

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. PROCESO CREATIVO	1
1.1.1. Lluvia de ideas.....	2
1.1.2. Nombre de la Empresa.....	4
1.2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	6
1.2.1. Breve historia de la confección.....	6
1.2.2. Datos correspondientes a la población con obesidad.	7
1.3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
1.3.1. Formulación del problema	10
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	10
1.4.1. Justificación Económica	11
1.4.2. Justificación técnica.....	11
1.4.3. Justificación social.....	11
1.5. OBJETIVOS DEL PROYECTO	11
1.5.1. Objetivos específicos.....	12
1.6. ALCANCES	13

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2. INTRODUCCIÓN.....	14
2.1. DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DE ESTUDIO DE MERCADO	14
2.1.1. Definición.....	14
2. 1.2. Objetivos del estudio de mercado	15

2. 2. PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO.....	15
2.2.1. Descripción del producto principal.....	15
2.2.2. Usos del producto.....	16
2.2.3. Productos sustitutos	16
2.3. DEFINICIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO.....	16
2. 3.1. Métodos utilizados para la investigación de mercado	16
2.3.1.1. Tipos de investigación	17
2.3.1.2. Determinación de las fuentes primarias y secundarias	17
2.3.1.3. Determinación de la población o universo	18
2.3.1.3.1. Determinación de la población meta	18
2.3.1.4. Determinación de la muestra.....	20
2.4. FICHA TÉCNICA.....	22
2.5. RESULTADOS OBTENIDOS	22
2.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA	31
2.6.1. Oferta Proyectada	33
2.7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	34
2.7.1. Factores condicionantes de la demanda	34
2.7.2. Demanda de los consumidores finales.....	35
2.7.2.1. Cantidad de consumidores finales.....	35
2.7.3. Demanda Proyectada.....	37
2.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA	38
2.8.1. Demanda insatisfecha proyectada de poleras	39
2.9. ANÁLISIS DE PRECIOS	41
2.10. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	42
2.11. ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN.....	44
2.12. ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE	45

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE LA MATERIA PRIMA

3. INTRODUCCIÓN.....	47
3.1. CARACTERÍSTICAS.....	47
3.1.1. Tela	48
3.1.2. Hilo poliéster y hilo de algodón.....	49
3.2. ANÁLISIS DE ABASTECIMIENTO DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA.....	50
3.2.1. Proveedores de materia prima directa.....	50
3.2.1.1. Tela	50
3.2.1.2. Hilo	51
3.2.2. Proveedores de materia prima indirecta.....	52
3.2.3. Envases y Empaques de la materia prima directa y materia prima indirecta	53
3.2.4. Forma de pago	62

CAPITULO IV

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

4. TAMAÑO DEL PROYECTO	63
4.1. FACTORES QUE DETERMINAN EL PROYECTO	63
4.1.1. Factor mercado o demanda.....	63
4.1.2. Factor materia prima	64
4.1.3. Factor tecnología.....	64
4.1.4. Factor mano de obra	64
4.1.5. Factor financiamiento	64
4.2. TAMAÑO PROYECTADO	65
4.2.1. Determinación de la capacidad del proyecto.....	65

4.2.2. Capacidad maxima	65
4.2.3. Número de productos demandados	66
4.3. DETERMINACIÓN DE LOCALIZACIÓN	67
4.3.1. Macrolocalización	67
4.3.2 Descripción de ubicación del proyecto	70
4.3.2.1. Historia, situación y extensión	70
4.3.2.2. Clima	71
4.3.2.3. Población.....	71
4.3.2.4. Infraestructura	71
4.3.2.5. Transporte y comunicaciones.....	72
4.3.2.6. Los servicios.....	72
4.3.3. Actividades economicas principales	72
4.3.3.1. Economía	72
4.3.3.2. Industria.....	73
4.3.3.3. Distritos de Santa Cruz de la Sierra	73
4.4. MICROLOCALIZACIÓN	74
4.4.1. Identificación de las fuerzas microlocacionales.....	74
4.4.2. Determinación del lugar puntual de ubicación de la empresa	75
4.4.3. Ubicación del proyecto	76

CAPÍTULO V

ESTRATEGIA Y MARKETING

5. INTRODUCCIÓN.....	80
5.1. OBJETIVOS DEL ÁREA.....	81
5.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	81
5.2.1. Misión	81
5.2.2. Visión.....	83
5.2.2.1. Características de la visión.....	83

5.2.3. Objetivos	84
5.2.4. Valores y/o principios	86
5.3. ANÁLISIS INDUSTRIAL Y COMPETITIVO	87
5.3.1. Competidores	88
5.3.2. Proveedores	90
5.3.3. Clientes	90
5.3.4. Amenazas de los productos sustitutos	91
5.4. MATRIZ FODA	93
5.5. ESTRATÉGIA GENERICA	95
5.5.1. Estrategía de Enfoque	95
5.6. PLAN DE MARKETING	95
5.6.1. Producto	96
5.6.2. Precio	106
5.6.3. Distribución.....	107
5.6.4. Comunicación.....	108

