



UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
Facultad de Ciencias Económicas

Programa de : ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DE : COMITE DE GRADUACION

PARA : Dr. VICTOR QUESADA

REFERENCIA : Tesis de Grado

FECHA: 22 de mayo de 1992

Para su consideración y estudio remito a Ustedes la Tesis de Grado ;

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE SUETERES EN CARTAGENA

Presentadoa por los Señores : LUIS ALBERTO MOSQUERA VEGA
EDILMA TOVAR ROJAS

Sírvanse remitir el Concepto respectivo en el original de esta hoja , marcando con una x los términos de ;

APROBADA :

MERITORIA :

LAUREADA :

NO APROBADA (motivo)

Observaciones :

Plazo de entrega 30 días a partir de la fecha .

Cordialmente ,

El Profesor (Jurado)

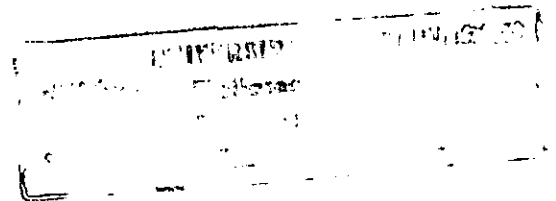
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA
PRODUCTORA DE SUETERES EN CARTAGENA

ANTEPROYECTO

LUIS ALBERTO MOSQUERA VEGA
EDILMA TOVAR ROJAS

SCIB

111164



CARTAGENA
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Cartagena, Enero 24 de 1992.

Señores.

MIEMBROS DEL COMITE DE GRADUACION.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS.

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA.

L. C.

Distinguidos señores:

Por medio de la presente nos permitimos someter a su consideración nuestro trabajo de grado, el cual hemos titulado " ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE SUETERES EN CARTAGENA ", para su respectiva aprobación y ademas les informamos que este trabajo es asesorado por el Doctor Claudio Osorio Lentino y el cual nos servirá de requisito para obtener el título de Administrador de Empresas.

Agradeciendoles la atención que presten a la presente nos suscribimos de ustedes, muy cordialmente.


EDILMA TOVAR ROJAS


LUIS ALBERTO MOSQUERA VEGA

Cartagena, Enero 24 de 1992.

Señores,

MIEMBROS DEL COMITE DE GRADUACION.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS.

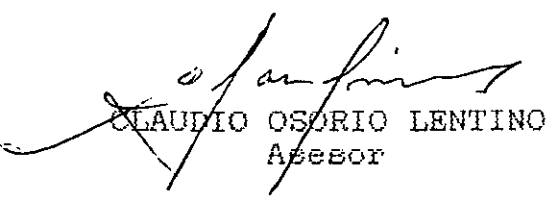
Universidad de Cartagena.

L. C.

Respetados señores:

Atentamente me permito informarles que he asesorado el trabajo de grado elaborado por los egresados EDILMA TOVAR ROJAS Y LUIS ALBERTO MOSQUERA VEGA. Que se titula " ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA PEQUENA EMPRESA PRODUCTORA DE SUETERES EN CARTAGENA ". Como requisito para optar el titulo de Administrador de Empresas.

Cordialmene,


CLAUDIO OSORIO LENTINO
Asesor

AGRADECIMIENTOS

De manera muy especial al Doctor Claudio Osorio, Profesor del programa de Administración de Empresas, por su orientación quien puso todo su empeño y dedicación para llevar a feliz término este trabajo.

A todos nuestros profesores quienes durante 5 años nos dieron conocimientos y formación profesional.

A Esmeralda Díaz por su colaboración en el diseño de los modos.

A todas las personas y empresas que de una u otra forma colaboraron en la elaboración de este trabajo.

LUIS ALBERTO MOSQUERA

EDILMA TOVAR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios.

A mi madre Celmida Vega, por tu ejemplo de esfuerzo, trabajo y comprensión.

A mi padre Pedro Mosquera, por transmitirme ese deseo de triunfo.

A todos mis hermanos por saber entender los momentos difíciles.

LUIS ALBERTO MOSQUERA VEGA

DEDICATORIA

A la memoria de mis abuelos Elisa, Zenaida y Blas A.

Al amor y esfuerzos de mis padres Teresa y Tomás.

Al apoyo incondicional de mis hermanos Osiris, Julisa y Tomás Alfredo.

EDILMA TOVAR



TABLA DE CONTENIDO

0.	INTRODUCCION	1
0.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
0.2.	OBJETIVOS	5
0.2.1.	OBJETIVO GENERAL	5
0.2.2.	OBJETIVOS ESPECIFICOS	5
0.3.	DELIMITACIONES	6
0.3.1.	DELIMITACION FORMAL	6
0.3.1.1.	DELIMITACION DE ESPACIO	6
0.3.1.2.	DELIMITACION DE TIEMPO	6
0.3.2.	DELIMITACION MATERIAL	6
0.4.	OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	7
0.4.1.	VARIABLE DEPENDIENTE	7
0.4.2.	VARIABLES INDEPENDIENTES	7
0.5.	DEFINICIONES CONCEPTUALES	8
0.6.	HIPOTESIS	11
0.6.1.	HIPOTESIS GENERAL	11
0.6.2.	HIPOTESIS DE TRABAJO	11
0.7.	IMPORTANCIA	12
0.8.	MARCO HISTORICO	14
0.9.	MARCO TEORICO	20
0.10.	METODOLOGIA	25
0.11.	PRESUPUESTO	32

1.	ESTUDIO DE MERCADO	33
1.1.	USO ESPECIFICO DEL SUETER	33
1.2.	CARACTERISTICAS DE LOS TIPOS DE CAMISETAS QUE SE COMERCIALIZAN EN CARTAGENA	33
1.3.	VARIEDAD	33
1.3.1.	MATERIA PRIMA	33
1.4.	INSUMOS NECESARIOS	34
1.5.	EL CONSUMIDOR	35
1.5.1.	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	35
1.5.1.1.	NOTIVO DE PRODUCTO	36
1.5.1.2.	NOTIVO DE PATROCINIO	39
1.5.1.3.	HABITOS DE COMPRA	41
1.6.	CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA ←	43
1.6.1.	CALCULO DE LA DEMANDA	43
1.6.2.	DEMANDA ACTUAL TOTAL	43
1.6.3.	PROYECCION DE LA DEMANDA	44
1.7.	CARACTERISTICAS DE LA OFERTA	47
1.7.1.	FUENTES DE ABASTECIMIENTO DE LOS SUETERES QUE SE COMERCIALIZAN EN CARTAGENA	47
1.7.2.	DETERMINACION DE LA OFERTA	49
1.7.3.	PROYECCION DE LA OFERTA	50
1.8.	DEMANDA INSATISFECHA	52
1.8.1.	CUADRO DE LA DEMANDA INSATISFECHA	52
1.8.2.	CANALES DE DISTRIBUCION	53
2.	TAMAÑO Y LOCALIZACION	55
2.1.	CAPACIDAD INSTALADA	55
2.2.	LOCALIZACION DE LA EMPRESA	57

2.2.1.	MACROZONA	57
2.2.2.	MICROZONA	58
2.2.2.1.	CARACTERISTICAS DE LA MICROZONA	58
2.2.3.	CERCANIA DEL MERCADO	59
2.2.4.	DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PUBLICOS Y OTROS SUMINISTROS	59
2.2.4.1.	ENERGIA	59
2.2.4.2.	AGUA	59
2.2.4.3.	COMUNICACIONES	60
2.2.4.4.	POSIBILIDAD PARA DESPRENDERSE DE DESECHOS	60
2.2.5.	DISPONIBILIDAD DE LOCALES Y TERRENOS	60
3.	INGENIERIA DEL PROYECTO	61
3.1.	EL PRODUCTO	61
3.2.	COLECCIONES	61
3.3.	DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION	62
3.3.1.	INSUMOS	62
3.3.2.	DIAGRAMA DE PROCESO	63
3.3.2.1.	SECCION UNO	63
3.3.2.2.	SECCION DOS	63
3.3.2.3.	SECCION TRES	63
3.3.2.4.	SECCION CUATRO	63
3.3.2.5.	SECCION CINCO	64
3.3.2.6.	SECCION SEIS	64
3.3.2.7.	SECCION SIETE	64
3.3.2.8.	SECCION OCHO	64
3.3.3.	DIAGRAMA DE FLUJO	67
3.4.	SELECCION Y ESPECIFICACION DE LA MAQUINARIA	68

3.4.1	SELECCION Y ESPECIFICACION DE MAQUINAS PARA EL PROCESO DE PRODUCCION	68
3.4.2	NUMERO DE MAQUINAS PARA EL PROCESO PRODUCTIVO	70
3.5.	SELECCION Y ESPECIFICACION DE EQUIPOS ACCESORIOS	71
3.6.	SELECCION Y ESPECIFICACION DE MUEBLES Y ENSERES	72
3.7.	DISTRIBUCION DE LA MAQUINARIA POR OPERARIO	74
3.8.	FLEXIBILIDAD DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCION	76
3.8.1.	CUADRO DEL PLAN DE PRODUCCION	76
3.8.1.1.	DESICION DE PRODUCCION POR COLECCION	77
3.8.1.2.	CUADRO DE PRODUCCION PARA LA PRIMERA COLECCION	78
3.9.	DISTRIBUCION DEL EDIFICIO	80
3.9.1.	ESPECIFICACIONES PARTICULARES DEL EDIFICIO	81
4.	FINANACIACION E INVERSION	83
4.1.	PLAN DE INVERSION	83
4.1.1.	CAPITAL FIJO	83
4.1.1.1.	PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO	84
4.1.1.2.	PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA	85
4.1.1.3.	PRESUPUESTO CONSTRUCCION DEL EDIFICIO Y TERRENO	86
4.1.1.4.	INVERSION DIFERIDA	87
4.1.1.4.1.	PRESUPUESTO DE INVERSION DIFERIDA	87
4.1.2.	CAPITAL DE TRABAJO	87
4.1.2.1.	CARTERA	88
4.1.2.2.	INVENTARIOS	88

4.1.2.3.	PLAN DE INVERSION	90
4.2.	COSTO DE PRODUCCION Y GASTOS GENERALES	91
4.2.1	PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA	92
4.2.1.1.	MANO DE OBRA DIRECTA	92
4.2.1.2.	MANO DE OBRA INDIRECTA	93
4.2.1.3.	PERSONAL ADMINISTRATIVO	93
4.2.2.	GASTOS GENERALES	95
4.2.2.1.	MANTENIMIENTO DEL LOCAL Y LOS EQUIPOS	95
4.2.2.2.	SERVICIOS PUBLICOS	95
4.2.2.3.	DEPRECIACION	95
4.2.2.4.	PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA	96
4.2.2.5.	GASTOS DE VENTAS	96
4.3.	PRECIOS DE VENTA Y CALCULO DE INGRESOS	97
4.4.	PLAN DE FINANCIACION	98
4.4.1.	CONDICIONES GENERALES	98
4.4.2.	DISTRIBUCION DEL MONTO TOTAL	98
4.4.3.	BENEFICIARIOS	98
4.4.4.	RUBROS FINANCIABLES	98
4.4.5.	MONTO DE LOS CREDITOS	99
4.4.6.	TASAS DE INTERES Y REDESCUENTO	99
4.4.7.	PLAZOS Y PERIODOS DE GRACIA	99
4.5.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	100
5.	EVALUACION DEL PROYECTO	101
5.1.	EVALUACION ECONOMICA	101
5.1.1.	COEFICIENTES FINANCIEROS	101
5.1.1.1.	METODO DEL VALOR PRESENTE NETO	101

5.1.1.2.	TASA DE RENDIMIENTO INTERNO	104
5.1.2.	FLUJOS ANUALES NETOS	105
6.	ORGANIZACION DE LA EMPRESA	106
6.1.	TIPO DE EMPRESA	106
6.1.1.	EL CAPITAL REQUERIDO	107
6.1.2.	RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS	107
6.1.3.	NUMERO DE SOCIOS	107
6.1.4.	RAZON SOCIAL	107
6.1.5.	LIBRO DE REGISTROS	107
6.1.6.	ADMINISTRACION	108
6.1.7.	DURACION	108
6.1.8.	CAUSALES DE DISOLUCION	108
6.2.	FUNCIONES Y REQUISITOS PARA EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA	108
6.2.3.	DEPARTAMENTO DE RELACIONES INDUSTRIALES	109
6.2.3.1.	DEPARTAMENTO DE COMPRAS Y VENTAS	110
6.2.4.	DEPARTAMENTO DE PRODUCCION	112
	CONCLUSIONES	115
	RECOMENDACIONES	116
	BIBLIOGRAFIA	117
	ANEXOS	118

INTRODUCCION

Desde hace algún tiempo la pequeña empresa ha sido el objeto de estudio por parte de algunas entidades del gobierno y de organizaciones privadas. Por un lado se ha tomado mayor conciencia del papel que juega en la economía nacional y local donde se ha generalizado el interés por ayudar a superar sus problemas mas inmediatos, los cuales se van agravando por la rápida transformación de los mercados y por la acelerada modernización.

Debido a que en los últimos años se ha observado un crecimiento en la demanda del sueter y a la necesidad de que se formen nuevas empresas en la ciudad y por falta de estases la causa de la actualmente esta mercancia sea traída de otras partes del país, especialmente de ciudades que son centros textiles como lo son Bogota y especialmente Medellín.

Aún cuando la pequeña empresa de la confección ha participado activamente en el progreso económico en beneficio de la comunidad y por ende al de nuestro país, su contribución ha sido sumamente importante. También es cierto que esta atravieza por una serie de problemas.

Las condiciones del mercado generan toda una gama de alternativas y posibilidades que permiten un incremento positivo en el desarrollo de la pequeña empresa de confección de sueteres en la

ciudad de Cartagena.

El presente estudio trata de determinar la factibilidad acerca de la creación de una pequeña empresa productora de sueteres en la ciudad de Cartagena.

Nuestro trabajo abarca: En primera instancia un estudio de mercado que nos determinará las características cualitativas y cuantitativas que lleven a una viabilidad el proyecto.

Seguidamente se determinara el tamaño y la localización del proyecto ajustándose a las condiciones que se presentan en el mercado, lo cual nos lleva a planear la ingeniería del proyecto, los recursos de tipo técnico, humano y financiero, lo que nos dirige a la realización de la evaluación económica que elaboraremos valiendonos de la tasa interna de retorno y el valor presente neto como herramienta necesaria para determinar la rentabilidad y factibilidad del proyecto, inmediatamente nos encontraremos frente a la definición de la estructura organizacional que debe estar acorde con la implementación del proyecto.

8.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente Cartagena por su posición privilegiada en la geografía Colombiana se abre paso al desarrollo producto del surgimiento y ensanche de nuevas empresas para satisfacer necesidades. Y es en este afán que se generan estudios para la satisfacción de las mismas.

Se observa en el campo de la confección, específicamente en la producción de sueteres, Cartagena comienza a dar sus primeros pasos con pequeños talleres que se dedican a esta actividad.

Pero la mayor producción de sueteres que se venden en el mercado de esta ciudad provienen de centros que han logrado un mayor avance en el campo como son los de la ciudad de Medellín y Bogotá que ofrecen buenos precios y calidad.

La venta de esta producción foránea se apoya en el hecho de que el mercado interno les ofrece puertas abiertas ya que este producto por sus características de comodidad tiene bastante demanda y los pequeños empresarios internos producen mínimas cantidades, lo cual deja el campo abierto para otras empresas pertenecientes a otras áreas urbanas.

Es la creación de una pequeña empresa productora de sueteres en

la ciudad de Cartagena una oportunidad de mercado para este tipo de producción?

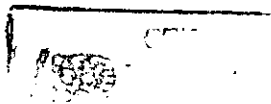
0.2 OBJETIVOS

0.2.1 OBJETIVO GENERAL.

Determinar en forma real la factibilidad de la instalación de una pequeña fábrica de sueteres en la ciudad de Cartagena.

0.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Hacer un análisis del mercado en lo que se refiere a la demanda, oferta, competencia y estructura de precios.
- Determinar el tamaño y localización del proyecto.
- Planear en la ingeniería del proyecto los recursos técnicos, humanos, financieros.
- Realizar la evaluación económica por medio de la tasa interna de retorno y el valor presente neto.
- Definir la estructura organizacional.



0.3. DELIMITACIONES

0.3.1 DELIMITACION FORMAL.

0.3.1.1 Delimitación del espacio. La zona de influencia de este proyecto será la ciudad de Cartagena.

0.3.1.2 Delimitación de tiempo. La delimitación con respecto a este proyecto abarca toda la información disponible entre los períodos de 1985 a 1989.

0.3.2 DELIMITACION MATERIAL.

0.3.2.1 Variable dependiente. El montaje de una pequeña empresa de sueteres en la ciudad de Cartagena.

0.3.2.2 Variable independiente.

- El estudio de mercado.
- Disponibilidad de la materia prima.
- Disponibilidad de recursos: Técnicos, humanos y financieros.
- Rentabilidad.

0.4. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

0.4.1 VARIABLE DEPENDIENTE

VARIABLES	INDICADORES	FUENTES
Montaje de una pequeña empresa productora de sueteres.	Tamaño de la empresa. Localización de la empresa. Organización.	Entrevistas. Encuestas. observacion directa.

0.4.2 VARIABLES INDEPENDIENTES

VARIABLES	INDICADORES	FUENTES
Estudio de mercado.	Análisis y cuantificación de la demanda. Cuantificación de la oferta. Competencia. Proporción de compra o no compra del producto.	Encuestas. Entrevistas. Observacion directa.
Disponibilidad de materias primas	Volumen, precio y costo de la materia prima.	Entrevistas. revistas. ACOPI.
Disponibilidad de recursos técnicos, humanos y financieros.	Planta física. Maquinarias. Equipos. Procesos. Procedimiento.	Entrevistas. Expertos. textos de evaluación.

0.5. DEFINICIONES CONCEPTUALES

- ESTUDIO DE FACTIBILIDAD. Es una investigación sistemática que se hace sobre un fenómeno, para determinar la posibilidad de éxito o por el contrario de fracaso, teniendo en cuenta los aspectos económicos y técnicos del fenómeno en estudio

- ESTUDIO DE MERCADO. Se determina la cantidad de bienes y servicios provenientes de una unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a consumir a determinados precios, en un período de tiempo convencional, en una región determinada. Mediante este estudio se llega a conocer el comportamiento de la oferta, demanda y también de los precios.

- DEMANDA. Es la cantidad de bienes y servicios requeridos por la comunidad.

- OFERTA. Es la cantidad de bienes y servicios que se están en capacidad de producir en una empresa.

- EMPRESA. Es una unidad económica organizada para la producción de un bien o servicio que satisfacen una necesidad.

- PEQUEÑA EMPRESA. Definición Ley Numero 78 del 21 de Dic/88 Artículo 2o.. Toda persona natural o jurídica dedicada a la actividad manufacturera que cumpla simultáneamente con las

siguientes condiciones operativas que se anuncian:

Que la planta de personal de la empresa no exeda de 199 trabajadores.

Que el total de sus activos no exeda de \$ 300'000.000.

- INGENIERIA DEL PROYECTO. Es un pla formal que presnta un análisis cuantitativo y cualitativo de los diferentes aspectos tanto técnicos como económicos de una empresa donde sus resultados son los que permitan justificar la ejecución del mismo; estableciendo programas y procedimientos para lograr su realización.

- MATERIA PRIMA. Son todos los elementos utilizados por las industrias en la elaboracion de los productos terminados mediante un proceso de transformación y que constituye una parte indispensable en el producto final.

- INVERSION. Es un desembolso de dinero que se hace con el fin de realizar una actividad de comercio donde se espere obtener unos beneficios positivos.

- FINANCIACION. Son los recursos que se destinan para la realización de un proyecto o plan que pueda tener origen interno o sea proveniente de los dueños del proyecto o externo cuando se recurre a las entidades que prestan dinero.

- RENTABILIDAD. Son los beneficios económicos que se obtienen de

una inversión despues que se han deducido los intereses e impuestos.

- NIVEL DE RENTABILIDAD. Son los parámetros de base minima a traves de los cuales se va a medir la rentabilidad del proyecto.

- EVALUACION ECONOMICA. Es un estudio cuantitativo y cualitativo de las bondades de un proyecto que se realiza através de procedimientos matematicos.

0.6 HIPOTESIS

0.6.1 HIPOTESIS GENERAL.

La instalación de una nueva empresa productora de sueteres en la ciudad de Cartagena contribuirá a su desarrollo en el sector textil.

0.6.2 HIPOTESIS DE TRABAJO.

De las condiciones del mercado, de los aspectos técnicos, de tecnología, del recurso humano, de la existencia de la materia prima, así como de la rentabilidad del sector confeccionista se dará el montaje de una pequeña empresa productora de sueteres en la ciudad de Cartagena.

0.7. IMPORTANCIA

El sector confeccionista colombiano ha pasado por diversas situaciones que van desde la quiebra hasta las empresas que han tenido que someterse a los concordatos, crear nuevas empresas ya que éstas sean pequeñas o grandes hacen ver para este sector de la economía, un horizonte que promete muchas cosas; por un lado a nivel social, la generación de empleo.

Económicamente transfieren recursos de un sector a otro, a través de la compra de materia prima proveniente del sector primario de la economía, tal como lo es el algodón utilizado en la fabricación de textiles básicos para dicho sector.

También las realizaciones comerciales que generan estas empresas con otras, hacen que los recursos roten a los diferentes sectores económicos.

Este estudio abre las pautas para analizar el mercado de Cartagena, determinará muchos aspectos positivos y negativos de este sector que se presentan en esta localidad, va a generar información que servirá de ayuda para la toma de decisiones. En este sector confeccionista que en la actualidad adolece de esta importante ayuda para gerencia. Nos llevara a conocer las fuentes de la materia prima para determinar los sitios donde se pueda adquirir y las mejores condiciones en que se presentan y

las alternativas que se dan para la compra.

Se recoge información que nos señalan los canales de información a través de los cuales se pueda hacer la distribución correcta de los productos terminados, para luego ser colocados en el mercado.

Este estudio nos genera un conocimiento del mercado local que nos dará las suficientes bases para la localización y funcionamiento de la pequeña empresa y las probabilidades de una mejor perspectiva de su posterior desarrollo que conlleva a un crecimiento.

Es importante este trabajo porque su ejecución práctica va a generar empleos directos y como se trata de una empresa de tipo productivo, también generará empleos indirectos lo que hace ver un beneficio social por cuanto se contribuye a la distribución de ingresos.

La planeación de las compras de materias primas y la venta de productos elaborados a través de un procedimiento, producto de una planeación generará resultados positivos.

Este trabajo nos dará la información suficiente para que se pueda hacer la planeación y como ésta ha sido filtrada no se presentarán gastos para la ejecución del proyecto.

0.3. MARCO HISTORICO

Es esencial en primer lugar tener una idea clara del desarrollo histórico que ha tenido el sector de la confección:

Los principios del arte de la costura se remontan a los antiguos cazadores de la edad de hielo. Cortaban las pieles de los animales y las cosían con punzones para hacer agujeros por los que pasaban tiras de cueros para unir los pedazos de pieles con los que formaban toscos vestidos que ellos utilizaban.

El corte y la costura se siguieron perfeccionando a través de los siglos, no solo con la finalidad de obtener protección contra los riesgos de la naturaleza, sino también con fines de adornos para satisfacer sus necesidades.

Hasta mediados del siglo XVIII, la confección de vestidos se realizó en el hogar y en forma totalmente manual. Fue solo a partir de 1759 cuando se inició la industrialización del vestido, gracias a la buena calidad de las telas de sedas fabricadas en Lyon, a la autorización para estampar tejidos de algodón y al auge que alcanzó la corporación de costureras que habiendo sido fundada en 1675 solo obtuvo el permiso en los primeros tiempos para confeccionar ropa interior de niños, pero que en el curso del siglo XVIII fue ampliado paulatinamente su radio de acción.

De otro lado la maquina de coser revolucionó el trabajo manual de las fabricas y el hogar. Fué inventada por el ingles THOMAS SAINT en 1790 y estuvo principalmente destinada a trabajos de cuero, tenía tecla movible que perforaba agujeros por los que podia pasar el hilo.

En 1830 el frances TIMMONIER, invento una maquina de coser que hacia el punto de cadeneta con un hilo.

Casi simultaneamente el norteamericano GUALTERIO HUNT, inventó una máquina que tenía una aguja curva con el ojo en la punta y empleaba dos hilos; pero nunca logró obtener una patente.

Fué solo en 1846 que se inventó la primera máquina de coser que realmente se utilizó y esto le correspondió al inglés ELIAS HOWE. La máquina utilizaba dos hilos que hacian una costura sin derecho, sin revés.

Esta ultima máquina fué la que perfeccionó y patentó en 1851 ISAAC SINGER, a quien HOWE acusó de falsificación. SINGER perdio el proceso y el precio de venta de cada una de las máquinas sufrió durante 25 años el aumento de 5 dólares, cuando se liquidó se pudo disminuir el precio y se inició así la gran difusión de la máquina de coser.

En 1870 con la introducción de un motor la primera máquina solía moverse mediante una manivela o pedal. Actualmente existe una gran variedad de máquinas de coser, tienen varias agujas y

realizan varios trabajos simultaneamente.

Sin embargo en la fabricación de prendas de vestir, la organización en planta (lineas de producción) conlleva a cambios en productividad aún mas importantes que la introducción de nuevos equipos, por ello la eficiencia administrativa es crucial. En general la organización del proceso de producción afecta directamente el tiempo requerido, para cortar y terminar una prenda.

En un principio las principales materias primas del sector de la confección eran de origen natural tales como: Seda, algodón y lana. Posteriormente hacia finales del siglo XIX se inicio el desarrollo de las fibras sintéticas, las cuales son procesadas por la industria textil y empleadas en el sector de confecciones, entre las principales fibras sintéticas se destacan: El nylon, el orlón, el dacron y poliester.

Las primeras sastrerías y casas de comercio que funcionaban en el país se iniciaron principalmente en Santa Fé De Bogotá, hacia finales del siglo XIX y primeros decenios del siglo XX, importaban paños y materiales que necesitaban como tambien los trajes para copiar modelos y así complacer a quienes los solicitaban. Se destaca una época sobresaliente del arte sastrerial que se prolongó hasta los años treinta.

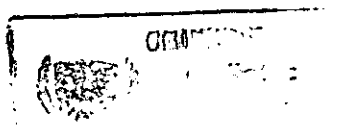
La crisis mundial del año 29 repercutió con fuerza en la economía colombiana, se eliminaron empréstitos externos, disminuyó el

comercio exterior, se contrajo el crédito y descendió el precio de los bienes. La situación hizo crisis en 1932 y se dictaron importantes medidas tendientes a restaurar la economía entre las que se destacan el incremento en el gravamen de mercancías importadas cuya consecuencia lógica fué el comienzo de la industrialización del país en el ramo de la confección.

A partir de 1932 se desarrolló la industria de la confección debido al establecimiento de grandes empresas internacionales que se radicaron en el país para no perder el mercado local.

Aparecieron también los primeros diseñadores de la moda Colombiana así como operarios con habilidad y sentido de asimilación para captar el espíritu de renovación de la moda.

Vale la pena destacar la tendencia creciente de firmas Colombianas en adquirir licencias con el fin de utilizar marcas extranjeras; ya que pueden ser vendidos a precios más altos que artículos similares que llevan marcas menos conocidas que van acompañadas de información que contienen revistas y modas hasta el suministro de patrones y moldes, que le permitan al empresario una rápida actualización sobre las tendencias del mercado. Inclusive algunas empresas internacionales suministran asistencia técnica y recomiendan cambios en la organización de la producción con el fin de obtener una mayor productividad, observando la trayectoria histórica del sector industrial del municipio de cartagena. Desde la colonia, Cartagena ha sido



importante para actividades industriales ya que ha tenido su época de oro después de la independencia en cuanto al comercio y a la industria.

