 2010
Demográfica	Mujeres que han tenido hijos	7.901	INEC 2014
Demográfica	Proyección mujeres que han tenido hijos año 2016	8.365	Proyección 2016 con la tasa de fecundidad 2,5

Fuente: INEC

Elaborado Por: Mayra Sánchez

El segmento de mercado seleccionado son las mujeres que han tenido hijos en el año 2014 un total de 7.901 mujeres, proyectando así este valor al año 2016 un total de 8.365 mujeres.

3.1.4. Cálculo de la muestra

Una vez determinado el segmento de mercado al que se va a dirigir el producto se procede a calcular la muestra para conocer el número de encuestas que se deben realizar. Según Aguilar, S. (2005), se aplica la siguiente fórmula para el estudio cualitativo de una población finita:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{d^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

N = población

p= 0,5 proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia

q = 0,5

Z = 1,96 nivel de confianza

d = 0,05 error de muestreo

$$n = \frac{8365 * 3,8416 * 0,5 * 0,5}{0.0025(8365 - 1) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{8.033,70}{20,91 + 1,0}$$

$$n = \frac{8.033,70}{21,91}$$

$$n = 367,30$$

Por lo tanto, se aplicarán 367 encuestas.

3.1.5. Análisis e interpretación de los resultados

Tabla 2. Edad

EDAD	NÚMERO	PORCENTAJE
15 a 20 años	55	15%
21 a 25 años	94	26%
26 a 30 años	135	37%
31 a 35 años	58	16%
Más de 36 años	25	7%
TOTAL	367	100%

Fuente: INEC

Elaborado Por: Mayra Sánchez

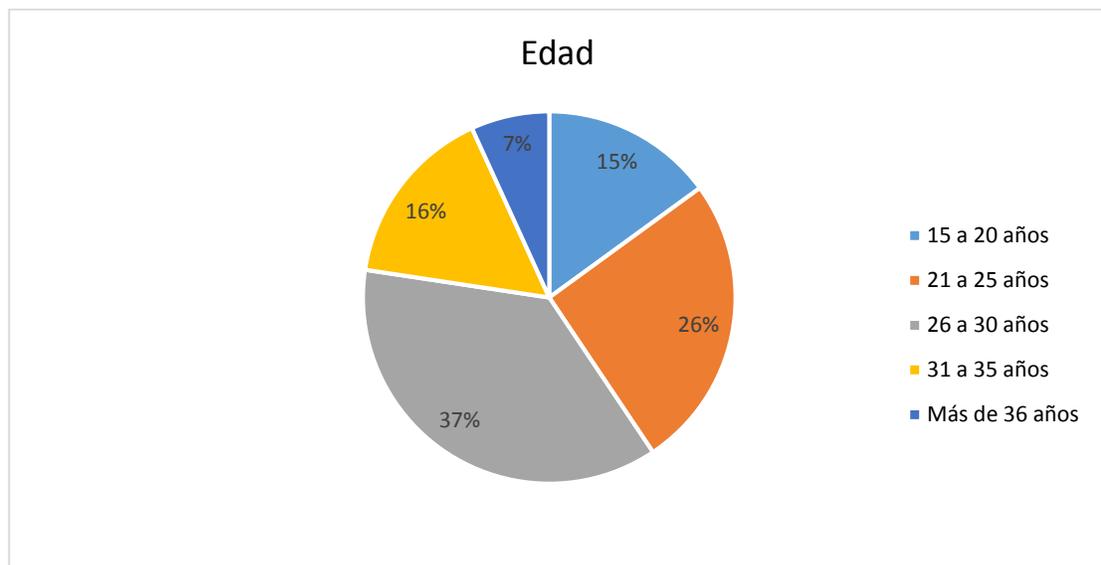


Ilustración 4. Edad

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

Las mujeres entre los 26 a 30 años de edad será el target al que estará dirigido el producto, debido a que son el grupo más grande de la muestra encuestada, en estas edades las mujeres tienen más capacidad adquisitiva y pueden adquirir las blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia.

Tabla 3. Situación actual

SITUACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Es una madre lactante	135	37%
Está en periodo de gestación	98	27%
Está planificando ser madre	134	37%
TOTAL	367	100%

Fuente: INEC

Elaborado Por: Mayra Sánchez

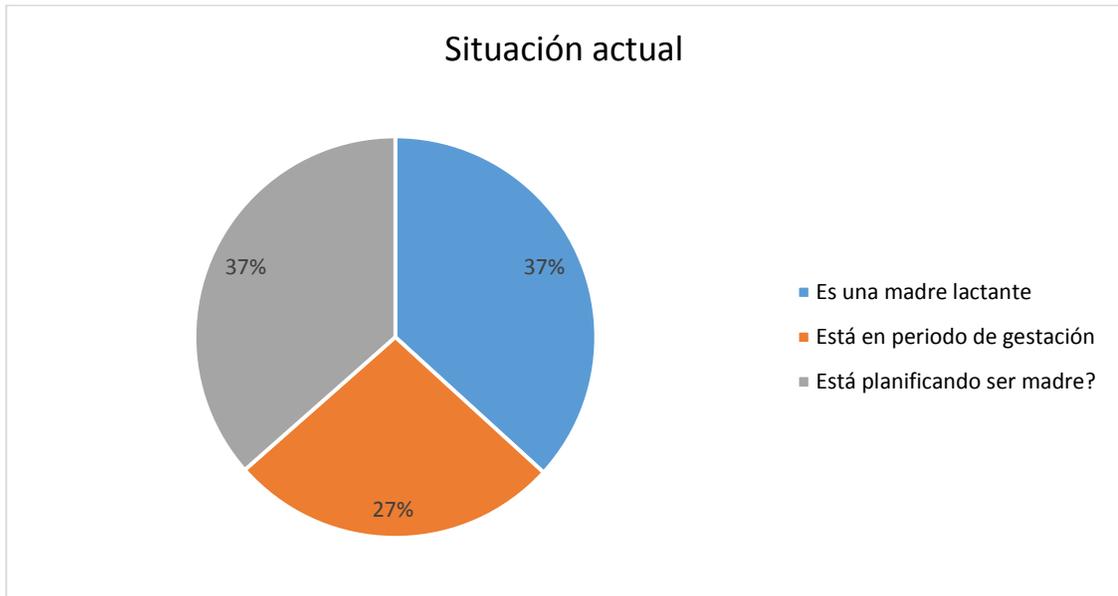


Ilustración 5. Situación actual

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

Las madres que se encuentran en periodo de lactancia y las mujeres que están planificando ser madres suman el mayor porcentaje de nuestro mercado objetivo, es decir las blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia tendrán una gran acogida en el target que se ha seleccionado porque les brindará comodidad y facilitará la lactancia materna.

Tabla 4. Número de hijos

No.	NÚMERO	PORCENTAJE
0	113	31%
1	106	29%
2	83	23%
3	65	18%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuesta

Elaborado Por: Mayra Sánchez



Ilustración 6. Número de hijos

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

Respecto al número de hijos que tienen las mujeres encuestadas el porcentaje que señala no tener hijos están planificando tenerlos o ya están en periodo de gestación, con estos datos se determina que las mujeres encuestadas estarán en poco tiempo en periodo de lactancia donde requerirán las blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia que les facilitará esta función.

Tabla 5. Talla

TALLA	NÚMERO	PORCENTAJE
Small	57	16%
Medium	200	54%
Large	75	20%
Extra Large	35	10%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuestas

Elaborado Por: Mayra Sánchez

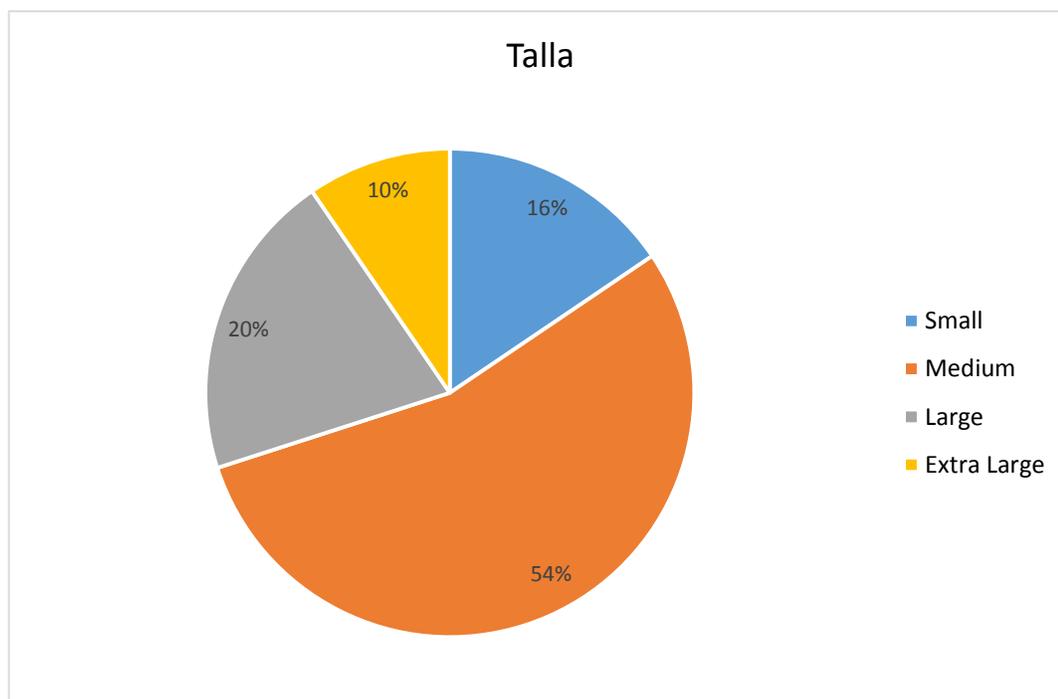


Ilustración 7. Talla

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

La talla médium es la que más alto porcentaje tuvo según los resultados de la encuesta, esta información es relevante para poder establecer la cantidad por cada talla de blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia se van a fabricar.

Cuestionario

Pregunta 1.- ¿Actualmente, usted conoce que existen blusas para la etapa de lactancia con faja moldeadora de abdomen incluida?

Tabla 6. Pregunta No. 1

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	15	4%
NO	352	96%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuestas

Elaborado Por: Mayra Sánchez

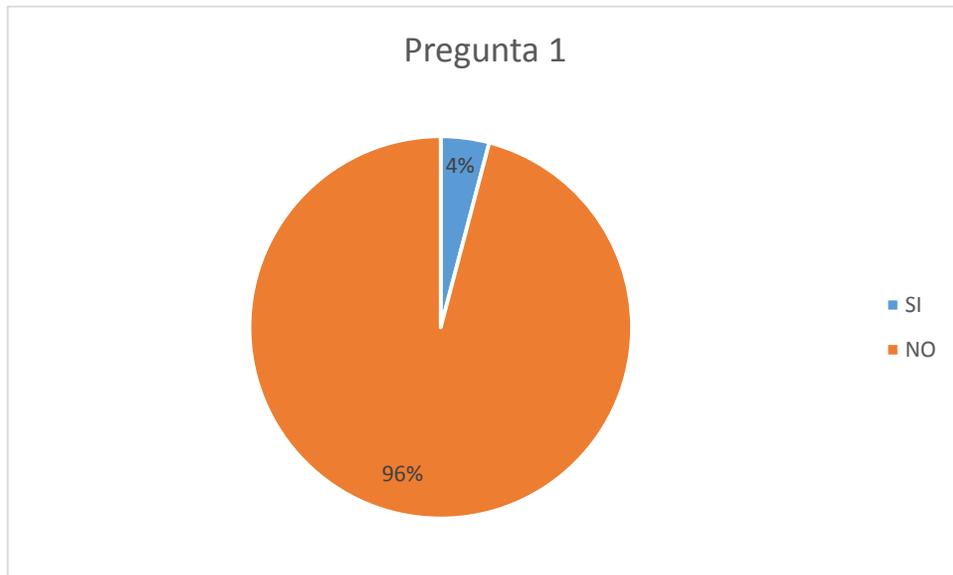


Ilustración 8. Pregunta No. 1

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

La mayoría de las mujeres encuestadas señalan que no conocen de la existencia de blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia, por lo tanto, el no conocer la existencia del producto significa que es un producto nuevo que actualmente no se lo encuentra fácilmente en el mercado.

Pregunta 2.- ¿Le gustaría adquirir una blusa que le facilite la lactancia materna a través de broches y que tenga una faja moldeadora de abdomen incluida?

Tabla 7. Pregunta No. 2

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	259	71%
NO	108	29%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuestas

Elaborado Por: Mayra Sánchez

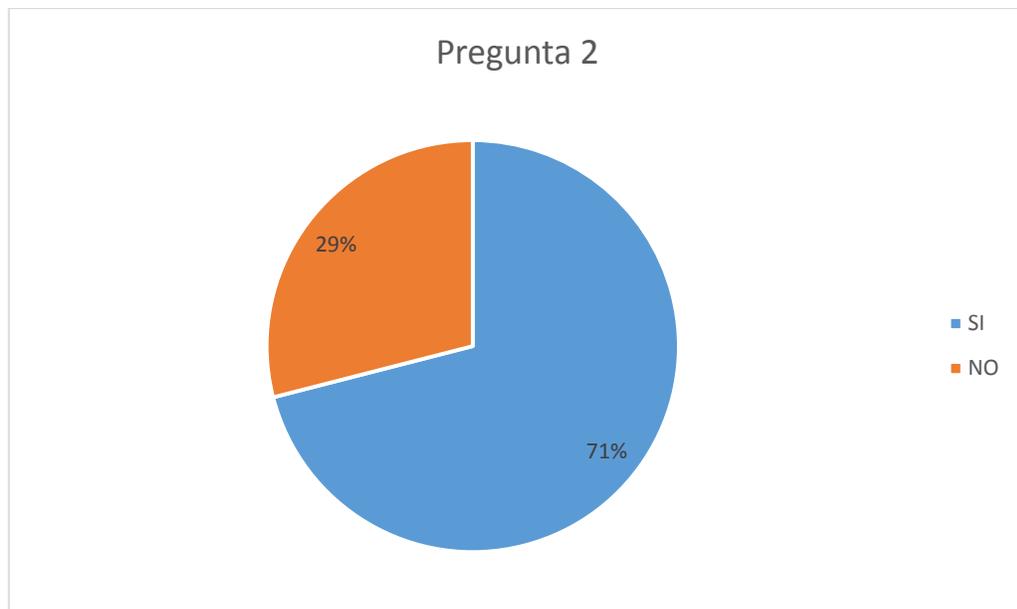


Ilustración 9. Pregunta No.2

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

La mayor parte de las mujeres que fueron encuestadas señalan que están dispuestas a adquirir las blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia que le facilite la lactancia materna a través de broches y que tenga una faja moldeadora de abdomen incluida, por lo que se determina que el producto tendrá una gran acogida por las mujeres que están en etapa de lactancia, están planificando ser madres y por las mujeres que están en periodo de gestación.

**Pregunta 3.- En la etapa de lactancia, cuáles son los atributos que busca en blusas?
Señale los 3 que considere más importantes.**

(1: Siempre importante; 2: Casi siempre importante; 3: Algunas veces importante)

Tabla 8. Pregunta No. 3.1

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
MODA	90	25%
COMODIDAD	165	45%
PRACTICIDAD	28	8%
PRECIO	61	17%
SEGURIDAD	23	6%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuestas

Elaborado Por: Mayra Sánchez

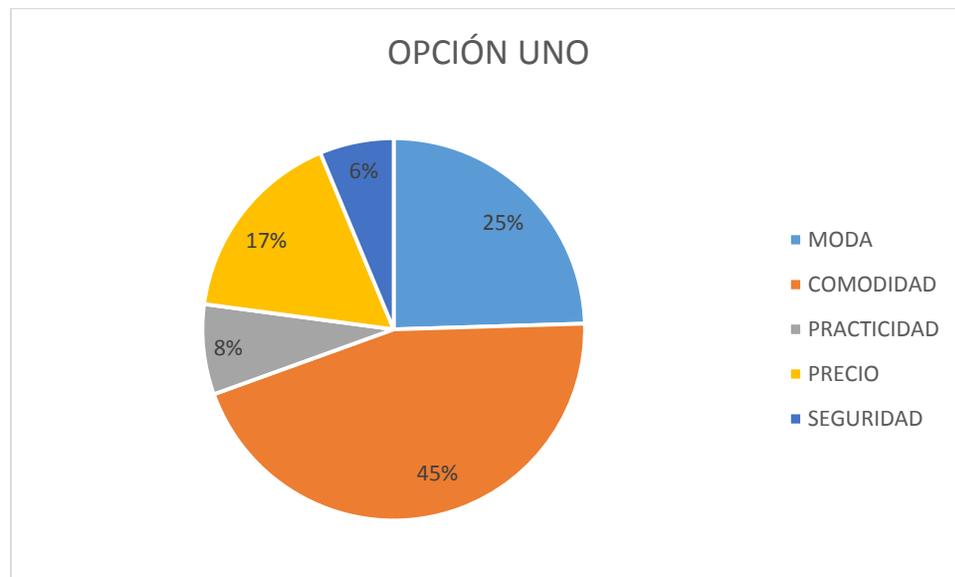


Ilustración 10. Pregunta No. 3.1

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

Las mujeres encuestadas señalan que en la etapa de lactancia la característica más importante, es decir el atributo que escogieron varias veces como número uno, es la comodidad, particularidad que las blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia brinda, por sus broches y la faja ofrece comodidad al momento de amamantar al bebé.