CAPÍTULO VI

INGENIERÍA DEL PROYECTO

6. INTRODUCCIÓN.....	121
6.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO	121
6.1.1. Descripción del flujograma	121
6.1.2. Proceso de compra de materia prima (tela)	122
6.1.3. Proceso de recepción de la tela	125
6.1.4. Procedimiento de corte de la tela	125
6.1.5. Procedimiento de costura y acabado de las poleras	126
6.2. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	128
6.2.1. Poleras con cuello (o tipo polo)	129

6.2.2. Poleras cuello redondo (o en caja)	130
6.2.3. Poleras cuello V (o en pico).....	130
6.3. REQUERIMIENTO	130
6.3.1. Inversión fija	131
6.3.2. Inversión diferida	142
6.3.3. Capital de operaciones.....	144
6.4. LAYOUT DE LA PLANTA.....	162
6.5. FICHA AMBIENTAL	167

CAPÍTULO VII ORGANIZACIÓN

7. INTRODUCCIÓN	168
7.1. CARACTERÍSTICAS DE LAS SOCIEDADES COMERCIALES.....	168
7.1.1. Razón social	168
7.2. TIPOLOGÍA DE SOCIEDADES COMERCIALES.....	170
7.2.1. Elección de la organización societaria conveniente	170
7.2.2. Principales características de la sociedad elegida	172
7.2.3. Sociedad de responsabilidad limitada	172
7.3. PROCESO DE ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.....	179
7.4. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	186
7.4.1. Tipo de organización	186
7.5. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.....	188
7.5.1. Contratación del personal.....	188
7.5.1.1. Contrato.....	188
7.5.1.2. Montaje del manual de evaluación de cargos	190

CAPÍTULO VIII
INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

8. INVERSIONES	191
8.1. INVERSIÓN FIJA	192
8.1.1. Máquinaria	193
8.1.2. Muebles y enceres	193
8.1.3. Vehículos	194
8.1.4. Equipo de computación	195
8.1.5. Línea telefónica	195
8.1.6. Equipos de producción e instalaciones	196
8.2. INVERSIÓN DIFERIDA	197
8.2.1. Gastos de organización	197
8.2.2. Gastos de capacitación	198
8.2.3. Gastos de estudio e investigación	199
8.2.4. Gastos en publicidad	200
8.2.5. Software de gestión y pagina web	200
8.3. CAPITAL DE TRABAJO	201
8.3.1. Sueldo y salarios	202
8.3.2. Materia prima directa	204
8.3.3. Materia prima indirecta	204
8.3.4. Servicios basicos	205
8.3.5. Mantenimiento de maquinaria	206
8.3.6. Mantenimiento de vehículos	207
8.3.7. Mantenimiento de equipo de computación	207
8.3.8. Seguros	208
8.3.9. Uniformes	208
8.3.10. Combustible	209
8.3.11. Refrigerio	209

8.3.12. Material medico	210
8.3.13. Alquiler.....	210
8.3.14. Internet	211
8.3.15. Elementos promocionales	211
8.3.16. Insumos de limpieza	212
8.3.17. Material de escritorio	213
8.3.18. Imprevistos	214
8.4. PLAN Y CRONOGRAMA DE INVERSIONES	214
8.5. FINANCIAMIENTO	216
8.5.1. Financiamiento con aporte propio.....	216
8.5.2. Financiamiento mediante préstamo.....	216
8.5.2.1. Condiciones de préstamo	216
8.5.2.2. Calculo de intereses pre-operativos	217
8.5.2.3. Amortización	219

CAPÍTULO IX

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

9. INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO	221
9.1. INGRESOS DEL PROYECTO.....	221
9.1.1. Precio de venta	221
9.1.2. Ingresos proyectados	222
9.2. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS DEL PROYECTO	225
9.2.1. Costos Variables Anuales	225
9.2.2. Costos Fijos Anuales	226
9.2.3. Cálculo de la Depresión	227
9.2.4. Costos Anuales Proyectados	228

CAPÍTULO X
ESTADOS FINANCIEROS

10. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	230
10.1. BALANCE GENERAL.....	230
10.2. ESTADO DE RESULTADO	232
10.3. FUENTE Y USOS DE FONDOS PROYECTADO	234

CAPÍTULO XI
EVALUACIÓN ECONÓMICA

11. EVALUACIÓN, ECONÓMICA, FINANCIERA, TECNICO ADMINISTRATIVA DEI PROYECTO	236
11.1. TIPOS DE EVALUACIÓN.....	236
11.1.1. Evaluación económica.....	236
11.1.2. Evaluación financiera	236
11.1.3. Flujo de caja	237
11.1.3.1. Flujo de caja económico.....	237
11.1.3.2. Flujo de caja financiero.....	240
11.2.1. Valor Actual Neto (VAN).....	240
11.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	242
11.2.3. Apalancamiento financiero	244
11.2.4. Periodo de recuperación del capital	245
11.2.5. Relación costo beneficio.....	246
11.2.6. Punto de equilibrio.....	247