En Cartagena no se supo aprovechar la relación tecnológica con los países como Estados Unidos y Europa en el último cuarto del siglo XIX. Cartagena era famosa por el libre cambio.

Las primeras factorías se dan en 1880 por un impulso social, copiado por otras ciudades gracias a Rafael Nuñez con su política de proteccionismo e impulso al trabajo para terminar con la anarquía y el atraso que vivía nuestro país.

La actividad industrial en Cartagena tuvo un impulso entre 1885 y 1935. En la actividad fabril y comercial, marcó un surgimiento económico y un comienzo a la primera etapa industrial de Cartagena. Se encontraron fábricas en Manga, El Centro, Pie de la Popa y en el Bosque, como por ejemplo los laboratorios Fuentes y Roman, Hielo Popa, Talleres Noguillon, Cervecería Cartagena, Jabonería Lemaitre, Harinera del Castillo y de La Espriella, Grasas la Heroica, Chocolates Lequerica, Cigarrillos Emiliani, Driles Espriella, Hilados Visbal, Tejidos Merlano, Calzado Beetar, Compañía Licorera Colombiana, Panadería Benedety e Imperial, los servicios bancarios y los medios de comunicación existentes y educacionales. En 1920 empezaron a declinar las actividades industriales en Cartagena y en 1929 Nueva York sufrió una crisis financiera que precipitó una catástrofe en el comercio mundial, afectó al país y terminó el ciclo industrial en las

provincias. En 1957 Cartagena retoma el liderazgo industrial marcando la tendencia hacia el desarrollo industrial y turístico.

0.9. MARCO TEORICO

Una empresa es esencialmente un conjunto organizado de recursos que se destinan para la ejecución de una determinada actividad económica con la cual se pretende el logro de una rentabilidad esperada.

La instalación de una empresa supone que la iniciativa esté precedida y acompañada de un análisis de factibilidad destinado a asegurar que tan viable es la idea a partir de fundamentos como:

- Estudio de mercado.
- Tamaño y localización del proyecto.
- Ingeniería del proyecto.
- Evaluación económica.
- Estructura organizacional.

El estudio de mercado que se realiza en este proyecto, pretende analizar aquellos factores que se consideran importantes para la estructuración de un mercado que verdaderamente aporte el éxito comercial de este estudio. Hay factores muy importantes como la

demanda, que es la cantidad de bienes y servicios requeridos por la comunidad. La demanda de sueteres en cartagena ha ido creciendo en una proporción mayor que el desarrollo de las empresas existentes en la ciudad, la demanda total del proyecto se estimará teniendo en cuenta la disponibilidad de materias primas y del crecimiento del sector comercial.

El porvenir de la empresa productora de camisetas dependera básicamente de factores como:

- La demanda de camisetas.
- El abastecimiento materia primas.
- La competencia dentro de la ciudad y otras empresas confeccionistas fuera de Cartagena.

La competencia son todas aquellas empresas que confeccionan y sacan al mercado productos similares al que se piensa generar en el proyecto, en este caso es la camiseta.

La disponibilidad de la materia prima es fundamental por cuanto esta es la que se utilizara para generar el producto con las características definidas que van a satisfacer una necesidad manifiesta en el mercado.

La materia prima que se va a utilizar debe ser de óptima calidad, así mismo las cantidades a comprar deben estar de acuerdo con el

tamaño y localización que nos da las especificaciones de tipo técnico que tendrá como características físicas la infraestructura del proyecto, la capacidad de la planta en su producción de acuerdo a la demanda y a la vez realizando un proceso selectivo del área que presenta las mejores condiciones para el asentamiento de la empresa, teniendo en cuenta las ventajas comparativas desde el punto de vista técnico y geográfico para así obtener los mejores beneficios, tanto para el suministro y abastecimiento de la materia prima, como para la facilidad de acceso al mercado consumidor.

En nuestro estudio de factibilidad la ingeniería del proyecto se orientará a la parte técnica, humana y financiera.

Desde el punto de vista de la parte técnica la empresa necesitará una serie de máquinas y equipos destinados a conformar este proceso productivo.

Las características técnicas del proceso de producción y el producto de la ingeniería del proyecto, también incluye aspectos relacionados con la materia prima para transformar y generar un producto que va a satisfacer una necesidad manifiesta en el mercado de Cartagena.

Será de vital importancia la financiación al realizar el montaje de la pequeña empresa, ya que es necesario disponer de los recursos para formar la estructura económica del mismo que cubra las necesidades de la empresa en cuanto a la inversión

fija o tambien bienes de capital, que jugara un papel importante en la vida económica de la empresa de acuerdo a la capacidad del diseño y tecnología.

La empresa dispondra de un potencial productivo por medio del cual podra proyectar su oferta al mercado y satisfacer la demanda.

Se representara el capital fijo atraves del edificio, las máquinas que integran el proceso productivo, tambien se requerirá de unos recursos economicos necesarios para mantener un proceso productivo constante a corto plazo cuyos componentes seran: La disponibilidad de la materia prima, asi como los recursos para el pago de salarios, mano de obra ya sea directa o indirecta y el financiamiento de las ventas a credito de productos terminados, en este caso los sueteres.

Se determinara que bondades o desventajas tiene el proyecto, los métodos que tomaremos como una forma de aplicación a la evaluación del proyecto seran los siguientes:

El valor presente neto (V.P.N) y la tasa interna de retorno (T.I.R), los tomaremos por considerarlo como los mejores metodos.

Definir la estructura organizacional hace posible la ejecución de las actividades de las empresas a un menor costo por cuanto las tareas se realizaran sistemáticamente producto de una previa planeación. Este conjunto de elementos que forman una estructura

organizacional dara la guia para determinar la lineas de actualidad interna lo que dara por resultado las diferentes áreas, que surgen de los requerimientos de la empresa productora de camisetas.

0.10. METODOLOGIA

El tipo de problema a investigar es la factibilidad de una empresa productora de camisetas en la ciudad de Cartagena, a través de un análisis que se efectuara de tal manera que se obtengan los datos que brinden información a los empresarios para tomar decisiones acertadas al respecto.

El estudio se realizará con el método empírico, con el descriptivo con el cual detectaremos cual es la situación real para la realización del proyecto y después llegar a conclusiones del mismo.

La información se obtendrá por medio de fuentes primarias y secundarias.

- Fuentes primarias. Consistirá en encuestas directas, entrevistas a personas expertas en la materia y observación directa.

- Fuentes secundarias. Están formadas por las bibliografías, periódicos, revistas, folletos y llamadas telefónicas, que suministrarán bases teóricas para el desarrollo del anteproyecto.

En el trabajo de campo se realizará una encuesta para el

consumidor directo, una para el comerciante intermediario y otra a quien produce la camiseta, buscando con esto encontrar una información minuciosa para llegar a conclusiones acertadas. Para la encuesta del consumidor directo se hallara una muestra de la población, la cual sera dividida por estratos socioeconómicos.

DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA (n).

Para determinar el tamaño de la muestra que se obtendrá de la población, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

A. Para la variable Estudio de mercado, el indicador sera la proporción de compra y no compra del producto.

B. Que la población sea mayor que 100.000 ($N > 100.000$), por lo anterior aplicaremos la formula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

Donde:

N = Tamaño de la población.

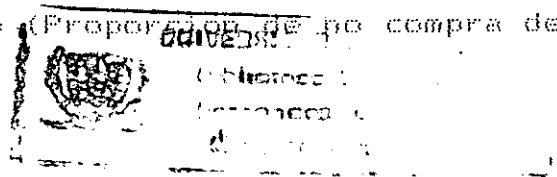
n = Tamaño de la muestra.

Z $\alpha/2$ = Nivel de confianza.

E = Error estimado.

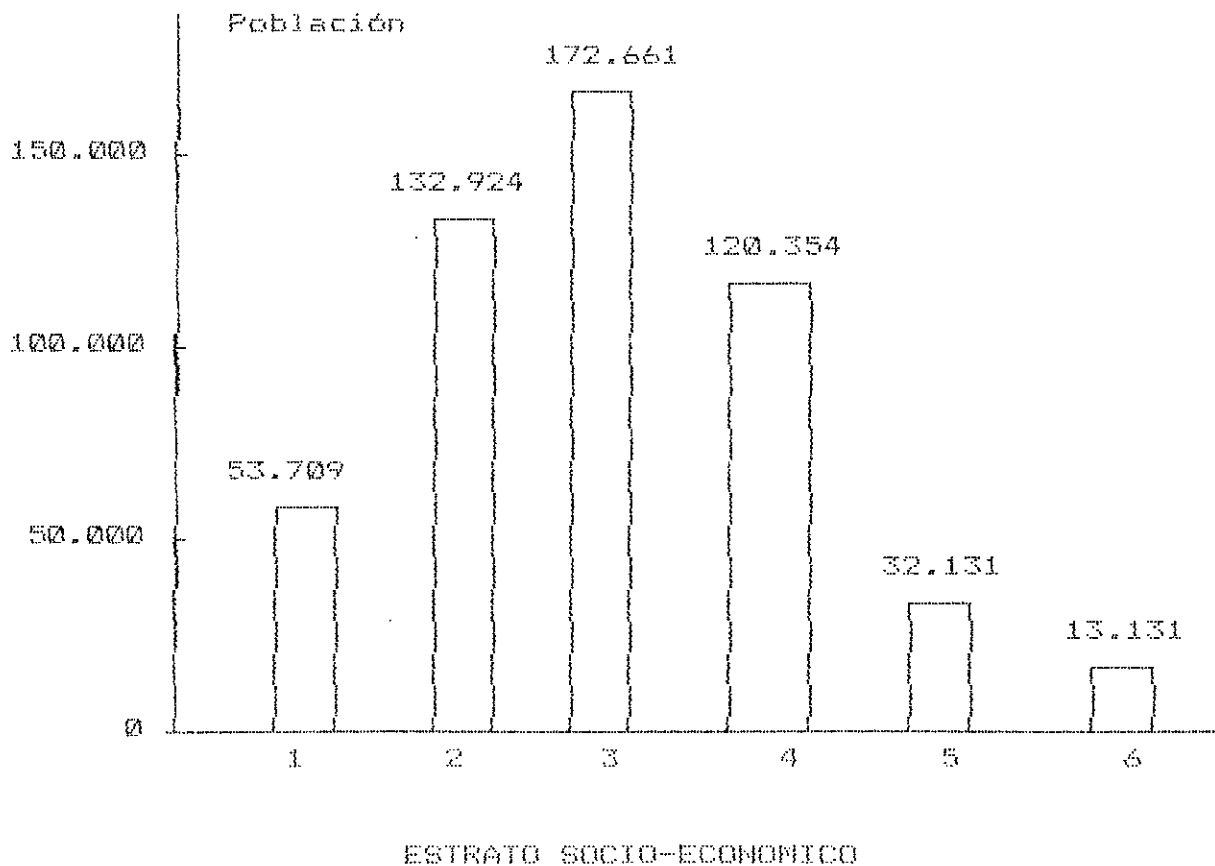
P = Probabilidad de éxito = 0.5 (Proporción de compra de camisetas)

Q = Probabilidad de fracaso = 0.5 (Proporción de no compra de camisetas).



Para hallar la población total de donde obtener la muestra estratificada para la encuesta del consumidor directo, utilizaremos el documento fuente: Programa de participación y desarrollo de las comunas de Cartagena año 2000, trabajo que fue desarrollado por el profesor Asdrubal Recuero y Leobaldo Marrugo con el auspicio de la Universidad de Cartagena, la Alcaldía y el Departamento de Investigación Económica y Social de la Universidad de Cartagena (DIES).

El documento fuente arrojó la siguiente información estratificada.



El total de la población obtenida fue 524.910 la cual contiene población urbana y corregimientos. Obtenida la población procedemos a hallar la muestra.

$$N = 524.910$$

$$n = ?$$

$$E = 0.10$$

$$\delta = 0.95$$

$$\delta / 2 = 0.4750$$

$$Z \delta / 2 = 1.96$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$n = \frac{Z^2 \delta / 2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

$$n = \frac{(1.960)^2 (0.5) (0.5)}{(0.10)^2}$$

$$n = 96.04 \approx 96$$

$$n = 96$$

$n = 96$ será el número total de encuestas de los seis estratos socio-económicos. Para obtener el número de encuestas por estrato realizaremos el siguiente procedimiento matemático.

- Estrato socio-económico 1:

$$\frac{53.789}{524.910} * \frac{96}{1} = 9,8227582 \approx 10$$

10 será el número de encuestas que se aplicará al estrato 1.

- Estrato socio-económico 2:

$$\frac{132.924}{524.910} * \frac{96}{1} = 24,31027 \approx 24$$

24 será el número de encuestas que se aplicará al estrato 2.

- Estrato Socio-económico 3 :

$$\frac{172.661}{524.910} * \frac{96}{1} = 31,57771 \approx 32$$

32 será el número de encuestas que se aplicará al estrato 3.

- Estrato socio-económico 4:

$$\frac{120.354}{524.910} * \frac{96}{1} = 22,011362 \approx 22$$

22 será el número de encuestas que se aplicará al estrato 4.

- Estrato socio-económico 5:

$$\frac{32.131}{524.910} * \frac{96}{1} = 5,8763902 \approx 6$$

6 será el número de encuestas que se aplicará al estrato 5.

- Estrato Socio-económico 6 :

$$\frac{13.131}{524.910} * \frac{96}{1} = 2,4015088 \approx 2$$

2 será el número de encuestas que se aplicará al estrato 6.

La información referente a la población de productores de confecciones la obtendremos de la Cámara de Comercio y de la Asociación Colombiana Popular de Industriales "ACOFI" seccional Cartagena. Para este caso nuestra unidad de investigación será cada uno de los establecimientos donde se produzcan confecciones; para determinar la muestra se tendrá en cuenta que la población de confeccionistas productores es de 131 obtenida de : Cámara de Comercio listado de actividades 1990. $N < 100.000$ para esta condición se utiliza la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{2}{Z^2 \delta/2 P.Q.N}$$

$$E = \frac{2}{(N-1) + Z^2 \delta/2 P.Q}$$

$$N = 131$$

$$E = 0,10 \quad n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 * 0,5 * 131}{2}$$

$$\delta = 0,95 \quad (0,10)^2 (130) + (1,96)^2 \cdot 0,5 * 0,5$$

$$\delta/2 = 0,475$$

$$Z \delta/2 = 1,96 \quad n = 55,659352 \approx 56$$

F = 0.5 n= 56

Q = 0.5

n = ?

56 será el numero total de encuestas para aplicar a los productores confeccionistas.

Para hallar la muestra de las empresas que comercializan Camisetas se utilizará la formula:

n = (Z^2 * P * Q * N) / E^2

E^2 = (N-1) * Z^2 * P * Q

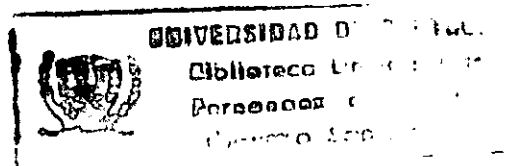
Dado que la población son 788 establecimientos, en estas condiciones, n < 100.000-

n = ((1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 788) / (0.10)^2 ≈ 86

(0.10)^2 = (787) + ((1.96)^2 * 0.5 * 0.5)

Así aplicaremos a los intermediarios un total de 86 encuestas.

La información que se obtenga se presentará para su analisis, utilizando técnicas de estadística como : Diagramas lineales, diagramas de barras, graficas circulares y cuadros cronológicos.



0.11 PRESUPUESTO

Transcripción	\$	60.000,00
Empastada		9.000,00
Fotocopias		30.000,00
Papeleria		10.000,00
Utiles de oficina		10.000,00
Transportes a medellin		90.000,00
Dibujos		40.000,00
		<hr/>
Sub-total		249.000,00
Imprevistos (10 %)		24.900,00
		<hr/>
Total	\$	195.000,00

1. ESTUDIO DE MERCADO.

1.1. USO ESPECIFICO DEL SUETER

El sueter es una prenda de vestir que se utiliza para cubrir parte del cuerpo, puede utilizarse para protegerse del sol o del frio. Este es el principio basico de su uso; pero los diseñadores lo hacen cada vez mas atractivo para comercializarlo.

Se puede utilizar tambien para deportes y para uniformes.

1.2. CARACTERISTICAS DE LOS TIPOS DE CAMISETAS QUE SE COMERCIALIZAN EN CARTAGENA.

Son los rasgos sobresalientes que presentan las camisetas que se comercializan, basicamente son tres tipos, ya que apartir de estos se le adicionan una serie de accesorios y/o variaciones de acuerdo con las tendencias de la moda.

Los modelos basicos son los siguientes:

Sueter manga corta.

Sueter sin manga.

Sueter manga larga.

1.3. VARIEDAD.

La variedad que se presenta en los sueteres es apartir de los modelos descritos anteriormente y es motivada por las tendencias que se presentan en la moda o por algunos casos especificos. De esta forma podemos encontrar:

Sueter manga larga sin cuello.

Sueter manga larga con cuello.

Sueter manga 3/4 sin o con cuello.

Sueter manga corta con o sin cuello.

Sueter sin manga con o sin cuello.

De estos modelos tambien se encuentran variedades de acuerdo al acabado que le de quien lo fabrica, adicionandole accesorios y apliques para hacerlos mas atractivos.

1.3.1. MATERIA PRIMA

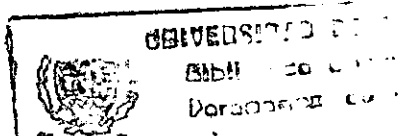
Las siguientes son las materias primas que intervienen en la fabricacion de un sueter:

1.3.1.1. FRANELA. Es el nombre que recibe la tela con que se fabrican los sueteres, es el principal factor, en la prenda rrepresenta el 95% de las materias primas que se rrequieren para fabricar el producto. Su textura se puede conseguir 100% algodn, 50% algodn y 50% poliester, 100% poliester u otros diferentes porcentajes en las proporciones de algodn y poliester.

1.4. INSUMOS NECESARIOS

HILAZA, HILOS, MARQUILLA, ETIQUETA DE LA TALLA, BOLSA PARA EMPACAR.

1.4.1. HILAZA. Juega un papel importante en la fabricacion del sueter ya que se utiliza para proteger los bordes de la tela y evita ala vez que se deshile. La hilaza es un hilo grueso y resistente.



HILO. Es una hebra delgada que se fabrica de materia textil y sirve para unir las partes que forman el suéter.

1.4.2. MARQUILLA.

Es un trozo de tela bordada donde se coloca la marca, su tamaño puede ser 1.5 cm o 3 cm. Hay fabricas especializadas en producir este producto y venderlo a los productores de confecciones.

1.4.3. ETIQUETA DE LA TALLA.

Es un trozo de tela mas pequeño que la marquilla, su tamaño puede ser 1cm x 1.5cm, en esta se coloca la medida que tiene la camiseta. Es fabricada por empresas especializadas en este producto.

1.4.4. BOLSA PARA EMPACAR.

Es donde se guarda la prenda despues que se ha terminado y esta lista para la venta. Es un elemento que se debe adquirir porque ademas de proteger la prenda, le proporciona una mejor presentación.

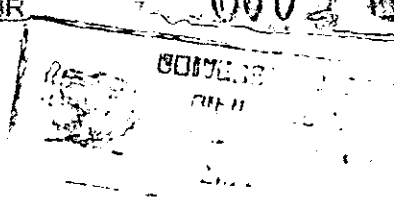
Los insumos descritos anteriormente son la base fundamental para el diseño y fabricación de un suéter; pero por cuestiones de tendencia de la moda se pueden utilizar otros accesorios como: Botones, apliques, rremaches, estampados etc

1.5. EL CONSUMIDOR

1.5.1. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

SCLB
000 2 199

11164 /



Es de capital importancia conocer el comportamiento de los consumidores dado que en primera instancia de las manifestaciones que ellos presenten frente a un producto dependerá el éxito o fracaso de este; por ello dedicaremos en esta parte del estudio un espacio para determinar aspectos de los motivos y hábitos de compra de los consumidores.

El consumidor es el rey para quien se realiza la producción, porque todo el esfuerzo productivo busca satisfacer sus requerimientos, ya que es quien adquiere los bienes o servicios que necesita.

Para conocer el comportamiento de los consumidores, tomamos como fuente las encuestas que fueron aplicadas a estos en forma directa.

1.5.1.1. MOTIVO DE PRODUCTO.

Son las razones o las influencias que llevan a un consumidor a adquirir un artículo con preferencia sobre otros dadas las características que este presenta. Cuando se presenta motivo producto, el cliente al llegar, al punto de venta solicita en forma directa y específica un producto por las bondades y características que este presenta.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas se pudo determinar que los consumidores compran de acuerdo con los motivos y porcentajes siguientes:

Estos datos fueron obtenidos de las encuestas realizadas al consumidor directo.

1.5.1.1.1. <u>Motivo</u>	%
calidad de la tela	23.55
factor climatico	22.57
por la comodidad	15.05
acabado de la prenda	10.65
por estar a la moda	9.40
por el diseño	9.40
por elegancia	3.44
por la marca	3.44
por efecto de decoloración	2.50

1.5.1.1.2. MOTIVO PRODUCTO ANALISIS

Al analizar los resultados obtenidos se tiene mayor claridad sobre el comportamiento que manifiesta el consumidor de sueteres en la ciudad de cartagena, de tal suerte que el diseño y las políticas administrativas se orienten hacia los aspectos de mayor impacto y aprender a manejar aquellos que sean menos atractivos al consumidor. El 23.55% compra teniendo en cuenta la calidad de la tela. Este es el motivo de mayor importancia el cual debiera ser aprovechado al maximo ofreciendo una prenda que sea fabricada con franela de excelente calidad.

El 22.57% compra teniendo en cuenta el factor climatico, es de anotarse que Cartagena tiene una temperatura media de 27.2 C; pero en ocasiones alcanza los 31.9 C. Estas temperaturas hacen del sueter una prenda de vestir atractiva para este clima, lo que podemos anotar como un factor natural favorable al proyecto.

El 15.85% compra teniendo en cuenta la comodidad, dadas las características del sueter y la temperatura de la ciudad hacen del sueter una prenda cómoda y confortable, es un acualidad intrínseca del sueter que se debe promocionar para obtener mejores beneficios.

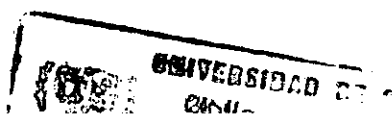
El 10.65% compra teniendo en cuenta el acabado de las prendas, para este factor en especial se debe contratar personal idoneo para que confeccione y le de un acabado a la prenda de acuerdo con las exigencias del cliente para poder obtener beneficios de este motivo de compra.

El 9.40% compra por estar a la moda, se debe estar al día en las tendencias de los diseñadores para obtener provecho a este motivo que presenta el mercado de compradores para de esta forma alcanzar los beneficios óptimos.

El 9.40% compra de acuerdo con los diseños; este motivo tiene rrelación directa con el anterior ya que los diseños son las bases de las modas y es un aspecto que la administración debiera tener en cuenta para alcanzar rresultados favorables al proyecto planeando innovaciones en los diseños permanentemente.

El 3.44% compra por elegancia, este sentido se debe manejar con cuidado para mantenerle cualidades a la prenda dando a conocer sus bondades.

El 3.44% compra por la marca, este rresultados nos sorprendio; pero la rrealidad es que el consumidor adquiere la prenda sin tener en consideración quien la fabrica, lo importante es que



satisfaga sus otros motivos. Este es un aspecto muy importante para entrar a competir en el mercado sin necesidad de que la marca de nuestros sueteres sea conocida.

El 2.50% compra teniendo en cuenta el efecto de decoloración o deterioro del sueter, puesto que el consumidor adquiere la prenda principalmente si tiene la sensación de que esta es de buena calidad. Esta parte da la sensación de incoherencia; pero se debe a la falta de información que los consumidores tienen acerca de los factores que determinan la calidad.

1.5.1.2. MOTIVO DE PATROCINIO.

Son las condiciones que llevan a un consumidor a adquirir un articulo en ciertos establecimientos. Para el caso de nuestro estudio el analisis de la muestra nos deja claramente indicado que el consumidor de sueteres, generalmente compra de acuerdo a los motivos y en los porcentajes siguientes:

Estos datos fueron obtenidos de las encuestas realizadas al consumidor directo.

1.5.1.2.1. MOTIVO. %

exhibición en vitrina	29.41
precio	20.26
por los descuentos	16.33
por decoración del punto de venta	10.50
por la atención	7.19
comercial de revista	7.18
comercial de television	4.57

comercial de radio	3.26
comercial de prensa	1.3

1.5.1.2.2. MOTIVO PATROCINIO ANALISIS

Cuando conocemos los motivos que incentivan a un consumidor a adquirir determinado producto y estos motivos los cuantificamos porcentualmente para observar cuales tienen mayor incidencia en su decisión de compra, se hace manejable la situación para la implementación de un proyecto, porque se estimularan los motivos de mayor impacto y se canalizaran favorablemente los de menor incidencia.

Observamos que el 29.41% consume por el efecto de exhibición en vitrinas, quiere decir esto que quienes se encarguen de la labor de distribución y ventas no deberan descuidar esta punta de lanza sino por el contrario mantener en primera instancia este aspecto. El 28.26% tiene en cuenta el precio; pero atravez de una buena exhibición y excelente calidad se puede manejar este factor.

El 16.33% rrealiza la compra por los descuentos que le ofrecen en el punto de venta, rrecomendación que se debe hacer a los distribuidores que el proyecto tendra cuando este en ejecución.

El 18.5% adquiere la prenda por la decoración que encuentra en el punto de venta, osea que para impulsar las ventas este aspecto no se debe descuidar, sino por el contrario estimular .

El 7.19% tiene muy en cuenta como patrocinio para la compra la atención que le brinden en el punto de venta.

Los restantes motivos hacen referencia a la repercusión que tienen los medios de comunicación en la información que brindan al cliente para patrocinar la compra los cuales son:

7.18%-----			INFORMACION COMERCIAL EN REVISTA.
4.57%-----	" "	" "	DE TELEVISION.
3.26%-----	" "	" "	" " RADIO.
1.30%-----	" "	" "	" " PRENSA..

Estos datos nos llevan a la conclusión, que se debe patrocinar la compra al cliente dándole información sobre las bondades de la prenda a través de comerciales en revistas.

1.5.1.3. HABITOS DE COMPRA

Es importante investigar el comportamiento del consumidor en cuanto a su costumbre o hábito de compra con el propósito de brindar a este lo que requiere y disponerlo en los puntos de ventas que se ajustan a sus necesidades.

De acuerdo con los datos obtenidos en las encuestas realizadas al consumidor directo se pudo establecer, que se compra de acuerdo con los hábitos y en los porcentajes siguientes:

1.5.1.3.1 HABITO DE COMPRA %

en los almacenes del centro de la ciudad	28.80
en centros comerciales	21.16
en los almacenes de cadena	13.60
en los san Andrésitos	11.20
en el mercado de Bazurto	6.40
a productores artesanales (modistas)	5.60
a vendedores ambulantes	5.60
en los almacenes de marca	4.00
otros	3.20

1.5.1.3.2. ANALISIS SOBRE LOS HABITOS DE COMPRA

De acuerdo con los hábitos de compra del consumidor directo los esfuerzos de venta se deberán dirigir especialmente hacia 5 puntos en especial de la ciudad, los cuales son:

ALMACENES DEL CENTRO DE LA CIUDAD	28.80%.
EN LOS CENTROS COMERCIALES	21.16%.
EN LOS ALMACENES EN CADENA	13.60%.
EN LOS SAN ANDRESITOS	11.20%.
EL MERCADO DE BAZURTO	6.40%.