Tabla 9. Pregunta No. 3.2

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
COMODIDAD	80	22%
PRACTICIDAD	45	12%
PRECIO	129	35%
SEGURIDAD	48	13%
MODA	65	18%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuestas

Elaborado Por: Mayra Sánchez

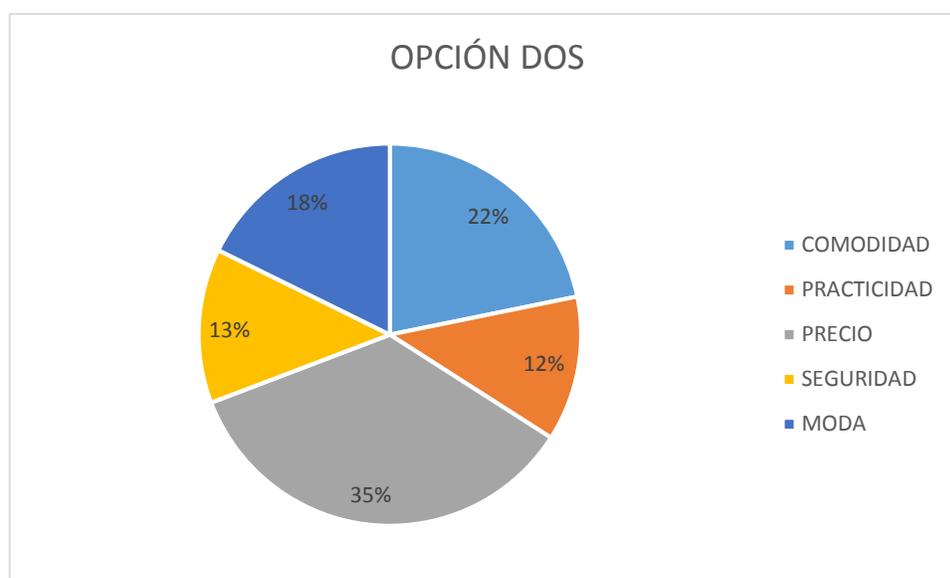


Ilustración 11. Pregunta No. 3.2

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

Las mujeres encuestadas señalan que es casi siempre importante el precio de la prenda que estén buscando, ya que con un buen precio se puede captar su atención e inducir a la compra de cualquier tipo de producto, con más razón si el producto está enfocado a madres, ya que son quienes buscan los precios más asequibles a su bolsillo.

Tabla 10. Pregunta No. 3.3

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
SEGURIDAD	85	23%
PRECIO	78	21%
MODA	125	34%
COMODIDAD	65	18%
PRACTICIDAD	14	4%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuestas

Elaborado Por: Mayra Sánchez

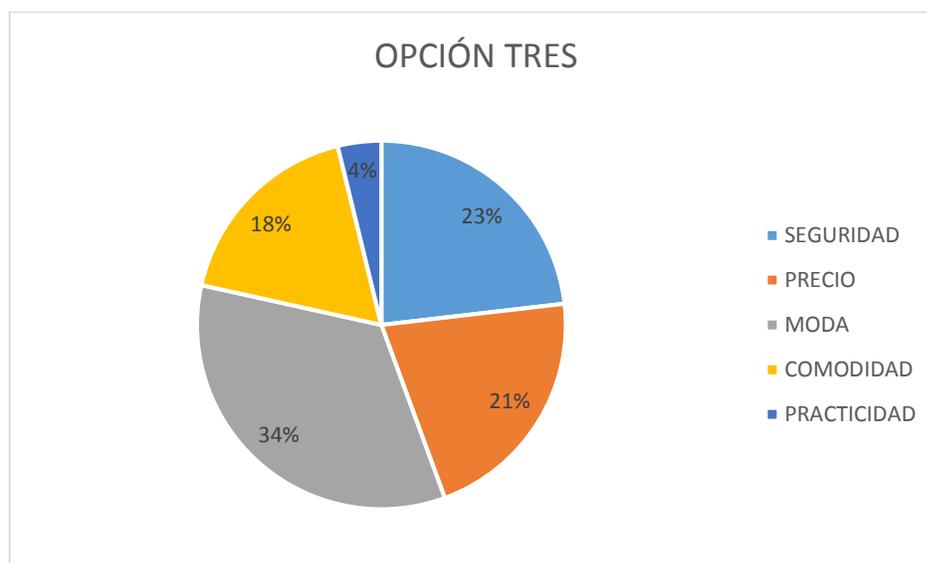


Ilustración 12. Pregunta No. 3.3

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

Las personas que fueron encuestadas indican que algunas veces es importante la moda al buscar blusas que les permitan sentirse a gusto cuando se encuentran en la etapa de lactancia, por lo que no consideran que es una característica de gran importancia al realizar sus compras de prendas de vestir.

Pregunta 4.- ¿De qué material le gustaría que sean elaboradas estas prendas?

Tabla 11. Pregunta No. 4

TIPO DE TELA	NÚMERO	PORCENTAJE
Viscosa (95% algodón – 5% spandex – elástico)	248	68%
Chalís (50% algodón – 50% poliéster)	98	27%
Chifón (100% poliéster)	19	5%
Jean (100% algodón)	2	1%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuestas

Elaborado Por: Mayra Sánchez

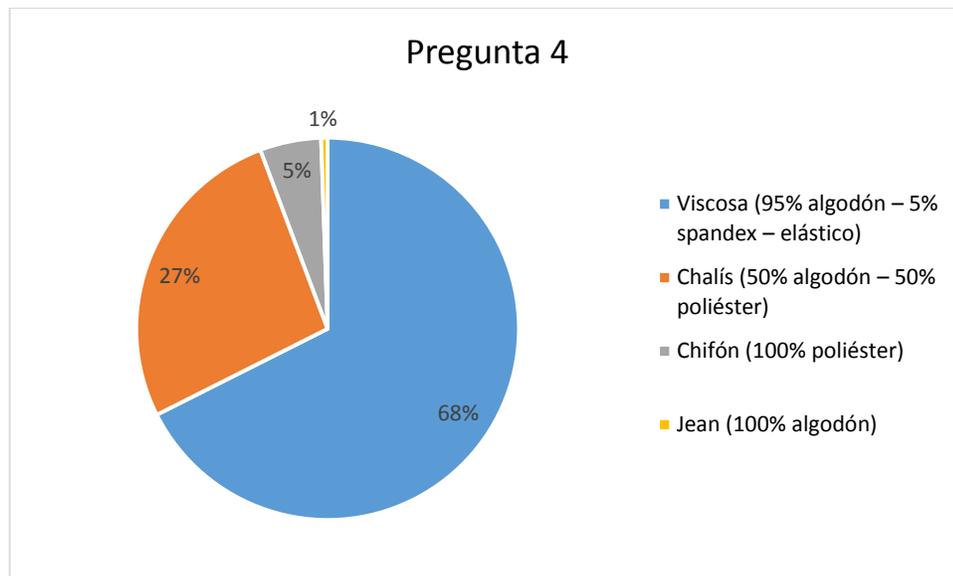


Ilustración 13. Pregunta No.4

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

La mayor parte de mujeres que fueron encuestadas prefieren que la blusa con faja moldeadora para etapa de lactancia sea elaborada con la tela viscosa, ya que esta tela contiene un alto porcentaje de algodón y este material es preferido por las mujeres porque evita las alergias y brinda protección a la piel que está en contacto con el algodón.

Pregunta 5.- ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una blusa que le facilite la lactancia materna a través de broches y que tenga una faja moldeadora de abdomen incluida?

Tabla 12. Pregunta No. 5

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
\$ 25 - \$ 30	196	53%
\$ 30 - \$ 35	135	37%
\$ 35 - \$ 40	36	10%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuesta

Elaborado Por: Mayra Sánchez

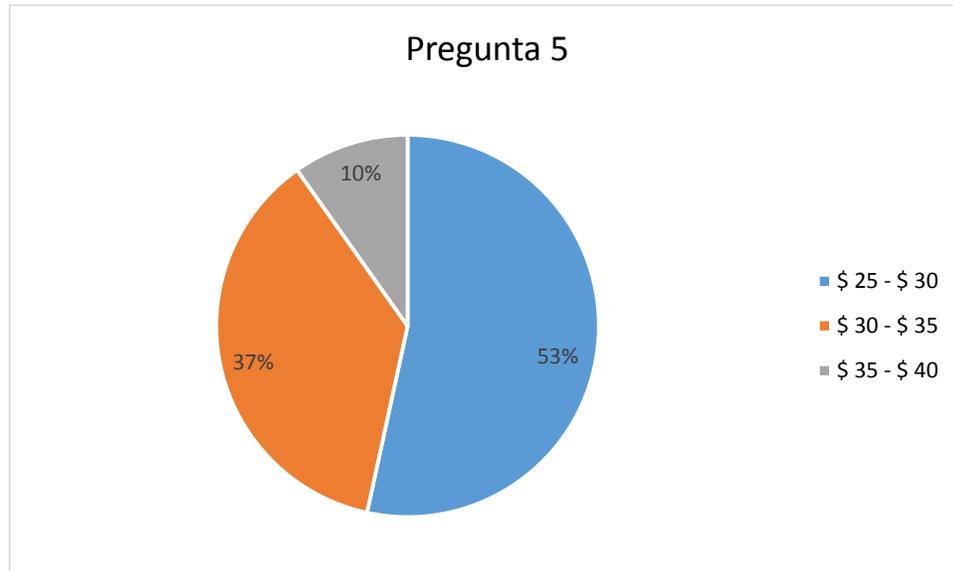


Ilustración 14. Pregunta No.5

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada, el mayor porcentaje de personas señala que estaría dispuesta a pagar entre veinticinco y treinta dólares por la blusa con faja moldeadora para etapa de lactancia, este rango es un precio asequible para todas las madres que busquen comodidad en la lactancia y puedan recuperar su figura después del embarazo.

Pregunta 6.- ¿Cuántas blusas que le faciliten la lactancia materna a través de broches y que tengan una faja moldeadora de abdomen incluida estaría dispuesta a comprar?

Tabla 13. Pregunta No. 6

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
1 a 2 blusas	198	54%
3 a 4 blusas	140	38%
5 o más blusas	29	8%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuestas

Elaborado Por: Mayra Sánchez

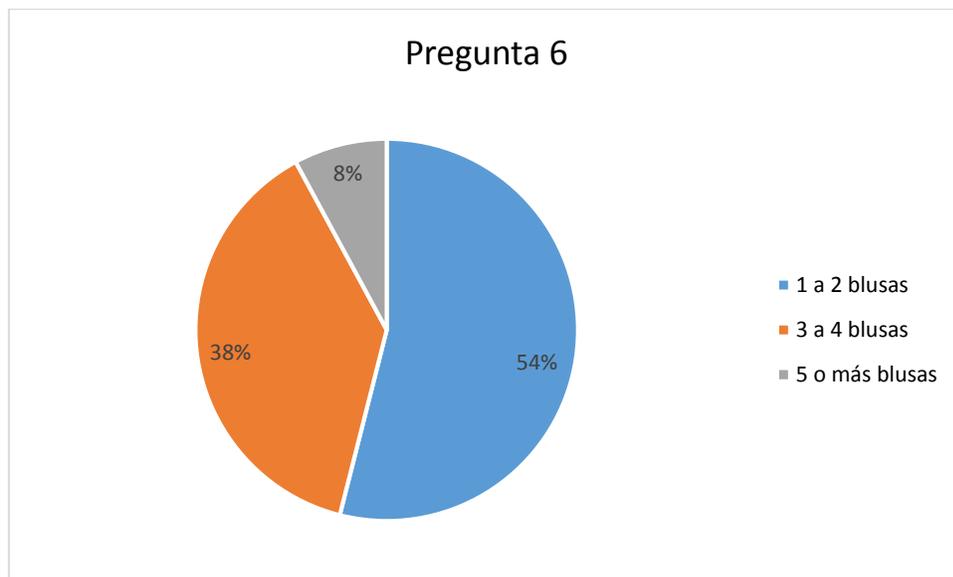


Ilustración 15. Pregunta No.6

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

La mayoría de mujeres encuestadas están dispuestas a adquirir de una a dos blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia, esta información es relevante para establecer la cantidad de prendas que se van a elaborar considerando la demanda de la misma.

Pregunta 7.- ¿Conoce de alguna empresa que ofrezca blusas que le faciliten la lactancia materna a través de broches y que tengan una faja moldeadora de abdomen incluida?

Tabla 14. Pregunta No. 7

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	11	3%
NO	356	97%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuesta

Elaborado Por: Mayra Sánchez

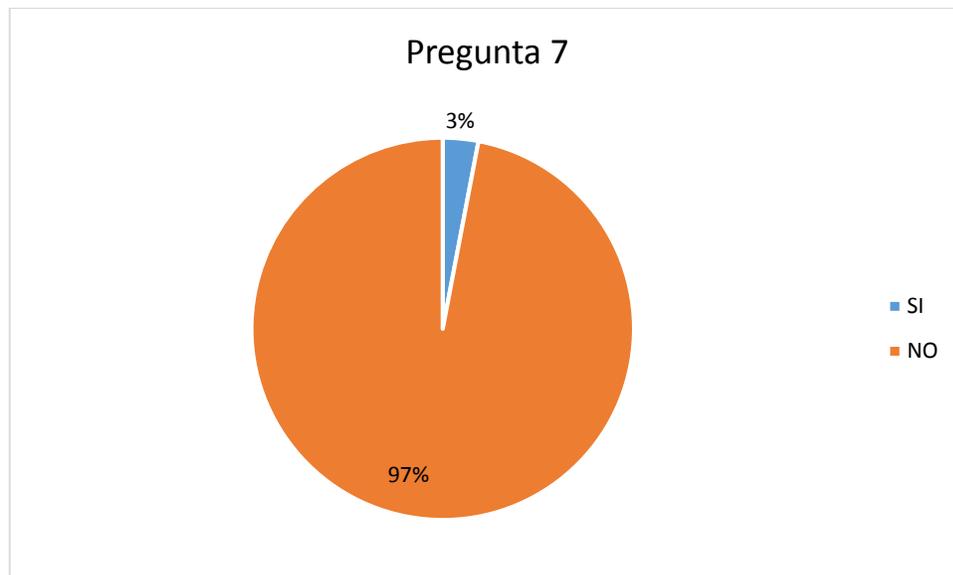


Ilustración 16. Pregunta No.7

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

La mayor parte de las personas encuestas señalan que no conocen ninguna empresa que ofrezca blusas que le faciliten la lactancia materna a través de broches y que tengan una faja moldeadora de abdomen incluida; las personas que señalan que si conocen de estas prendas indican que en Bebé Mundo encuentran fajas post parto y prendas para lactancia; sin embargo, no existen empresas que ofrezcan en una misma prenda facilitar la lactancia y moldear el abdomen con una faja al mismo tiempo.

Pregunta 8.- ¿En qué lugar le gustaría encontrar este tipo de prendas de vestir?

Tabla 15. Pregunta No. 8

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
Tiendas de maternidad	142	39%
Locales de ropa	57	16%
Por Internet	12	3%
Por Catálogo	156	43%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuesta

Elaborado Por: Mayra Sánchez

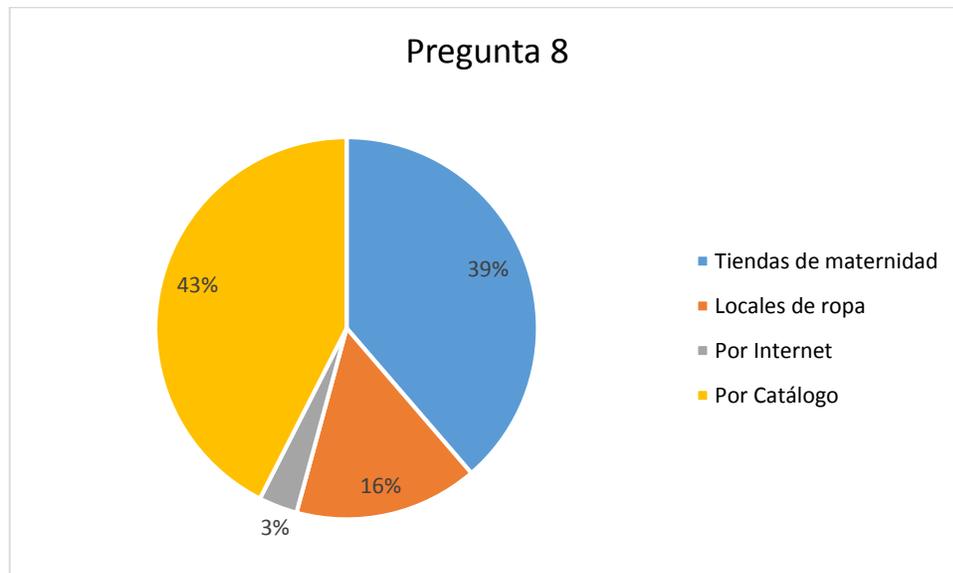


Ilustración 17. Pregunta No.8

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

La venta por catálogo actualmente se ha convertido en uno de los canales preferidos por las mujeres, ya que se sienten atraídas al ver cómo luce la prenda en la modelo de la revista; sin embargo, hay mujeres que aún prefieren las tiendas, es decir, lugares donde puedan ver la prenda y usarla para mirar cómo se le ve, cómo se siente con la prenda y así adquirirla.

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de beneficios le gustaría recibir por la compra de una blusa que le facilite la lactancia materna a través de broches y que tenga una faja moldeadora de abdomen incluida?

Tabla 16. Pregunta No. 9

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
Obsequios	113	31%
Descuentos en prendas	179	49%
Concursos	29	8%
Promociones por tiempo limitado	46	13%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuesta

Elaborado Por: Mayra Sánchez

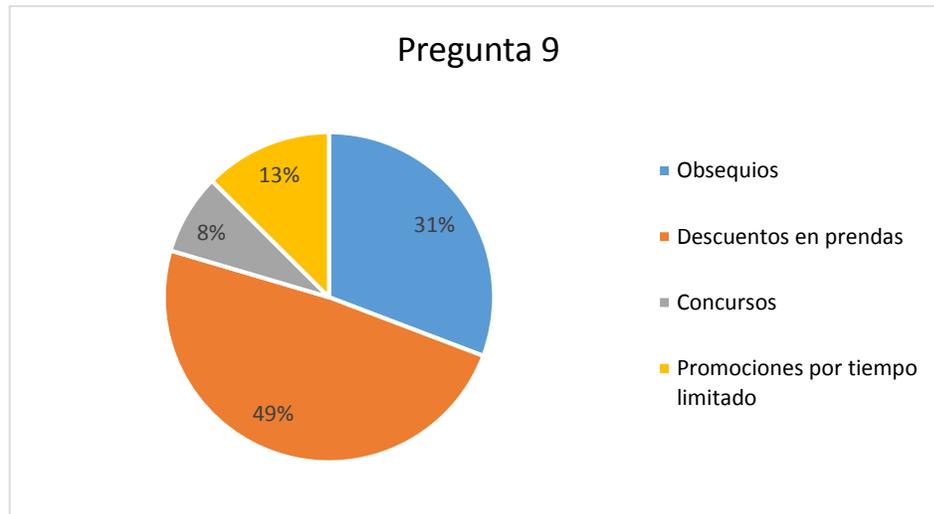


Ilustración 18. Pregunta No.9

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

El descuento es un beneficio que atrae a las personas para adquirir algún producto, es por esto que las mujeres encuestadas prefieren descuentos en prendas al adquirir una blusa con faja moldeadora para etapa de lactancia, los obsequios son otra forma de captar clientes, pueden ser artículos pequeños que se les entregue con la marca del producto para los clientes es importante que se le entregue un valor agregado por la compra de prenda.