Estos son los sitios más representativos donde el consumidor prefiere adquirir sus sueteres, los esfuerzos productivos de venta se deben dirigir en orden de importancia, de acuerdo con la participación porcentual encontrada .

1.6. CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA.

Cuando se estudia un mercado para un proyecto en particular, juega un papel importante conocer la demanda que la futura empresa tendra, porque de acuerdo con estos resultados se tomara como factible o se desecha por no presentar los niveles de demanda deseado. De ahí que se considera la información obtenida del estudio de mercado como la llave que habre la primera puerta para el éxito de una empresa.

1.6.1. CALCULO DE LA DEMANDA

1.6.2 DEMANDA ACTUAL TOTAL

Para el calculo de la demanda actual, tomamos como base los datos obtenidos de las encuestas rrealizadas al consumidor directo y a los comercializadores o intermediarios utilizando para el calculo la formula que sugiere el Doctor Philip kottler, en su libro Mercadotecnia, y que a continuación señalamos:

Q = Potencial del mercado.

n = Numero de compradores del producto especifico del mercado bajo los supuestos dados.

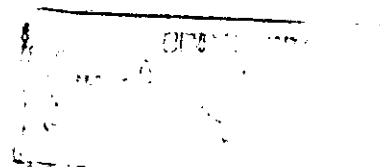
q = cantidad comprada por un comprador promedio.

$$Q = n \times q$$

Para hallar el numero de compradores (n) utilizaremos una regla de tres simple.

$\%6$ = numero de encuestas aplicadas a los consumidores directos.

$\%8$ = numero de encuestados quienes contestaron que si compran.



671.926= población actual de la ciudad de Cartagena.

si 96 encuestados rrepresentan el 100% de la población

60 encuestados que estan dispuestos a comprar que porcentaje rrepresentan de la población.

$$\begin{array}{r}
 60 \times 100 \\
 96 \text{-----} 100\% \quad X = \text{-----} = 62.5\% \text{ rrepresenta el} \\
 60 \text{-----} \quad X \quad 96 \quad \text{porcentaje de la} \\
 \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \text{población que es} \\
 \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \text{ta dispuesta a} \\
 \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \quad \text{comprar.}
 \end{array}$$

0.6250*671926=419953. ----->(n)numero de compradores potenciales promedio.

De las encuestas se obtuvo que un consumidor promedio compra una unidad mensualmente.

El precio promedio de una unidad es \$4.076.

Aplicando la formula para un periodo de un año tenemos:

n=419.953.

q=12. Q=n x q. Demanda actual=419953*12=5039436unidades

5.039.436--->Demanda anual potencial actual del mercado.

1.6.3. PROYECCION DE LA DEMANDA

Es de vital importancia proyectar la demanda de toda empresa que se quiere iniciar dado que este calculo nos brinda una vision futura y facilita la toma de deciciones en el proyecto.En el caso que nos ocupa El montaje de un fabrica productora de Sueteres en

la ciudad de Cartagena, se ha procedido de la siguiente manera:

Para proyectar la demanda total del mercado tomamos como base el crecimiento de la población. Esta información fue obtenida de las estadísticas del DANE. Para rrealizar estos calculos utilizamos como herramienta la siguiente formula:

$$P_f = P_o(1+i)^n$$

P_o = Población para el año base.

P_f = Población para el año que se proyecta.

i = Tasa de crecimiento de la población.

n = Numero de años en P_o y P_f .

P_o = 671926.

i = 4.1% anual.

n = 5 años.

i = constante.

$$P_{1992} = 671926(1+0.041)^1 = 699474.966 \quad \checkmark$$

$$P_{1993} = 671926(1+0.041)^2 = 728153.439606 \quad \checkmark$$

$$P_{1994} = 671926(1+0.041)^3 = 758007.73063 \quad \checkmark$$

$$P_{1995} = 671926(1+0.041)^4 = 789086.047586 \quad \checkmark$$

$$P_{1996} = 671926(1+0.041)^5 = 821438.57553 \quad \checkmark$$

$$\begin{array}{r} 671,926 \text{-----} 5,039,436 \quad 789,086 \times 5,039,436 \\ 789,086 \text{-----} \quad \times \quad \times = \text{-----} \\ \hspace{15em} 671,926 \end{array}$$

=5918134.----->Cantidad que se consume en el cuarto año.

$$\begin{array}{r} 671,926 \text{-----} 5,039,436 \quad 821,438 \times 5,039,436 \\ 821,438 \text{-----} \quad \times \quad \times = \text{-----} \\ \hspace{15em} 671,926 \end{array}$$

=6160773.----->Cantidad que se consume en el quinto año

1.7. CARACTERISTICAS DE LA OFERTA

Si bien es cierto, que los resultados obtenidos en el calculo de la demanda global, hacen crear calculos optimistas en el futuro de una empresa, no podemos olvidar la otra fuerza determinante que actua de manera decisiva en el mercado y es la oferta.

1.7.1. FUENTES DE ABASTECIMIENTO DE LOS SUETERES QUE SE COMERCIALIZAN EN CARTAGENA

Son los lugares donde se adquieren los sueteres que se venden en esta ciudad. De acuerdo con los datos que se obtuvieron de las encuestas rrealizadas a los rrespectivos almacenes y vendedores directos de este producto, se pudo establecer el porcentaje que aporta cada fuente al mercado de Cartagena. Es de anotarse que se rrealizaron 86 encuestas a la poblacion de negocios dedicados a la actividad de compra y venta de sueteres, la cual se obtuvo del

listado de actividades de la cámara de comercio de Cartagena 1990 que muestra una población total de 468 establecimientos, 191 establecimientos informales, obtenido de los archivos de la asociación de trabajadores informales de Cartagena Asotrencar y 129 puestos en los San Andresitos de la ciudad contados uno por uno. Para una población total de 788 establecimientos.

A continuación se relaciona la participación por fuente.

FUENTE	PARTICIPACION %
Medellin -----	38.56%
Barranquilla-----	15.03%
Importados-----	15.03%
Bogota-----	13.07%
Cali-----	9.15%
Cartagena-----	3.29%
Pereira-----	2.61%
Bucaramanga-----	1.88%
otros-----	1.38%

De acuerdo con estos datos podemos observar que el mercado del sueter en cartagena es propicio para el montaje de una fabrica productora de sueteres puesto que en la ciudad no hay una fabrica especializada en este tipo de producto y la producción que se da es de tipo artesanal, es por ello que la participación que presenta Cartagena como fuente productora sea poco rrepresentativa.

De acuerdo con esto ubicando una fabrica en Cartagena se puede traducir en menores costos para quienes distribuyen en esta ciudad por cuanto ahorran en llamadas que dejan de hacer a largas distancias y ahorran los costos de transporte. De otro lado hay la facilidad de tener la mercancia y disponerla al publico con mayor rapidez por el ahorro de tiempo que se puede obtener al establecer la fabrica en la ciudad que rrepresentaria mejor servicio al consumidor.

1.7.2. DETERMINACION DE LA OFERTA

Para determinar la oferta del sueter en el mercado de Cartagena hemos utilizado como herramienta la encuesta directa aplicada a los vendedores directos de sueteres en la ciudad

De acuerdo con las encuestas rrealizadas, los encuestados en total ofrecen actualmente un total de 22842 unidades mensualmente Para hallar el total de la oferta del mercado, rrealizamos una rregla de tres de la siguiente manera:

86 =numero de encuestas aplicadas.

788 =población total de Distribuidores.

22842=cantidad de sueteres que ofrecen los encuestados mensualmente.

86 encuestados ofrecen 22842 unidades.

788 que cantidad ofrece.

$$\begin{array}{r}
 788 \times 22842 \\
 86 \text{-----} 22842. \quad X \text{-----} = 209296. \\
 788 \text{-----} X \quad \quad \quad 86
 \end{array}$$



209296 es la cantidad global que ofrece el mercado de Cartagena mensualmente.

Para hallar el valor anual multiplicamos por 12.

209296*12=2511552.--->cantidad que ofrece anualmente el mercado de Cartagena.

1.7.3. PROYECCION DE LA OFERTA.

Proyectar la oferta global de un producto en un mercado especifico es de mucha ayuda para la toma de decisiones por cuanto nos da las pautas para medir la demanda de nuestro proyecto, dado que de acuerdo con la cantidad de productos que se ofrecen y se ofreceran sabremos si el mercado se encuentra saturado o por el contrario si da cavida a otra empresa.

Para proyectar la oferta tomaremos la siguiente formulas

$$Qf=Qa(1+i)^n$$

Qf=Oferta futura de sueteres.

Qa=oferta actual de sueteres.

i =tasa de crecimiento de la oferta.

1 =constante.

n =tiempo en años.

Qf=?

Qa=2511552.

i =0.043%.

1 =constante.

n =se proyectara a 5 años.

La tasa de crecimiento de la oferta fue obtenida del informe de la producción Real Industrial 1988-1989 de la ANDI, en la industria Manufacturera Colombiana para la producción en el índice de volumen de la producción para textiles, confecciones y cueros.

1

$$Of=2511552(1+0,043)^1 =2619548.$$

2619548.---->es la cantidad que se ofrece a un año en el mercado.

2

$$Of=2511552(1+0,043)^2 =2732189.$$

2732189.---->es la cantidad que se ofrecera el segundo año en el mercado.

3

$$Of=2511552(1+0,043)^3 =2849673.$$

2849673. ----> es la cantidad que se ofrecera el tercer año en el mercado.

4

$$Of=2511552(1+0,043)^4 =2972289.$$

2972289.---->es la cantidad que se ofrecera el cuarto año en el mercado.

5

$$Q_5 = 2511552(1+0.043)^5 = 3100014.$$

3100014. ---> es la cantidad que se ofrecera el quinto año en el mercado.

1.8. DEMANDA INSATISFECHA

De acuerdo con la demanda proyectada y la oferta proyectada podemos decir que la diferencia entre la Demanda Global y la oferta global de la industria es la demanda insatisfecha para la fabrica productora de sueteres en la ciudad de Cartagena.

Con los siguientes datos ilustramos la demanda insatisfecha del mercado en estudio, para un periodo de 5 años.

DEMANDA INSATISFECHA DEL MERCADO = DEMANDA GLOBAL - OFERTA DE LA INDUSTRIA

1.8.1. CUADRO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA GLOBAL DE SUETRES EN CARTAGENA PRO-PROYECTADA.	OFERTA GLOBAL DE LA INDUSTRIA PROYECTADA.	DEMANDA INSA-TISFECHA DEL MERCADO.
1992	5.249.576	2.619.548	2.630.028
1993	5.464.813	2.732.189	2.732.624
1994	5.688.869	2.849.673	2.839.196
1995	5.918.134	2.972.209	2.945.925
1996	6.160.773	3.100.014	3.060.759

Desde el punto de vista de la demanda del proyecto observamos que si es factible; pero al momento de estar funcionando, la empresa debera buscar posesionarse firmemente en el mercado por la ventaja de encontrarse en un mercado donde no hay otros productores, para poder hacer frente decisivamente a la competencia que viene de fuera de la ciudad, que si es grande y contrarrestar de esta manera la desigualdad que se presenta entre el crecimiento de la demanda y la oferta.

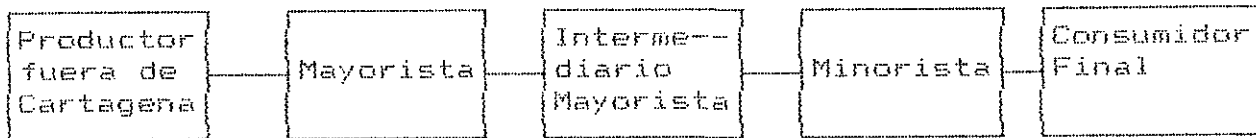
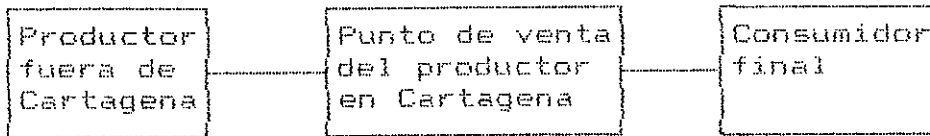
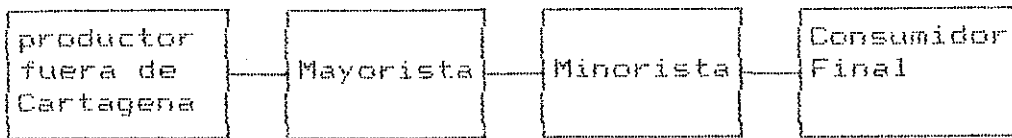
1.8.2. CANALES DE DISTRIBUCION

Las diferentes rutas por las que pasa el producto desde el productor hasta el consumidor final es lo que conocemos como canales de distribución.

La distribución comprende, las actividades de traspaso de los bienes desde los productores hasta los compradores y usuarios finales. Nos muestra las vias a través de las cuales pasan los productos y los diferentes propietarios que tiene antes de llegar al consumidor final.

En un canal de distribución es importante observar que tan larga es la ruta y el numero de propietarios por los que pasa el producto.

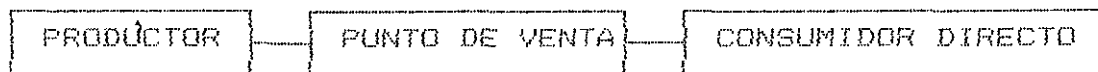
Los sueteres que se venden en Cartagena llegan al consumidor final a través de los siguientes canales:



Como podemos observar, en Cartagena no hay empresas dedicadas específicamente a esta actividad, ya que los productores de confecciones en la ciudad, se han especializado en producir uniformes y eventualmente fabrican sueteres de acuerdo con la solicitud del cliente y no por iniciativa de estas unidades productoras.

Otro hecho importante de mencionar, es que en Cartagena, las empresas productoras de confecciones son pequeñas unidades. Esto nos hace ver que el mercado en estudio, de acuerdo con la demanda y las condiciones del mismo, hacen factible el montaje de una empresa productora de sueteres en la ciudad de Cartagena. Para

ello tomaremos como canal de distribución el siguiente.



Sugerimos la distribución a través de este canal porque redundara en beneficios tanto para la empresa productora, como para el consumidor directo, quien podra adquirir el producto con mayor comodidad, eficiencia y a menor precio.

2. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.

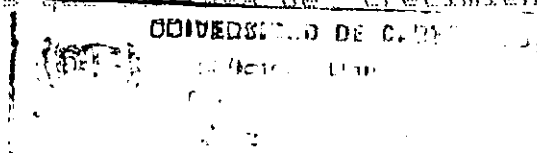
Cuando hablamos de tamaño y localización, se deben tener algunos elementos de juicio para tomar una decisión acertada dado que esta es a largo plazo. Para considerar la capacidad instalada que vendria a ser el tamaño de la empresa, se ha tomado como base la demanda insatisfecha del mercado y su proyección obtenida en el estudio de Mercado.

El tamaño de la empresa implica definir la capacidad de producción o sea la capacidad instalada del proyecto, teniendo en cuenta el tipo de estudio, un periodo de tiempo estimado para el proyecto (en nuestro caso 5 años) las circunstancias actuales del mercado y si estas se mantienen, la decisión acerca del tamaño del proyecto sera la que mejores resultados reporte.

2.1 CAPACIDAD INSTALADA.

Para establecer la capacidad instalada de producción de la planta, se han hecho las siguientes consideraciones:

En el estudio de mercado encontramos que la tasa de crecimiento



de la oferta por parte de la industria de la confección es del 4.3% Anual y la tasa de crecimiento de la demanda es del 4.1% anual. Como podemos observar la oferta tiene un mayor crecimiento que la demanda por lo tanto la practica que se debe utilizar es la de ganar mercado desplazando a la competencia foranea ya que esta ocupa un espacio en el mercado en estudio del 96.71% y la oferta local del 3.29%, esto se puede lograr aprovechando la ventaja comparativa de estar mas cerca del mercado y de esta manera mantenerse la empresa asegurandose una demanda.

De otro lado la presente investigación (Estudio De Factibilidad Para El Montaje De Una Pequeña Fabrica de Sueteres En Cartagena) se realiza dentro de un marco de pequeña empresa con la intension de que esta se pueda llevar a la realidad y sea accesible a pequeños inversionistas. De acuerdo con el analisis anterior, la empresa producira el 10% de la demanda insatisfecha en el mercado la cual presenta en su proyección como punto maximo el quinto año con 3.060,759 unidades anuales. Para nuestro proyecto observamos que con esta cantidad la empresa no tendra dificultades con la demanda, porque en los 5 años que se proyectan se da el espacio en el mercado para que la empresa produzca este numero de unidades. La decision del 10% se toma por tratarse de una pequeña empresa y por los resultados obtenidos del estudio de mercado, donde se encontro que el 62,5% de la población esta dispuesta a comprar; pero al rrealizar la distribución del ingreso se encontro, que realmente el 45% de la población encuestada, que si compraria, esta en capacidad economica para adquirir la prenda, por lo tanto el segmento del mercado al cual se dirige el

producto a fabricar, sera los estratos economicos medio y alto.
Tomando como base lo anterior la empresa tendria una capacidad normal de produccion diaria de 900 unidades, con esto se podria cubrir holgadamente el 10% que se planea producir.

2.2. LOCALIZACION DE LA EMPRESA.

La localización de una empresa, es una decisión muy importante por la inversion que implica y obviamente este gran desembolso se realiza previendo un largo periodo de tiempo para la empresa en su ubicación de manera que se debe tener cuidado al elegir la alternativa porque una mala localización tiene sus consecuencias negativas y pone a temblar el futuro de la empresa.

Los aspectos que se han tenido en cuenta para tomar una buena decision de localización son:

- Factor ambiental.
- Cercania del mercado.
- Disponibilidad de Servicios.
- Comunicación.
- Posibilidad de desprenderse de desechos.
- Disponibilidad de locales y terrenos.

2.2.1 MACROZONA.

Para el proyecto se ha escogido como macrozona de ubicación la ciudad de cartagena, la cual presenta la siguiente ubicación y características:

Clima ° °
25 a 32 C, humedad relativa 84,68% topografía plana

tierras bajas aledañas a la costa, Cartagena es la capital del departamento de Bolívar, localizada al norte de Colombia sobre el Mar Caribe $10^{\circ} 25' 30''$ latitud norte y $15^{\circ} 32' 25''$ de longitud Oeste respecto del meridiano de Greenwich, limita al Norte con el Mar Caribe, al Sur con el Municipio de San Onofre, al Oriente con los Municipios de Santa Catalina, Santa Rosa, Turbaco, Turbana y Arjona y al Occidente con el Mar Caribe. De clima tropical tipo Sabana influenciado por los Alisios que soplan con regularidad entre Diciembre y Marzo dando origen a estaciones secas y lluviosas.

La decisión por Cartagena se basa en los siguientes hechos:

- Existe en la ciudad la demanda necesaria para la puesta en marcha del proyecto.
- En la ciudad no hay empresas dedicadas a esta actividad en exclusividad.

2.2.2. MICROZONA.

El proyecto se ubica en la zona industrial del Bosque entre: Por el Norte la transversal 45 y por el Sur la transversal 52, entre la Avenida Pedro Velez por el Este y la Diagonal 21A en el Oeste.

2.2.2.1. CARACTERISTICAS DE LA MICROZONA.

En este sector se ubican las industrias livianas, osea aquellas que no producen desechos contaminantes. Cabe anotar que la secretaria de planeación Municipal es quien da esta denominación de industria liviana a este sector.

2.2.3. CERCANIA DEL MERCADO.

En esta zona se encuentran ubicadas otras empresas productoras de confecciones de ropa industrial, esto hace que el sector sea conocido, además de ello esta dentro de la ciudad lo que permite patrocinarle la compra al cliente por la cercanía. Para llegar a este sector hay facilidades de acceso, se cuenta con la carretera del Bosque, con la Avenida Crisanto Luque y con la Avenida Pedro Velez, además de ello por estas vías circulan varias rutas de buses urbanos, de manera que estas facilidades de acceso hacen que la ubicación del proyecto este muy cerca del mercado.

2.2.4. DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PUBLICOS Y OTROS SUMINISTROS.

Por tratarse de ser una zona industrial el Municipio de Cartagena tiene en este sector la infraestructura de servicios que se requieren para el funcionamiento de cualquier industria. Las redes de alcantarillado cuentan con las normas técnicas y es fácil conectarse a este servicio.

2.2.4.1 ENERGIA.

Las redes que conducen la energía en este sector tienen un flujo energético necesario para los requerimientos de las máquinas que se utilizarán.

2.2.4.2 AGUA.

Dadas las características de zona industrial, se cuenta con la infraestructura necesaria para conectarse a este servicio sin muchas dificultades.

2.2.4.3 COMUNICACIONES.

Este sector de Cartagena cuenta con las redes necesarias para una facil comunicación en lo referente a líneas telefónicas y también desde el punto de vista de vías de acceso cuenta con la Avenida Crisanto Luque, como podemos detectar hay facilidad para el acceso, esta próximo al terminal marítimo y a la Bahía.

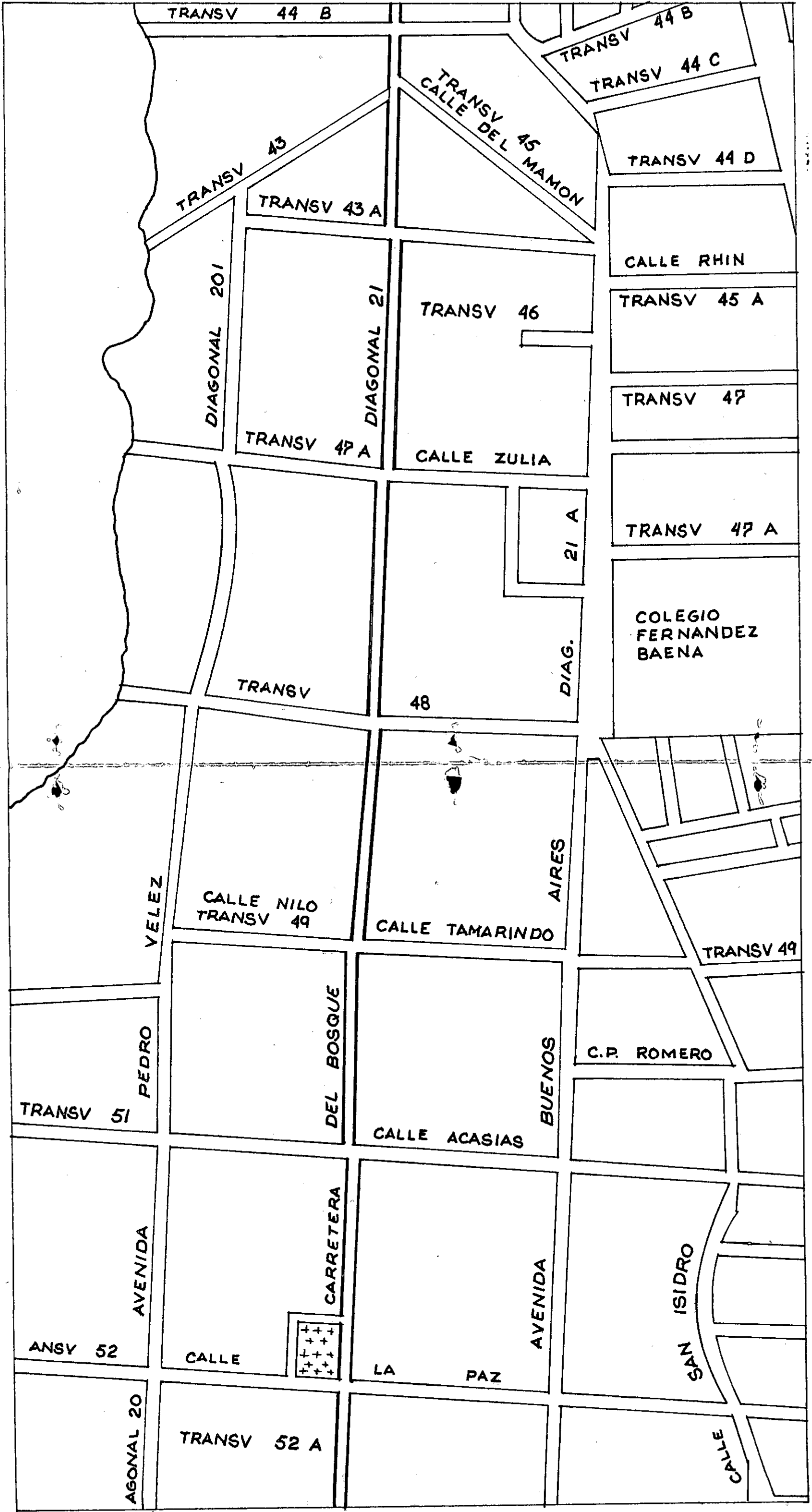
2.2.4.4. POSIBILIDAD PARA DESPRENDERSE DE DESECHOS.

Frente a esta circunstancia se encontró que las Empresas Públicas Municipales de Cartagena ofrecen el servicio de la recolección de los desechos diariamente, lo que nos lleva a pensar que no hay problemas frente a la producción de los desechos generados por el proceso de producción.

2.2.5. DISPONIBILIDAD DE LOCALES Y TERRENOS.

En esta zona se encuentran locales, casas y terrenos disponibles que se pueden adecuar para las pretensiones del presente proyecto.

hite



LOCALIZACION DE LA MICROZONA

3. INGENIERIA DEL PROYECTO.

3.1 EL PRODUCTO.

La denominación SUETER, encierra para este estudio una prenda fabricada con franela, Sueter es el decir popular del consumidor de Cartagena, aun cuando los diseñadores del interior del pais le dan como nombre CAMISETA. En este estudio se utilizara el termino sueter para referirnos a la prenda con las características anteriores.

Dado que la moda es un factor importante que siempre esta sometida a los cambios, se presentara los diseños de la primera colección para el primer año en los meses de: Marzo, Abril, Mayo. Ya que la empresa contara con una sección de diseño, esta se encargara de planear y estar al tanto de las tendencias que se presenten en el mercado de las confecciones.

3.2. COLECCIONES.

La empresa lanzara 4 colecciones al año con diseños variados entre una y otra en los meses de:

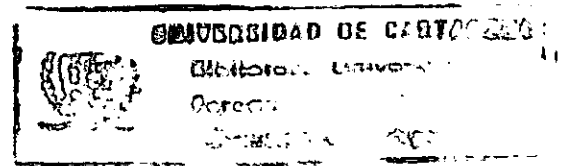
Primera--- Marzo, Abril, Mayo.

Segunda--- Junio, Julio, Agosto.

Tercera--- Septiembre, Octubre, Noviembre.

Cuarta--- Diciembre, Enero, Febrero.

Por cada colección se lanzaran 10 diseños, a continuación se presentan los de la primera del año 1.



3.3. DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION.

Para fabricar un Sueter se utiliza como materia prima: FRANELA.

3.3.1. INSUMOS:

Hilo, hilaza y de acuerdo con las moda, apliques, remaches, botones y broches. Estos elementos antes mencionados se integran y se obtiene el producto terminado.

Lo primero que se debe hacer son los diseños, teniendo en cuenta las tendencias de la moda, una vez los diseños se han aprobado se ordena la producción en serie.

Los pasos que sigue el proceso son los siguientes:

Del deposito de materias primas se lleva al meson de trazado y corte, aqui se colocan los moldes sobre la tela y se corta utilizando, una cortadora electrica de cuchila vertical. Una vez se ha hecho el corte, se separan las partes segun las tallas y las modas, de aqui se pasa a la sección de costura, donde tendra el siguiente recorrido:

- a)Maquina fileteadora, para unir hombros y mangas.
- b)Fileteadora para cerrar los laterales de la prenda.
- c)Maquina collarina para unir: puños, cuellos y realizar falsos.

De la sección de costura pasa a la sección de acabados para imprimirle el toque final de acuerdo al diseño, esto puede ser apliques, botones, correderas y otros segun la moda.

Luego pasa a la sección de limpieza, inspección y empaque, para

posteriormente llevarse al almacén de productos terminados. Esta prenda no requiere de planchado.

3.3.2. DIAGRAMA DE PROCESO.

Atravez de un diagrama de proceso se muestran los pasos que se dan en la fabricación de un producto, utilizando una representación grafica del proceso productivo, con este diagrama se interrelacionan las secciones que intervienen en la transformación de la materia prima e insumos hasta convertirse en producto terminado.

3.3.2.1 SECCION UNO.

En esta sección se encuentran almacenadas las materias primas y los insumos.

3.3.2.2. SECCION DOS.

MESON DE TRAZADO Y CORTE.

Aquí se trazan y cortan las piezas de acuerdo a las tallas y las modas.

3.3.2.3. SECCION TRES.

Fileteadora para unir cuellos y mangas.

3.3.2.4. SECCION CUATRO.

Fileteadora con puntada de seguridad, aquí se cierra el sueter con puntada de filete y seguridad.

3.3.2.5. SECCION CINCO.

Maquina Collarina, con esta maquina se unen los puños y cuellos, tambien se utiliza para los falsos de las mangas y la parte inferior de la prenda.

3.3.2.6. SECCION SEIS.

Maquina plana para acabados, con esta maquina se realiza el respunte para darle el acabado a la prenda.

3.3.2.7. SECCION SIETE.

Limpieza, inspección y empaque, en esta sección se realiza la limpieza, que consiste en retirar los hilos colgantes, a su vez se inspecciona a las prendas terminadas. Las que se detecten con imperfectos se les quitara la marquilla y se vendera como producto desperfecto, dado que su reciclaje incrementaria los costos de producción y aún si se recicla la prenda no sale 100% con las exigencias de calidad.

3.3.2.8. SECCION OCHO.

Almacenaje de productos terminados perfectos e imperfectos

DIAGRAMA DE PROCESO

TRABAJO: FABRICACION DE SUETER.
 CUADRO EMPIEZA: EN EL ALMACEN.
 CUADRO TERMINA: EN EL ALMACEN.

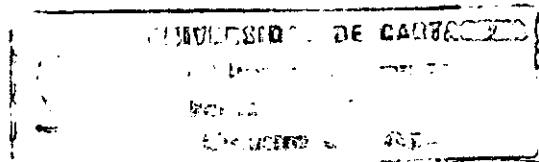
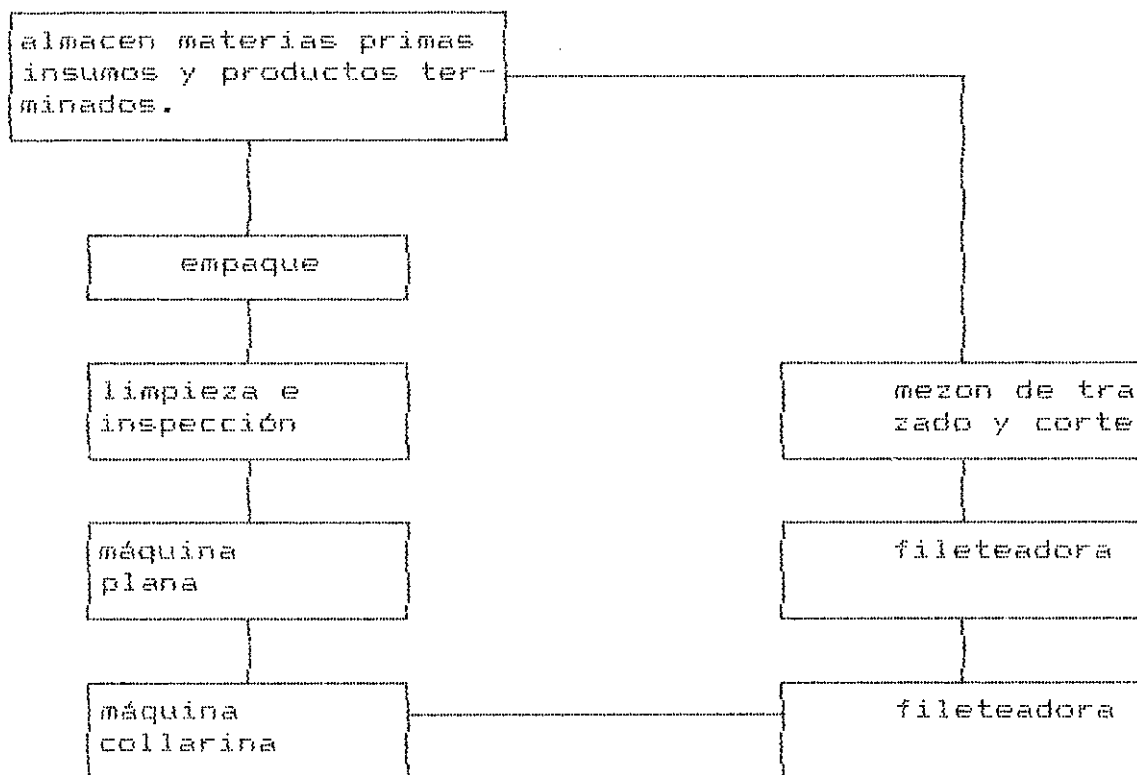
DETALLES DE METODO	OP	T	I	D	A	OBSERVACIONES
materia prima e insumos en el almacen						en esta seccion se encuentra almacenada la materia prima.
transporte al meson de corte		□				la materia prima se lleva al meson de corte.
materia prima esperando en el meson de corte.				○		se corta la materia prima de acuerdo a las tallas.
cortar de acuerdo con las tallas	○					se corta la materia prima de acuerdo con las tallas.
transporte a la fileteadora # 1.		□				se lleva la materia prima hacia la fileteadora
union de hombros y mangas	○					se unen la pieza delantera con la trazera y los hombros.
transporte a fileteadora #2		□				los sueteres se llevan a la fileteadora #2.
cerrar laterales	○					la fileteadora con pun-tada de seguridad cierra
transporte a la maquina collarina		□				
pegar puños, cuellos en collarina	○					se pegan los puños cuellos y falsos.
transporte a maquina plana		□				se transporta para los acabados.
acabados en maquina plana	○					de acuerdo con la moda se da el toque final.
transporte a seccion limpieza		□				se transporta para limpiar e inspeccionar.
seccion limpieza	○					se retiran los hilos y sucios.

Continuación Diagrama de Proceso.

sección inspección	□	se inspecciona la calidad de la prenda.
empaquetado	○	se empaquetan los productos terminados.
transporte al almacén de productos terminados	◻	
productos terminados en el almacén	▽	en esta sección se encuentran los productos terminados en espera de su distribución.

3.3.3. DIAGRAMA DE FLUJO.

Cuando la grafica de proceso de flujo se muestra sobre un plano del área de trabajo, con las maquinas y lugares por donde pasa el material u operario el resultado se llama diagrama de flujo.



3.4 SELECCION Y ESPECIFICACION DE LA MAQUINARIA

Para seleccionar la maquinaria se aplica un criterio de economicidad y racionalización de los recursos a través de las economías de escalas. Para tal fin se ha buscado en el mercado la tecnología que pueda garantizarnos la calidad y la mejor productividad necesaria para que se pueda competir en el mercado. Otros aspectos que se han tenido en cuenta en la selección de la maquinaria es el proceso de producción, como también la demanda del producto que se va a fabricar para el mercado.

3.4.1. SELECCION Y ESPECIFICACION DE MAQUINAS PARA EL PROCESO DE PRODUCCION.

3.4.1.1. MAQUINA CORTADORA DE TELA:

Sabre 900 Motor monofásico para cuchilla vertical de 35 cms., peso 15.5 kilogramo, con suspensor marca Pfaff.

3.4.1.2. MAQUINA FILETEADORA MAUSER SPEZIAL 515-4.

Tipo de puntada 504.401 puntada de seguridad.

Numero maximo de puntada por minuto: 6300.

Largo maximo de puntadas: 7 milímetros.

Sistema de agujas: B 27.

Grosor de Agujas: NM 60-120.

Fuerza Motriz: 0,370 kw.

Regimen del motor: 2800 r.p.m., a 50 h2.

Peso Neto (cabezal en carton): 33 kg aprox.

Medidas del Carton: 49x37x50 cms aprox.

3.4.1.3 MAQUINA PARA RIBETADOS CON COLLARINES CORTADOS AL SESGO

Mauser Spezial 4562-02 88 x 240-21/23-925/02+del 0686.

Maquina de elevado rendimiento, base plana, dos agujas, cuatro hilos, puntada de recubrimiento con hilo de recubrimiento superior (tipo 602), arrastre inferior diferencial con regulación rápida, regulador de puntada por botón a presión y tijera neumática - 21/23 controlado a través del contador de puntadas del 0686 marca Pfaff.

3.4.1.4. MAQUINA PLANA PESPUNTORA.

Es una maquina rapida de una aguja con arrastre inferior normal va equipada en serie con salvadedos guardacorreas y guardahilos.

Tipo de puntada: 301 (pespunte).

Numero maximo de puntada por minuto: 6000.

Tipo de maquina: A, B y C.

Diam. efectivo del volante: 65 mm.

Regimen del motor: V. tabla.

Fuerza Motriz 0,370 - 0,550 kw segun el equipo.

Altura de puntaje bajo el prensatelas 7mm ó 9 mm.

Espacio habil: 270 x 120 mm.

Medidas de la placa base: 476 x 177 mm.

Peso Neto (cabezal) : 30 kg aprox.

Medidas del carton (cabezal): 70 x 30 x 54 cms.

Marca Pfaff.

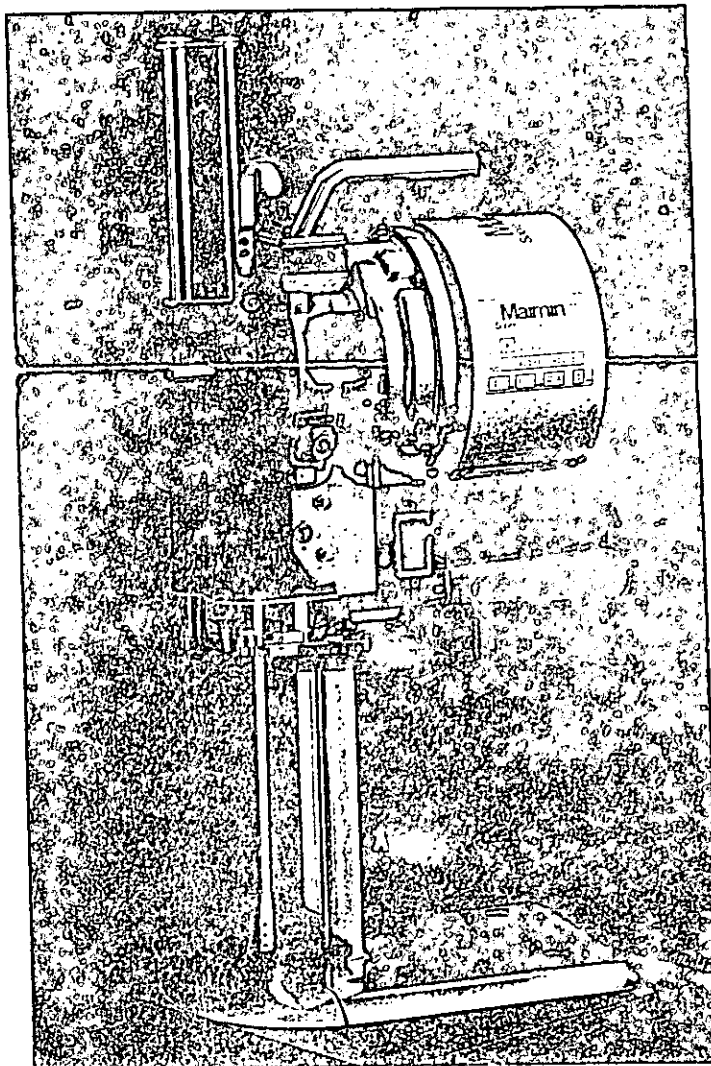
Estas maquinas se han escogido por su flexibilidad para adaptarse a otros procesos productivos para posibles eventualidades que puedan presentarse.

3.4.2. NUMERO DE MAQUINAS PARA EL PROCESO PRODUCTIVO

NUMERO DE MAQUINAS	TIPO DE MAQUINAS	MARCA	MODELO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	CORTADORA DE TELA	PFAFF	SABRE 900	1.500.000	1.500.000
2	FILETEADORA CON PUNTADA DE SEGURIDAD	PFAFF	515-4	1.713.600	3.427.200
1	RIBETEADORA CON COLLA - RINES COR - TADOS AL SESGO	PFAFF	MAUSER SPEZIAL 4562-02BB 21/23	2.700.000	2.700.000
1	MAQUINA PLANA PES-PUNTADORA	PFAFF	563(H)	628.000	628.000
10	CARROS PARA TRANSPORTAR PRODUCTOS EN PROCESO			60.000	600.000
1	MESON DE CORTE			90.000	90.000
TOTAL					8.942.000

A continuación relacionamos las maquinas que se utilizaran en el proceso productivo, presentadas en copias de los folletos que facilito la empresa productora de estas.

MAQUINA CORTADORA DE TELA
SABRE 900

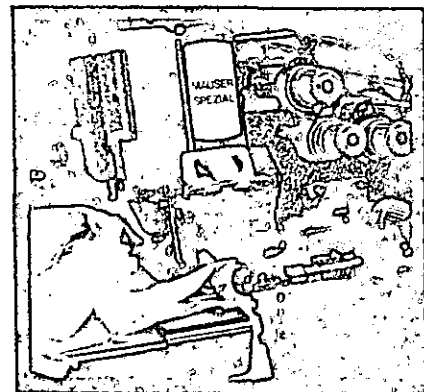
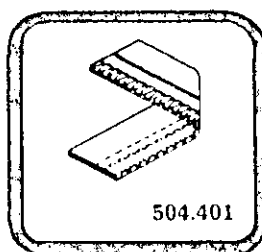
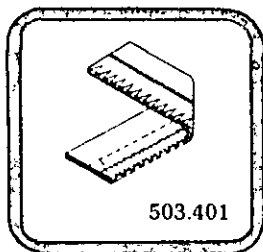
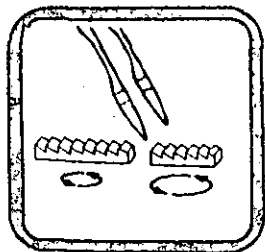
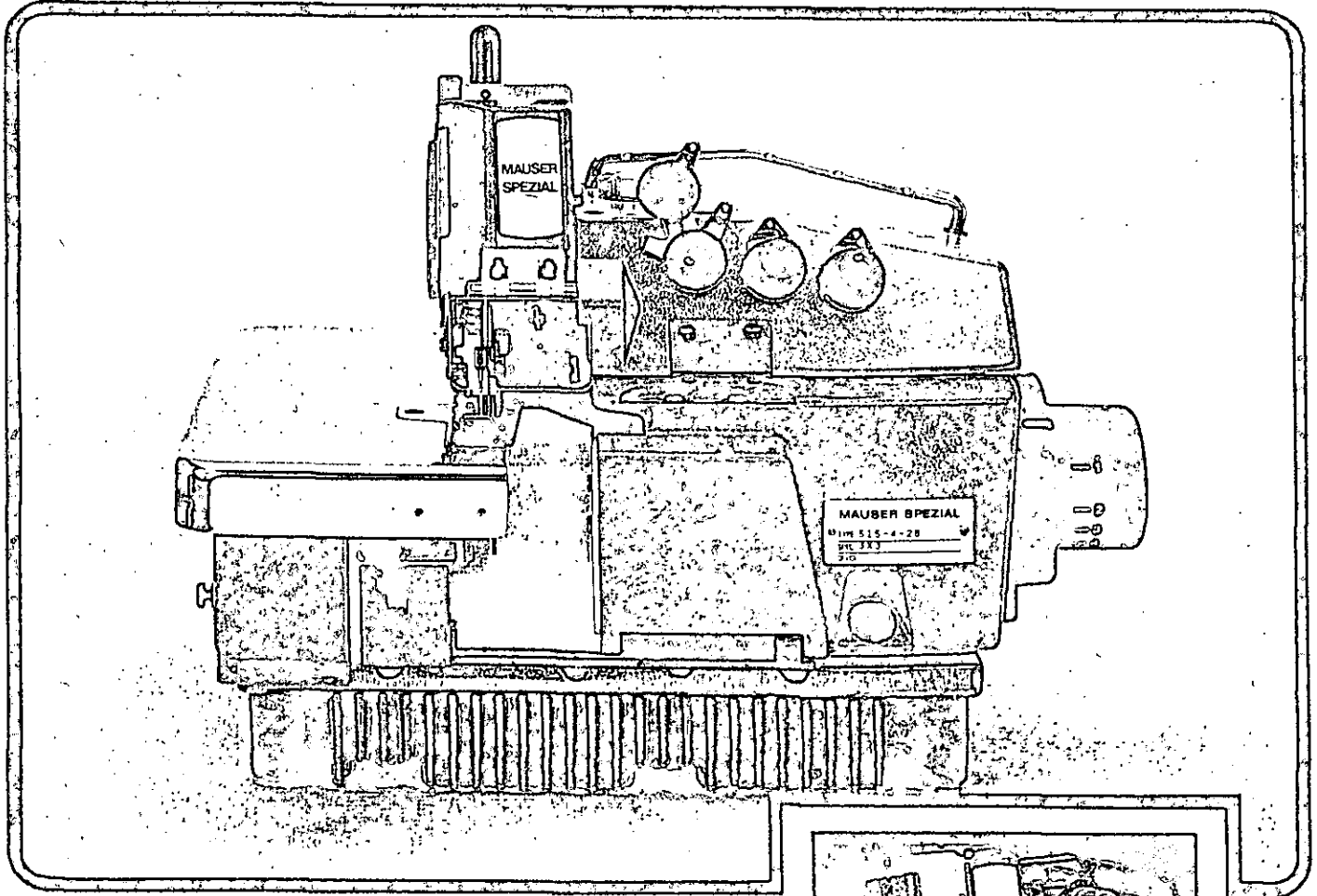


UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
Biblioteca Universitaria
C/ San Juan, 1
30100 Cartagena, Murcia, España
Tel. 969 473000

515-4

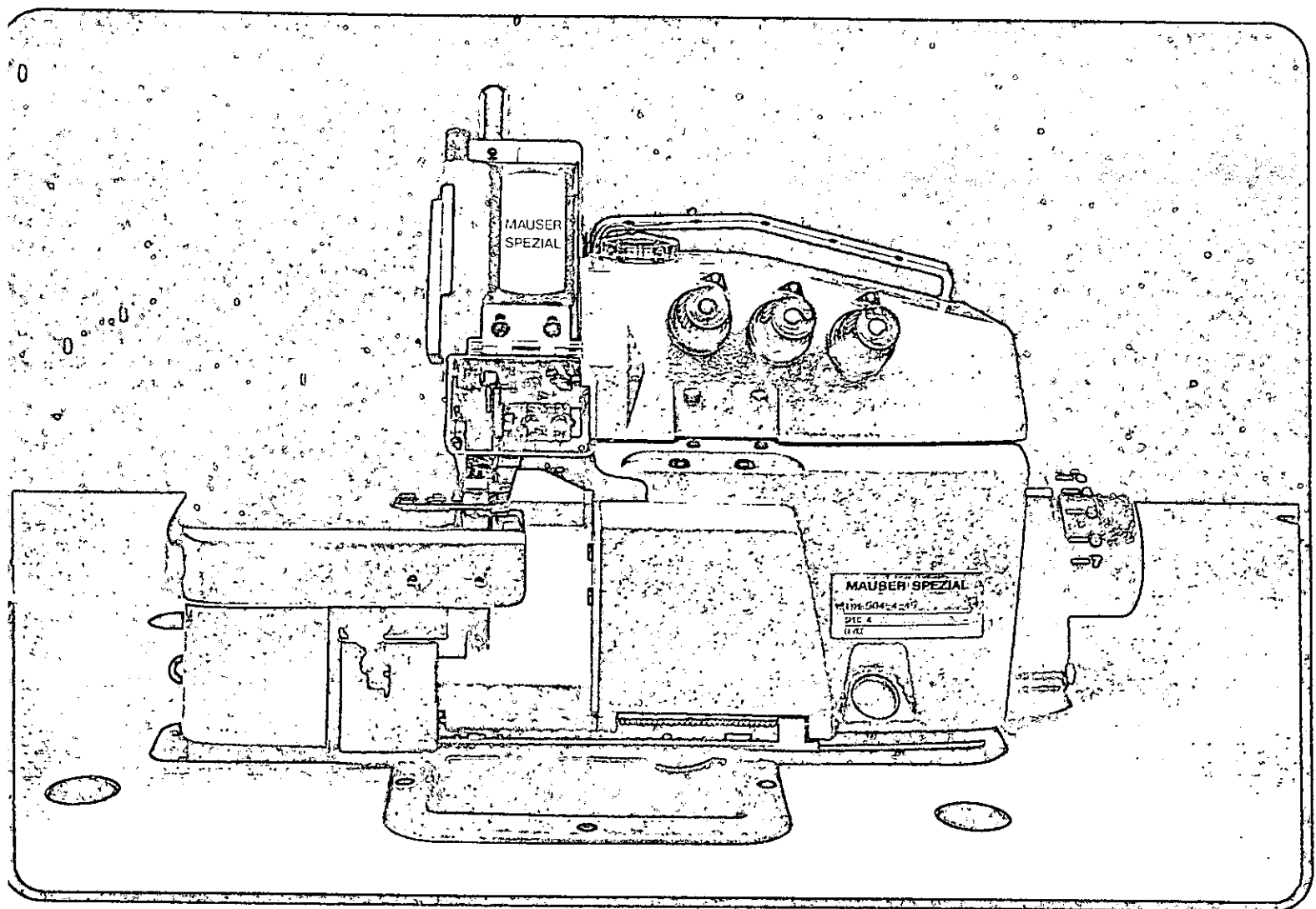
516-4

Máquina de coser
rápida de punto
de seguridad
y dos agujas rectas.

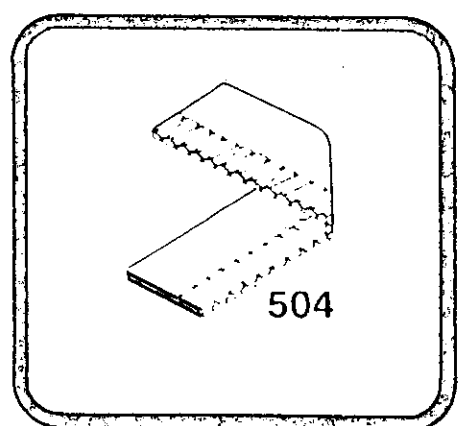
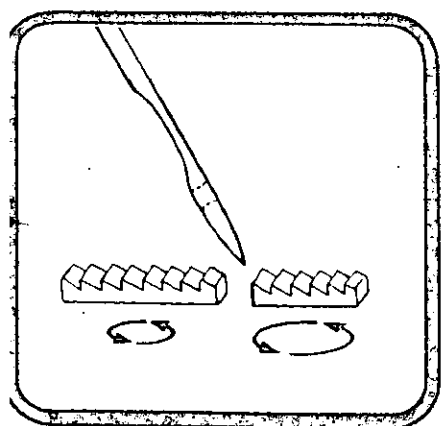


MAUSER SPEZIAL 515.4.38

504 - 4 87



R -12906 a



Máquinas de sobre hilar rápidas,
de una aguja recta.



Mauser Spezial 4562-02 BB...-21/23

Ribeteado con collarines cortados al sesgo:

corte automático del collarín,
programación de la longitud del collarín sobresaliente

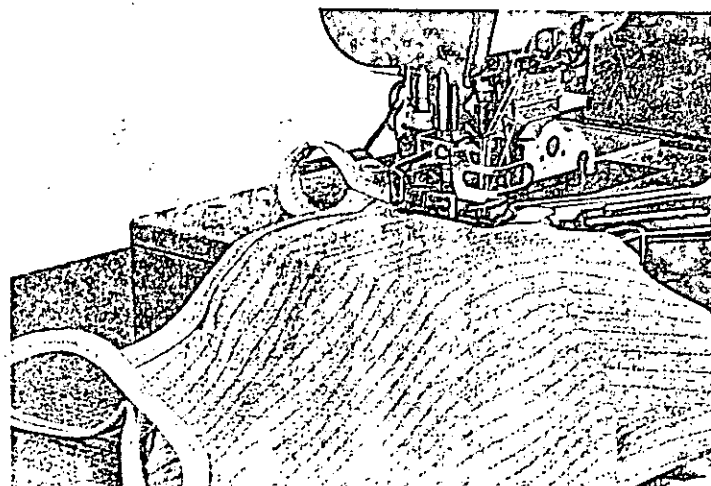
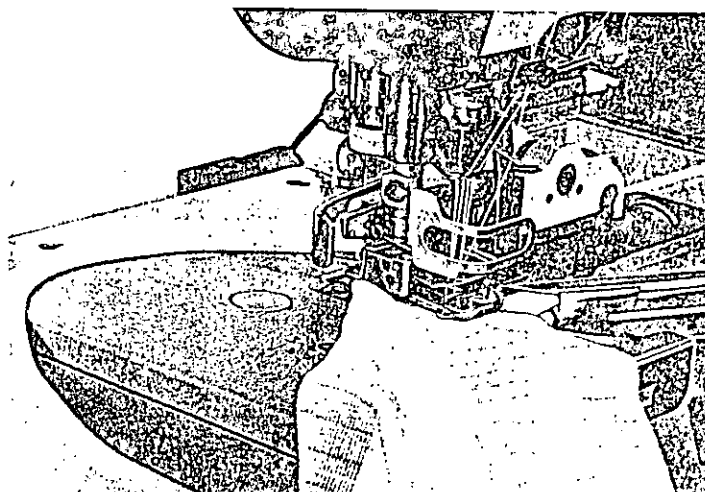
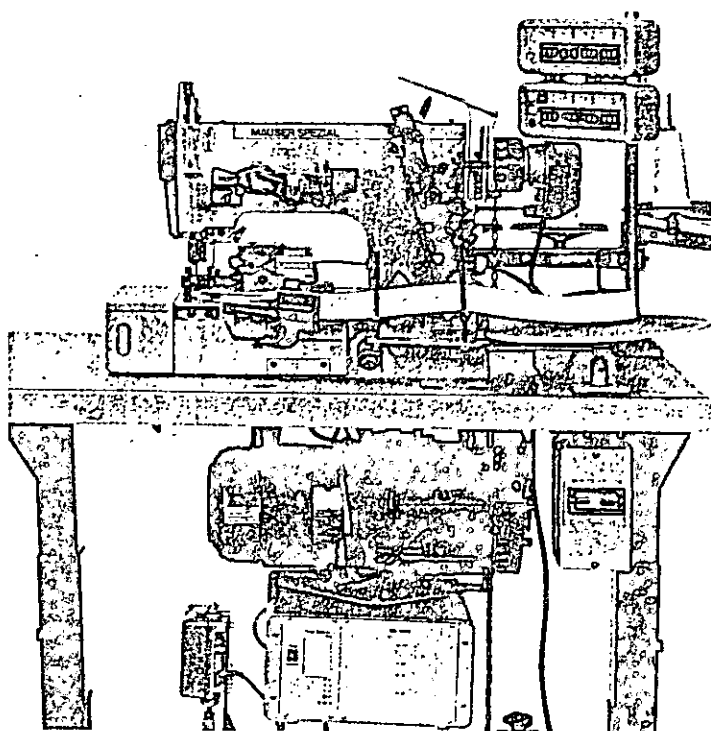
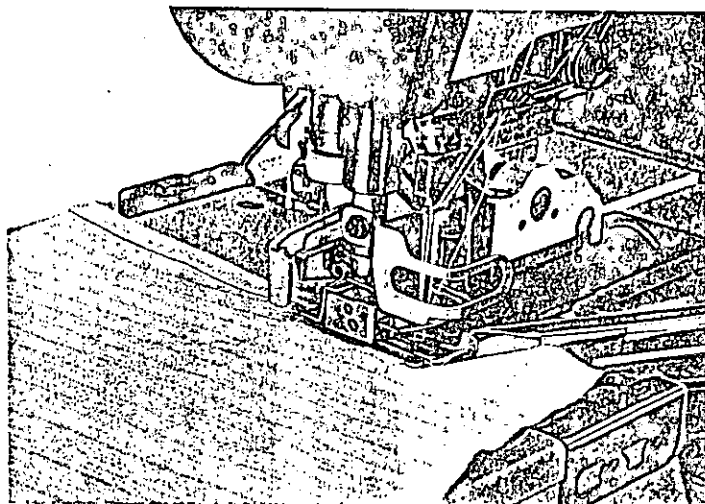
Para la confección de ropa interior, así como prendas de deporte y de tiempo de ocio a base de géneros de punto, ofrece Pfaff una nueva e interesante máquina de puntada de recubrimiento con dos agujas, concebida de acuerdo con las más recientes técnicas de costura, que rentabiliza considerablemente las operaciones de ribetear dichas prendas; se trata de la Mauser Spezial 4562-02.