Pregunta 10.- ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre este producto?

Tabla 17. Pregunta No. 10

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
Anuncios en la prensa	39	11%
Televisión	6	2%
Radio	9	2%
Folletos/ Dípticos / Trípticos/ Volantes	48	13%
Redes Sociales / Página Web	265	72%
TOTAL	367	100%

Fuente: encuesta

Elaborado Por: Mayra Sánchez

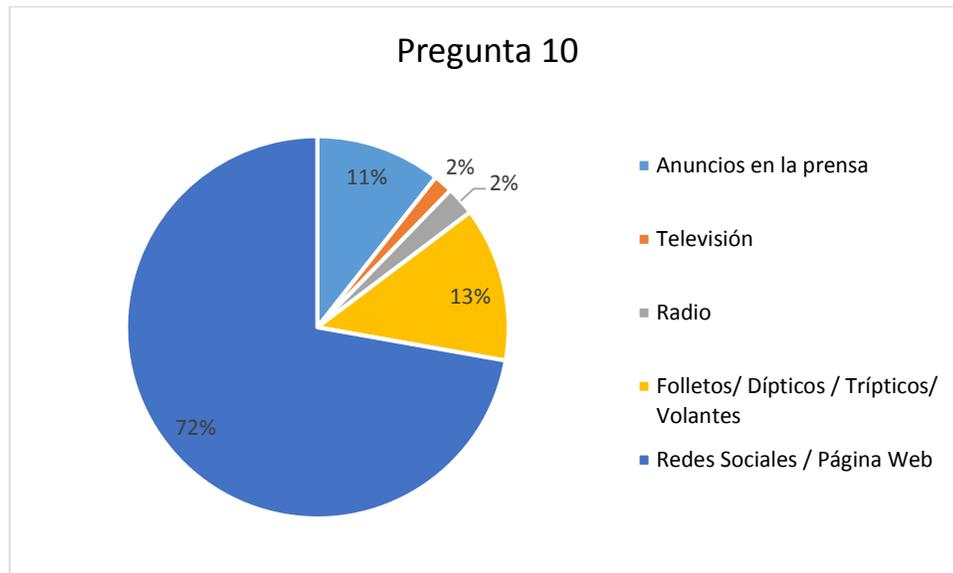


Ilustración 19. Pregunta No.10

Fuente: encuesta

Elaborado por: Mayra Sánchez

Análisis e interpretación:

Actualmente, la publicidad de un producto se la realiza a través de páginas web y redes sociales, es una vía mediante la cual se puede dar a conocer el producto de mejor manera, ya que la mayoría de personas tiene una cuenta en alguna red social, la comunicación es inmediata y puede ser visualizada por cualquier persona en el mundo.

3.1.6. Conclusión de la encuesta

- En base a la encuesta realizada se determina que la mayoría de las personas que fueron encuestadas están interesadas en adquirir las blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia, por ser un producto innovador es atractivo para las mujeres y no se lo encuentra fácilmente en el mercado.

3.2. Estudio de la demanda

Para realizar el cálculo de la demanda se procede de la siguiente manera:

$$Q = n \times p \times q$$

Donde:

Q: demanda potencial

n: numero de posibles compradores.

p: precio promedio del producto en el mercado.

q: cantidad promedio de consumo per capita.

1. Número de compradores posibles

Como primer punto luego de haber segmentado el mercado, y de acuerdo a la pregunta de aceptación de la encuesta se determina el número de posibles compradores:

Tabla 18. Número de compradores posibles

Variable		No.
Demográfica	Proyección mujeres que han tenido hijos año 2016	8.365
Encuesta	71% de aceptación	5939

Fuente: INEC

Elaborado Por: Mayra Sánchez

2. Precio promedio

Se realiza una comparación de los precios de productos similares en el mercado:

Tabla 19. Precio promedio

Precio	Valor
Precio en BBMundo	\$ 45,00
Precio en Mercado Libre	\$ 55,00
Precio de la encuesta	\$ 30,00
Precio Promedio	\$ 43,33

Fuente: Investigador

Elaborado Por: Mayra Sánchez

3. Cantidad promedio per cápita

Se realiza con la pregunta de aceptación de la encuesta, se calcula el valor promedio de unidades que demanda el mercado

Tabla 20. Cantidad promedio per cápita

Frecuencia (Unidades)		Σ	x	Fo	xfo
1	2	3,00	1,5	198	297
3	4	7,00	3,5	140	490
5		5,00	5	29	145
					932

Elaborado Por: Mayra Sánchez

Finalmente, se divide el valor total obtenido por el número de unidades observadas, es decir, 932 dividido para siete, dando como resultado 2,5 unidades, sin embargo, se aproxima al inmediato superior.

Una vez obtenidos los valores se los reemplaza en la fórmula de la siguiente manera.

$$Q = n \times p \times q$$

$$Q = 5939 \times 43,33 \times 3$$

$$Q = \$772.070,00$$

3.3. Estudio de la oferta

Para el cálculo de la oferta se toma en consideración la pregunta numero dos acerca la aceptación del producto, debido a que no existe información sobre las importaciones de este tipo de productos. Es decir, se realiza de la siguiente forma:

Tabla 21. Estudio de la oferta

Variable		No.
Demográfica	Proyección mujeres que han tenido hijos año 2016	8.365
Encuesta	29% de rechazo	2426

Elaborado Por: Mayra Sánchez

Finalmente, se calcula multiplicando el número de personas por el precio promedio:

Tabla 22. Estudio de la oferta

Precio	Valor
Precio en BBMundo	\$ 45,00
Precio en Mercado Libre	\$ 55,00
Precio de la encuesta	\$ 30,00
Precio Promedio	\$ 43,33

Elaborado Por: Mayra Sánchez

$$o = n * p$$

Donde:

O: oferta

n: número de personas que manifestaron que tal vez o no consumirían el producto.

p: precio promedio

$$o = n * p$$

$$o = 2.426 * 43,33$$

$$o = 105.118,58$$

3.3.1. Análisis de la competencia

En base a la encuesta realizada en cuanto a las empresas que ofrezcan blusas para lactancia con faja moldeadora de abdomen incluida, se puede determinar que nuestra competencia es Bebé Mundo, que es una empresa del área comercial de la Corporación La Favorita, respecto a las blusas para lactancia con faja moldeadora incluida, Bebé Mundo ofrece fajas post parto y prendas para lactancia por separado.

Tabla 23. Competencia

Competencia	Descripción	Productos	Alianzas	Concursos	Campañas	Locales
BEBÉ MUNDO	Cadena de almacenes especializados en la venta de ropa y artículos para bebés desde 0 a 2 años y para madres. Empresa del área comercial de la Corporación La Favorita.	Madres: Fajas post parto, prendas para lactancia.	Dispone de proveedores nacionales para desarrollar sus productos.	A nivel nacional se realizan los concursos de fotografía Baby Top Model y Baby Celebrity.	Mantiene campañas en redes sociales como Facebook que lo consideran como su mejor medio digital. Interacción personal se impulsa con las madres un nuevo producto cada semana.	Cuenta con: Pichincha 5 locales. Guayas 3 locales. Azuay 1 local. Cotopaxi 1 local. Tungurahua 1 local.

Fuente: Corporación La Favorita

Elaborado por: Mayra Sánchez

3.3.2. Mercado potencial para el proyecto

El mercado objetivo al que está enfocado el producto, blusa con faja moldeadora para etapa de lactancia son las mujeres:

- En edad reproductiva edad comprendida entre 15 y 49 años
- En etapa de lactancia
- En periodo de gestación
- Están planificando ser madres

3.4. Precios

Para determinar los precios se hace una comparación con precios de productos similares que hay en el mercado.

Tabla 24. Precios

Precio en BBMundo	\$ 45,00
Precio en Mercado Libre	\$ 55,00
Precio de la encuesta	\$ 30,00

Elaborado por: Mayra Sánchez

A continuación, se procede a proyectar el precio, para esto se usa la inflación anual.

Tabla 25. Proyección de los Precios

Año	Precio	Inflación 2015	Incremento
2016	\$ 30,00	3,38%	\$ 1,01
2017	\$ 31,01	3,38%	\$ 1,05
2018	\$ 32,06	3,38%	\$ 1,08
2019	\$ 33,15	3,38%	\$ 1,12
2020	\$ 34,27	3,38%	

Elaborado por: Mayra Sánchez

Finalmente, se grafica la evolución de los precios durante los años de vida útil del proyecto:

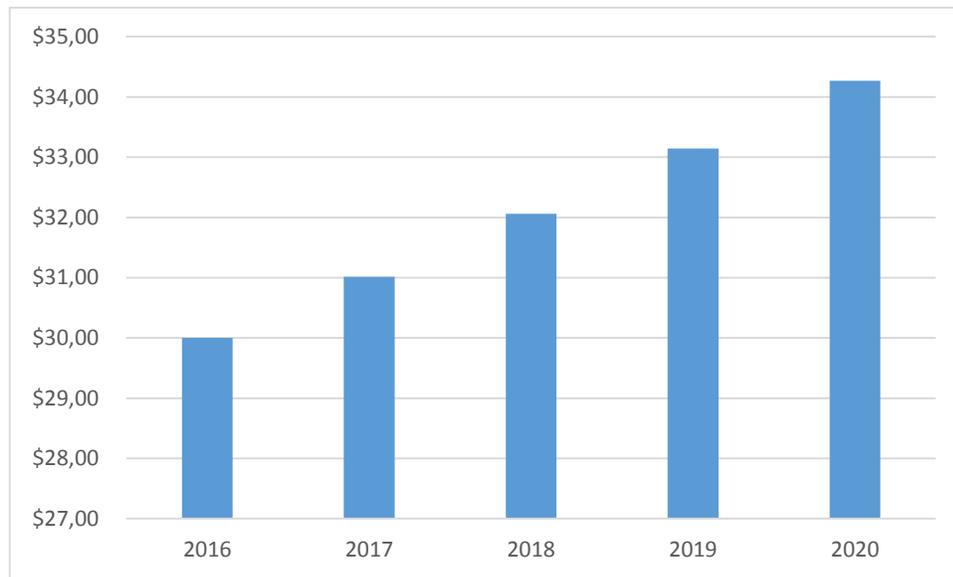


Ilustración 20. Proyección de precios
Elaborado por: Mayra Sánchez

3.5. Canales de Distribución

De acuerdo con Kotler & Keller (2006), los canales de marketing o llamados también de distribución o comercialización son “conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner a disposición de los consumidores un bien o un servicio para su uso o adquisición” (pág. 468). Por otra parte, los autores señalan que para una empresa nueva o pequeña que busca introducir un nuevo producto al mercado, les resulta adecuado usar un canal corto, es decir, fabricante y consumidor.

Por lo antes expuesto, para el proyecto se usa el canal de distribución de tipo corto, es decir, del fabricante al consumidor, ya que la empresa cuenta con un local comercial.



Ilustración 21. Canales de distribución
Elaborado por: Mayra Sánchez

Es importante que el producto pase por filtros de verificación antes de ser adquirido por el usuario o consumidor final, estos son: por parte del fabricante se deben aplicar normas de control de calidad, (Velázquez 2012).

Tabla 26. Ventajas y desventajas del canal de distribución corto

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Costos de distribución del producto bajo. • Amplia cobertura de compra del producto de parte de los usuarios. • Complemento de una línea de mercado de mujeres embarazadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menor promoción comparada a un canal de distribución directa. • Volumen bajo de compra de los consumidores finales. • Menor margen de ganancia en relación al precio de venta.

Fuente: Velázquez, 2012

Elaborado por: Mayra Sánchez.

3.6. Estrategias de comercialización

La estrategia de comercialización para este tipo de producto se basa en las percepciones, posiciones, relaciones y acciones, expuestos a continuación.

Tabla 27. El dinamismo de las estrategias de comercialización

Círculo	Definición	Objetivo del trabajo	Eje de trabajo
Percepciones	Define el territorio de acción corporativo a través de un conjunto de factores racionales emotivos y conductuales.	Mantener la operatividad del territorio de acción a través de una redefinición constante de sus límites.	Vivencia
Posiciones	Define el propósito y las hipótesis alternativas de intervención basada en la imagen del contexto.	Diseñar hipótesis dinámicas de intervención que mantenga alternativas en la definición de rumbos corporativos.	Propósito
Relaciones	Define la estructura de recursos materiales, humanos y técnicos para participar en la trama del entorno.	Conformar una red de recursos que permita ampliar el territorio de acción y enriquecer la operatividad de las acciones	Integración
Acciones	Define el modelo de participar y la dinámica de las decisiones para generar y gestionar las acciones.	Definir un modo de participar en la dinámica del contexto basado en el diseño y la gestión de vínculos estratégicos.	Valor

Fuente: Manucci (2010).

Elaborado por: Mayra Sánchez.

Las estrategias que se emplean para dar a conocer el producto son las siguientes:

- **Alianza estratégicas:** según Krell (2010) “es la que permite a los participantes crecer de diversas formas: incursionar en nuevos escenarios, acotar riesgos, eliminar competidores o asociarse y lograr economías de escala”. Por otra parte, tomando en cuenta que el canal de distribución seleccionado tiene intermediarios especializados en productos maternos o de bebés, las alianzas deberán realizarse con:
 - Tienda para bebés “HELLOKITY” ubicada en la ciudad de Ambato.
 - Locales comerciales en la ciudad de Pelileo.
 - Finalmente, se plantea la opción de comercializar el producto en “BEBE MUNDO” en el Mall de los Andes.

- **Publicidad BTL (*below the line*):** de acuerdo con ACE Publicidad (2011), “es un tipo de estrategia de mercadotecnia dirigido a un segmento específico de mercado, el BTL se caracteriza por la creatividad que tiene en sus anuncios”, esta puede ser:
 - **Publicidad en puntos de venta.**
 - **Anuncios en línea.**
 - **Impresos:** *banners & flyer.*

- **Publicidad en Redes Sociales:** Puro Marketing (2009), señala que la publicidad en redes sociales contribuye al branding de una empresa, es decir, al proceso de hacer y construir una marca mediante la administración estratégica de todos sus componentes, razón por la cual la empresa para promocionar su producto deberá tener cuentas e:
 - Facebook
 - Twitter.
 - Instagram

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento

a. Factores determinantes del tamaño

Entre los factores que determinan el tamaño del emprendimiento tenemos que:

Dimensión del mercado: se determina en base a la segmentación de mercado y un análisis del target al que se pretende ofertar el producto, de esta manera se observa que el segmento son mujeres que han tenido hijos durante el 2015, sin embargo, se proyecta según la tasa de fecundidad para años posteriores y se calculó que son 8365 personas, que representan los consumidores potenciales de la faja.

Capacidad de endeudamiento: el emprendimiento se financiera con recursos propios de la empresa, que únicamente necesita adquirir la materia prima ya que actualmente cuenta con la maquinaria y equipos necesarios para producir las fajas.

Tecnología empleada: actualmente la empresa cuenta con la maquinaria y el recurso humano necesario para la elaboración de las fajas.

Disponibilidad de materia prima: en el país actualmente existen proveedores de tela viscosa y tela faja, principales materias primas para la elaboración del producto.

b. Tamaño Optimo

El tamaño óptimo del emprendimiento se lo hace en base a la capacidad instalada y capacidad utilizada

Capacidad instalada

La capacidad instalada se mide considerando el número de unidades que puede fabricar la empresa de manera diaria, semanal, mensual y anual, esto a su vez depende del número de máquinas con las que trabajan y la capacidad individual de cada una de ellas.

Tabla 28. Capacidad Instalada

Año	# de máquinas	Demanda	C.I Diaria	C.I Semanal (x5)	C.I Mensual (x4)	C.I Anual (x12)
2016	1	5939	5	25	100	1200
2016	5	5939	25	125	500	6000

Elaborado por: Mayra Sánchez.

En conclusión, la empresa tiene la capacidad de producir 6000 unidades al año de fajas.

Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada está en función de la capacidad instalada, en este caso, la empresa tiene la maquinaria necesaria para cubrir la demanda total del producto.

4.2. Localización

Al ser un producto de una empresa ya existente cabe señalar que cuenta con todos los servicios básicos, así como también, con la infraestructura y vías de acceso necesarias para producir las fajas, sin embargo, el único inconveniente que puede afectar la distribución del producto es la ubicación de la fábrica.

a. Macro Localización

La empresa GT Jeans Family está ubicada en:

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo.



Ilustración 22. Macro localización
Fuente: googlemaps.com

b. Micro Localización

En la empresa GT Jeans Family ubicada en la provincia de Tungurahua, Cantón Pelileo, Parroquia Benítez.

Barrio Los Laureles calle Guayaquil

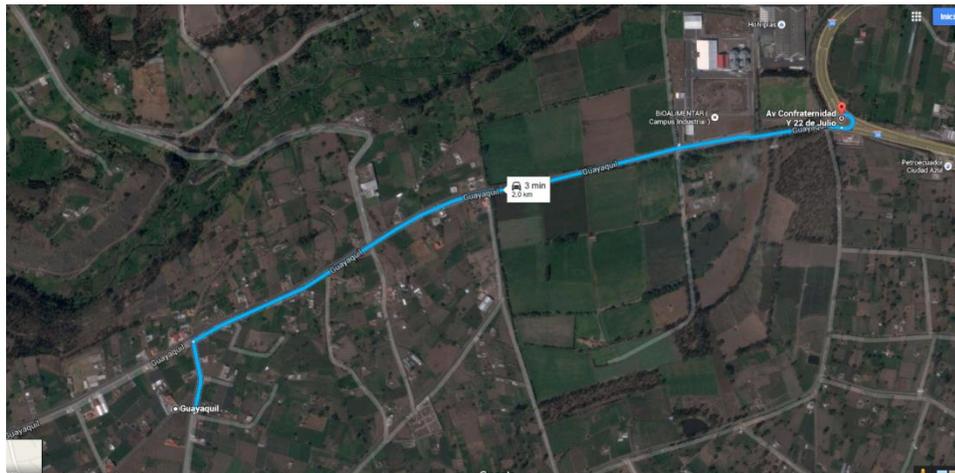


Ilustración 23. Micro localización
Fuente: googlemaps.com

4.3. Ingeniería del proyecto

a. Producto-proceso

Producto

Blusas para etapa de lactancia materna con faja moldeadora de abdomen incluida, consiste en una prenda de vestir que brindará comodidad y facilitará la lactancia materna a través de broches discretos, en su interior posee una faja moldeadora que ayudará a que el abdomen vuelva a su forma natural con mayor rapidez.