La máquina dispone de tres posibilidades distintas de cortar los collarines:

1ª Manualmente, es decir todas las operaciones de corte se inician pulsando un botón.

2ª Corte automático con longitud programada del collarín sobresaliente. El proceso de corte se desarrolla de la forma si-

guiente: un conductor de luz, que actúa desde abajo para no molestar durante la costura, detecta el borde del material, al comienzo y al final de la costura, y hace que la tijera, controlada por el contador de puntadas DEL 0686, corte el collarín a la longitud programada.



3ª
 Cortes programados conforme al proceso siguiente: (conductor de luz como en el punto 2); control con 15 programas para distintos artículos, como camisetas con tirantes, tangas, slips normales, etc., y para diversas operaciones (tirantes, ribeteados); de acuerdo

con ello, se selecciona el programa para el artículo que se haya de confeccionar y se determina la longitud del corte y del tirante.

○ Aparatos:

Para camisetas con tirantes y tangas se necesita un aparato especial montado en la parte superior (en los pedidos debe

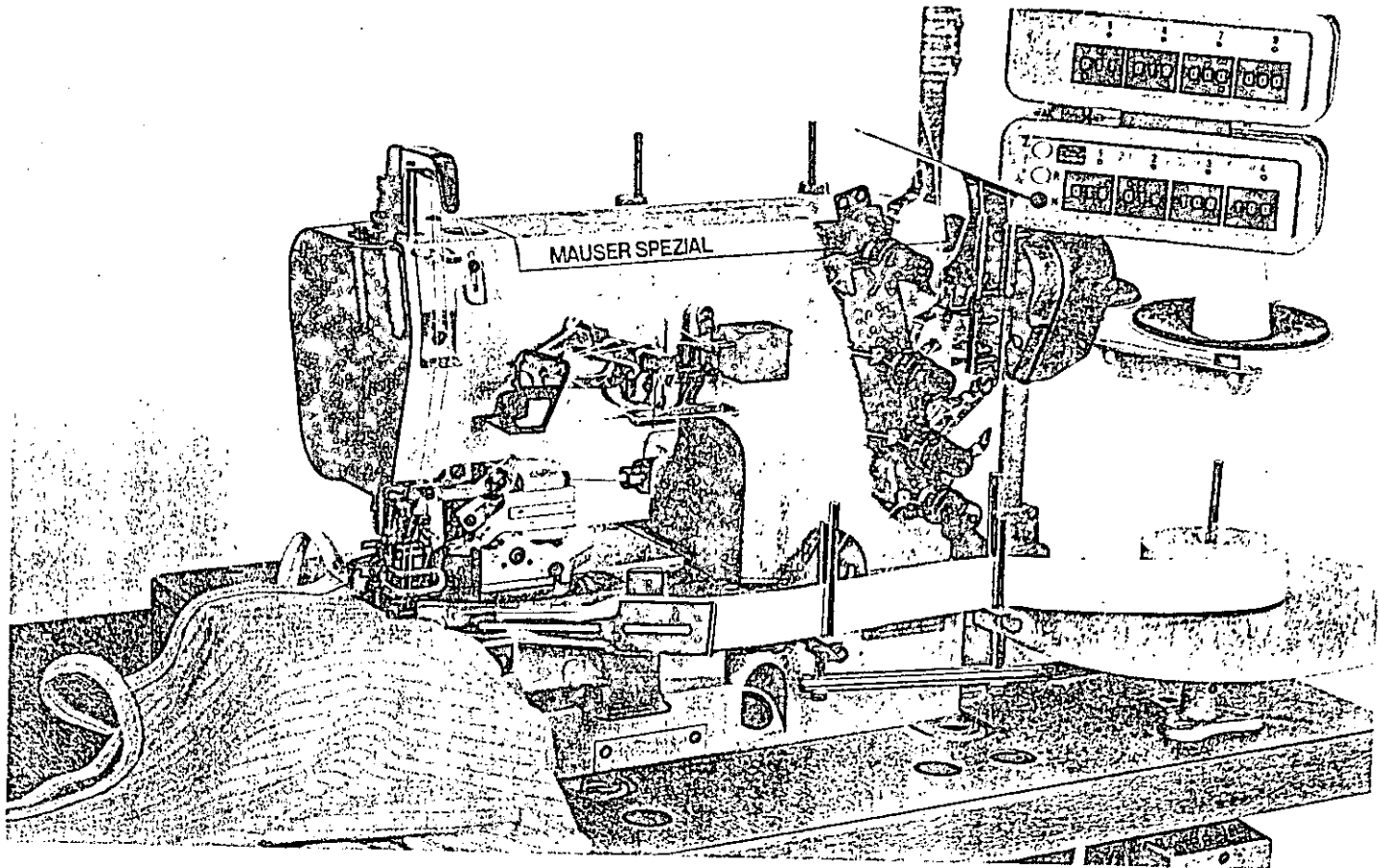
indicarse la anchura de la tira).

Descripción de la máquina:

Mauser Spezial 4562-02 BB x 240-21/23-925/02 + DEL 0686

Máquina de elevado rendimiento, base plana, dos agu-

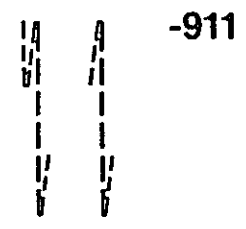
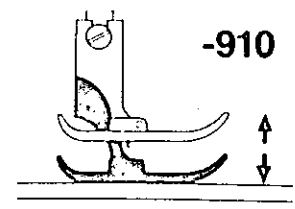
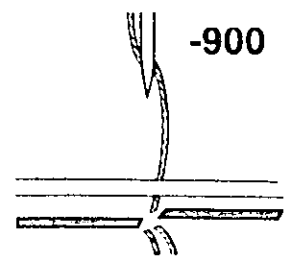
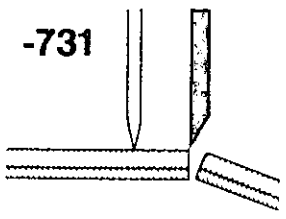
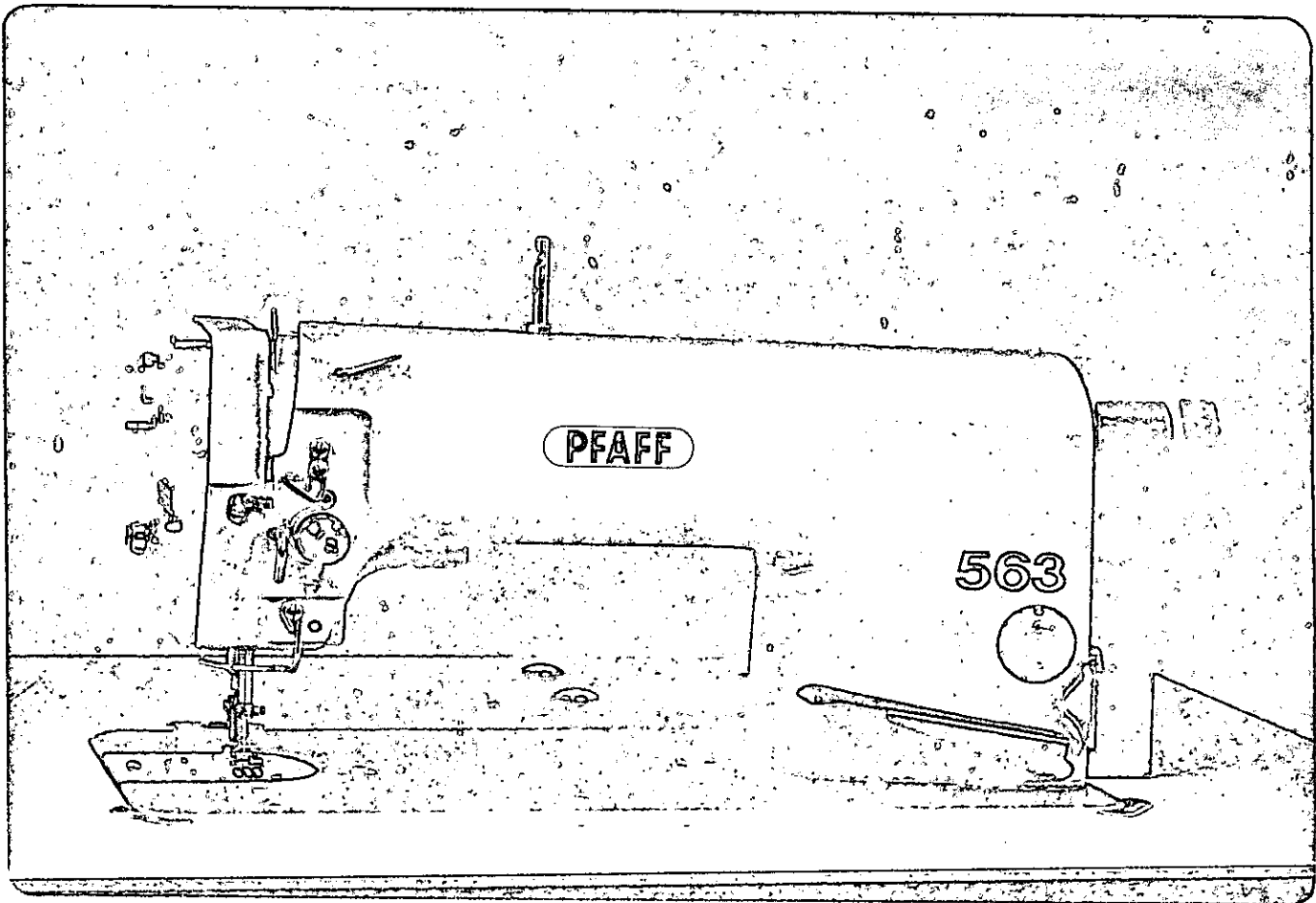
jas, cuatro hilos, puntada de recubrimiento superior (tipo 602), arrastre inferior diferencial con regulación rápida, regulador de puntada por botón a presión y tijera neumática -21/23 controlada a través del contador de puntadas DEL 0686.



563 (H)

90

Pespuntadora rápida
de una aguja con
arrastre inferior
normal



3.5. SELECCION Y ESPECIFICACION DE EQUIPOS ACCESORIOS

Además de las maquinas mencionadas anteriormente, la empresa necesita de otra clase de equipos que se utilizan en el corte trazo y acabado de los sueteres los cuales presentamos a continuacion.

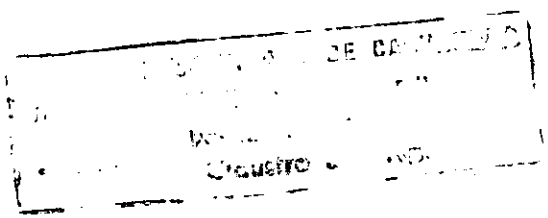
Una maquina tiqueteadora.

Cinco metros .

Cinco tijeras grandes.

Cinco tijeras pequeñas.

COSTO TOTAL DE ESTOS ACCESORIOS \$50.000--



3.5. SELECCION Y ESPECIFICACION DE MUEBLES Y ENSERES.

DESCRIPCION	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Silla interlocutora	2	87500	175000
Sillas para operarias	9	10335	93000
Equipo de oficina secretaria	1	345600	345600
Equipo de oficina gerente	1	242200	242200
Maquina de escribir electrica	1	164200	164200
Sumadora electrica	3	104048	312144
Archivador	1	319400	319400
Tarjetero	2	10160	20320
Equipo de telefono	1	250000	250000
Aire acondicionado	3	640080	1920240

DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD
 CLASIFICACION DE GASTOS

S C I B
 00029129

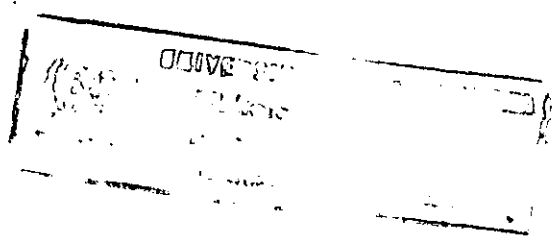
Exhibidores Metalicos	3	150000	450000
Escritorio Almacenista	1	106500	106500
Escritorio Contador	1	106500	106500
Extintores A,B,C.	4	20000	20000
Botiquin	1	50000	50000
Totales			4635100

3.7. DISTRIBUCION DE LA MAQUINARIA POR OPERARIO.

Es de gran utilidad y genera buenos resultados tener una buena distribución de las maquinas y la asignación requerida de operarios. Para esto tendremos en cuenta el proceso de producción y las especificaciones técnicas de cada maquina en cada uno de los pasos así como la cantidad a producir, contando también con la asesoría de los distribuidores de las maquinas, con la experiencia de operarios de otras fabricas y dirección de un ingeniero industrial.

SECCION	NUMERO DE MAQUINAS	TIPO DE MAQUINA	NUMERO DE OPERARIOS
Trazado y corte	1	Cortadora	1
Sección de con - fección 1	1	Fileteadora	1
Sección de con - fección 2	1	fileteadora	1
Sección de con - fección 3	1	Collarina	1
Sección de con - fección 4		Plana respuntadora	1

Sección de lim - pieza e inspec - ción.	Manual	1
<hr/>		
Sección de empa- que.	Manual	1
<hr/>		
TOTAL	5	7



3.8. FLEXIBILIDAD DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCION.

La capacidad actual y futura con la maquinaria que se recomienda tendra una producción de 900 unidades diarias, trabajando 8 horas al día. Como la decisión es producir el 10 % de la demanda insatisfecha en el mercado quiere decir, que con esta capacidad se podra cumplir con este objetivo, dado que la producción para los primeros cinco años sera la siguientes:

3.8.1. CUADRO DEL PLAN DE PRODUCCION:

DIARIA, MENSUAL, ANUAL Y PORCENTAJE DE LA CAPACIDAD INSTALADA DURANTE LOS CINCO PRIMEROS AÑOS.

<u>AÑO</u>	<u>UNIDADES DIARIAS</u>	<u>% CAPACIDAD INSTALADA</u>	<u>UNIDADES MENSUALES</u>	<u>UNIDADES ANUALES</u>
1992	730	81%	21900	262800
1993	760	84%	22800	273600
1994	790	87%	23700	284400
1995	820	91%	24600	295200
1996	850	94%	25500	306000

De acuerdo con lo que se observa en la tabla, durante los 5 años

que se planean, la maquinaria no se utiliza al 100% lo que garantiza que no se presentara dificultades para cumplir con estos objetivos de producción.

3.8.1.1. DECISION DE PRODUCCION POR COLECCION.

Para llevar una producción eficiente racional y ordenada de la primera colección, se planea de acuerdo con el siguiente cuadro.

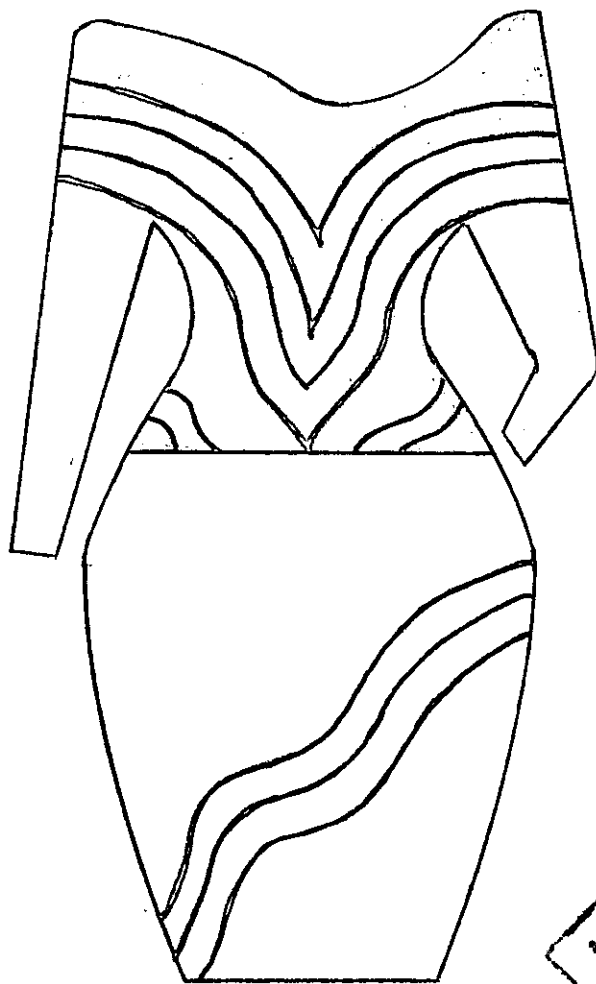
3.8.1.2. CUADRO DE PRODUCCION PARA LA PRIMERA COLECCION.

REFERENCIA DEL SUETER.	% DEL TOTAL DIARIO	UNIDADES POR REFERENCIA
SL-1	8 %	58
SC-1	13 %	95
SN-1	9 %	66
SD-2	10 %	73
SC-2	7 %	51
SR-1	12 %	88
CA-2	11 %	80
CM-2	10 %	73
SM-2	8 %	58
SA-1	12 %	88
TOTAL	100 %	730

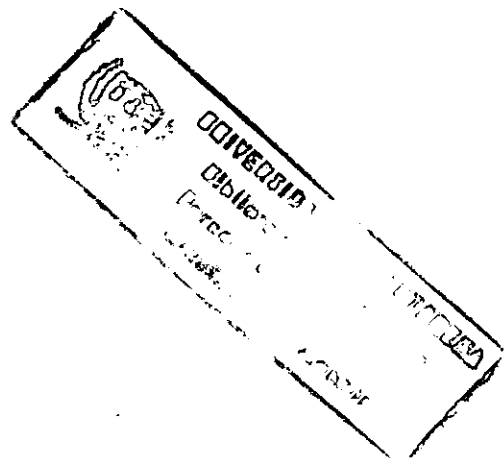
Esta distribución se realizó con base en lo encontrado en el trabajo de campo de las encuestas aplicadas al consumidor directo

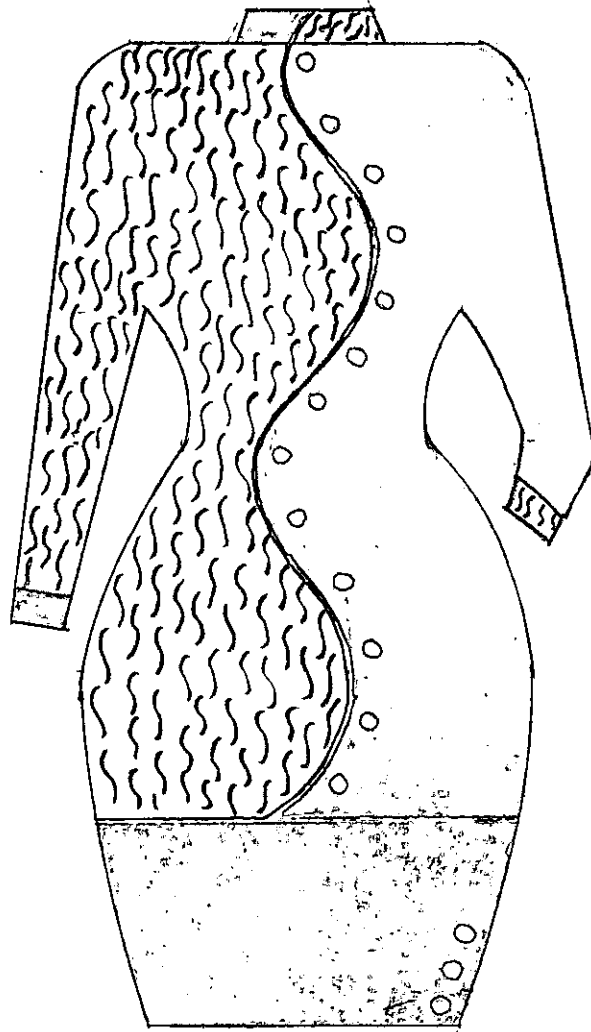
y tomando la orientación de una diseñadora de modas, basados en el criterio de que las modas se imponen por los diseñadores.

A continuación presentamos los dibujos de la primera colección, preparados por la diseñadora ESMERALDA DIAZ.

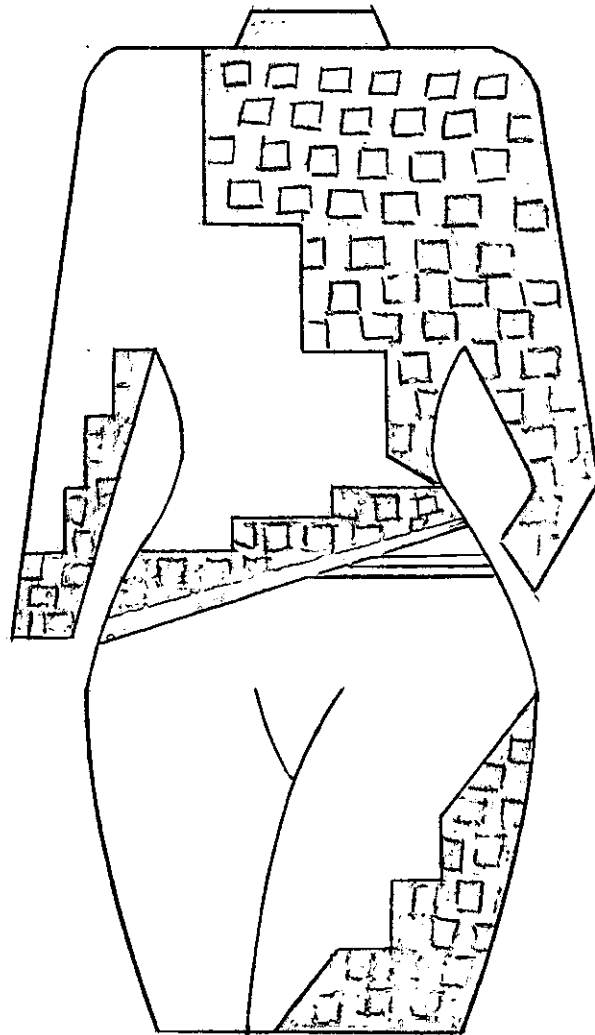


REF SL - 1

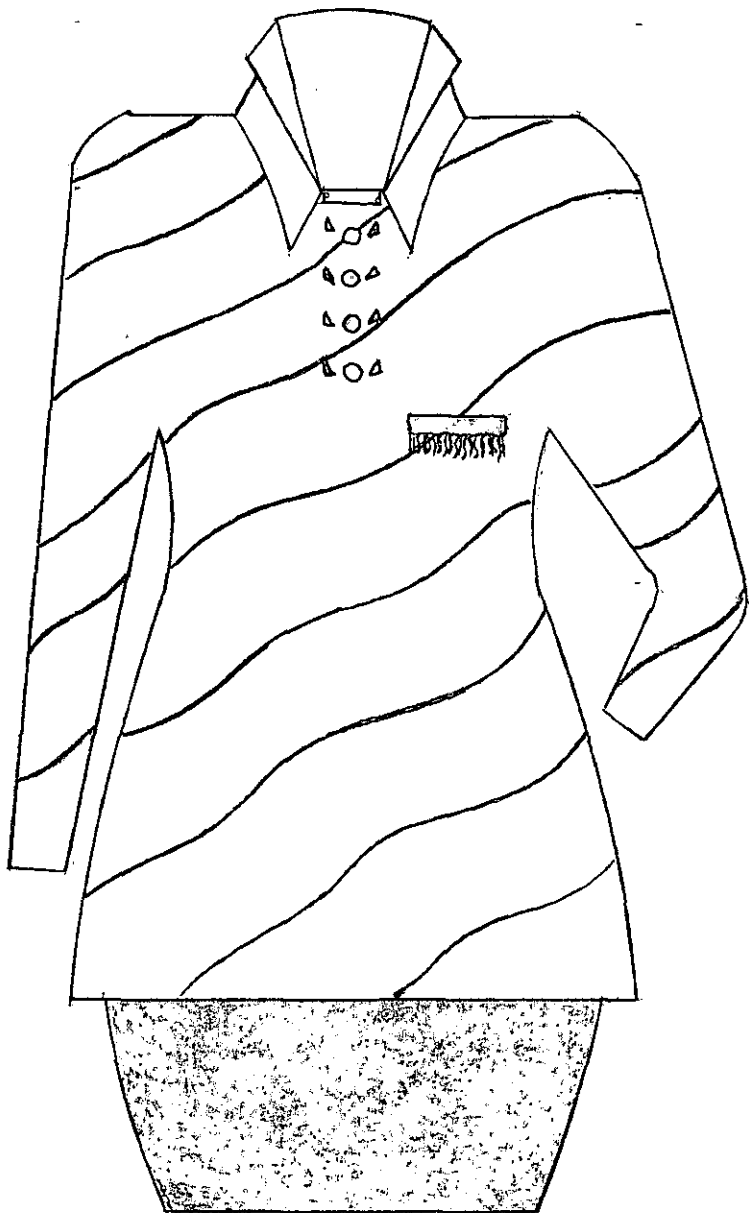




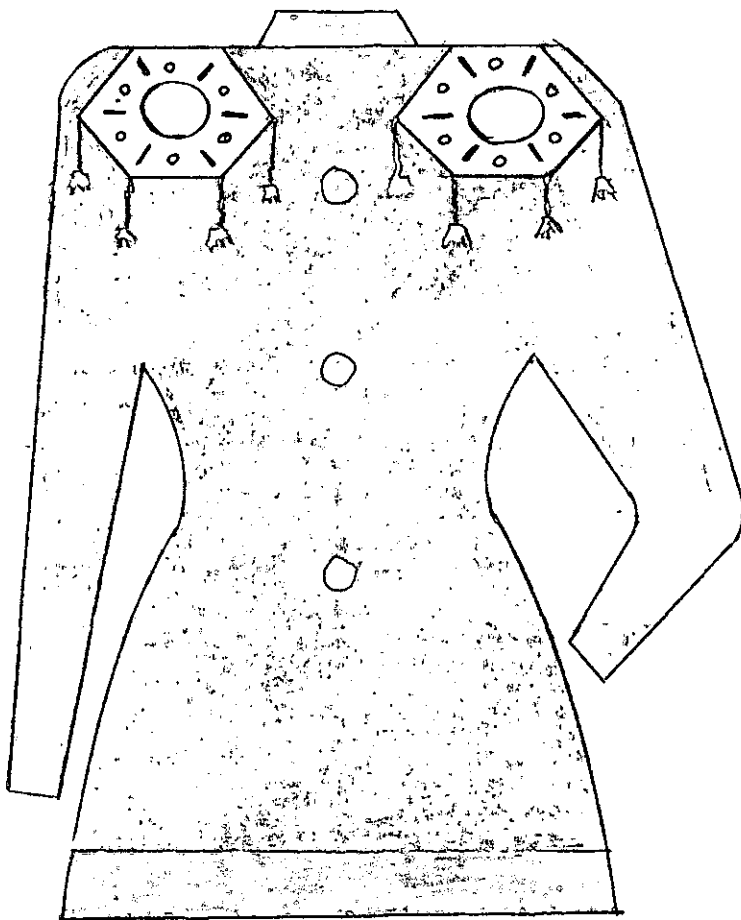
REF SC-1



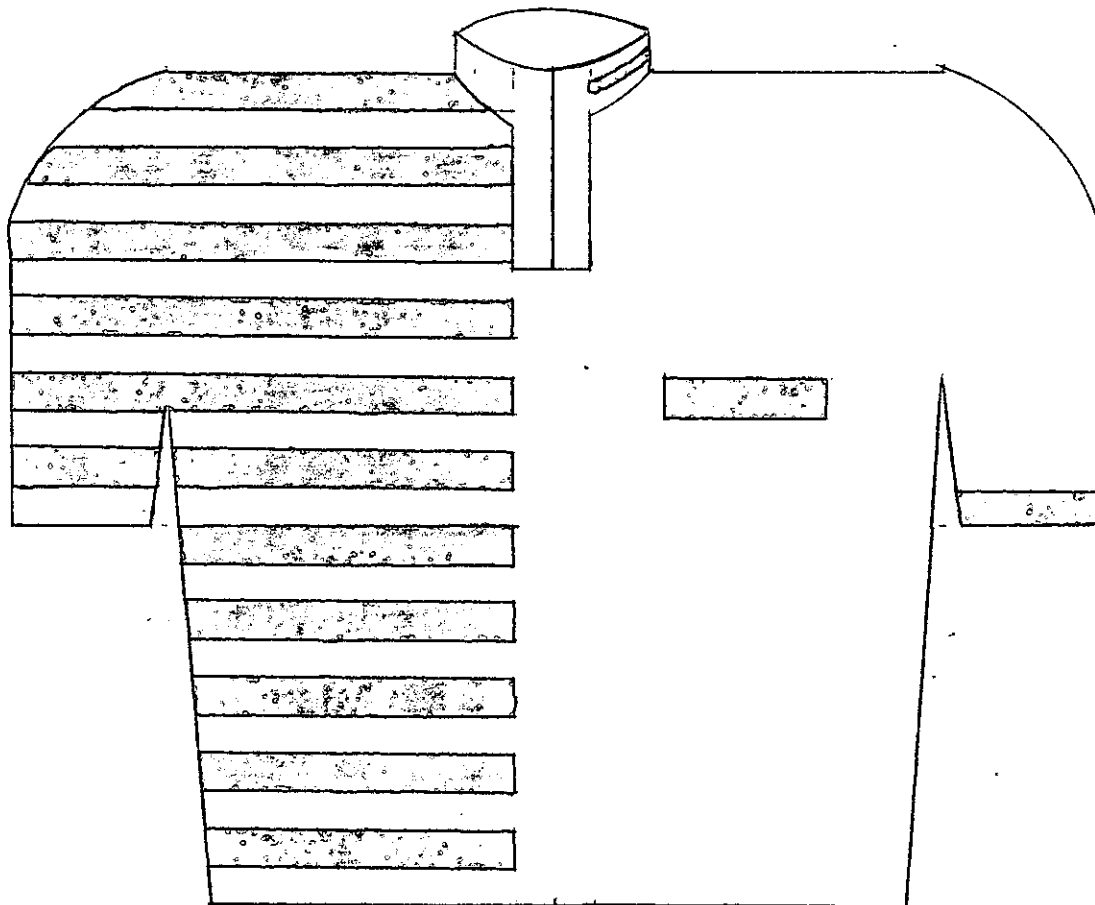
REF SN-1



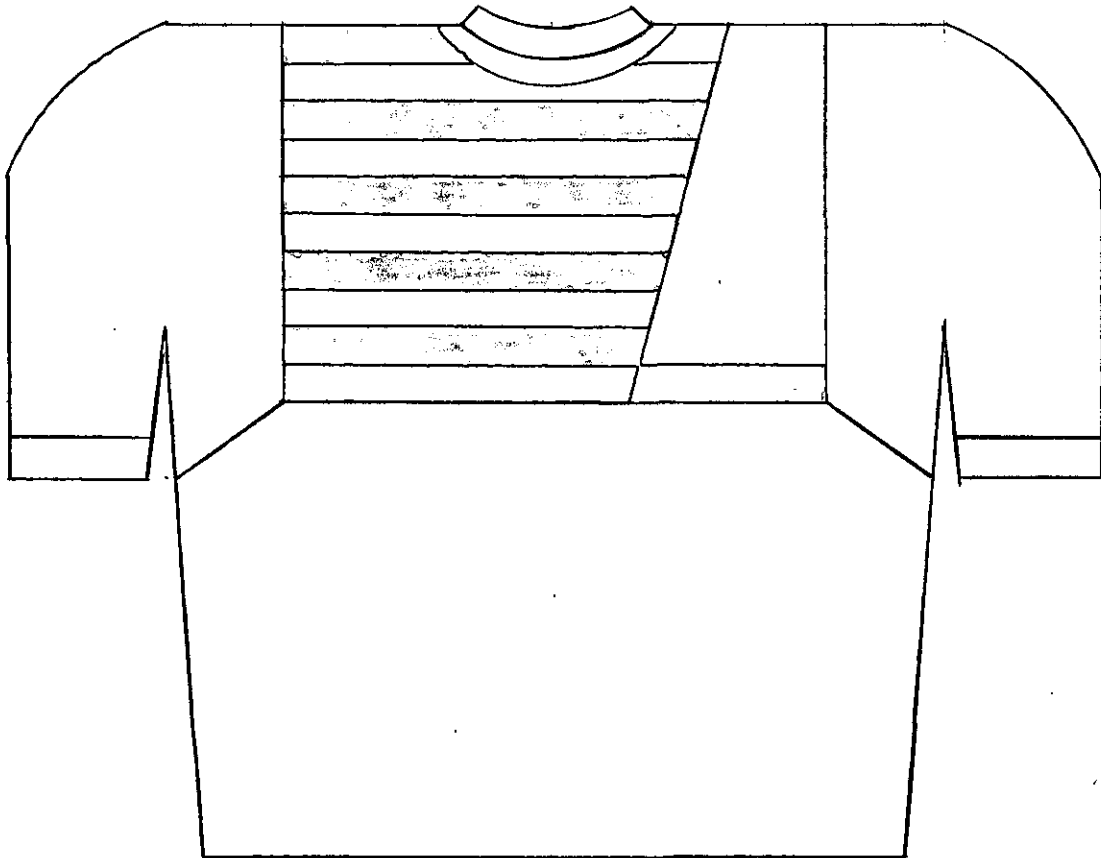
REF SD - 2



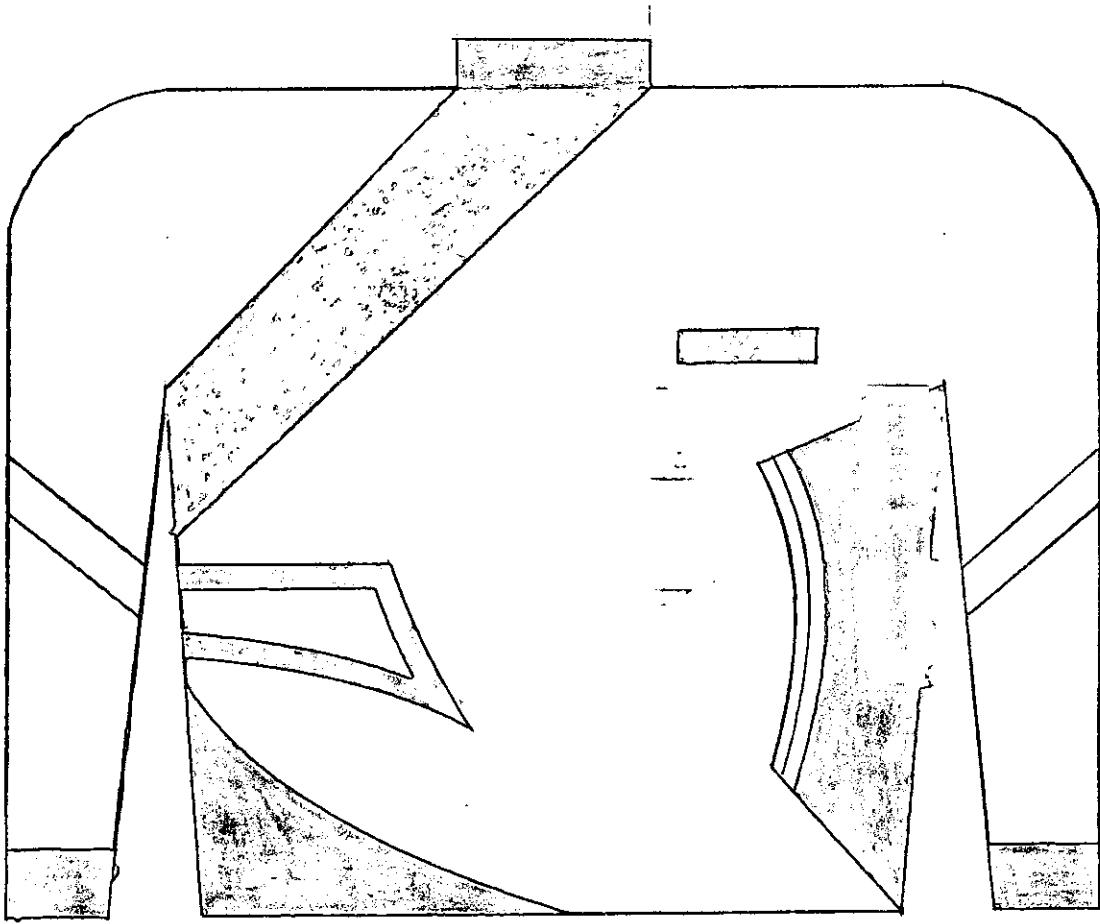
REF SC-2



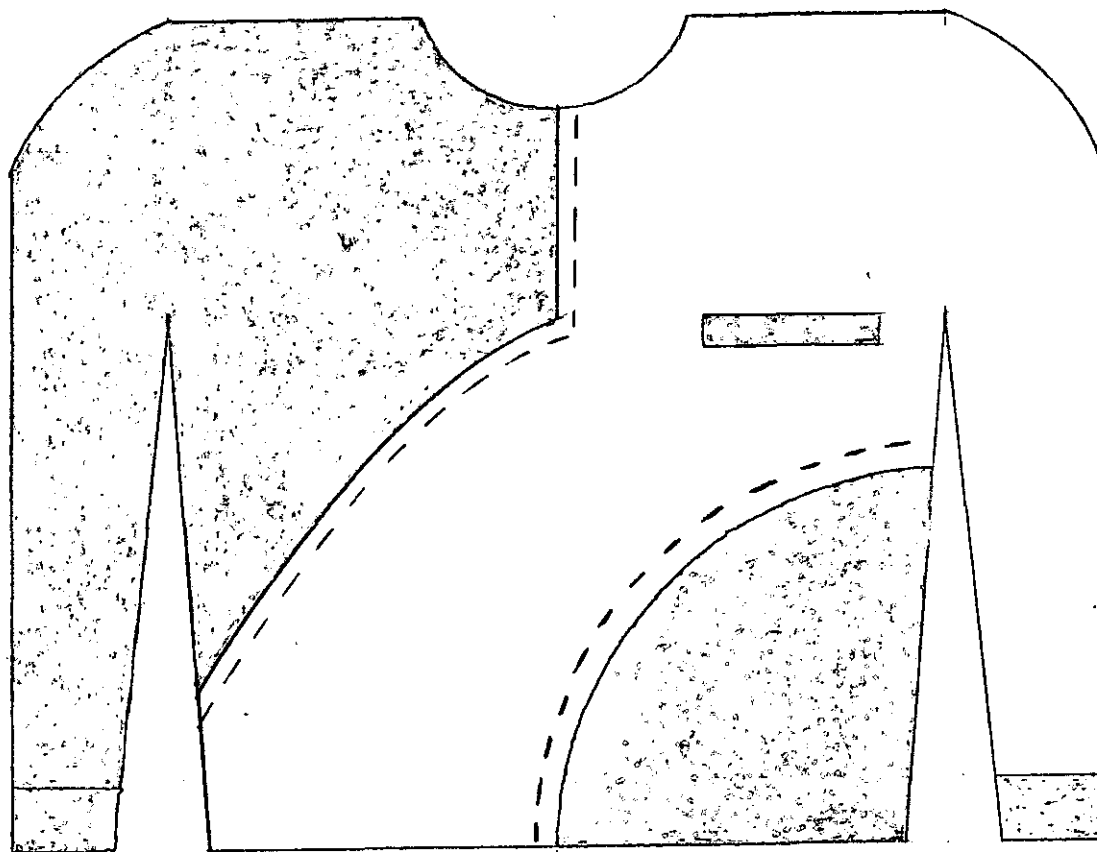
REF SR - I



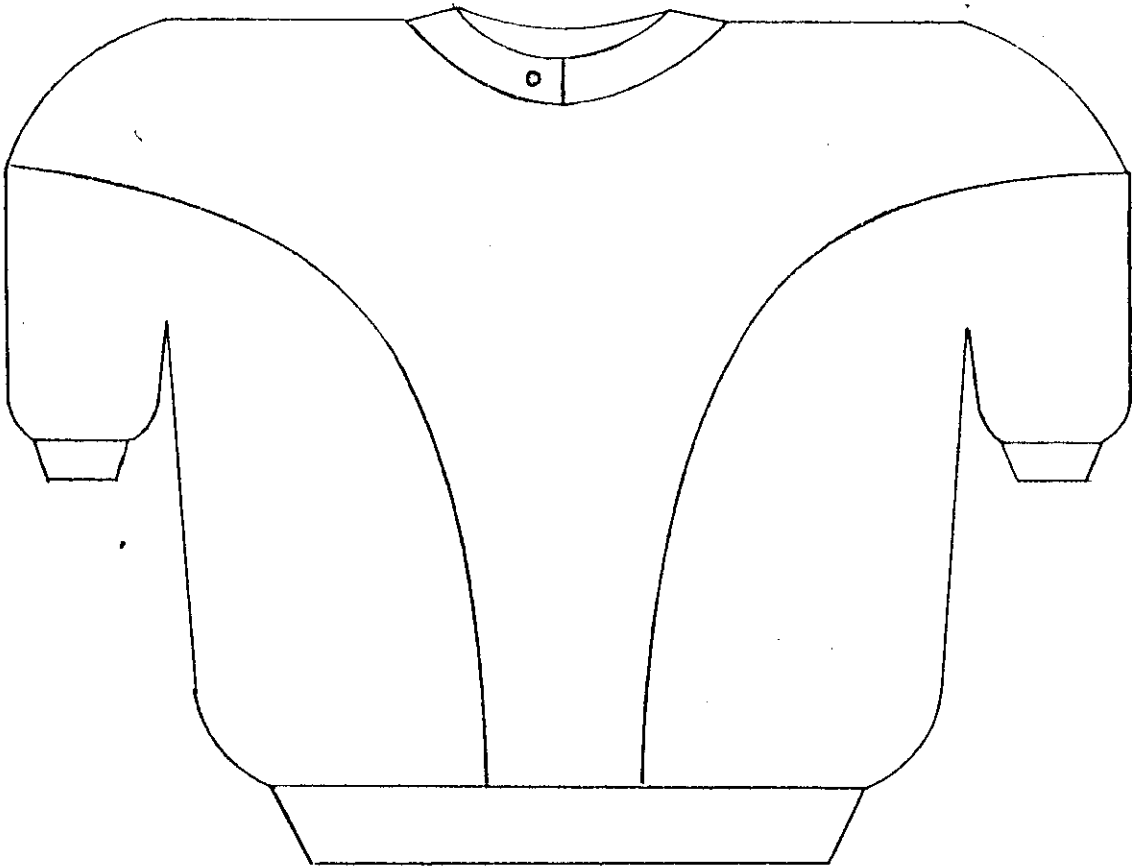
REF CA-1



REF CM-2



REF SM-2



REF SA-1

3.9. DISTRIBUCION DEL EDIFICIO.

SECCION	AREA
OFICINAS	13.50 m ²
BODEGA DE MATERIAS PRIMAS, INSUMOS Y PRODUCTOS TERMINADOS	20.00 m ²
SECCION DE TRAZADO Y CORTE	4.50 m ²
SECCION DE CONFECCION No 1	2.25 m ²
SECCION DE CONFECCION No 2	2.25 m ²
SECCION DE CONFECCION No 3	2.25 m ²
SECCION DE CONFECCION No 4	2.25 m ²
SECCION DE LIMPIEZA E INSPECCION	4.00 m ²
SECCION DE ENPAQUE	4.00 m ²
SALA DE EXIBICION	27.00 m ²

BARRIO 1	2	6.00 m
----------	---	--------

BARRIO 2	2	6.00 M
----------	---	--------

3.9.1. ESPECIFICACIONES PARTICULARES DEL EDIFICIO.

PAREDES EXTERIORES. Ladrillo de cemento, pañete impermeabilizado, acabado de muros en graniplast.

PAREDES INTERIORES. Pañete, estuco y pintura en vinilo ladrillo de cemento.

CIELOS RASOS. Sobre placa acabado en marmolina. cielo raso falso en machimbre de madera.

PISOS. En vinisol con zocalo en vinisol.

VENTANERIA. En aluminio anodizado.

PUERTAS. Marcos metalicos, puertas en triplex, cerraduras marca Safe.

BANOS. Aparatos sanitarios linea Nova Blanco Accesorios, espejo.

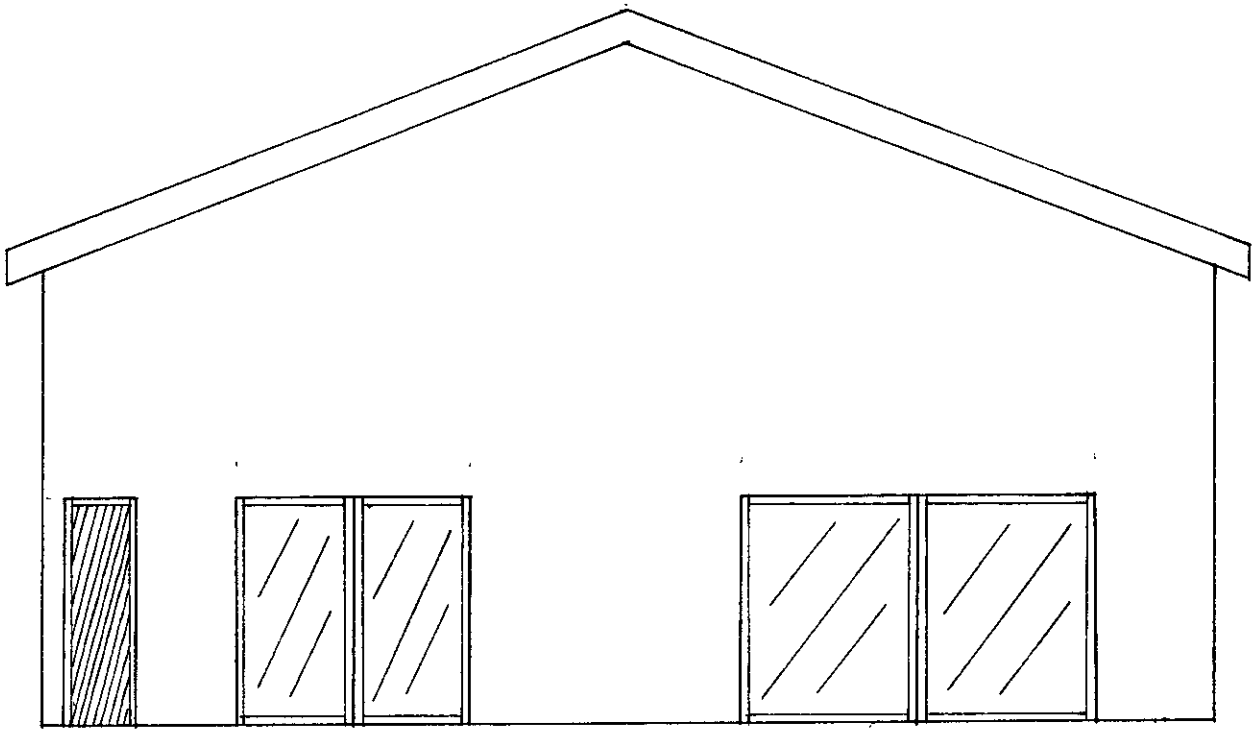
COCINA. Semi Integral, con tapa de acero inoxidable y muebles bajos de madera incluye lavaplato y estufa

ENCHAPE.

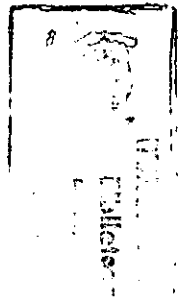
de gas de 4 quemadores y horno.

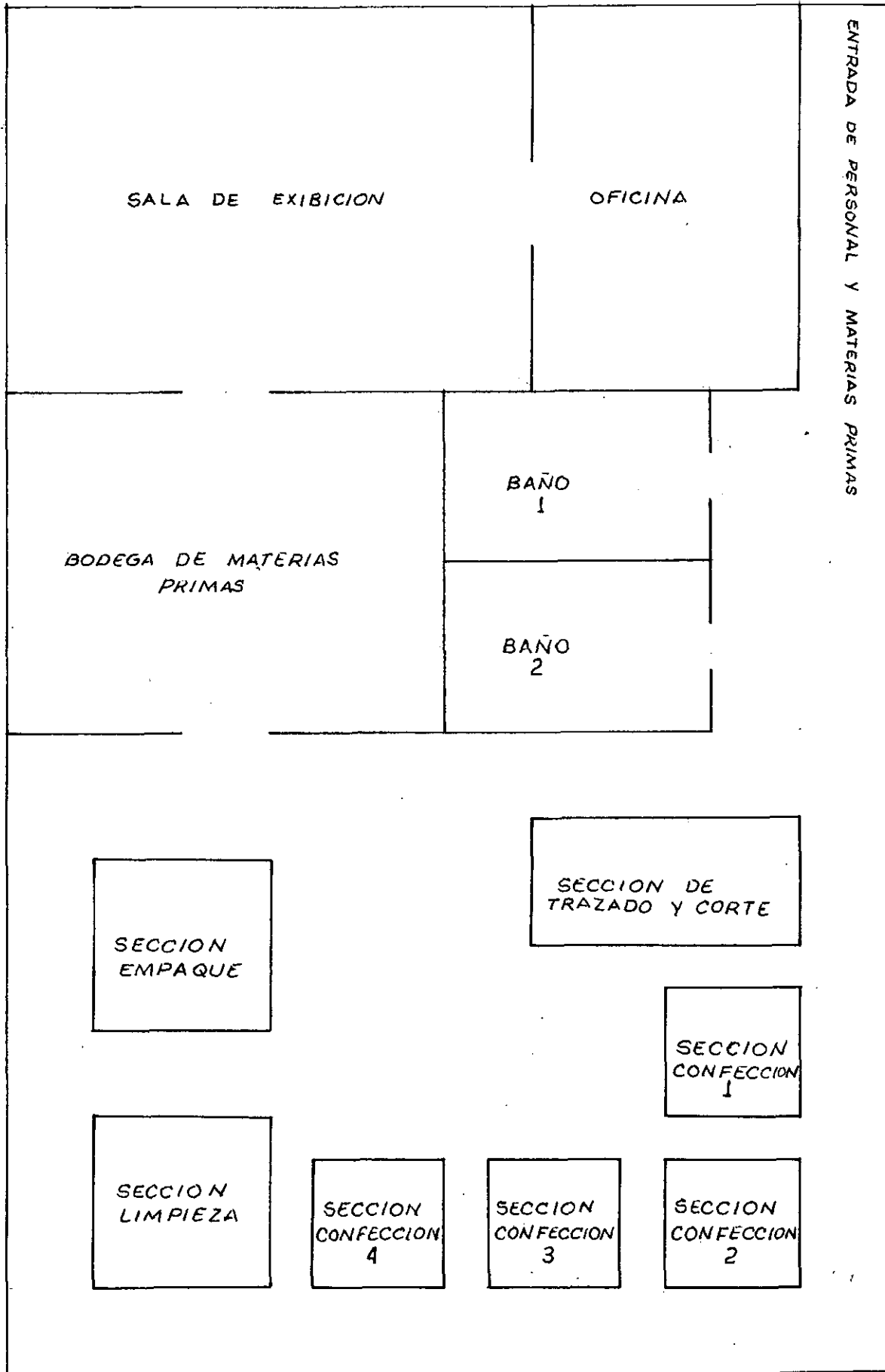
Piso cerámico de porcelana en
paredes y pisos.

Piso cerámico en baños y cocina.



FACHADA EXTERNA





ESCALA: 1/5CM = 1M

PLANTA

4. FINANCIACION E INVERSION.

Un proyecto para su implementación requiere de unos recursos economicos, estos pueden ser ajenos y/o propios. Los recursos economicos representan la fuente que pone en marcha una empresa por ello es de vital importancia analizar este aspecto tan importante y que repercute en las decisiones economicas y futuras

Los recursos se destinaran para capital fijo y capital de trabajo

4.1 PLAN DE INVERSION.

La inversion de un proyecto debe tener una planeación adecuada para que los recursos se puedan canalizar con eficiencia hacia las necesidades que va a requerir la puesta en marcha de la futura empresa, Frente a esta necesidad a continuación se describe en este capitulo todo lo referente a el plan de inversion.

4.1.1. CAPITAL FIJO.

El capital fijo esta representado, por la inversion para instalación y montaje y tiene las características de tener una vida larga en la empresa.

4.1.1.1. PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

NUMERO DE MAQUINAS	TIPO DE MAQUINAS	MARCA	MODELO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	CORTADORA DE TELA	PPAFF	SABRE 900	1.500.000	1.500.000
2	FILETEADORA CON PUNTADA DE SEGURIDAD	PPAFF	515-4	1.713.600	3.427.200
1	RIBETEADORA CON COLLA - RINES COR - TADOS AL SESGO	PPAFF	MAUSER SPEZIAL 4562-02BB 21/23	2.700.000	2.700.000
1	MAQUINA PLANA PES-PUNTADORA	PPAFF	563(H)	620.000	620.000
10	CARROS PARA TRANSPORTAR PRODUCTOS EN PROCESO			60.000	600.000
1	MESON DE CORTE			90.000	90.000
TOTAL					8.942.000

4.1.1.2. PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA.

DESCRIPCION	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Silla interlocutora	2	87500	175000
Sillas para operarias	9	10335	93000
Equipo de oficina se- cretaria	1	345600	345600
Equipo de oficina ge- rente	1	242200	242200
Maquina de escribir electronica	1	164200	164200
Sumadora electronica	3	104048	312144
Archivador	1	319400	319400
Tarjetero	2	10160	20320
Equipo de telefono	1	250000	250000
Aire acondicionado	3	640080	1920240

Exhibidores Metalicos	3	150000	450000
Escritorio Almacenista	1	106500	106500
Escritorio Contador	1	106500	106500
Extintores A,B,C.	4	20000	20000
Botiquin	1	50000	50000
TOTAL PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA.			4635104

41.1.3. PRESUPUESTO CONSTRUCCION DEL EDIFICIO Y TERRENO.

DESCRIPCION	CANTIDAD ² M	COSTO ² M	COSTO TOTAL
Terreno	160	\$20.000.	\$ 3.200.000.
Edificio	144	\$82.500.	\$11.800.000.
TOTAL INVERSION EDIFICIO Y TERRENO.			\$15.000.000.