Características

- Al tener unos ganchos y botones de fácil uso, ayuda a la madre lactante a sentirse cómoda al momento de la lactancia del bebé.
- Las blusas cuentan con una faja moldeadora de abdomen incluida para que el cuerpo de la madre pueda revisar a su forma luego del embarazo.
- Al usarla con frecuencia mejorará la postura de la espalda.
- Brindará elegancia y comodidad para las madres lactantes.
- **Producto:** blusas para etapa de lactancia con faja moldeadora incluida.
- **Calidad:** las prendas estarán fabricadas con telas importadas y nacionales, algodón, viscosa, chailís.
- **Diseño:** juveniles y a la moda.
- **Colores:** variados por modelo y dependiendo la estación.
- **Tamaño:** tallas que varían desde 26 hasta 44, Small, Medium, Large y Extra Large.
- **Packaging:** bolsas reciclables, bolsas en papel kraft con la marca Cupido.

Proceso

La empresa GT Jeans en el desarrollo de sus actividades tiene el compromiso de priorizar las actividades que generan valor, estas se agrupan para conformar la estructura

denominada cadena de valor, en ella se enlazan los procesos que se ínter relacionan para lograr resultados.

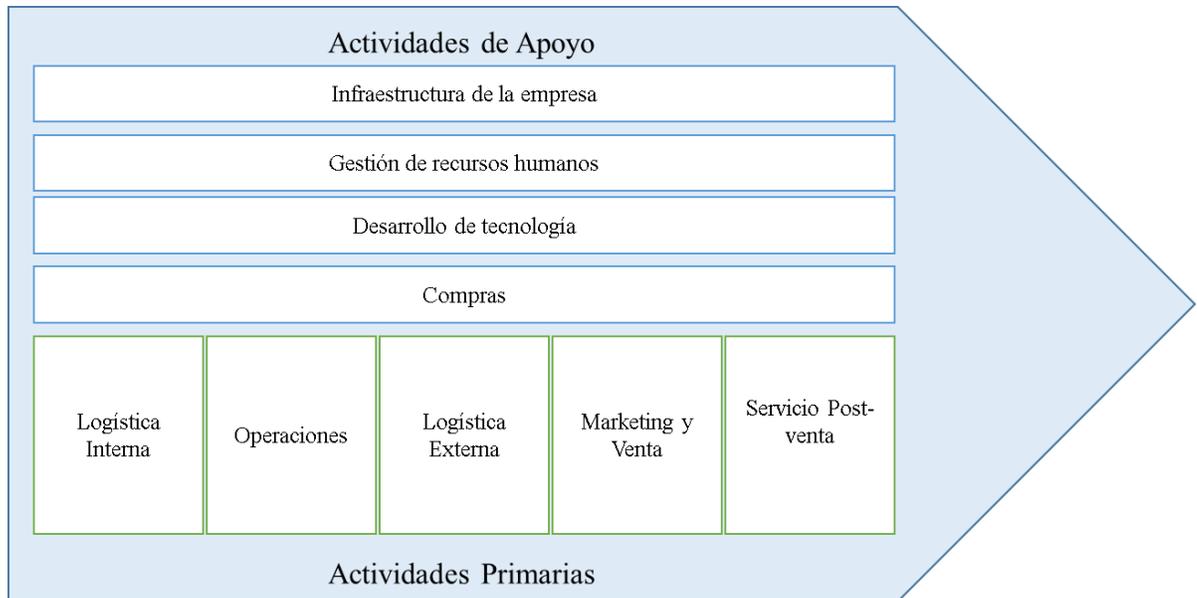


Ilustración 24. Cadena de valor
Elaborado por: Mayra Sánchez

Actividades Primarias

- **Logística interna:** consiste en la adquisición; almacenaje (inventarios) y distribución de las materias primas e insumos para la fabricación de las fajas; los controles de calidad, para garantizar un producto en óptimas condiciones; la recepción de la información de los clientes (base de datos); e inspección del uso adecuado de los recursos.
- **Operaciones:** se empieza por el diseño de la prenda, una vez aprobado el modelo se procede a solicitar la materia prima e insumos en las cantidades necesarias; se procede al corte de las piezas necearías; ya con todas las partes pasan al armado, posteriormente, pasa al acabado (etiquetado y cartonería); finalmente se realiza un control de calidad y almacena la prenda terminada.

- **Logística externa:** consiste en el manejo de los pedidos, elaboración de la documentación necesaria para la salida de la mercadería y el transporte de la misma hacia los intermediarios (canal de distribución).
- **Marketing y ventas:** consiste en las estrategias y herramientas que emplea la empresa para penetrar en el mercado el nuevo producto, se empleara publicidad en medios BTL (*below the line*), son conocidos como no tradicionales o diferente a la radio, televisión y prensa; se realizaran alianzas estrategias con empresas o tiendas especializadas en maternidad.
- **Servicio Post-venta:** consiste en la instalación de un soporte para atender quejas o sugerencias de los intermediarios y clientes.

Actividades secundarias

- **Compras:** consiste en el abastecimiento de los equipos y maquinaria necesaria para mejorar la producción y la calidad de los productos, sin embargo, actualmente la empresa cuenta con todo lo necesario, únicamente es necesario realizar un mantenimiento de las máquinas para que estas sean más efectivas.
- **Desarrollo:** consiste en la investigación y desarrollo, es decir, para dar un producto de calidad, que realmente beneficie a los consumidores es necesario que se investigue el material adecuado para fabricar las fajas, así como también los insumos, para evitar que puedan presentarse problemas como alergias a cierto material u otras.
- **Gestión del talento humano:** el personal estará debidamente capacitado para la fabricación y comercialización del producto, así como también, se recompensará a todos quienes cumplan las metas planteadas.
- **Infraestructura:** actualmente la empresa cuenta con la infraestructura necesaria, sin embargo, de ser necesario se invertirá en ampliaciones o adecuaciones de la planta de trabajo.

b. Balance de Materiales

Tabla 29. Materias primas

Descripción	Características	Cantidad Unitaria	Precio Unitario
Tela viscosa	Tejido natural con una textura muy fina al tacto muy suave y agradable, caracterizada por ser una tela fresca y con mucho vuelo.	1,5 m	\$ 2,33 c/m
Tela faja (Powernet)	El Powernet es una tela elástica elaborada en mezcla de poliamida y elastano. Las prendas elaboradas con este material tienen una mayor compresión que las fabricadas solamente de Microfibra.	0,50 m	\$3,50 c/m

Elaborado por: Mayra Sánchez.

Tabla 30. Insumos

Descripción	Características	Cantidad Unitaria	Precio Unitario
Hilos de algodón	El hilo de algodón 100% se obtiene a partir de las fibras del algodón, que después de la hilatura, se convierte en hilo de algodón.	25 m	\$0,001
Broches	Es un material que se engancha por un objetivo esencialmente estético sobre las prendas de vestir	8 u	\$0,01
Etiquetas	Identificativo de algún producto	1 u	\$0,05
Cartonería		1 u	\$ 0,05

Elaborado por: Mayra Sánchez.

Tabla 31. Materiales

Descripción	Características	Cantidad Unitaria	Precio Unitario
Tijeras	Instrumento para cortar tela, consiste en dos hojas metálicas, con filo, generalmente acabadas en punta en uno de sus extremos y con un ojo en el otro extremo para introducir los dedos.	1	
Cinta métrica	Tira larga y estrecha de papel, plástico u otro material flexible.	1	
Tiza	Permite realizar trazos sobre una tela, para posteriormente borrarlos.	1	

Elaborado por: Mayra Sánchez.

Tabla 32. Maquinaria y Equipos

Descripción	Cantidad
Overlock	5
Recta	5
Recubridora	5
Plancha	2
Cortadora	5
Plotter	2
Botonera	2

Elaborado por: Mayra Sánchez.

Diagrama de flujo

Los diagramas de Flujo permiten conocer al detalle las actividades necesarias para la elaboración de los productos.

El flujograma esta hecho en base a la normativa de la American National Standard Institute (ANSI), que tiene la siguiente simbología:

Tabla 33. Simbología ANSI

Símbolo	Significado	¿Para qué sirve?
	FIN / INICIO	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo.
	OPERACIÓN / ACTIVIDAD	Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento.
	DOCUMENTO	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	DATOS	Indica la salida y entrada de datos.
	ALMACENAMIENTO / ARCHIVO	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.

	<p>DECISIÓN</p>	<p>Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.</p>
	<p>LÍNEAS DE FLUJO</p>	<p>Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.</p>
	<p>CONECTOR</p>	<p>Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.</p>
	<p>CONECTOR DE PÁGINA</p>	<p>Representa la continuidad del diagrama en otra página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo.</p>

Fuente: (Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica, 2009)

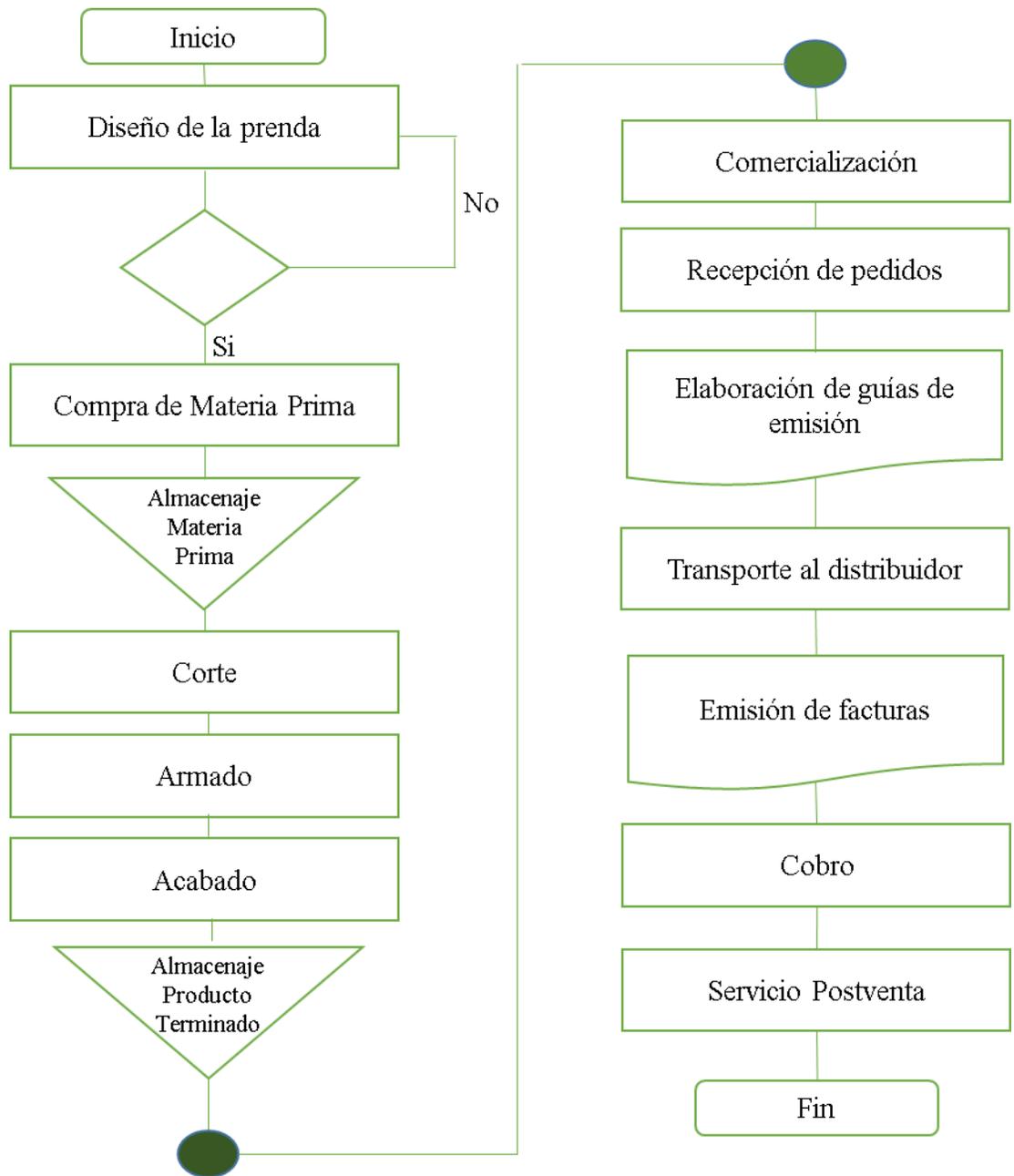


Ilustración 25. Flujograma
Elaborado por: Mayra Sánchez

c. Periodo Operacional estimado de la planta

Definir el periodo operacional se puede hacer en base a dos puntos de vida, en primer lugar: la vida útil de los equipos y maquinaria; y en segundo lugar el financiamiento del proyecto. Por lo antes expuesto, según la maquinaria con la que cuenta la empresa el periodo será de cinco años.

d. Capacidad de producción

La capacidad de producción de la empresa se detalla a continuación.

Tabla 34. Capacidad de producción

Duración Día Productivo	300 minutos
Tiempo de Producción	7,30 minutos
Total Producción Diaria * máquina	41 blusas con faja
Total Producción Anual * máquina	9.863 blusas con faja

Elaborado por: Mayra Sánchez.

e. Distribución de maquinarias y equipos

La empresa cuenta con una planta de producción distribuida de la siguiente forma:

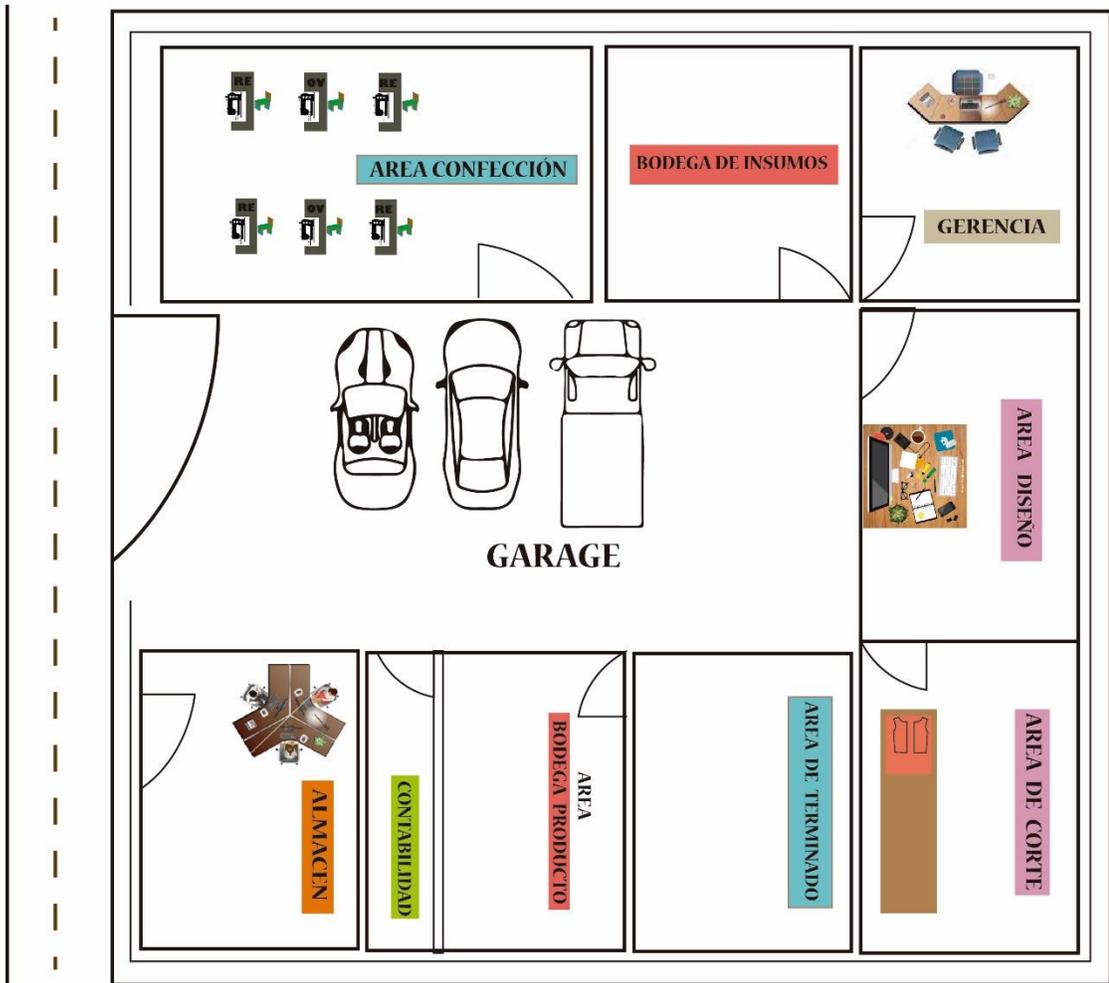


Ilustración 26. Distribución de espacios
Elaborado por: Mayra Sánchez

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos General

Historia

La empresa GT Jeans Family fue creada en el año de 1987 por el Sr. Marcelo Garcés y su esposa Lusmila Torres, ubicada en el Cantón Pelileo, Parroquia Benítez, Barrio Los Laureles; los cuales inicialmente empezaron solo con la fabricación de pantalones jeans; en la actualidad mantiene dos marcas: Cupido, es una marca enfocada en el género femenino, ofrece prendas superiores e inferiores y accesorios; y Cravo y Canela es una marca para el género masculino.

Las prendas de vestir que se comercializa con la marca Cupido, son confeccionadas y cuidadosamente elaboradas a base de textiles importados de los países conocidos como los más grandes textileros a nivel mundial como son Italia, Ecuador, Brasil, España, Turquía y Egipto; lugares que tienen un conocimiento elevado del desarrollo y cuidado del índigo. Las bases textiles que se utilizan para elaborar las prendas de la marca Cupido, destaca la innovadora línea Hi-Comfort, la misma que está compuesta por productos que ofrecen confort permanente y respetan el medio ambiente.