4.1.1.4. INVERSION DIFERIDA.

En esta parte se hace una relación de los gastos de constitución, instalación de equipos y servicios, adecuación del local y personal administrativo.

4.1.1.4.1. PRESUPUESTO DE INVERSION DIFERIDA.

DESCRIPCION	VALOR
Gastos de constitución	\$ 250.000.
Gastos personal administrativo	\$ 750.000.
Instalación de maquinarias	\$ 300.000.
Imprevistos	\$ 130.000.
TOTAL PRESUPUESTO INVERSION DIFERIDA	\$1.430.000.

4.1.2. CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo esta representado por el circulante que requiere la empresa para su funcionamiento, tales como:

Inventario de materias primas, financiación de cartera, inventario de productos terminados, gastos en mano de obra y

gastos generales.

4.1.2.1 CARTERA.

Las empresas de confecciones venden con base en políticas de créditos. Dadas estas condiciones, debe preverse la financiación de el crédito que la empresa deberá otorgar a sus clientes. Para calcular la necesidad de cartera utilizaremos la siguiente fórmula:

$$\text{CARTERA} = \frac{\text{VENTAS NETAS} * \text{NUMERO DE DIAS DE ROTACION}}{360 \text{ DIAS}}$$

Se establece de acuerdo con las características encontradas en el mercado a través de las encuestas una rotación de 45 días.

$$\text{CARTERA} = \frac{1.377.422.000 * 45}{360 \text{ DIAS}} = 172.177.750.-$$

4.1.2.2. INVENTARIOS.

Para calcular la inversión en materias primas e insumos, utilizamos las siguientes fórmulas:

$$\text{INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS} = \frac{\text{COSTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS}}{12}$$

La rotación se estima en 30 días de acuerdo con las condiciones del mercado.

$$\text{INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS} = \frac{976.342.324,6}{12} = 81.361.860,4$$

PRODUCTOS EN PROCESO.

Dada la importancia de los productos en proceso y de acuerdo con el tiempo que demora un lote se estima una rotación de 2 días, desde el inicio hasta finalizar el producto terminado. Para calcular la inversión que se requiere para productos en proceso, se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO} = \frac{\text{COSTO DE MANUFACTURA} * \# \text{ DE DIAS DE ROTACION}}{360 \text{ DIAS} + \# \text{ DIAS DE ROTACION}}$$

$$\text{INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO} = \frac{989.405.056,9 * 2}{362} = 5.466.326,2.$$

INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS.

$$\text{INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS} = \frac{\text{COSTO DE PRODUCTOS TERMINADOS} * \# \text{ DE DIAS DE ROTACION}}{360 \text{ DIAS} + \# \text{ DIAS ROTACION}}$$

$$\text{INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS} = \frac{983.938.730,6 * 15}{360 + 15}$$

$$= 39.357.549,2.$$

Se estima una rotación de 15 días.

PRELIMINARY REPORT

MATERIALS PRICES ASSUMED	CAMTIDA REQUIREMENTS FOR UNIT	UNIT PRICE	UNIT PRICE	COST FOR UNIT PRODUCED	PRICE 253
Material	1.6 MTS	\$ 22.40	\$ 3.596.80	\$ 945.	\$ 5.
Oil	26.0 MTS	\$ 0.85	\$ 22.10	\$ 19.	\$ 3.
Material	26.0 MTS	\$ 2.90	\$ 75.40		
Electric	1.0 MTS	\$ 0.00	\$ 0.00		
Material	1.0 MTS	\$ 10.00	\$ 10.00		
TOTAL			\$ 3,712.30	\$ 976.	

PR I AS PR I AS HE I MS UM OS

I M I E R I O I O 3 6 2 U .	S H E G U M I O P H E R I O I O 2 7 3 - 2 6 2 U .	T H E R C H E R P H E R I O I O 2 6 3 - 9 1 9 U .	C U R R I O P H E R I O I O 2 9 4 - 5 9 2 U .	C U I M I O P H E R I O I O 3 6 6 - 6 7 5
1,593.60	\$ 962,868,761.00	\$ 1,021,199,659.00	\$ 1,059,568,506.00	\$ 1,100,690,560.
1,344.20	\$ 6,039,090.20	\$ 6,274,609.90	\$ 6,510,483.20	\$ 6,764,257.
1,350.00	\$ 20,600,954.00	\$ 21,407,492.60	\$ 22,212,236.00	\$ 23,076,055.
1,016.00	\$ 2,166,096.00	\$ 2,271,352.00	\$ 2,356,736.00	\$ 2,448,600.
1,020.00	\$ 2,732,620.00	\$ 2,839,190.00	\$ 2,945,920.00	\$ 3,060,750.
1,324.60	\$ 1,014,430,522.00	\$ 1,053,992,504.00	\$ 1,093,613,682.00	\$ 1,136,242,222.

5 ANOS	
	ANO 5
00.00	280174075.002
00.17	94686851.03
35.43	6349751.12
00.44	45962777.52
34.00	355174255.50
26.00	13292721.50

NECESIDAD DE CAPITAL DE TRABAJO PROYECTADO

DESCRIPCION	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	R
CARTERA	17217750.00	17217750.00	185557375.00	193893500.00	2003
INVENTARIOS					
MATERIA PRIMA	81361860.38	81361860.38	84535876.83	87832788.68	911
PRODUCTOS EN PROCESO	5466326.28	5466326.28	5676750.31	5895332.79	61
PRODUCTOS TERMINADOS	39357549.22	39357549.22	41891312.88	42673466.48	442
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	298363485.90	298363485.90	316861322.90	329495000.00	3418
CAPITAL DE TRABAJO INCREMENTAL	298363485.90		18497837.00	12633685.10	123

4.1.2.3. PLAN DE INVERSION.

DESCRIPCION	PARCIAL	TOTAL
<u>INVERSION FIJA</u>		
Maquinaria y equipo	8.942.500.	
Muebles y enseres	4.685.104.	
Terreno	3.200.000.	
Edificio	11.880.000.	
TOTAL INVERSIO FIJA		28.707.604.
<u>INVERSION DIFERIDA</u>		
Gastos de constitución	250.000	
Gastos administrativos	750.000	
Gastos de instalación	300.000	
Imprevistos	130.000	
TOTAL INVERSION DIFERIDA		1.430.000

CAPITAL DE TRABAJO

Cartera	172.177.750	
Inventario de materia prima	81.361.860,3	
Productos en proceso	5.466.326,3	
Productos terminados	39.357.549,2	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		298.363.485,9
VALOR TOTAL DEL PROYECTO		328.501.889,9

4.2 COSTO DE PRODUCCION Y GASTOS GENERALES.

Los elementos de costo son materias primas, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

De otro lado tenemos los gastos generales que se incurren en el periodo y que es preciso presupuestarlos.

A continuación relacionamos esos costos y gastos:

4.2.1 PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA :4.2.1.1. MANO DE OBRA DIRECTA.

DESCRIPCION	NUMERO	SUELDO/MENSUAL	VALOR/ASO
Jefe de producción/cortadora	1	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Operadora fileteadora	2	\$ 65.000	\$ 1.560.000
Operadora collarina	1	\$ 65.000	\$ 780.000
Operadora maquina plana	1	\$ 65.000	\$ 780.000
Rematadora/empacadora	1	\$ 65.000	\$ 780.000
SUBTOTAL MANO DE OBRA DIRECTA			\$ 5.340.000
PRESTACIONES SOCIALES			\$ 1.869.000
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA			\$ 7.209.000

4.2.1.2. MANO DE OBRA INDIRECTA.

DESCRIPCION	NUMERO	VALOR/MENSUAL	VALOR/ANUAL
Almacenista	1	\$ 65.000	\$ 780.000
SUBTOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA			\$ 780.000
PRESTACIONES SOCIALES			\$ 273.000
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA			\$1.053.000

4.2.1.3. PERSONAL ADMINISTRATIVO.

DESCRIPCION	NUMERO	VALOR/MENSUAL	VALOR/ANUAL
Gerente	1	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Jefe de ventas	1	\$ 130.000	\$ 1.560.000
Jefe de relaciones Indust.	1	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Secretaria	1	\$ 70.000	\$ 840.000
Vendedor externo	2	\$ 100.000	\$ 2.400.000

Vendedor mostrador	1	\$	65,000	\$	780,000
Vigilante	1	\$	60,000	\$	720,000
Aseadora	1	\$	60,000	\$	720,000
Contador	1	\$	100,000	\$	1,200,000
Auxiliar de contabilidad	1	\$	65,000	\$	780,000
Mensajero	1	\$	60,000	\$	720,000
SUBTOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO					\$14,160,000
PRESTACIONES SOCIALES					\$ 4,956,000
TOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO					\$19,116,000

4.2.2. GASTOS GENERALES.

Es de relevante importancia el analisis de los gastos generales por su impacto dentro del funcionamiento de todo proyecto que se desea implementar.

4.2.2.1. MANTENIMIENTO DEL LOCAL Y LOS EQUIPOS.

Con el uso del local y las maquinas, estas sufren desgaste, lo cual exige se les brinde atención efectiva, reparando, pintando y remplazando los desperfectos que se puedan presentar.

Para mantenimiento del local se estima \$240.000-- anuales y para las maquinas \$450.000-- anuales, para un total de \$690.000 anuales.

4.2.2.2. SERVICIOS PUBLICOS.

La empresa tendra unos gastos de energia, agua, telefono que se calculan de acuerdo con las tarifas del sector y el consumo de otras empresas de confecciones. De acuerdo con esto, el costo mensual sera »

Energia-----	\$	249.765,50-
Agua-----	\$	26.000,00-
Telefono-----	\$	10.000,00-

4.2.2.3. DEPRECIACION.

Para hallar el valor de la depreciacion se utiliza, se utiliza el metodo de linea recta.

GASTOS GEMERALES FAMILIARES

DESCRIPCION	PORCENTAJE AREA DE PRODUCCION	AREA DE PRODUCCION	PORCENTAJE ADMINISTRACION Y VENTAS	AREA ADMINISTRACION Y VENTAS
MANTENIMIENTO DEL LOCAL Y EQUIPOS	60 %	414.000,00	40 %	276
SERVICIOS PUBLICOS	70 %	2.400.460,00	30 %	1.020
DEPRECIACION	70 %	1.369.732,00	30 %	587
AMORTIZACIONES	50 %	143.000,00	50 %	143
PAPELERIA Y UTILES	20 %	72.000,00	80 %	288
TOTAL GASTOS GENERALES		4.399.200,00		2.322

SECTION	TOTAL
0.00	690.000.00
2.00	3.429.240.00
0.00	1.956.769.00
0.00	206.000.00
0.00	360.000.00
0.00	6.722.000.00

El edificio se deprecia a 20 años, la maquinaria y equipo se deprecia a 10 años, los muebles y enseres a 10 años y la inversion diferida a 5 años.

TABLA DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.

DESCRIPCION	VIDA UTIL	COSTO	DEPRECIACION ANUAL
Edificio	20	\$11.888.000,00	\$ 594.000,00
MAQUINARIA	10	\$ 8.942.500,00	\$ 894.250,00
MUEBLES Y ENSERES	10	\$ 4.685.104,00	\$ 468.510,40
INVERSION DIFERIDA	5	\$ 1.430.000,00	\$ 286.000,00

4.2.2.4. PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA.

Incluye utiles de oficinas, formatos de uso interno, formas contables etc. Por un valor de \$ 30.000,00 mensuales distribuidos un 20% para la planta y 80% para las oficinas.

4.2.2.5. GASTOS DE VENTAS.

Para cubrir los gastos de venta se han calculado partidas equivalentes al 6% de las ventas brutas de la empresa, con dicha

suma se atenderan los gastos propios de la labor de venta. Los datos se ilustran en la tabla de gastos de ventas proyectado a 5 años.

4.3. PRECIOS DE VENTAS Y CALCULO DE INGRESOS.

Se ha tomado como guia para la asignación del precio de venta, los resultados obtenidos en las encuestas, los cuales arrojaron un precio promedio de \$6.000,00 por unidad para el distribuidor y \$7.000,00 para los consumidores directos.

Como la empresa entraria a competir con los productores de fuera se toma la desición de establecer los precios de la siguiente forma: Para los distribuidores a \$6.000- y para los consumidores que adquieren directamente en la fabrica \$7.000,00.

La producción se distribuirá de la siguiente forma 98% se destinara para los distribuidores y el 2% restante se vendera en el almacen de la fabrica. Esta desición beneficia a el proyecto por cuanto los distribuidores cuentan con la infraestructura necesaria para impulsar los productos.

De acuerdo con la experiencia de los almacenes y distribuidores de confecciones de la ciudad, las devoluciones y descuentos en ventas de este tipo de producto es del 10%, el cual tomaremos como base para los calculos de ventas netas.

Se considera que la rotación de los productos terminados sera de 15 dias, lo que quiere decir que al final de cada año la empresa tendra un inventario final correspondiente a 15 dias.

4.4. PLAN DE FINANCIACION.

En este plan discriminamos las fuentes de financiación del proyecto y los porcentajes que corresponde tanto a la fuente interna como a la externa, tambien ilustramos los periodos de amortización del credito y los intereses que este genera.

4.4.1. CONDICIONES GENERALES.

LINEA CON RECURSO EXTERNO.

1) Prestamo Birt 3025-CO.

1.1) Monto : US \$80.0 millones.

4.4.2. Distribución del monto total.

a) Pequeña y mediana industria hasta us \$77.0 millones.

b) Microempresas hasta us \$29 millones.

c) Asistencia técnica a microempresas hasta us \$100 mil.

4.4.3. BENEFICIARIOS.

Pequeñas y medianas empresas privadas del sector manufacturero de acuerdo con la ley 78 de diciembre 21 de 1983. Tratandose de empresas nuevas el nivel de activos será el valor total del plan de inversion y financiación.

4.4.4. RUBROS FINANCIABLES.

a) Activos fijos: Adquisición de maquinaria, equipos, herramientas, materiales y repuestos.

b)Capital de trabajos Materias primas, bienes semielaborados, repuestos y otros insumos necesarios, inventarios, materia prima, productos en proceso, productos terminados y cartera.

4.4.5. MONTO DE LOS CREDITOS.

Hasta US \$500.000 por proyecto sin que exceda del 80% @ 70% del valor del proyecto, segun se trate de empresas antiguas o nuevas respectivamente.

4.4.6. TASAS DE INTERES Y DE REDESCUENTO.

Seran variables durante el plazo y periodos de gracia, se determinaran con base en la tasa variable DTF vigente al momento en que se inicie el respectivo periodo de causación de intereses.

Los beneficiarios podran convenir libremente con su intermediario financiero, las tasas de interes de los prestamos sin exceder el limite maximo establecido.

4.4.7. PLAZOS Y PERIODOS DE GRACIA.

TIPO DE INVERSION	PLAZO	PERIODO DE GRACIA
A)ACTIVOS FIJOS	ENTRE 4 Y 10 AÑOS	HASTA 3 AÑOS
B)CAPITAL DE TRABAJO	ENTRE 1 Y 5 AÑOS	HASTA 1 AÑO

FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

TIPO DE INVERSION	RECURSOS PROPIOS	HIRF-3025CO	TOTAL
INVERSION FIJA			
MAQUINARIA Y EQUIPO	1788500,00	7154000,00	8942500,00
HUEBLES Y ENSERES	937020,00	3748083,20	4685104,00
TERRENO	3200000,00		3200000,00
CONSTRUCCIONES	2376000,00	9504000,00	11880000,00
INVERSION DIFERIDA			
GASTOS DE CONSTITUCION	250000,00		250000,00
GASTOS DE INSTALACION	300000,00		300000,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	750000,00		750000,00
IMPREVISTOS	130000,00		130000,00
CAPITAL DE TRABAJO			
CARTERA	34435550,00	137742200,00	172177750,00
INVENTARIOS	25237147,18	100948588,70	126185735,90
TOTALES	69404217,98	259096871,90	328501089,90
PORCENTAJES	21,12 %	78,88 %	100 %

4.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.

Los estados financieros proyectados nos señalan los posibles movimientos que tendrá el proyecto en lo que se refiere a: Ingresos, egresos, cambio en los activos, pasivos, patrimonio, la fuente y uso de los fondos.

Para los efectos expuestos a continuación relacionamos los estados financieros.

PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADO A 5 AÑOS					
DESCRIPCION	UNIDADES 1992	UNIDADES 1993	UNIDADES 1994	UNIDADES 1995	UNIDADES 1996
INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS TERMINADOS		10958	11343	12323	12788
MAS PRODUCCION	263082	273262	283919	294592	306075
MENOS INVENTARIO FINAL PRODUCTOS TERMINADOS	10958	11353	12323	12188	13286
TOTAL VENTAS BRUTAS UNIDADES	252044	272377	283439	294127	305577

GASTOS DE DEPARTAMENTO PROYECTADOS

DESCRIPCION	PORCENTAJE	PRIMER PERIODO	SEGUNDO PERIODO	TERCER PERI
COMISIONES	2 %	27.548.440,00	29.689.100,00	30.894,90
PUBLICIDAD	2 %	27.548.440,00	29.689.100,00	30.894,90
TRANSPORTE	2 %	27.548.440,00	29.689.100,00	30.894,90
IMPREUISTOS	2 %	27.548.440,00	29.689.100,00	30.894,90
TOTAL	8 %	110.193.760,00	110.756.720,00	123.579,80

AÑOS		
	CUARTO PERIODO	QUINTO PERIODO
00	32.059.920,00	33.307.980,00
00	32.059.920,00	33.307.980,00
00	32.059.920,00	33.307.980,00
00	32.059.920,00	33.307.980,00
00	120.239.680,00	133.231.920,00

DESCRIPCION	COSTO DE MANO DE OBRA PROYECTI												
	PRIMER AÑO			SEGUNDO AÑO			TERCER AÑO						
	Nº DE EMP.	COSTO	PREST. SOCIALES	Nº DE EMP.	COSTO	PREST. SOCIALES	Nº DE EMP.	COSTO	PREST. SOCIALES				
MANO DE OBRA DIRECTA	6	5340000	1869000	6	5340000	1869000	6	5340000	1869000	6	5340000	1869000	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	780000	273000	1	780000	273000	1	780000	273000	1	780000	273000	
PERSONAL ADMINISTRATIVO	12	14160000	4956000	12	14160000	4956000	12	14160000	4956000	12	14160000	4956000	
TOTALES	19	20280000	7098000	19	20280000	7098000	19	20280000	7098000	19	20280000	7098000	
TOTAL COSTO Y PRESTACIONES		\$ 27.378.000			\$ 27.378.000			\$ 27.378.000			\$ 27.378.000		

0 A 5 ANOS						
CUARTO AÑO			QUINTO AÑO			
Nº DE EMP.	COSTO	PREST. SOCIALES	Nº DE EMP.	COSTO	PREST. SOCIALES	
6	5340000	1869000	6	5340000	1869000	
1	760000	273000	1	760000	273000	
12	14160000	4956000	12	14160000	4956000	
19	20280000	7098000	19	20280000	7098000	
\$ 27.738.000			\$ 27.738.000			

INGRESOS POR VENTAS PROYECTA:

DESCRIPCION	POR-CENTAJE	PRECIO-UNIDAD	PRIMER PERIODO 1992		SEGUNDO PERIODO 1993		TERCER PERIODO	
			UNIDADES	INGRESOS	UNIDADES	INGRESOS	UNIDADES	INGR
VENTAS DISTRIBUI-	95%	6000 7000	22242	136622000	222750	133254000	222227	13156
VENTAS EN LA FABRICA	5%		12062	72424000	12612	75222000	14172	822
VENTAS BRUTAS	100%		22204	132102000	272277	1327221000	222222	17146
DEDUCCIONES Y	10%	6000	22244	132624000	272227	1322222000	222222	17200
UNIDADES NETAS	90%		222100		245140		222222	
VENTAS NETAS				1277422000		1424422000		15447

D A 5 AÑOS				
	CUARTO PERIODO 1995		QUINTO PERIODO 1996	
	UNIDADES PERIODO	INGRESOS	UNIDADES PERIODO	INGRESOS
24	273+21	1678526000	230293	17+1788000
20	1+706	1023+2000	15273	100255000
20	23+127	1773+63000	205577	13+87+1000
00	23+12	176+72000	20557	1323+2000
	26+715		275020	
00		1602390000		1002590000

ESTADO DE COSTO DE VENTAS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVENTARIO INICIAL DE MATERIAS PRIMAS		81361860,38	84535876,83	87832708,67	91134490,17
MAS COMPRAS	1057704185,00	1017604538,00	1057239336,00	1069915663,00	1139794584,00
MENOS INVENTARIO FINAL DE MATERIAS PRIMAS	81361860,38	84535876,83	87832708,67	91134490,17	94686851,83
TOTAL MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS	976342324,60	1014430522,00	1053992504,00	1093613882,00	1136242222,00
MANO DE OBRA DIRECTA UTILIZADA	7209000,00	7209000,00	7209000,00	7209000,00	7209000,00
GASTOS DE FABRICACION					
MANO DE OBRA INDIRECTA	1053000,00	1053000,00	1053000,00	1053000,00	1053000,00
MANTENIMIENTO	414000,00	414000,00	414000,00	414000,00	414000,00
SERVICIOS	2400468,00	2400468,00	2400468,00	2400468,00	2400468,00
PAPELERIA	72000,00	72000,00	72000,00	72000,00	72000,00
DEPRECIACION	1369732,28	1369732,28	1369732,28	1369732,00	1369732,00
TOTAL GASTOS DE FABRICACION	5853732,28	5853732,28	5853732,28	5853732,28	5853732,28
TOTAL COSTO DE MANUFACTURA	989405036,90	1027493254,00	10667055236,00	1106676614,00	1149304954,00
MAS INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS EN PROCESO		5466326,29	5676758,31	5895332,80	6114235,43
MENOS INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS EN PROCESO	5466326,29	5676758,31	5895332,80	6114235,43	6399751,13
COSTO DE PRODUCCION	983938730,60	1022282822,00	1066836662,00	1106457711,00	1149869438,00
MAS INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS TERMINADOS		39357549,22	41091312,00	42673466,00	44258308,44
MENOS INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	39357549,22	41091312,00	42673466,48	44258308,44	45962777,52
COSTO DE VENTAS	944581181,40	1025549858,00	1065254508,00	1104822869,00	1147364969,00

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO A 5 AÑOS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS BRUTAS	1521006000,00	1647881000,00	1714806000,00	1779468000,00	1848741000,00
DEVOLUCIONES Y DESCUENTOS	1436640000,00	1634220000,00	1700580000,00	1764720000,00	1833420000,00
VENTAS NETAS	1377422000,00	1484459000,00	1544748000,00	1602996000,00	1665399000,00
COSTO DE VENTAS	944581181,40	1025549058,00	1065254508,00	11040872869,00	1147364969,00
UTILIDAD BRUTA	432840018,60	458909942,00	479493492,00	498123131,00	518034031,00
MENOS GASTOS					
GASTOS DE ADMINISTRACION					
SUELDOS DE EMPLEADOS	19116000,00	19116000,00	19116000,00	19116000,00	19116000,00
MANTENIMIENTO DEL LOCAL Y EQUIPO	276000,00	276000,00	276000,00	276000,00	276000,00
SERVICIOS	1028772,00	1028772,00	1028772,00	1028772,00	1028772,00
PAPELERIA Y UTILES	200000,00	200000,00	200000,00	200000,00	200000,00
DEPRECIACION	587028,12	587028,12	587028,12	587028,12	587028,12
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	21295800,12	21295800,12	21295800,12	21295800,12	21295800,12
GASTOS DE VENTAS	110193760,00	118756720,00	123579340,00	128239680,00	133231920,00
TOTAL GASTOS DE OPERACION	131489560,10	140052520,10	144875640,10	149535480,10	154527720,10
UTILIDAD OPERACIONAL	301351258,50	318857421,90	334617851,90	348587650,90	363506310,90
GASTOS FINANCIEROS	103671135,00	72569795,11	55982413,36	39395031,59	22007649,86
AMORTIZACION DIFERIDA	200000,00	200000,00	200000,00	200000,00	200000,00
SUBTOTAL	103957135,00	72855795,11	56268413,36	39681031,59	23093649,86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	197394123,50	246001626,80	278349438,50	308906619,30	340412661,00

BALANCE GENERAL PROYECTADO A 5 AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
EFFECTIVO	199636883,50	318345821,80	460684472,80	624123119,80	808994459,10
CARTERA	172177750,00	185557375,00	193093500,00	200374500,00	203174875,00
INVENTARIOS					
MATERIAS PRIMAS	81361860,38	84535876,83	87832700,68	91134490,17	94686851,83
PRODUCTOS EN PROCESO	5466326,28	5676758,40	5895332,80	6114235,43	6349751,17
PRODUCTOS TERMINADOS	39357549,22	41091312,83	42673466,48	44258303,44	45962777,52
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	498008363,40	635207144,70	798179480,80	966004653,90	1164168715,00
ACTIVO FIJO					
MAQUINARIA Y EQUIPO	8942500,00	8942500,00	8942500,00	8942500,00	8942500,00
MUEBLES Y ENSERES	4685104,00	4685104,00	4685104,00	4685104,00	4685104,00
EDIFICIO	11880000,00	11880000,00	11880000,00	11880000,00	11880000,00
RESERVA DEPRECIACION	1956760,00	3913520,00	5870280,00	7827040,00	9783800,00
TERRENO	3200000,00	3200000,00	3200000,00	3200000,00	3200000,00
ACTIVO FIJO NETO	26750844,00	24794084,00	22837324,00	20880564,00	18923804,00
ACTIVO DIFERIDO	1430000,00	1430000,00	1430000,00	1430000,00	1430000,00
RESERVA AMORTIZACION ACUMULADA	286000,00	572000,00	858000,00	1144000,00	1430000,00
ACTIVO DIFERIDO NETO	1144000,00	858000,00	572000,00	286000,00	
TOTAL ACTIVO FIJO	27894844,00	25652084,00	23409324,00	21166564,00	18923804,00
TOTAL ACTIVOS	525895213,40	660859228,70	813588804,80	987171217,90	1183092519,00
PASIVOS					

ORLIGACIONES FINANCIERAS	259896871,98	287277497,58	155458123,18	183638748,78	51819874,38
IMPUESTO DE RENTAS POR PAGAR	59218237,85	73888488,84	83584831,55	92671985,79	182123798,38
TOTAL PASIVO CORRIENTE	318315189,88	281877985,58	238962954,78	196318734,58	153943172,68
PATRIMONIO					
CAPITAL	69484217,98	69484217,98	69484217,98	69484217,98	69484217,98
GANANCIAS RETENIDAS	138175886,58	318377825,38	585221632,28	721456265,78	959745128,48
TOTAL PATRIMONIO	287588184,58	379781243,38	574625858,28	798868483,78	1829149346,88
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	525895213,48	668859228,78	813588884,88	987171217,98	1183892519,88

5. EVALUACION DEL PROYECTO.

Finalizado el estudio de mercado que señala la demanda del proyecto y que muestra su factibilidad, analizada la ubicación y recomendar el tamaño adecuado, como tambien el estudio de la ingenieria del proyecto, expuesto el plan de inversion, todos los presupuestos para la optimización de los esfuerzos debemos ahora tocar el tema de la evaluación del proyecto utilizando algunos metodos financieros para afirmar que el uso de los recursos empleados es el optimo.

5. 1. EVALUACION ECONOMICA.

Atravez de la evaluación economica se determina si el proyecto es conveniente o no desde el punto de vista economico. Para tales efectos se tomara como criterio el valor del dinero en el tiempo.

5.1.1. COEFICIENTES FINANCIEROS.

Para realizar una evaluación objetiva utilizaremos los siguientes metodos: El metodo del valor presente neto y la tasa de rendimiento interno.