La empresa GT Jeans Family ofrece todo tipo de prendas de vestir para damas y caballeros, como blusas, blusones, vestidos, pantalones, camisas; sin embargo, su target son mujeres y hombres jóvenes, en la actualidad se debe considerar que las madres lactantes son un target importante que requieren prendas de vestir que faciliten la lactancia y con una faja moldeadora incluida cumplirían con sus expectativas de vestir.

Misión

Atender las necesidades de moda y del vestir de la sociedad; proporcionando a nuestros clientes servicios y productos de gran calidad, y a nuestros empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias profesionales.

Visión

Ser una empresa de referencia, liderar la distribución de moda de diseño para damas, caballeros y niños; en continuo crecimiento, con presencia internacional, que se distinga por proporcionar una calidad de atención y servicio excelente a sus clientes.

Valores

Máxima atención al cliente:

A través de nuestro personal de ventas, les brindamos a todos los clientes el apoyo y la orientación necesaria para realizar sus adquisiciones de la forma más conveniente.

Seguridad y conveniencia:

Ofreciendo el mejor ambiente de compra a los consumidores, a través de la ubicación de las tiendas, ubicadas en lugares selectos y accesibles.

Comodidad:

A través de áreas climatizadas y con una distribución por departamentos que permitan a todos los clientes poder realizar sus compras en un mismo lugar.

Calidad y garantía:

Ofreciendo a todos los clientes unos productos originales y de primera calidad; comprados directamente a los distribuidores autorizados.

Vanguardia y tecnología:

Mantener una constante actualización en las herramientas y maquinarias tecnológicas que son utilizadas en nuestros modernos sistemas de venta, capacitación de personal y de operación general de cada una de las tiendas.

Valores Institucionales:

Mantener la lealtad hacia la empresa y el cumplimiento de su misión; transparencia y ética en el ejercicio de la actividad organizacional.

Poseer creatividad en el diseño, desarrollo, elaboración y comercialización de todos los productos. Competitividad en el ejercicio de las actividades. Y sobre todo, y lo más importante, el trabajo en equipo durante el ejercicio de la tarea y el respeto mutuo entre las personas que conforman la empresa.

5.2. Diseño Organizacional

El diseño organizacional consiste en las subdivisiones que tiene cada empresa en su estructura, en este caso se tiene que:

Tabla 35. Diseño Organizacional.

Nivel 1	Junta General de Accionistas.
Nivel 2	Gerencia General
Nivel 3	Asesoría Interna: Secretaria. Asesoría Externa: Asesor Legal
Nivel 4	Dirección: Producción/Financiera/Comercial.
Nivel 5	Producción: Jefatura/Diseño/Corte/Confección/Acabado Financiera: Contabilidad. Comercial: Marketing/Ventas.

Elaborado por: Mayra Sánchez.

5.3. Estructura Organizacional

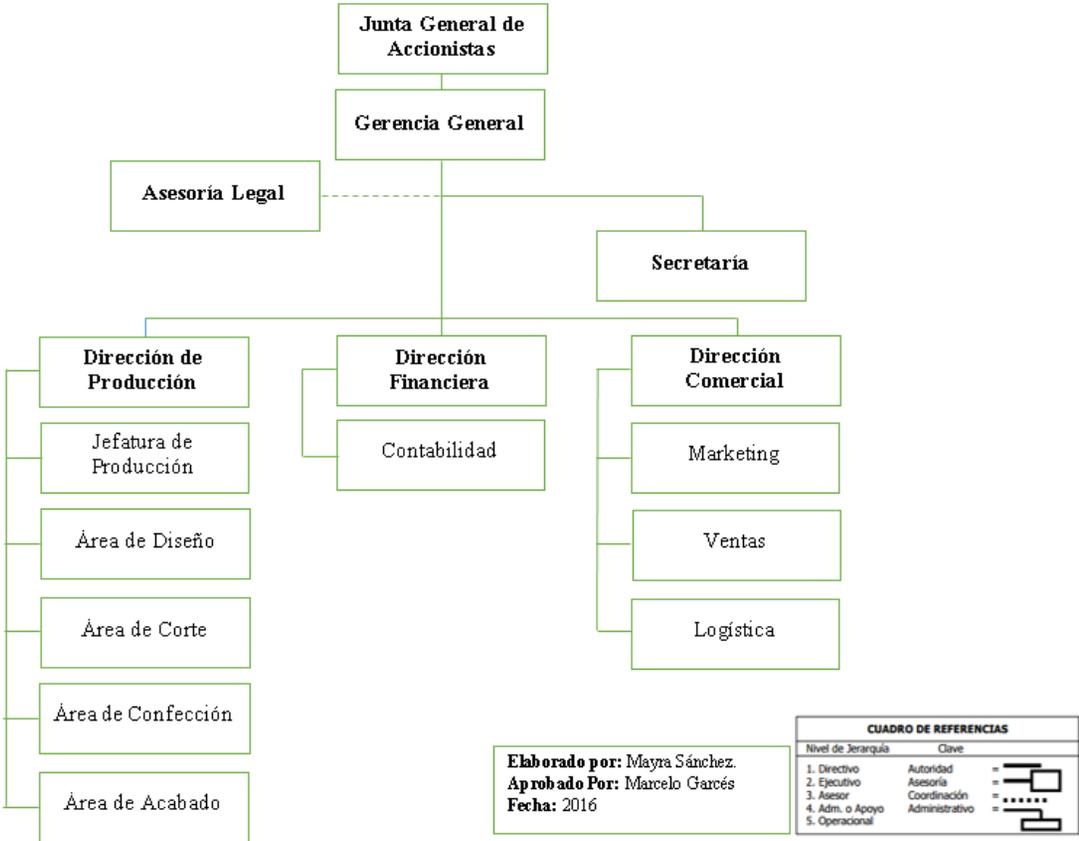


Ilustración 27. Estructura organizacional
Elaborado por: Mayra Sánchez

5.4. Estructura Funcional

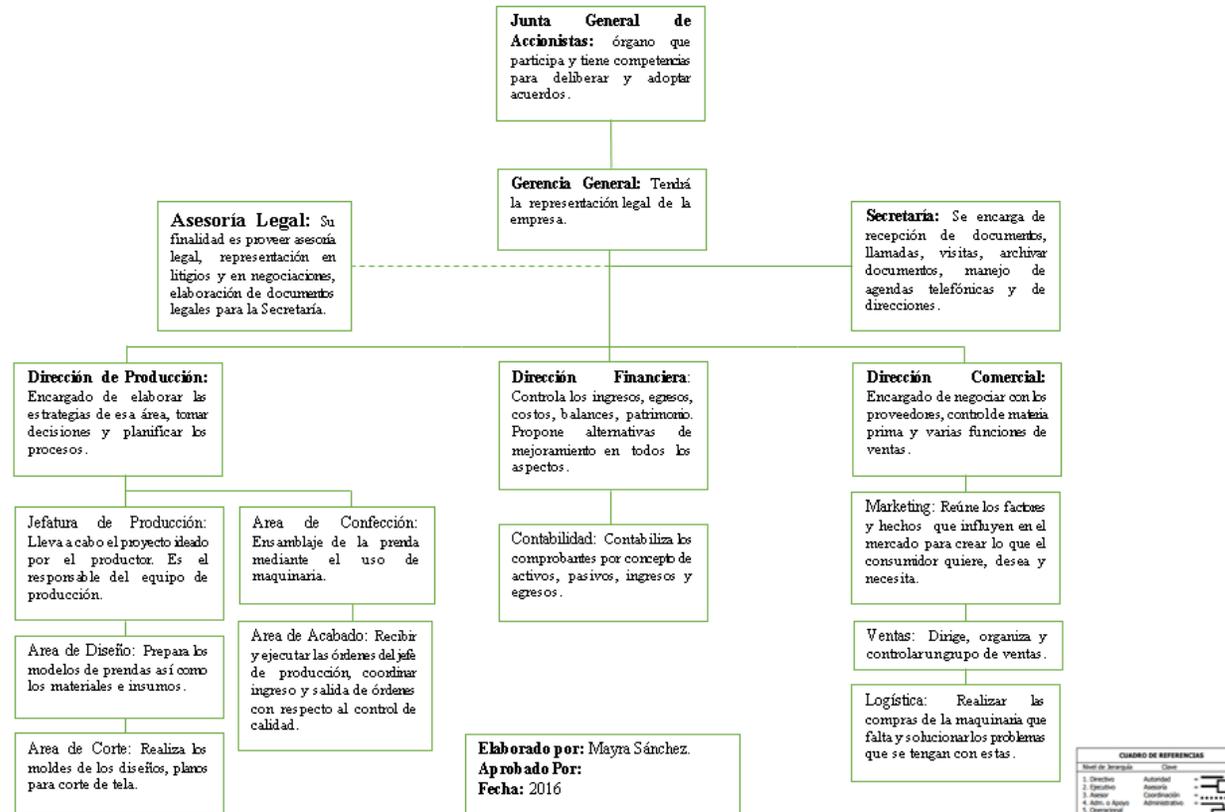


Ilustración 28. Estructura funcional
Elaborado por: Mayra Sánchez

5.5. Manual de Funciones

MANUAL DE FUNCIONES

Cargos que se van a analizar:

Tabla 36. Cargos

	Núm. de cargos	Nombre del Cargo
1	4	Junta General de Accionistas
2	1	Gerente General
3	1	Asesor Legal
4	1	Secretaria
5	1	Director de Producción
6	1	Jefe de Producción
7	1	Área de diseño (diseñador de moda)
8	3	Área de corte (operarios)
9	3	Área de confección (operarios)
10	3	Área de acabados (operarios)
11	1	Director Financiero
12	1	Contabilidad (contador)
13	1	Director Comercial
14	1	Marketing (ejecutivo)
15	2	Ventas (vendedores)
16	1	Logística (asistente)

Elaborado por: Mayra Sánchez

Codificación

Tabla 37. Codificación

xxx	x	x
Siglas del nombre del puesto	Nivel de jerarquía	Número de ocupantes

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 38. Codificación por puesto

Nivel estratégico	Nombre del puesto	Sigla	Ocupantes	Código
Estratégico 1	Junta General de Accionistas	JG	4	JG-01-04
	Gerente General	GG	1	GG-01-01
	Director de Producción	DP	1	DP-01-01
	Director Financiero	DF	1	DF-01-01
	Director Comercial	DC	1	DC-01-01
Administrativo 2	Asesor Legal	AL	1	AL-02-01
	Secretaria General	SG	1	SG-02-01
	Jefe de Producción	JP	1	JP-02-01
	A. diseño (Diseñador de Moda)	DM	1	DM-02-01
	Contabilidad (Contador)	CT	1	CT-02-01
	Marketing (Ejecutivo Mkt)	EM	1	EM-02-01
Operativo 3	A. Corte (operario)	OC	3	OC-03-03
	A. Confección (operarios)	OCO	3	OCO-03-03
	A. Acabados (operarios)	OA	3	OA-03-03
	Ventas (Ejecutivo de Ventas)	EV	2	EV-03-02
	Logística (asistente)	LG	1	LG-03-01

Elaborado por: Mayra Sánchez

Formato del Manual de funciones

El manual se compone de las siguientes partes:

- a. Nombre del puesto.
- b. Nivel.
- c. Número de ocupantes.
- d. Código.
- e. Ubicación en el organigrama.
- f. Relación estructurada.
- g. Misión del puesto.
- h. Funciones del puesto.
- i. Instrucción formal.
- j. Conocimientos requeridos.
- k. Habilidades.
- l. Experiencia laboral.
- m. Condiciones del trabajo.
- n. Riesgos de trabajo.
- o. Actividades esenciales.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto		Junta General de Accionistas	
Nivel del cargo		Estratégico	
Número de ocupantes		Cuatro (4)	
Código		JG-01-04	
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD A[Junta General de Accionistas] --- B[Gerencia General] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Gerente General	Estrategias e información	Trimestralmente	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Asesor legal	Procedimiento legales	Irregular.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Asegurar el correcto funcionamiento de la empresa.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer y controlar la política general de la empresa. • Buscar viabilidad económica. • Designar a las autoridades de la empresa. • Reunirse periódicamente para analizar la situación de la empresa. • Tomar decisiones de inversión de nuevos activos. • Plantear valores y políticas empresariales. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico:	Universitario:
Título: diferentes áreas de conocimiento			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> • Administración. • Contabilidad. 			
Habilidades :			
<ul style="list-style-type: none"> • Control directivo. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Planeación. • Toma de decisiones. • * Liderazgo 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Cargos directivos. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina	x	Normal	x
De pie		Aire libre		De turno	
Sentado	x	Bajo techo		Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos		Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			
Psicosociales (carga mental, monotonía)	x				
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Designar cargos			Cumplimiento de metas.		
Toma de decisiones			Eficiencia de las actividades		
Evaluar el desempeño			Metas		
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

GERENTE GENERAL

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Gerente General		
Nivel del cargo	Estratégico		
Número de ocupantes	Uno (1)		
Código	GG-01-01		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
<pre> graph TD A[Junta General de Accionistas] --- B[Gerencia General] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Director de Producción Director Financiero Director Comercial	Estrategias e información	Semanal	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Asesor legal	Procedimiento legales	Irregular.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Planificar, organizar, dirigir y controlar todos los recursos de la empresa.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> • Dirección y Supervisión del personal de la Empresa. • Planea y Ejecuta lo concerniente a la evolución estratégica de la Empresa. • Posicionamiento de ventas de la Empresa. • Contactarse con los proveedores y clientes. • Diseñar estrategias de comercialización. • Aprobar presupuestos de gastos e ingresos. • Revisar información contable. • Representar legalmente a la empresa frente a los organismos de control. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico:	Universitario: x
Título: Ser profesional en Administración de Empresas, Ingeniero Industrial o carreras afines. Tener conocimientos de mercadeo, finanzas, auditoría, presupuestos, normas de control, manejo de personal.			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> • Administración. • Contabilidad. • Recursos humanos • Procesos de producción, innovación, calidad. 			
Habilidades :			
<ul style="list-style-type: none"> • Control directivo. 			

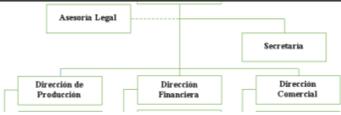
<ul style="list-style-type: none"> • Planeación. • Toma de decisiones. • Liderazgo 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina	x	Normal	x
De pie		Aire libre		De turno	
Sentado	x	Bajo techo		Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos		Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			
Psicosociales (carga mental, monotonía)	x				
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Planificar actividades			Indicadores de gestión		
Controlar las actividades					
Dirigir al personal					
Evaluar el cumplimiento					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

DIRECTOR DE PRODUCCIÓN

MANUAL DE FUNCIONES					
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto	Director de Producción				
Nivel del cargo	Estratégico				
Número de ocupantes	Uno (1)				
Código	DP-01-01				
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA					
<pre> graph TD AL[Asesoría Legal] --- C[] S[Secretaría] --- C C --- DP[Dirección de Producción] C --- DF[Dirección Financiera] C --- DC[Dirección Comercial] </pre>					
3. RELACIONES ESTRUCTURALES					
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:			
Jefe de producción	Estrategias e información	Semanal			
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:			
Gerente General	Estrategias	Semanal			
4. MISIÓN DEL PUESTO					
Planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos del departamento de producción.					
5. FUNCIONES DEL PUESTO					
<ul style="list-style-type: none"> • Dirección y Supervisión del personal del departamento de producción. • Supervisar las materias primas y productos terminados. • Realizar informes de producción para presentarlos a la gerencia. • Innovar los procesos de producción. • Controlar la calidad de los productos. 					
6. PERFIL REQUERIDO					
Instrucción Formal:					
Primaria:	Secundaria:	Técnico:	Universitario: x		
<p>Título: Ser profesional en Administración de Empresas, Ingeniero Industrial o carreras afines. Tener conocimientos de control de calidad, procesos de producción, normativas.</p>					
Conocimientos Requeridos:					
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de producción. • Innovación. • calidad. 					
Habilidades :					
<ul style="list-style-type: none"> • innovación y desarrollo. • Trabajo bajo presión. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina	x	Normal	x

De pie	x	Aire libre		De turno	
Sentado	x	Bajo techo	x	Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos	x	Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			x
Psicosociales (carga mental, monotonía)	x				
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Verificar calidad de materias primas.			Indicadores de calidad.		
Evitar cuellos de botella.					
Garantizar la calidad del producto.					
Evaluar el cumplimiento de su departamento.					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

DIRECTOR FINANCIERO

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Director Financiero		
Nivel del cargo	Estratégico		
Número de ocupantes	Uno (1)		
Código	DF-01-01		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD AF[Asesoría Legal] --- DF[Director Financiero] S[Secretaría] --- DF DP[Dirección de Producción] --- DF DF --- DC[Dirección Comercial] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Contabilidad	Información Contable	Semanal	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Gerente General	Estrategias	Semanal	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Garantizar que la información contable sea eficaz y real.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> Dirección y Supervisión del personal del departamento de contabilidad. Revisar la información financiera. Mantener al día a la empresa en el ámbito tributario. Proponer herramientas de gestión financiera. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico:	Universitario: x
Título: Ser profesional en Contabilidad y Auditoría. .			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> Normativas internacionales. Obligaciones tributarias de las empresas. 			
Habilidades :			
<ul style="list-style-type: none"> Honestidad. Responsabilidad. 			

<ul style="list-style-type: none"> Trabajo bajo presión. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina	x	Normal	x
De pie		Aire libre		De turno	
Sentado	x	Bajo techo		Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos				Químicos	
Biológicos				Ergonómicos	
Psicosociales (carga mental, monotonía)		x			
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Revisar estados financieros.			Indicadores financieros.		
Realizar informes financieros.					
Cumplir las obligaciones tributarias.					
Evaluar el cumplimiento de su departamento.					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

DIRECTOR COMERCIAL

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Director Comercial		
Nivel del cargo	Estratégico		
Número de ocupantes	Uno (1)		
Código	DC-01-01		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
<pre> graph TD AL[Asesoría Legal] --- DP[Dirección de Producción] AL --- DF[Dirección Financiera] AL --- DC[Dirección Comercial] AL --- S[Secretaría] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Marketing. Ventas. Logística.	Estrategias e información.	Semanal	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Gerente General	Estrategias	Semanal	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Comercializar los productos que se fabrican en la empresa.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> Dirección y Supervisión del personal del departamento comercial. Desarrollar estrategias de comercialización. Realizar investigaciones de mercado. Diseñar campañas publicidad y promoción de los productos. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico:	Universitario: x
Título: Ser profesional en Contabilidad y Auditoría. .			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> Publicidad. Diseño. Medios de comunicación. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación. • Redes sociales. • E-commerce. 					
Habilidades :					
<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad. • Responsabilidad. • Innovación 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina	x	Normal	x
De pie		Aire libre		De turno	
Sentado	x	Bajo techo		Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos				Químicos	
Biológicos				Ergonómicos	
Psicosociales (carga mental, monotonía)		x			
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Realizar campañas de publicidad.			Incremento de participación en el mercado. Impacto en los consumidores.		
Promoción y ventas de los productos.					
Incremento de ventas.					
Evaluar el cumplimiento de su departamento.					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

ASESOR LEGAL

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Asesor Legal		
Nivel del cargo	Administrativo		
Número de ocupantes	Uno (1)		
Código	AL-02-01		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD GG[Gerencia General] --- AL[Asesoría Legal] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Gerente General	Trámites legales	Frecuentemente	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Dar asesoría al gerente sobre temas legales de la empresa.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> Realizar trámites de legalización de la compañía. Revisar la constitución legal de la empresa. Representar a la empresa en caso de ser necesario en algún juicio o problema que exista. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico:	Universitario: x
Título: Título de Tercer Nivel en Derecho.			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> Derecho laboral. Derecho tributario. Leyes y normativas vigentes en el país. 			
Habilidades :			
<ul style="list-style-type: none"> Buena presencia. Honestidad. Responsabilidad. 			

<ul style="list-style-type: none"> Trabajo bajo presión. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina		Normal	
De pie		Aire libre		De turno	
Sentado		Bajo techo		Rotativo	
Otros:	x	Otros:	x	Otros: (cuando sea necesario)	x
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos		Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			
Psicosociales (carga mental, monotonía)		x			
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Elaborar trámites legales de la empresa.			Trámites realizados.		
Defender a la empresa en caso de ser necesario					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

SECRETARIA GENERAL

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Secretaria General		
Nivel del cargo	Administrativo		
Número de ocupantes	Uno (1)		
Código	SG-02-01		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD GG[Gerencia General] --- S[Secretaria] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Gerente General Directores departamentales	Informes de área.	Semanal	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Gerente General	Informes	Diaria.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Planea, organiza y supervisa las acciones de secretaría de acuerdo a las normas y disposiciones impartidas por la Gerencia.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> • Somete a consideración del Gerente los planes operativos, administrativos, financieros y de tecnología que requieran aprobación. • Realiza otros trabajos específicos que dentro de sus funciones y necesidades, le encargue su Supervisor inmediato. • Contactarse con proveedores y clientes según sea la necesidad de la empresa. • Apoyar a la gerencia general en la elaboración de informes para presentar a la junta de accionistas. • Asistir al departamento contable. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico: x	Universitario:
Título: De preferencia título en Ciencias Administrativas, Contables o afines.			

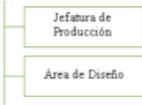
Conocimientos Requeridos:					
<ul style="list-style-type: none"> Excelente uso de utilitarios (Word, Excel, etc.). 					
Habilidades :					
<ul style="list-style-type: none"> Ser proactivo/a. Buena presencia. Trabajo bajo presión. Honradez y responsabilidad. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina	x	Normal	x
De pie		Aire libre		De turno	
Sentado	x	Bajo techo		Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos				Químicos	
Biológicos				Ergonómicos	
Psicosociales (carga mental, monotonía)		x			
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Realizar informes.			Indicadores de gestión		
Atender las necesidades de sus superiores.					
Mantener la información actualizada.					
Apoyar al gerente en la toma de decisiones.					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

JEFE DE PRODUCCION

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Jefe de producción		
Nivel del cargo	Administrativo		
Número de ocupantes	Uno (1)		
Código	JP-02-01		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD A[Dirección de Producción] --- B[Jefatura de Producción] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Área de diseño/corte/armado/acabado	Actividades y responsables.	Diaria	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Gerente General	Estrategias.	Diaria.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Organizar y controlar las áreas de trabajo, para garantizar el uso óptimo de recursos.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el cumplimiento de las actividades en cada una de las áreas de producción. • Motivar al personal al cumplimiento de metas y objetivos. • Desarrollar estrategias que permitan optimizar el uso de los recursos. • Designar responsables y actividades en cada una de las áreas. • Verificar la calidad de los insumos y productos terminados. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico: x	Universitario:
Título: ingeniero Industrial, procesos o carreras afines.			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de producción. • Calidad. • Normativas. 			

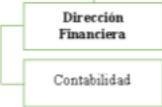
<ul style="list-style-type: none"> • Producción a escala 					
Habilidades :					
<ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo/a. • Innovador. • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina		Normal	x
De pie	x	Aire libre		De turno	
Sentado		Bajo techo	x	Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos		x	Químicos		
Biológicos			Ergonómicos		x
Psicosociales (carga mental, monotonía)		x			
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Designar actividades y responsables.			Indicadores de calidad.		
Revisar materias primas e insumos.					
Hacer controles de calidad.					
Supervisar a los miembros de cada área.					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

ÁREA DE DISEÑO (Diseñador De Modas)

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Diseñador de modas		
Nivel del cargo	Administrativo		
Número de ocupantes	Uno (1)		
Código	DM-02-01		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD JP[Jefatura de Producción] --- AD[Area de Diseño] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Área de corte/armado/acabado	Actividades y diseños	Diaria	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Jefe de Producción	Diseños y materiales.	Diaria.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Presentación de bocetos o modelos de las prendas.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> Diseño de las prendas. Control y preparación de los modelos de prendas de vestir. Control y preparación de los materiales e insumos. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico: x	Universitario:
Título: Egresado o bachiller en Ingeniería Textil o técnico o Diseñador de Modas.			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> Ilustrador. Corell Draw. Diseño de prendas de vestir. Producción a escala 			
Habilidades :			
<ul style="list-style-type: none"> Ser proactivo/a. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Innovador. • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina	x	Normal	x
De pie		Aire libre		De turno	
Sentado	x	Bajo techo		Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos		Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			
Psicosociales (carga mental, monotonía)	x				
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Diseñar las prendas.			Modelos.		
Seleccionar los materiales.					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

CONTABILIDAD

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Contador		
Nivel del cargo	Administrativo		
Número de ocupantes	Uno (1)		
Código	CT-02-01		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD DF[Dirección Financiera] --- C[Contabilidad] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Director Financiero	Información contable	Diaria	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Director Financiero	Información contable	Diaria.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Realizar informes contables.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> Elaboración y Certificación de los Estados Financieros y Tributarios de la Empresa. Organización de los Servicios Contables de la Empresa. Contabiliza los comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico: x	Universitario: x
Título: *Ser contador titulado con tarjeta profesional.			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> Normas de contabilidad. Elaboración de estados financieros. Tributación Manejo de paquetes contables. 			
Habilidades :			
<ul style="list-style-type: none"> Ser proactivo/a. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Innovador. • Trabajo bajo presión. • Honradez y responsabilidad. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina	x	Normal	x
De pie		Aire libre		De turno	
Sentado	x	Bajo techo		Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos				Químicos	
Biológicos				Ergonómicos	
Psicosociales (carga mental, monotonía)		x			
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Elaborar informes contables.			Indicadores financieros.		
Realizar declaraciones tributarias					
Asistir al director financiero					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

MARKETING (Ejecutivo)

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Ejecutivo de Marketing		
Nivel del cargo	Administrativo		
Número de ocupantes	Uno (1)		
Código	EJ-02-01		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD DC[Dirección Comercial] --- M[Marketing] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Director Comercial	Estrategias.	Diaria	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Director Comercial	Estrategias.	Diaria.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Apoyar en la elaboración de estrategias de comercialización para posicionar los productos en el mercado.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudios de mercado y sus necesidades. • Diseñar estrategias de comercialización. • Establecer canales de distribución. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico:	Universitario: x
Título: Egresado en Marketing o carreras afines.			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de ventas. • Publicidad y promoción. • Canales de distribución. • Redes sociales. 			
Habilidades :			
<ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo/a. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Innovador. • Trabajo bajo presión. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina	x	Normal	x
De pie		Aire libre		De turno	
Sentado	x	Bajo techo		Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos		Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			
Psicosociales (carga mental, monotonía)	x				
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Diseñar campañas publicitarias.			Ventas		
Diseñar estrategias de comercialización.					
Incrementar las ventas.					
Tratar con los clientes.					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

VENTAS (Vendedor)

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Vendedor		
Nivel del cargo	Operativo		
Número de ocupantes	Dos (2)		
Código	VD-03-02		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD DC[Dirección Comercial] --- M[Marketing] M --- V[Ventas] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Director Comercial Marketing	Estrategias.	Diaria	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Director Comercial	Estrategias.	Diaria.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Visitar a los clientes actuales y potenciales para comercializar los productos dela empresa.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> Visitar a los clientes. Realizar proformas. Recopilar información de los clientes. Cumplir las metas planteadas por la empresa. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico:	Universitario: x
Título: Egresado en Marketing o carreras afines.			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> Estrategias de ventas. Publicidad y promoción. Canales de distribución. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales. • Recuperación de carteras 					
Habilidades :					
<ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo/a. • Innovador. • Trabajo bajo presión. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina		Normal	x
De pie	x	Aire libre	x	De turno	
Sentado		Bajo techo		Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos	x	Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			
Psicosociales (carga mental, monotonía)	x				
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Vender los productos.			Incremento en las Ventas		
Conocer al cliente.					
Realizar proformas					
Tratar con los clientes.					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

LOGISTICA (Asistente)

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Asistente de logística		
Nivel del cargo	Operativo		
Número de ocupantes	Uno (1)		
Código	AL-03-01		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD DC[Dirección Comercial] --- M[Marketing] DC --- V[Ventas] DC --- L[Logística] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Director Comercial Marketing Ventas	Estrategias.	Diaria	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Director Comercial	Estrategias.	Diaria.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Definir los pasos a seguir para comercializar y abastecer a la empresa.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> • Definir el canal de distribución adecuado para la comercialización de los productos de la empresa. • Establecer el tipo de transporte que se empleara para llevar los productos hasta el distribuidor. • Garantizar la llegada de los productos al distribuidor en cantidad, tiempo y calidad. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico:	Universitario: x
Título: Egresado en Marketing o carreras afines.			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de ventas. • Publicidad y promoción. • Canales de distribución. • Redes sociales. • Recuperación de carteras 			
Habilidades :			
<ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo/a. • Innovador. • Trabajo bajo presión. 			
Experiencia laboral requerida:			

- Experiencia comprobada en cargos similares 3 a 5 años.

7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina	x	Normal	x
De pie		Aire libre		De turno	
Sentado	x	Bajo techo		Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos		Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			
Psicosociales (carga mental, monotonía)	x				
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Seleccionar los canales de distribución			Incremento en las Ventas		
Potenciar el abastecimiento de insumos.					
Definir la mejor alternativa para vender el producto					
Estudiar el mercado.					
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

AREA DE CORTE (Operario)

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Operario Corte		
Nivel del cargo	Operativo		
Número de ocupantes	Tres (3)		
Código	OC-03-03		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD JP[Jefatura de Producción] --- AD[Área de Diseño] AD --- AC[Área de Corte] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Área de confección y acabado	Materiales, diseños. Tiempos.	Diaria	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Jefe de producción.	Actividades.	Diaria.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Cumplir con los tiempos establecidos por la jefatura para la confección de las prendas.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> Realizar órdenes de producción. Entregar órdenes de producción al Jefe inmediato para su revisión. Recibir órdenes de producción revisadas y verificadas. Recibir tela. Controlar peso y calidad de tela. Inspeccionar proceso de corte. Ayudar a cortar la tela. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria: x	Técnico:	Universitario:
Título: bachillerato mínimo.			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> Uso de máquinas de corte y cocido. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Corte a mano de tela. 					
Habilidades :					
<ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo/a. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 1 año. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina		Normal	x
De pie	x	Aire libre		De turno	
Sentado		Bajo techo	x	Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos	x	Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			
Psicosociales (carga mental, monotonía)	x				
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Corte de las partes para la prenda.			Indicadores de rendimiento.		
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

AREA DE CONFECCIÓN (Operario)

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Operario Confección		
Nivel del cargo	Operativo		
Número de ocupantes	Tres (3)		
Código	OCO-03-03		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD JP[Jefatura de Producción] --- AD[Área de Diseño] AD --- AC[Área de Corte] AC --- ACN[Área de Confección] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Área de diseño y acabado	Materiales, diseños. Tiempos.	Diaria	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Jefe de producción.	Actividades.	Diaria.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Cumplir con los tiempos establecidos por la jefatura para la confección de las prendas.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> Ensamblaje de la prenda mediante el uso de maquinaria. Dar acabados a las piezas y algunos trabajos manuales ordenados por la empresa con el objeto de contar con todas las prendas necesarias para la mejor atención de los clientes. Entregar la prenda. Elaborar inventarios del material y equipo que utilizó en sus labores, con la finalidad de que este sea aprovechado óptimamente, reportando existencias. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria: x	Técnico:	Universitario:
Título: bachillerato mínimo.			
Conocimientos Requeridos:			
<ul style="list-style-type: none"> Uso de máquinas de corte y cocido. Corte a mano de tela. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Costura. 					
Habilidades :					
<ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo/a. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 1 año. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina		Normal	x
De pie	x	Aire libre		De turno	
Sentado		Bajo techo	x	Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos	x	Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			
Psicosociales (carga mental, monotonía)	x				
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Confección de las prendas.			Indicadores de rendimiento.		
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

AREA DE ACABADO (Operario)

MANUAL DE FUNCIONES			
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre del puesto	Operario Acabado		
Nivel del cargo	Operativo		
Número de ocupantes	Tres (3)		
Código	OA-03-03		
2. UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD JP[Jefatura de Producción] --- AD[Área de Diseño] AD --- AC[Área de Corte] AC --- ACN[Área de Confección] ACN --- AA[Área de Acabado] </pre>			
3. RELACIONES ESTRUCTURALES			
Coordina con:	Que coordina:	Frecuencia:	
Área de diseño y confeccion	Materiales, diseños. Tiempos.	Diaria	
Recibe Asesoría de:	Que asesoría recibe:	Frecuencia:	
Jefe de producción.	Actividades.	Diaria.	
4. MISIÓN DEL PUESTO			
Cumplir con los tiempos establecidos por la jefatura para la confección de las prendas.			
5. FUNCIONES DEL PUESTO			
<ul style="list-style-type: none"> Identificar, según el programa de producción, las prioridades de ejecución a fin de establecer los requerimientos para el inicio de operaciones. Asegurar y poner a disposición del proceso, los recursos necesarios para el cumplimiento de los programas de producción. Coordinar ingreso y salida de órdenes con respecto al control de calidad. 			
6. PERFIL REQUERIDO			
Instrucción Formal:			
Primaria:	Secundaria:	Técnico: x	Universitario:
Título: Ingeniero Textil o Químico.			
Conocimientos Requeridos:			

<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de las normas ASTM, AATCCC, para tejidos de punto, 100% algodón y sus mezclas. • Conocimientos de sistemas de Gestión de Calidad. 					
Habilidades :					
<ul style="list-style-type: none"> • Ser proactivo/a. 					
Experiencia laboral requerida:					
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia comprobada en cargos similares 1 año. 					
7. CONDICIONES DE TRABAJO					
Exigencia Física:		Espacio de trabajo:		Jornada laboral:	
Manejo de material pesado.		Oficina		Normal	x
De pie	x	Aire libre		De turno	
Sentado		Bajo techo	x	Rotativo	
Otros:		Otros:		Otros:	
8. RIESGOS DE TRABAJO					
Físicos	x	Químicos			
Biológicos		Ergonómicos			
Psicosociales (carga mental, monotonía)	x				
9. ACTIVIDADES ESCENCIALES E INDICADORES					
Actividades:			Indicadores:		
Detalles finales de las prendas.			Indicadores de rendimiento.		
ELABORADO POR:					
Mayra Sánchez.					
REVISADO POR:					
Ing. José Herrera					
ARROBADO POR:					

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Inversión en Activos Fijos tangibles

Tabla 39. Inversión en Activos Fijos Tangibles

	CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	OVERLOCK	1.800,00					810,00
1	RECTA	600,00					270,00
1	RECUBRIDORA	2.500,00					1.125,00
1	PLANCHA	200,00					90,00
1	CORTADORA	1.000,00					450,00
1	PLOTTER	7.000,00					3.150,00
1	BOTONERA	4.000,00					1.800,00
	TOTAL INVERSIÓN	- 17.100,00	-	-	-	-	7.695,00

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 40. Tabla de depreciación (10%)

CONCEPTO	2017	2018	2019	2020	2021	RESIDUAL	TOTAL
OVERLOCK	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00	180,00	810,00
RECTA	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	60,00	270,00
RECUBRIDORA	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	250,00	1.125,00
PLANCHA	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	20,00	90,00
CORTADORA	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	100,00	450,00
PLOTTER	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	700,00	3.150,00
BOTONERA	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	400,00	1.800,00
TOTAL DEPRECIACIÓN	1539,00	1539,00	1539,00	1539,00	1539,00	1710,00	7695,00

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.2. Inversión en activos fijos intangibles

Tabla 41. Inversión en Activos Fijos intangibles

ACTIVOS FIJOS INTAGIBLES	Valor
Gastos de Constitución	1.500,00
Gastos de instalación y puesta en marcha	1.000,00
TOTAL	2.500,00

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 42. Tabla de amortización (20%)

CONCEPTO	2017	2018	2019	2020	2021	TOTAL
Gastos de Constitución	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	1.500,00
Gastos de instalación y puesta en marcha	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.000,00
TOTAL AMORTIZACIÓN	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2500,00

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.3. Inversión en activos circulantes o capital de trabajo

6.4. Resumen de las inversiones

Tabla 43. Resumen de inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES	
CONCEPTO	Valor
Inversión de activos fijos	\$ 17.100,00
Inversión de activos diferidos e intangibles	\$ 2.500,00
INVERSIÓN TOTAL	\$ 19.600,00

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.5. Financiamiento

Tabla 44. Estructura financiera

DETALLE	MONTO DE INVERSIÓN	PORCENTAJE DE INVERSIÓN
CAPITAL PROPIO	\$ 10.000,00	50,00%
CAPITAL FINANCIADO	\$ 10.000,00	50,00%
TOTAL	\$ 20.000,00	100,00%

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 45. Financiamiento

Capital	Interés	Cuota fija	Amortización	Monto Adeudado	Observaciones
10.000,00	2.300,00	3.567,00	1.267,00	8.733,00	Cálculo anual
8.733,00	2.008,59	3.567,00	1.558,42	7.174,58	Cálculo anual
7.174,58	1.650,15	3.567,00	1.916,85	5.257,73	Cálculo anual
5.257,73	1.209,28	3.567,00	2.357,73	2.900,00	Cálculo anual
2.900,00	667,00	3.567,00	2.900,00	-	Cálculo anual
TOTAL	7.835,02	17.835,02	10.000,00		

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.6. Plan de Inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES	
CONCEPTO	Valor
Inversión de activos fijos	\$ 17,100.00
Inversión de activos diferidos e intangibles	\$ 2,500.00
INVERSIÓN TOTAL	\$ 19,600.00

6.7. Presupuesto de gastos e ingresos

Gastos administrativos

Tabla 46. Roles de pago personal administrativos

Rol de Pagos Personal de Administrativos													
Cargo	Sueldo	Aporte IESS	Fondo de Reserva	Vacaciones	XIV Sueldo	XIII Sueldo	Total mensual	Total anual 2016	2017	2018	2019	2020	2021
		12,15%											
Gerente	1.300,00	157,95	108,33	54,17	30,50	108,33	1.759,28	21.111,40	21.824,97	22.562,65	23.325,27	24.113,66	24.928,70
Contador	900,00	109,35	75,00	37,50	30,50	75,00	1.227,35	14.728,20	15.226,01	15.740,65	16.272,69	16.822,70	17.391,31
TOTAL									37.050,98	38.303,30	39.597,95	40.936,36	42.320,01

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 47. Otros Gastos Administrativos (Suministros de Oficina)

Otros Gastos Administrativos							
Suministros de Oficina	Total mensual	Total anual 2016	2017	2018	2019	2020	2021
Agua	20,00	240,00	248,11	256,50	265,17	274,13	283,40
Energía Eléctrica	25,00	300,00	310,14	320,62	331,46	342,66	354,25
Teléfono	40,00	480,00	496,22	513,00	530,34	548,26	566,79
Internet	20,00	240,00	248,11	256,50	265,17	274,13	283,40
TOTAL			1.302,59	1.346,62	1.392,13	1.439,19	1.487,83

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 48. Otros Gastos Administrativos (Suministros de Oficina)

Otros Gastos Administrativos							
Suministros de Oficina	Total mensual	Total anual 2016	2017	2018	2019	2020	2021
Resmas de Papel	6,00	72,00	74,43	76,95	79,55	82,24	85,02
Esferos	1,25	15,00	15,51	16,03	16,57	17,13	17,71
Grapas	0,80	9,60	9,92	10,26	10,61	10,97	11,34
Separadores de Hojas	12,30	147,60	152,59	157,75	163,08	168,59	174,29
TOTAL			252,45	260,99	269,81	278,93	288,36

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 49. Otros Gastos Administrativos (Suministros de Limpieza)

Otros Gastos Administrativos							
Suministros de Limpieza	Total mensual	Total anual 2016	2017	2018	2019	2020	2021
Desinfectante	3,50	42,00	43,42	44,89	46,40	47,97	49,59
Cloro	3,00	36,00	37,22	38,47	39,78	41,12	42,51
Cera	5,00	60,00	62,03	64,12	66,29	68,53	70,85
Limpia Vidrios	3,50	42,00	43,42	44,89	46,40	47,97	49,59
Ambiental	6,00	72,00	74,43	76,95	79,55	82,24	85,02
TOTAL			260,52	269,32	278,43	287,84	297,57

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 50. Resumen gastos administrativos

RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	2017	2018	2019	2020	2021
Rol de Pagos Personal de Administrativos	37.050,98	38.303,30	39.597,95	40.936,36	42.320,01
Servicios Básicos	1.302,59	1.346,62	1.392,13	1.439,19	1.487,83
Suministros de Oficina	252,45	260,99	269,81	278,93	288,36
Suministros de Limpieza	260,52	269,32	278,43	287,84	297,57
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	38.866,54	40.180,23	41.538,32	42.942,31	44.393,76

Elaborado por: Mayra Sánchez

Gastos de ventas

Tabla 51. Roles de pago personal de ventas

Rol de Pagos Personal de Ventas													
Cargo	Sueldo	Aporte	Fondo	Vacaciones	XIV Sueldo	XIII Sueldo	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL 2016	2017	2018	2019	2020	2021
		12,15%	de Reserva										
Asistente de Marketing	450,00	54,68	37,50	18,75	30,50	37,50	628,93	7.490,85	7.744,04	8.043,29	8.315,15	8.596,20	8.886,76
Vendedor	500,00	60,75	41,67	20,83	30,50	41,67	695,42	8.303,33	8.583,99	8.915,79	9.217,15	9.528,68	9.850,75
TOTAL									16.328,03	16.959,08	17.532,30	18.124,89	18.737,51

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 52. Otros Gastos de venta

Otros Gastos de venta							
Tipo de Servicio	Total mensual	Total anual 2016	2017	2018	2019	2020	2021
Combustible	40,00	480,00	496,22	513,00	530,34	548,26	566,79
Mantenimiento Vehículo	70,00	840,00	868,39	897,74	928,09	959,46	991,89
Promoción y Publicidad	500,00	6.000,00	6.202,80	6.412,45	6.629,20	6.853,26	7.084,90
TOTAL			7.567,42	7.823,19	8.087,62	8.360,98	8.643,58

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 53. Resumen gastos de ventas

RESUMEN GASTOS Ventas	2017	2018	2019	2020	2021
Rol de Pagos Personal de Ventas	16.328,03	16.959,08	17.532,30	18.124,89	18.737,51
Otros Gastos de venta	7.567,42	7.823,19	8.087,62	8.360,98	8.643,58
TOTAL GASTOS Ventas	23.895,44	24.782,28	25.619,92	26.485,87	27.381,09

Elaborado por: Mayra Sánchez

Gastos de producción

Tabla 54. Mano de obra directa

Mano de Obra Directa													
Cargo	Sueldo	Aporte IESS	Fondo de Reserva	Vacaciones	XIV Sueldo	XIII Sueldo	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL 2016	2017	2018	2019	2020	2021
		12,15%											
Jefe de Diseño	700,00	85,05	58,33	29,17	30,50	58,33	961,38	11.536,60	11.926,54	12.329,65	12.746,40	13.177,22	13.622,61
Patronista	500,00	60,75	41,67	20,83	30,50	41,67	695,42	8.282,50	8.562,45	8.893,53	9.194,13	9.504,89	9.826,15
Jefe de Corte	700,00	85,05	58,33	29,17	30,50	58,33	961,38	11.536,60	11.926,54	12.329,65	12.746,40	13.177,22	13.622,61
Cortador 1	400,00	48,60	33,33	16,67	30,50	33,33	562,43	6.749,20	6.977,32	7.213,16	7.456,96	7.709,01	7.969,57
Cortador 1	400,00	48,60	33,33	16,67	30,50	33,33	562,43	6.699,20	6.958,97	7.194,18	7.437,34	7.688,72	7.948,60
Jefe de Acabados	700,00	85,05	58,33	29,17	30,50	58,33	961,38	11.536,60	11.926,54	12.329,65	12.746,40	13.177,22	13.622,61
Asistente de Control de Calidad	400,00	48,60	33,33	16,67	30,50	33,33	562,43	6.699,20	6.958,97	7.194,18	7.437,34	7.688,72	7.948,60
Jefe de Producción	800,00	97,20	66,67	33,33	30,50	66,67	1.094,37	13.132,40	13.576,28	14.035,15	14.509,54	14.999,96	15.506,96
Operaria	400,00	48,60	33,33	16,67	30,50	33,33	562,43	6.749,20	6.977,32	7.213,16	7.456,96	7.709,01	7.969,57
Operaria	400,00	48,60	33,33	16,67	30,50	33,33	562,43	6.749,20	6.977,32	7.213,16	7.456,96	7.709,01	7.969,57
Operaria	400,00	48,60	33,33	16,67	30,50	33,33	562,43	6.699,20	6.958,97	7.194,18	7.437,34	7.688,72	7.948,60
TOTAL								96.369,90	99.727,20	103.139,65	106.625,77	110.229,72	113.955,48

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 55. Materiales

Cantidad de Materiales para la Elaboración de Blusa con Faja Moldeadora para etapa de Lactancia

Cantidad	Unidad de Medida	Material
1,5	Metros	Tela Viscosa
0,5	Metros	Tela Faja
25	Metros	Hilo Algodón

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 56. Materiales directos

Materiales Directos	Unidad de Medida	Presentación	Cantidad de Metros	Prendas por Rollo	Prendas a Producir Anual	Cantidad de Materia Prima Necesaria	Precio de Materia Prima POR METRO	Total Cantidad Dólares MP	2017	2018	2019	2020	2021
Tela Viscosa	Metros	Rollo	60	40	9.863,01	14.794,52	3	44.383,56	45.883,73	47.434,60	49.037,89	50.695,37	52.408,87
Tela Faja	Metros	Rollo	50	100	9.863,01	4.931,51	4,2	20.712,33	21.412,41	22.136,14	22.884,35	23.657,84	24.457,47
Hilo Algodón	Metros	Tubo	5.000,00	166,67	9.863,01	295.890,41	0,01	2.958,90	3.058,92	3.162,31	3.269,19	3.379,69	3.493,92
TOTAL								68.054,79	70.355,05	72.733,05	75.191,42	77.732,89	80.360,27

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 57. Materiales indirectos

Materiales Indirectos	Unidad de Medida	Costo Unitario	Cantidad Anual	Costo Total	2017	2018	2019	2020	2021
Broches	Unidad	0,01	9.863,01	98,63	1.223,57	1.264,92	1.307,68	1.351,88	1.397,57
Etiquetas	Unidad	0,04	9.863,01	394,52	4.894,26	5.059,69	5.230,71	5.407,51	5.590,28
Fundas	Unidad	0,05	9.863,01	493,15	6.117,83	6.324,61	6.538,38	6.759,38	6.987,85
TOTAL				986,30	12.235,66	12.649,23	13.076,77	13.518,76	13.975,70

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 58. Materiales indirectos (tipo de servicio)

Tipo de Servicio	Costo	2017	2018	2019	2020	2021
Agua	240,00	248,11	256,50	265,17	274,13	283,40
Energía Eléctrica	1.440,00	1.488,67	1.538,99	1.591,01	1.644,78	1.700,38
TOTAL	1.680,00	1.736,78	1.795,49	1.856,17	1.918,91	1.983,77

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 59. Proceso de producción

Proceso De Producción	Unidad de Medida	Tiempo
Corte	Minutos	0,50
Costura	Minutos	5,10
Acabado	Minutos	1,30
Empacado	Minutos	0,40

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 60. Capacidad productiva

Capacidad Productiva		2017	2018	2019	2020	2021
Duración (TIEMPO REAL) Día Productivo	300	300	300	300	300	300
Tiempo de Producción	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3
Total Producción Diaria	41,1	41,1	41,1	41,1	41,1	41,1
Total Producción Anual	9.863,01	10.196,38	10.541,02	10.897,31	11.265,64	11.646,42
Materia Prima	68.054,79	70.355,05	72.733,05	75.191,42	77.732,89	80.360,27
Materiales Indirectos	986,3	12.235,66	12.649,23	13.076,77	13.518,76	13.975,70
Mano de Obra Directa	96.369,90	99.727,20	103.139,65	106.625,77	110.229,72	113.955,48
Gastos Indirectos	1.680,00	1.736,78	1.795,49	1.856,17	1.918,91	1.983,77
Costo Unitario	16,94	18,66	19,3	19,95	20,62	21,32
% de Utilidad	49%	40%	40%	40%	40%	40%
Margen de Utilidad	8,3	7,46	7,72	7,98	8,25	8,53
Precio de Venta	25,24	26,13	27,01	27,93	28,87	29,85

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.7.1. Situación financiera actual

Tabla 61. Estado de situación financiera actual

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		
2016		
Activo		
Activo Corriente		
Bancos	400,00	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		400,00
Activo No Corriente		
Propiedad Planta y Equipo		
Maquinaria	17.100,00	
Activo fijo		
Activo fijo Intangible	2.500,00	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		19.600,00
TOTAL ACTIVO		20.000,00
Pasivo		
Préstamo Bancario	10.000,00	
Total Pasivo		10.000,00
Patrimonio Neto		
Capital	10.000,00	
Total Patrimonio		10.000,00
Total Pasivo y Patrimonio		20.000,00

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.7.2. Situación financiera proyectada

Tabla 62. Estado de resultados

ESTADOS DE RESULTADOS	
2017	
Ventas	248.965,58
Costo de ventas	184.127,92
Utilidad Bruta	64.837,66
Gasto Administrativos	38.866,54
Gastos de Ventas	23.895,44
Gasto Interés	2.300,00
Gasto Depreciación	1.539,00
Gasto Amortización	500,00
Resultado del Ejercicio	- 2.263,32

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.7.3. Presupuesto de ingresos

Tabla 63. Presupuesto de ingresos

Capacidad Productiva		2017	2018	2019	2020	2021
Duración (TIEMPO REAL) Día Productivo	300	300	300	300	300	300
Tiempo de Producción	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3
Total Producción Diaria	41,1	41,1	41,1	41,1	41,1	41,1
Total Producción Anual	9.863,01	10.196,38	10.541,02	10.897,31	11.265,64	11.646,42

VENTAS	2017	2018	2019	2020	2021
INGRESOS POR VENTAS	248.965,58	266.386,04	284.760,41	304.335,53	325.256,30

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.7.4. Estado de resultados proyectados

Tabla 64. Estado de resultados

ESTADOS DE RESULTADOS					
	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	248.965,58	266.386,04	284.760,41	304.335,53	325.256,30
Costo de ventas	184.127,92	190.393,11	196.828,40	203.481,20	210.358,86
Utilidad Bruta	64.837,66	75.992,93	87.932,01	100.854,34	114.897,44
Gasto Administrativos	38.866,54	40.180,23	41.538,32	42.942,31	44.393,76
Gastos de Ventas	23.895,44	24.782,28	25.619,92	26.485,87	27.381,09
Gasto Interés	2.300,00	2.008,59	1.650,15	1.209,28	667,00
Gasto Depreciación	1.539,00	1.539,00	1.539,00	1.539,00	1.539,00
Gasto Amortización	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Resultado del Ejercicio	(2.263,32)	6.982,84	17.084,62	28.177,87	40.416,58

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.7.5. Flujo de caja

Tabla 65. Flujo de caja

	2017	2018	2019	2020	2021
Actividades de Operación					
Ingresos Netos	2.263,32	6.982,84	17.084,62	28.177,87	40.416,58
Más Depreciación	1.539,00	1.539,00	1.539,00	1.539,00	1.539,00
Más Amortización	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Total Actividades de Operación	- 224,32	9.021,84	19.123,62	30.216,87	42.455,58
Actividades de Financiamiento					

Pago de Préstamo	-	1.267,00	1.558,42	1.916,85	2.357,73	2.900,00
Total Actividades de Financiamiento	-	1.267,00	- 1.558,42	- 1.916,85	- 2.357,73	- 2.900,00
Cambio en el saldo de efectivo	-	1.491,32	7.463,42	17.206,77	27.859,15	39.555,58
Saldo en efectivo inicial		400,00	- 1.091,32	6.372,10	23.578,87	51.438,02
Saldo en efectivo final	-	1.091,32	6.372,10	23.578,87	51.438,02	90.993,60

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.8. Punto de equilibrio

Tabla 66. Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio	
IT=CT	
PUV*X=CF+CVU*X	
Costo Fijo	62.761,98
Precio Venta Unitario	26,13
Costo Variable Unitario	18,66
Cantidad Unidades	8.408
Costo Variable Total	156.904,95
Ingreso Total	219.666,93

Elaborado por: Mayra Sánchez

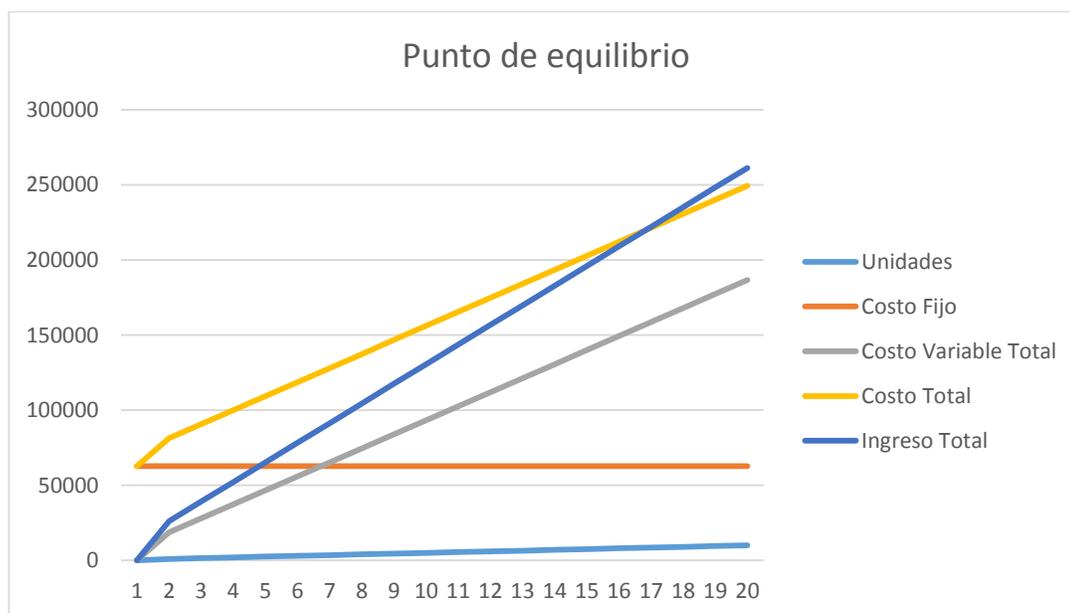


Ilustración 29. Punto de equilibrio

Elaborado por: Mayra Sánchez

Analizando el punto de equilibrio del presente proyecto, se obtiene como resultado 8.408 unidades, es necesario alcanzar la comercialización de las unidades indicadas para que la

empresa no gane ni pierda, a partir de este número de unidades la empresa podrá obtener utilidad.

6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

TMAR MIXTO

Tabla 67. TMAR Mixto

TMAR MIXTO	
Interés Banco	23%
Interés deseado	15%
TOTAL	38%
PROMEDIO	19%

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.10. Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN).- Según Marquez (2011), el Valor Actual Neto es una cantidad monetaria, es el valor de los flujos de caja esperados referido a un mismo momento del tiempo. Señala también que si el valor actual neto es mayor a cero el proyecto es aceptable.

Tabla 68. VAN

VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = \frac{FN}{(1+i)^n} \quad i = 19\%$$

n	AÑOS	FLUJO NETO	VAN
0	2016	- 17.100,00	- 17.100,00
1	2017	- 1.418,09	- 1.191,68
2	2018	7.539,12	5.323,86
3	2019	17.285,03	10.257,21
4	2020	27.940,05	13.932,83
5	2021	47.334,22	19.835,37
			31.057,61

Elaborado por: Mayra Sánchez

El resultado que arroja el estudio nos indica que una vez descontada la TMAR, el proyecto genera \$ 31.057,61 adicionales, en otras palabras una vez que se recupere lo mínimo esperado para invertir en este proyecto 19% que es el valor del TMAR mixto.

TASA INTERNA DE RETORNO.- Baca (2010) señala que la Tasa Interna de Retorno, es la verdadera tasa a la cual una inversión se recupera mediante los ingresos que se generan en un proyecto.

Tabla 69. Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO

VAN	TIR
-17100,00	30%
-1191,68	
5323,86	
10257,21	
13932,83	
19835,37	

Elaborado por: Mayra Sánchez

6.11. Indicadores Financieros

Indicadores de Rentabilidad

Tabla 70. Indicadores de Rentabilidad

Año	Razón			
	ROE	Margen Neto	Rotación de activos	Apalancamiento
2017	-29,25%	-0,91%	15,12	2,13
2018	47,20%	2,62%	12,17	1,48
2019	53,59%	6,00%	7,68	1,16
2020	46,85%	9,26%	4,84	1,05
2021	40,16%	12,43%	3,24	1,00

Elaborado por: Mayra Sánchez

Al analizar los índices de rentabilidad, se puede observar que en el año 2018 alcanza un ROE del 47,20, siendo el más alto durante los cinco años el ROE del año 2019, el ROE en negativo se obtiene en el primer año, esto responde que al inicio de las operaciones no se obtiene una rentabilidad pero al transcurrir el tiempo se alcanza mayor rentabilidad, de la misma forma el margen neta se mantiene el promedio constante, solo el primer año es de -0,91%, la rotación de activos cada año es de más veces esto debido que la maquinaria que mantendrá la empresa rinde retorno al producir la prenda propuesta.

Tabla 71. Análisis de rentabilidad

Año	Razón	
	Margen Bruto	Margen Operativo
2017	26,04%	10,43%
2018	64,79%	51,81%
2019	40,06%	36,51%
2020	38,52%	34,56%
2021	90,37%	88,28%

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 72. Análisis de actividad

Año	Razón
	Rotación de activo fijo neto
2016	-
2017	16,00
2018	19,00
2019	22,81
2020	27,81
2021	34,58

Elaborado por: Mayra Sánchez

La rotación del activo fijo es en número de veces, se puede observar que a través de los años el activo fijo rota más, esto es debido al retorno que ofrece la maquinaria de la empresa en producir la prenda propuesta.

Tabla 73. Análisis de actividad

Año	Razón		
	Activo / Patrimonio	Pasivo / Activo	Pasivo / Patrimonio
2016	2,00	50,00%	1,00
2017	2,13	53,02%	1,13
2018	1,48	32,77%	0,48
2019	1,16	14,19%	0,16
2020	1,05	4,61%	0,05
2021	1,00	0,00%	-

Elaborado por: Mayra Sánchez

El análisis de actividad responde a la inversión y retorno que recibe el inversionista, además del financiamiento que se utilizó para las operaciones de la empresa.

Tabla 74. Análisis de liquidez

Año	Razón		
	Activos circulantes	Pasivos circulantes	Razón circulante
2016	400	10.000	0,04
2017	-1.091	8.733	- 0,12

Elaborado por: Mayra Sánchez

El análisis de liquidez es de suma importante porque permite a la empresa conocer la capacidad de operación que tendrá la misma.

6.12. Tasa beneficio-costo

RELACIÓN COSTO BENEFICIO

FLUJO NETO

SUMA FLUJO INVERSIÓN (ABS)

$$\text{RCB} = \frac{286542,66}{35200,00}$$

$$\text{RCB} = 8,14$$

RELACIÓN COSTO BENEFICIO DESCONTADO

VAN	
SUMA FLUJO INVERSIÓN (ABS)	
RCB=	$\frac{31057,61}{35200,00}$
RCB=	0,88

6.13. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 75. Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN						
PR=	AÑO ANTERIOR A RECUPERACIÓN	+ $\frac{\text{VALOR NO RECUPERADO APRINCIPIO DE AÑO}}{\text{FLUJO NETO DEL AÑO DERECUPERACIÓN}}$				
AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJOS NETOS	-17100,00	-1418,09	7539,12	17285,03	27940,05	47334,22
PERIODO DE RECUPERACIÓN	-17100,00	- 18518,09	- 10978,97	6306,06	34246,12	81580,33

Elaborado por: Mayra Sánchez

$$PR= 4 + \frac{-34246,12}{47334,22}$$

$$PR= 3,3$$

6.14. Tasa interna de retorno

Tabla 76. TIR

VAN	TIR
-17100,00	30%
-1191,68	
5323,86	
10257,21	
13932,83	
19835,37	

Elaborado por: Mayra Sánchez

El presente proyecto tendrá una tasa interna de retorno del 30% esto en comparación a las tasas que ofrece el Sistema Financiero Ecuatoriano en depósitos a plazo fijo que en promedio es del 14%, por ende el proyecto es viable.

6.15. Análisis de sensibilidad

Se establecen dos escenarios, el escenario optimista y el escenario pesimista.

Dentro del escenario optimista se incrementa el 20% en la producción anual, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 77. VAN Escenario optimista

n	AÑOS	FLUJO NETO	VAN
0	2016	- 17.100,00	- 17.100,00
1	2017	2.638,01	2.216,82
2	2018	14.369,71	10.147,38
3	2019	25.181,86	14.943,31
4	2020	36.996,59	18.449,04
5	2021	57.651,03	24.158,63
			52.815,18

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 78. TIR Escenario optimista

VAN	TIR
-17100,00	50%
2216,82	
10147,38	
14943,31	
18449,04	
24158,63	

Elaborado por: Mayra Sánchez

PR=	AÑO ANTERIOR A RECUPERACIÓN	VALOR NO RECUPERADO A PRINCIPIO DE AÑO				
		FLUJO NETO DEL AÑO DE RECUPERACIÓN				
AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJOS NETOS	-17100,00	2638,01	14369,71	25181,86	36996,59	57651,03
PERIODO DE RECUPERACIÓN	-17100,00	-14461,99	-92,28	25089,57	62086,16	119737,19

$$PR= 4 + \frac{-62086,16}{57651,03}$$

$$PR= 2,9$$

Se puede observar que en el esenario optimista al incrementar la producción se obtiene un Valor Actual Neto de \$ 52.815,18 y una Tasa Interna de Retorno del 50%, lo que significa que al invertir en el proyecto se obtendrá un alto porcentaje.

Se presenta el esenario pesimista donde se disminuye el 20% en la producción anual, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 79. VAN Escenario pesimista

n	AÑOS	FLUJO NETO	VAN
0	2016	- 17.100,00	- 17.100,00
1	2017	- 5.474,20	- 4.600,17
2	2018	708,54	500,35
3	2019	9.388,21	5.571,11
4	2020	18.883,52	9.416,62
5	2021	37.017,41	15.512,12
			9.300,03

Elaborado por: Mayra Sánchez

Tabla 80. TIR Escenario pesimista

VAN	TIR
-17100,00	9%
-4600,17	
500,35	
5571,11	
9416,62	
15512,12	

Elaborado por: Mayra Sánchez

PERIODO DE RECUPERACIÓN

$$PR = \text{AÑO ANTERIOR A RECUPERACIÓN} + \frac{\text{VALOR NO RECUPERADO A PRINCIPIO DE AÑO}}{\text{FLUJO NETO DEL AÑO DE RECUPERACIÓN}}$$

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJOS NETOS	-17100,00	-5474,20	708,54	9388,21	18883,52	37017,41
PERIODO DE RECUPERACIÓN	-17100,00	-22574,20	-21865,66	-12477,45	6406,07	43423,47

$$\begin{array}{r} \text{PR=} \quad 4 \quad + \quad \frac{-6406,07}{37017,41} \\ \text{PR=} \quad 3,8 \end{array}$$

Al reducir la producción, los costos se elevan y por lo tanto se obtiene un Valor Actual Neto de \$ 9.300,03 y una Tasa Interna de Retorno del 9%. El Período de recuperación de la inversión será en tres años ocho meses, el proyecto sigue siendo factible.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Con el presente proyecto se concluye que la producción y comercialización de una nueva línea de producción para madres lactantes es factible, una vez que se ha realizado el estudio de mercado al grupo objetivo que son madres en etapa de lactancia, los resultados que arrojó la encuesta fue la aceptación de este nuevo producto.
- Mediante la producción y comercialización de las blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia se logró contribuir a la sociedad con una prenda que facilite la función de la lactancia, y así aportar al cumplimiento del objetivo número tres del Plan Nacional del Buen Vivir que se refiere a mejorar la calidad de vida de la población, específicamente a promover la lactancia materna.
- Se concluye que mediante las estrategias de Marketing establecidas se captó la atención de los consumidores, es importante considerar las estrategias para producto, precio, plaza y promoción para facilitar la comercialización de las blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia.
- Las mujeres en etapa de lactancia buscan en blusas la moda, el precio y la comodidad, estos atributos son los que ofrece la blusa con faja moldeadora para etapa de lactancia por su diseño, su precio acorde al mercado y la comodidad que brinda al momento de la lactancia materna.
- Se concluye que una vez establecida la misión, visión y funciones de cada puesto con los que cuenta la empresa GT JEANS FAMILY se levantaron los procedimientos de cada actividad para incrementar la producción y evitar tiempos improductivos.

7.2. Recomendaciones

- Se recomienda la producción de blusas con faja moldeadora para etapa de lactancia, considerando la demanda del producto para establecer la cantidad de prendas que se van a producir, ya que tendrá una gran acogida por las mujeres que están en etapa de lactancia y buscan comodidad al momento de amamantar a sus bebés y recuperar su figura después del embarazo.
- Respeto a la publicidad se recomienda que se la realice mediante redes sociales y páginas web, ya que en la actualidad el Marketing Digital es mucho más efectivo para dar a conocer los productos e incentivar a la compra de los mismos, se podría crear páginas en Facebook, Twitter, Instagram, así como exhibir información y fotografías de las prendas en la página web de la empresa.
- Se recomienda tomar en cuenta el tipo de tela acorde a los resultados de la encuesta, en este caso la tela viscosa que es una tela que está compuesta en un alto porcentaje por algodón, este material es preferido por las mujeres por ser una fibra natural que brinda varios beneficios y así para cumplir con las expectativas de nuestros clientes potenciales.
- Se recomienda que la gerencia de la empresa revise periódicamente las políticas internas, manual de funciones, etc., en base a las actividades que se realizan a diario.

Referencias Bibliográficas

- ACE Publicidad. (08 de Abril de 2011). *ACE Creatividad y Estrategia*. Obtenido de <http://www.acepublicidad.net/conociendo-la-publicidad-btl-atl-ttl/>
- Agenda Territorial Tungurahua (2010).
- Aguilar, S. (2005). *Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud*. Salud en Tabasco. Obtenido de: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>> ISSN 1405-2091.
- Alcaide, J. C., Bernués, S., Díaz Aroca, E., Espinosa, R., Muñiz, R., & Smith, C. (2013). *MARKETING Y PYMES, Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa*. España: Santos de Diaz.
- Alet, J. (2011). *Marketing Directo e Interactivo*. Madrid: ESIC Editorial.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Beltrán Razura Álvaro. (2012). *Costos y presupuestos* (primera edición). Buenos Aires, Argentina: Up.
- Castro, S., & Yolanda, I. (2013). *Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Textil Dedicada a la Confección de Uniformes y Ropa de Trabajo Ubicada en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito* (Doctoral dissertation, SANGOLQUÍ/ESPE/2013).
- Cupidopiel (2016). <http://www.cupidopiel.com/>
- De Castro, E. (2008), *Administración y Dirección*, Tercera Edición, Editorial McGraw- Hill Interamericana de España, S.A.
- Díaz Pelayo, C. A., López Martínez, E. F., González Monroy, R., & Preciado Ortiz, C. L. (2014). *Mercadotecnia digital y publicidad on line* (Google eBook). Guadalajara: Editorial Universitaria.
- Echeverría. (21 de Abril de 2013). *Principios del marketing*. Obtenido de <http://echeverria.me/principios-de-marketing-viral/#>
- García Marquez, C. (2011). *Administrativa y financiera* (cuarta edición). México, México. Financiera. México: UNAM

- Gómez, A. M. (12 de Septiembre de 2010). *Canales de Distribución*. Obtenido de Universidad ICESI:
http://www.icesi.edu.co/ingenieria_industrial/cognos/images/stories/programacion_2010_1/canales%20de%20distribucion%20cognos.pdf
- Haroon, S., Das, J. K., Salam, R. A., Imdad, A., & Bhutta, Z. A. (2013). Breastfeeding promotion interventions and breastfeeding practices: a systematic review. *BMC public health*, 13(3).
- Homs, R. (2011). *La esencia de la estrategia de marketing*. México: Cengage Learning.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2012) *Análisis Industria Textil*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010) *Censo de Población y Vivienda*.
- Jiménez, R. (2015). *Beneficios nutricionales de la lactancia materna en menores de 6 meses nutritional benefits of breast feeding in less than 6 months*. Revista Médica La Paz, 17(2).
- King, F. S., Burgess, A., Quinn, V. J., & Osei, A. K. (Eds.). (2015). *Nutrition for developing countries*. Oxford University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.
- Krell, H. (2010). *Qué es una alianza estratégica*. Buenos Aires: Ilvem. Obtenido de <http://www.ilvem.com/shop/otraspaginas.asp?paginanp=692>
- Magaña Muñoz, C. (2012). *Planeación Financiera*. México: UNAM.
- Mantilla, F. (2015). *Técnicas de Muestreo, Un enfoque a la Investigación de Mercados*. Quito: Santa Rita.
- Manucci, M. (2010). *La Estrategia de los cuatro círculos*. Bogotá: Norma.
- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2009). *Guía para la Elaboración de Diagramas de Flujo*. mideplan.
- Palacios, L. (2012). *Estrategias de creación empresarial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Puro Marketing. (2009). *La Publicidad en las Redes Sociales es efectiva para las marcas*. PuroMarketing Marketing, Publicidad, Negocios y Social Media en Español.
- Solomon, M. (2012). *Comportamiento del consumidor*. Reino Unido: Pearson.
- Suárez, L., Janneth, S. (2012). *Marketing Empresarial, dirección como Estrategia Competitiva*. Bogotá: ediciones de U.
- Ulrich, K, Eppinger, S. (2013). *Diseño y desarrollo de productos*. México: McGraw Hill.
- Valderrey, P. (2011). *Segmentación de mercados*. Bogotá: ediciones de U.
- Velázquez, E. (2012). *Canales de distribución y logística*. Tlalnepantla: Red Tercer Milenio.



ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS



Blusa para lactancia materna con faja moldeadora incluida: es una prenda que brindará comodidad y facilitará la lactancia materna a través de broches discretos, la misma blusa tendrá en su interior una faja moldeadora que ayudará a que el abdomen vuelva a su forma natural con mayor rapidez.

Objetivo: Determinar la aceptación de una nueva línea de producción de prendas de vestir dirigida a las mujeres que se encuentran en periodo de lactancia para otorgarles comodidad.

Instrucciones:

Lea detenidamente y marque con una X su respuesta.

Información personal:

Edad:

15 a 20 años	
21 a 25 años	
26 a 30 años	
31 a 35 años	
Más de 36 años	

Situación actual:

Es una madre lactante	
Está en periodo de gestación	
Cuántos hijos tiene?	
Está planificando ser madre?	

Talla:

Small	
Medium	
Large	
Extra Large	

Cuestionario:

1. Actualmente, usted conoce que existen blusas para la etapa de lactancia con faja moldeadora de abdomen incluida?

SI	
NO	

2. ¿Le gustaría adquirir una blusa que le facilite la lactancia materna a través de broches y que tenga una faja moldeadora de abdomen incluida?

SI	
NO	

3. En la etapa de lactancia, cuáles son los atributos que busca en blusas? Señale los 3 que considere más importantes.

Moda	
Comodidad	
Practicidad	
Precio	
Seguridad	

Otro: _____

4. ¿De qué material le gustaría que sean elaboradas estas prendas?

Viscosa (95% algodón – 5% spandex – elástico)	
---	--

Chalís (50% algodón – 50% poliéster)	
Chifón (100% poliéster)	
Jean (100% algodón)	

Otro: _____

5. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una blusa que le facilite la lactancia materna a través de broches y que tenga una faja moldeadora de abdomen incluida?

\$ 25 - \$ 30	
\$ 30 - \$ 35	
\$ 35 - \$ 40	

6. ¿Cuántas blusas que le faciliten la lactancia materna a través de broches y que tengan una faja moldeadora de abdomen incluida estaría dispuesta a comprar?

1 a 2 blusas	
3 a 4 blusas	
5 o más blusas	

7. ¿Conoce de alguna empresa que ofrezca blusas que le faciliten la lactancia materna a través de broches y que tengan una faja moldeadora de abdomen incluida?

SI	
NO	

Cuál: _____

8. ¿En qué lugar le gustaría encontrar este tipo de prendas de vestir?

Tiendas de maternidad	
Locales de ropa	
Por Internet	
Por Catálogo	

9. ¿Qué tipo de beneficios le gustaría recibir por la compra de una blusa que le facilite la lactancia materna a través de broches y que tenga una faja moldeadora de abdomen incluida?

Obsequios	
Descuentos en prendas	
Concursos	
Promociones por tiempo limitado	

10. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre este producto?

Anuncios en la prensa	
Televisión	
Radio	
Folletos/ Dípticos / Trípticos/ Volantes	
Redes Sociales / Página Web	

Gracias por su colaboración!