5.1.1.1. METODO DEL VALOR PRESENTE NETO.

$$VPN = VPI - VPE$$

$$VPN > 0 \quad = \text{FAVORABLE}$$

$$VPN < 0 \quad = \text{DESFAVORABLE}$$

$$VPN = \frac{VF}{(1+J/m)^m} + \frac{VF}{(1+J/m)^{2m}} + \frac{VF}{(1+J/m)^{3m}} + \frac{VF}{(1+J/m)^{4m}} + \frac{VF}{(1+J/m)^{5m}}$$

J= tasa nominal.

m= Periodo de capitalización 1

n= tiempo : 1

F= Flujos anuales netos

197.394.123,50

$$VP = \frac{197.394.123,50}{1} = 197.394.123,50$$

$$\frac{197.394.123,50}{(1+0,3201/1)^{1 \times 1}}$$

246.001.626,80

$$VP = \frac{246.001.626,80}{2} = 123.000.813,40$$

$$\frac{246.001.626,80}{(1+0,3201/1)^{1 \times 2}}$$

278.349.438,50

$$VP = \frac{278.349.438,50}{3} = 92.783.146,17$$

$$\frac{278.349.438,50}{(1+0,3201/1)^{1 \times 3}}$$

308.906.619,30

$$VP = \frac{308.906.619,30}{4} = 77.226.654,78$$

$$\frac{308.906.619,30}{(1+0,3201/1)^{1 \times 4}}$$

340,412,661,00

$$VP = \frac{\quad}{5} = 84,912,484,68$$

$$(1 + 0,3201/1)^{1 \times 5}$$

$$VPN = VP1 + VP2 + VP3 + VP4 + VP5 = (598,320,441,10) - (328,501,089,90) = 269,819,352---$$

De acuerdo con estos resultados el VPN es mayor que cero, es decir que el valor actual de los flujos de efectivo supera el valor de la inversion. Con base en esto podemos afirmar que la ejecución del proyecto es recomendable.

5.1.1.2. TASA DE RENDIMIENTO INTERNO

$$\begin{aligned}
 & \text{S} \qquad \text{S} \qquad \text{S} \qquad \text{S} \qquad \text{S} \\
 \text{VPN} = & -P + \frac{\text{S}}{(1+i)^1} + \frac{\text{S}}{(1+i)^2} + \frac{\text{S}}{(1+i)^3} + \frac{\text{S}}{(1+i)^4} + \frac{\text{S}}{(1+i)^5} = 0 \\
 & \qquad \qquad \qquad 197.394.123,50 \quad 246.001.626,80 \quad 278.349.438,50 \\
 \text{VPN} = & -(269819352) + \frac{\text{S}}{(1+i)^1} + \frac{\text{S}}{(1+i)^2} + \frac{\text{S}}{(1+i)^3} + \frac{\text{S}}{(1+i)^4} + \frac{\text{S}}{(1+i)^5} = 0 \\
 & \qquad \qquad \qquad 308.906.619,30 \quad 340.412.661
 \end{aligned}$$

$i = 0,67793$ osea 67,793

TIR = 67,793%

Si se decidiera invertir en otra empresa o colocar el dinero en un banco, el inversionista debe obtener minimo 67,793 % de su inversion o mas.

Consideramos una TIR atractiva lo cual indica que desde el punto

de vista economico el proyecto es factible.

5.1.2. FLUJOS ANUALES NETOS.

Se conoce como flujos de fondos anuales el valor de los ahorros e ingresos derivados de un proyecto osea las fuentes internas y externas de los fondos que se necesitan para la elaboración, montaje y puesta en marcha.

Las cifras se muestran en la tabla de los FLUJOS ANUALES, para los calculos se procedio de la siguiente manera:

A la utilidad despues de gastos financieros se le sumo la depreciación y amortización ya que estos rubros no constituyen salidas de dinero.

TABLA DE AMORTIZACION

PERIODO	AMORTIZACION	INTERESES	CUOTA DE PAGO	SALDO
0		20734227,00	20734227,00	259096871,90
1		20734227,00	20734227,00	259096871,90
2		20734227,00	20734227,00	259096871,90
3		20734227,00	20734227,00	259096871,90
4		20734227,00	20734227,00	259096871,90
5	12954843,60	19697515,81	32652359,41	246142028,30
6	12954843,60	18660804,46	31615648,06	233187184,70
7	12954843,60	17624093,10	30578936,70	220232341,10
8	12954843,60	16587381,74	29542225,34	207277497,50
9	12954843,60	15550670,38	28505513,98	194322653,90
10	12954843,60	14513959,02	27438802,62	181367810,30
11	12954843,60	13477247,66	26432091,26	168412966,70
12	12954843,60	12440536,30	25395339,90	155458123,10
13	12954843,60	11403824,94	24358668,54	142503279,50
14	12954843,60	10367113,58	23321957,18	129548435,90
15	12954843,60	9330402,20	22285245,80	116593592,30
16	12954843,60	8293690,86	21248534,46	103638748,70
17	12954843,60	7256979,50	20211823,11	90683905,10
18	12954843,60	6220268,14	19175111,75	77729061,50
19	12954843,60	5183556,78	18138400,39	64774217,90
20	12954843,60	4146845,42	17101689,03	51819374,30

22	12954843,60	2073422,71	15028266,31	25909687,10
23	12954843,60	1036711,35	13991554,96	12954843,50
24	12954843,60		12954843,60	

157

LINEA BIRF 3025-CO TRIMESTRE ANTICIPADO
 MONTO \$259.096.871,90-
 INTERESES 32,01/DTF VIGENTE
 PLAZO 5 PERIODOS
 PERIODO DE GRACIA 1 PERIODOS

6. ORGANIZACION DE LA EMPRESA.

Toda empresa que desea obtener buenos resultados, debe organizarse para poder racionalizar sus recursos.

Basados en esta realidad en el presente capítulo se expone la organización que tendrá la futura empresa, que se traduce en una línea de acción que llevara a una administración eficiente y bien dirigida, encaminada al desarrollo de sus actividades, que a la vez reportara seguridad en el desempeño de las funciones y permitira contar con las herramientas necesarias, para sortear todas las dificultades que se presenten en el funcionamiento del proyecto.

La empresa va a satisfacer las necesidades del mercado en sus requerimientos de sueteres, ofreciendo variedad de estilos, cumpliendo con los pedidos de los clientes, disminuirá los costos de adquisición para el consumidor, ofreciendo una calidad excelente y estara presente en los cambios tecnologicos que se puedan presentar para estar a la vanguardia en la prestación del servicio.

6.1. TIPO DE EMPRESA.

La empresa tendrá su domicilio en la ciudad de Cartagena, estara constituida como una sociedad limitada, mediante escritura publica, se matriculara en el registro mercantil de la camara de comercio de Cartagena y se registrara en la administración de

impuestos nacionales.

6.1.1. EL CAPITAL REQUERIDO.

El capital requerido tendra 2 fuentes: una interna que aportaran los socios, que podra ser dinero en efectivo y/o especies, cuyo capital social corresponde al 21,12% de la inversion total del proyecto.

Una fuente externa que equivale al 78,88 % del total de la inversion.

6.1.2. RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS.

Los socios responderan hasta el monto de sus aportes.

6.1.3. NUMERO DE SOCIOS.

No menos de 2, no mas de 25.

6.1.4. RAZON SOCIAL.

La sociedad girara bajo una denominación o razon social, en ambos casos seguida de la palabra "LIMITADA" o su abreviatura "LTDA" que de no aparecer en los estatutos, hara responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente frente a terceros.

6.1.5. LIBRO DE REGISTROS.

La sociedad llevara un libro de registro de socios, que matriculara en el registro mercantil de la Camara de Comercio, en

el que se anotaran nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación y número de cuotas partes que cada uno posee.

6.1.6. ADMINISTRACION.

Corresponde a todos y cada uno de los socios, quienes podran delegar en sus consocios o extraños.

6.1.7. DURACION.

Es el tiempo definido que se proyecta para una empresa y el cual se debe especificar en la escritura de constitución.

6.1.8. CAUSALES DE DISOLUCION.

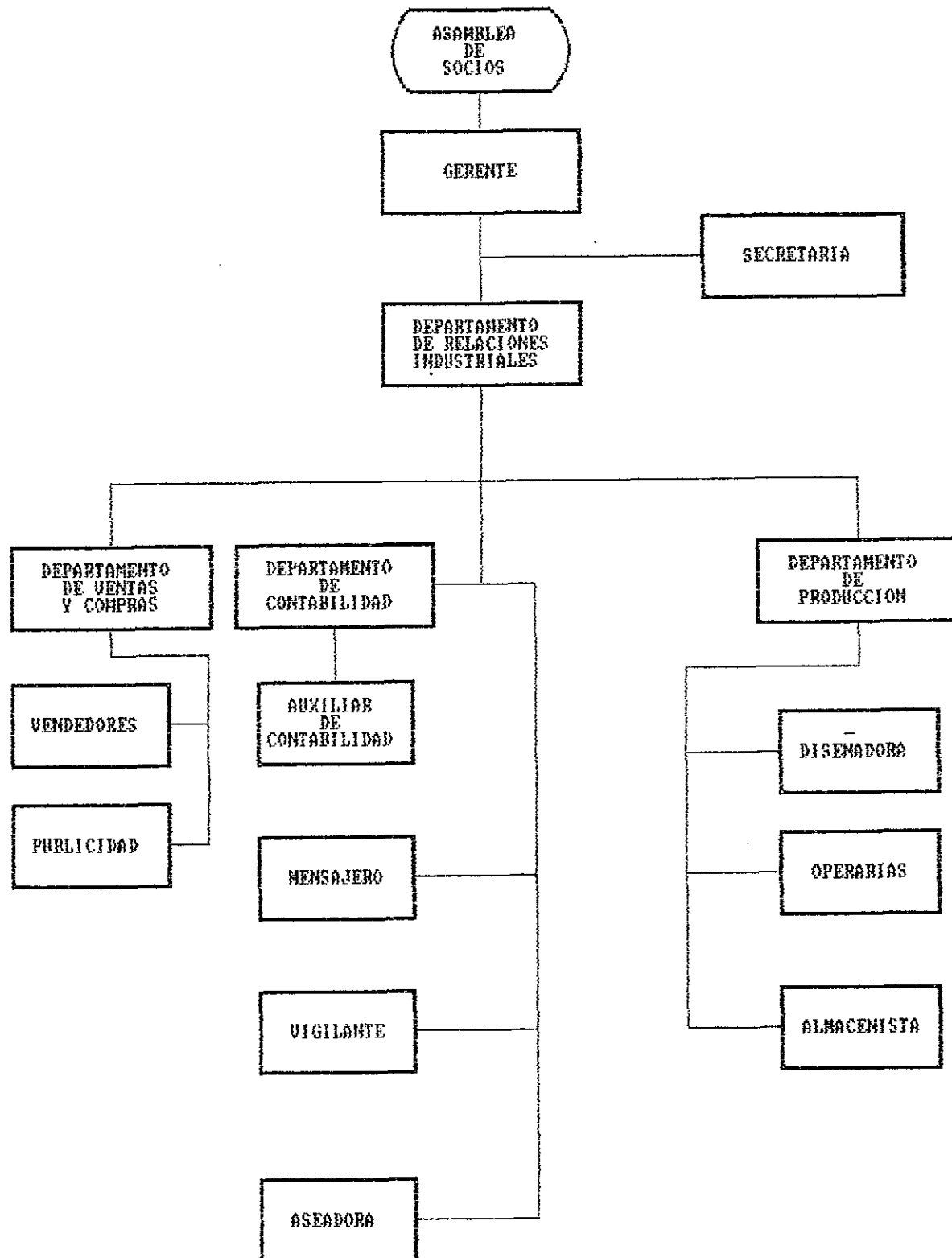
Seran causales de disolución de la sociedad:

Por expiración del termino contemplado en la escritura de constitución, por reducción del número de socios, por pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50%, por desición de los socios, por desición de autoridad y por quiebra de la sociedad.

6.2. FUNCIONES Y REQUISITOS PARA EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA.

Para que en una empresa no se presente la dualidad de funciones, la improvisación, el desorden en el desempeño de las funciones y se puedan reclutar y contratar al personal idoneo, se debe contar con una línea guía que en este caso sera la definición de los

ORGANIGRAMA EMPRESA PRODUCTORA DE SUETERES



cargos y los requerimientos que exige su desempeño.

6.2.1. GERENTE.

Debera ser Administrador de Empresas o estudios en ciencias economicas.

Son funciones del gerente: Planear, Organizar, dirigir y controlar todas las actividades administrativas de la empresa.

6.2.2. SECRETARIA DE GERENCIA.

Debera acreditar certificado en estudios de Secretariado.

Son sus funciones :Colaborar con la gerencia en las actividades de la empresa, archivar la correspondencia. Tendra la función de desempeñar a la vez el cargo de recepcionista, ejecutar actividades correspondientes a mecanografia y correspondencia.

6.2.3. DEPARTAMENTO DE RELACIONES INDUSTRIALES.

Este departamento servira de asesor a la gerencia para que se puedan dar buenas relaciones obrero patronales, para este fin promovera cursos de capacitación en todas las areas de la empresa. Tambien preparara y liquidara la nomina del personal, llevara un control sobre el trabajo que realizan los operarios y demas trabajadores, llevara un registro de cada empleado y propendera en realizar todas aquellas actividades que beneficien el bienestar de los trabajadores en general.

6.2.3.1. DEPARTAMENTO DE COMPRAS Y VENTAS.

Le corresponde proporcionar la materia prima y los insumos necesarios para que se de el proceso productivo, como tambien velar por una óptima comercialización del producto y planear las actividades de mercadeo de la empresa, dirigir las acciones de los vendedores, elaborar pronosticos de ventas y establecer politicas de precios de acuerdo con los procedimientos que se establezcan.

6.2.3.1.1. VENEDORES.

Se requiere para este cargo experiencia minimo de 2 años en cargos similares.

Se encargaran de: Ofrecer, exhibir y vender el producto "SUETERES" en el mercado, proporcionar información y colaboración al jefe del departamento de compras y ventas para de esta forma retroalimentar la empresa con las exigencias de los clientes.

6.2.3.1.2. PUBLICIDAD.

La persona encargada de la publicidad de la empresa dependera directamente del departamento de compras y ventas, se encargara de promover las bondades de la empresa y de sus productos através de actividades de publidad.

6.2.3.2. CONTADOR.

Se requiere profesional con título de contador público.

Se encargara de la contabilidad de la empresa, elaborara y mantendra al dia con la información a la gerencia de la empresa, para tales efectos elaborara los estados financieros oportunamente, se encargara de los asuntos de impuestos que se presenten en la empresa.

6.2.3.2.1. AUXILIAR CONTABLE.

Se requiere certificado que acredite cursos de contabilidad general.

Dependera directamente del contador, sera su asistente.

6.2.3.4. MENSAJERO.

Se requiere para el cargo minimo ser bachiller comercial.

Sus funciones seran las de: Clasificar, registrar, distribuir la correspondencia, documentos y circulares dentro y fuera de la empresa, realizar las consignaciones bancarias, hacer las compras menores y colaborar en las labores varias dentro de la empresa.

6.2.3.5. VIGILANTE.

Se requiere ser bachiller y haber prestado el servicio militar.

Se encargara de :

Vigilar, inspeccionar y controlar la entrada y salida de personas, objetos y vehiculos a la empresa y velar por los bienes de la misma.

6.2.3.6. ASEADORA.

Mantener las dependencias de la empresa en perfecto estado de limpieza.

6.2.4. DEPARTAMENTO DE PRODUCCION.

Este departamento estara encargado del aspecto operativo de producción de la empresa, tendra a su cargo todo lo relacionado con el buen funcionamiento de las maquinas, llevara un registro de los lotes de sueteres de su inspección e informara sobre la producción. Planeara y coordinara la producción.

6.2.4.1.1. DISEÑADOR.

Para este cargo se requiere estudios en Administración y estudios en diseño textil.

El jefe de Producción sera el mismo diseñador y a su vez el cortador. Se encargara de planear la producción y los diseños para las colecciones. Para la parte operativa, recibira la materia prima del almacenista y luego la cortara de acuerdo con los diseños para pasarla posteriormente a la fileteadora #1.

6.2.4.1.1 ALMACENISTA.

Se requiere ser bachiller comercial y acreditar experiencia minima de 1 año.

Sus funciones seran:

Tramitar solicitudes de compra de materias primas e insumos, revisar los pedidos, controlar la entrada y salida de materia prima e insumos, asi como tambien el recibo de productos terminados y su almacenamiento en forma limpia y ordenada.

6.2.4.2. OPERARIOS.

Para estos cargos se requiere certificado en estudios de alta costura, como tambien experiencia minima de 3 años.

Seran funciones de los operarios:

Relizar las labores que se les asignen a cada uno en el proceso de producción de la planta.

6.2.4.2.1 OPERARIO PARA FILETEADORA #1.

Su función sera la de recibir del meson de corte la materia prima para unir hombros y mangas.

6.2.4.2.2. OPERARIO PARA FILETEADORA #2.

Recibe del proceso de la maquina anterior para cerrar las partes laterales.

6.2.4.2.3 OPERARIO DE MAQUINA COLLARINA.

Recibir el producto en proceso proveniente de los pasos anteriores, para colocarles los puños, cuellos y falsos.

6.2.4.2.4. OPERARIO MAQUINA PLANA.

Se encargara de dar al producto en proceso el acabado, osea, pegar los botones, realizar los respuntes, colocar los apliques y lo pertinente con todos los factores necesarios para dar el toque final.

6.2.4.2.5. OPERARIO PARA LIMPIEZA, INSPECCION Y EMPAQUE.

Sus funciones seran:

Retirar todos los hilos y otras partes sobrantes que den un mal aspecto al sueter, inspeccionara la calidad final del producto, separar las unidades defectuosas, empacar en bolsas plasticas y de carton toda la producción diaria, entregar el producto terminado al almacenista de bodega y hacer un informe diario para le jefe de producción.

CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados que arroja el estudio de mercado, que nos muestra claramente la existencia de una demanda insatisfecha, osea, que hay una demanda para el proyecto.

De otro lado existe la disponibilidad de materia prima, recurso tecnico, humano y tecnologico que requiere el proyecto, esto da pie para hablar de las economias de escala que se obtendran al producir de acuerdo a la planeación que se presenta en el estudio.

Desde el punto de vista economico se observa una buena rentabilidad ya que el valor presente neto es mayor que cero, es decir, que el valor actual de los flujos de efectivo, supera el valor de la inversion, tambien se observa que la TIR del proyecto es 67,793 % , osea, un valor muy atractivo.

Tomando en consideración los aspectos anteriormente anotados, podemos concluir que es recomendable la creación de una fabrica de sueteres (camisetas) en la ciudad de Cartagena.



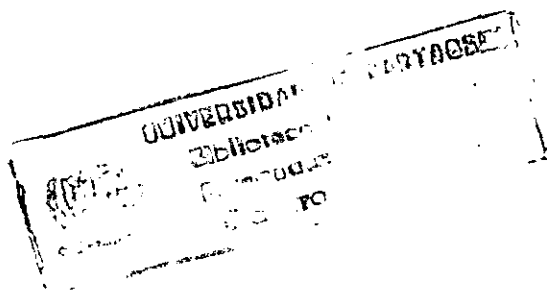
RECOMENDACIONES

Se recomienda orientar las políticas de ventas hacia los resultados que arrojó el estudio de mercado, en cuanto a los motivos y hábitos de compra del consumidor.

Estar al día en el lanzamiento de las colecciones y en su constante innovación.

Ofrecer un servicio eficaz en los despachos y atención a los clientes.

Ampliar la cobertura de producción tratando de penetrar mercados en el resto del país y el extranjero.



BIBLIOGRAFIA

Mercadotecnia, Philip Kotler, Julio de 1987 Mexico.

Ingenieria Economica, Guillermo Baca.

Ingenieria Economica, Anthony Tarquin.

Preparación y evaluación de proyectos, Nassir Sapag Chain,
Reynaldo Sapag Chain.

Contabilidad 2000, Emma lucia Gudiño Davila, Lucy del carmen
Coral Delgado, Junio de 1991, Editorial Mc Graw Hill.

Principios de Administración, George Terry.

Serie aprender a Investigar ICFES.

ENCUESTA COMERCIAL

IDENTIFICACION Y UBICACION

Nombre del Almacén : _____

Organización Jurídica : _____

VENTAS

1. ¿ Qué línea de sueteres vende Usted ?

Manga Larga _____ Manga Corta _____ Sin Mangas _____

Sueteres Largos _____ Sueteres Cortos _____ Otros Cuáles ?

2 . ¿Cuál es la cantidad promedio de unidades vendidas al mes ? Y Cuál el precio promedio ?

Manga Larga _____ Manga Corta _____ Sin Mangas _____

Sueteres Largos _____ Sueteres Cortos _____

Otros _____

3 . ¿ Qué estilo de sueteres vende Usted y en promedio cuántas unidades por estilo ? (Proporción aproximada).

Colores Combinados _____

De un solo color _____

Colores fuertes _____

Sin estampar _____

Estampados _____

Cuello alto _____

Escotados _____

4 . ¿ Cuáles son sus formas de ventas ?

De Contado _____

A Crédito _____

Ambas Formas _____

5 . ¿ Los sueteres que venden se dirigen a personas de ?

Ingresos Altos _____

Ingresos Medio Altos _____

Ingresos Medios _____

Ingresos Medio Bajos _____

Ingresos Bajos _____

6 . ¿ Mediante qué mecanismos establece el precio de ven-
tas ?

Por un porcentaje de ganancias fijas _____

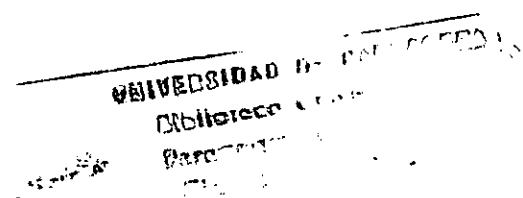
De acuerdo a la abundancia o escaséz _____

Por los precios de la competencia _____

7 . ¿ Las ventas de sueteres son estacionales?

Sí ()

No ()



8 . ¿ Se ha incrementado las ventas en los últimos 5 años?
 Sí () No () En qué % _____

9 . ¿ Dentro de su plan de ventas promocionales Usted ofrece ?

Pague 1 sueter y lleve dos _____

Compre 1 sueter y lleve un obsequio _____

Compre un sueter y lleve un globo promocional _____

Otros _____

10. ¿ Que otro tipo de publicidad tiene Usted ?

Radio _____ Vitrinaje _____ Fachada del edificio _____

Televisión _____ Revistas _____ Hojas volantes _____

Pasacalles _____ Otros ¿ Cuáles ? _____

11. ¿ Los costos de publicidad los asume Usted en su totalidad ? Sí () No () Si no los asume Usted en su totalidad con quién los comparte _____

12. ¿ Se presentan ocasiones en que Usted deja de vender sueteres por falta de ellos en el Almacén ?
 Sí () No () En qué % _____ A qué obedece esta situación ? _____

13. ¿ En la venta de sueteres cuál es el porcentaje de utilidad que Usted considera debe obtener la Empresa para que sea rentable ? _____ y por qué ? _____

14. ¿ Qué sitios de Cartagena vende mayor cantidad de sueteres ? _____

OBSERVACIONES : _____

COMPRAS

- 1 . ¿ Para la compra de los suéteres qué aspecto tiene Usted en cuenta ? Menciónelos en orden prioritario.

Calidad _____ Estilo _____

Precio _____ Financiamiento _____

Marca _____ Moda _____

Cumplimiento en la entrega de pedidos _____

Por solicitud de sus clientes _____

- 2 . ¿ Sus proveedores de sueteres se encuentran en ?

Cartagena _____

Barranquilla _____

Medellín _____

Cali _____

Bogotá _____

Importados _____

Otras ¿ Cuáles ? _____

- 3 . ¿ Qué requisitos exige la Empresa para elegir a sus proveedores ? _____

4 . ¿ Usted realiza sus compras ?

De Contado _____

A Crédito _____

Ambas Formas _____

5 . ¿ Considerando los diseños cuántas unidades en promedio compra Usted mensualmente ?

Colores Combinados _____

De un solo color _____

Colores fuertes _____

Sin estampar _____

Estampados _____

Cuello alto _____

Escotados _____

Otros _____

6 . ¿ Los proveedores actualmente son los mismos con los cuáles se inició la Empresa ? En caso de haber cambiado mencione las razones. _____

- 7 . ¿ Qué dificultades presenta el sueter fabricado en ?
Cartagena _____
Otras regiones del País _____
Importados _____
- 8 . ¿ Interviene Usted ante el productor en el diseño del
sueter ? Sí () No () Explique _____

- 9 . ¿ Le gustaría a Usted contar con una fábrica de suete
res en Cartagena ? Sí () No ()

OBSERVACIONES _____

ENCUESTA DEL PRODUCTOR

La información contenida en el presente cuestionario tiene como objeto conocer las condiciones de la producción de sueteres en Cartagena. Este trabajo se realiza sin vínculos con el Estado.

1 . ¿ Qué tiempo tiene de estar funcionando la Empresa ?

Menos de dos años _____

De dos a cinco años _____

De seis a ocho años _____

de nueve a once años _____

Más de once años _____

2 . ¿ Cuántas personas laboran en esta Industria ?

En producción de sueteres _____

Ventas _____

En producción de otras confecciones _____

3 . ¿ Qué clase de ropa fabrica la Empresa ?

De trabajo _____ De moda _____ De niños _____

Sueteres _____ Todo tipo de confecciones _____

4 . ¿ Con qué cantidad de máquinas y equipos dispone para producir sueteres ?

Fileteadora _____

Máquinas planas _____

Otras ¿Cuáles? _____

5 . ¿ Es suficiente el número de máquinas de que dispone con respecto a la demanda ?

Sí () No () En caso de no ser suficiente
qué cantidad deja de fabricar en promedio mensual ? _

6 . ¿Cuál es la base de sus diseños ?

Sobre pedidos _____

Diseñador _____

Figurines _____

Otros. ¿Cuáles ? _____

7 . ¿ Cuántas unidades de sueteres produce mensualmente ?

8 . ¿ Los sueteres que la Empresa fabrica se dirigen a personas de ?

Ingresos altos _____

Ingresos medio alto _____

Ingresos medios _____

Ingresos medio bajo _____

Ingresos bajos _____

9 . ¿ Qué línea de sueteres fabrica Usted ?

Manga larga _____ Manga corta _____

Sin mangas _____ Sueteres largos _____

Sueteres cortos _____ Sueteres anchos _____

Sueteres angostos _____

Otros. ¿ Cuáles ? _____

10. ¿ De los siguientes estilos cuáles fabrica Usted ? Y en qué cantidad ?

Estampados _____ Cuello alto _____

Sin estampar _____ Escotados _____

De un solo color _____ Colores combinados _____

Colores fuertes _____

Otros _____

11. ¿ Dónde obtiene Usted la materia prima para producir sueteres ?

Fuera del País _____ Dónde _____

Fuera de Cartagena _____ Dónde _____

En el Departamento de Bolívar _____ Dónde _____

12. ¿ Mencione cuáles son las dificultades más frecuentes en la obtención de la materia prima ?

Distancia del productor _____

Dificultades de financiamiento _____

Incumplimiento por parte del productor _____

No se produce en la localidad _____

No se produce en el País _____

Elevación constante de los precios _____

El productor no vende las cantidades que necesita _____

La calidad _____

Otros. ¿ Cuáles ? _____

13. ¿ A qué Empresa compra Usted la materia prima de los sueteres ?

14. ¿ Qué requisitos exige la Empresa para elegir sus proveedores ?

15. ¿ Qué mercados atiende su producción de sueteres ? Y qué porcentaje ?

Local _____

Nacional _____

Internacional _____

16. ¿ Los tipos de pedidos que atiende Usted son ?

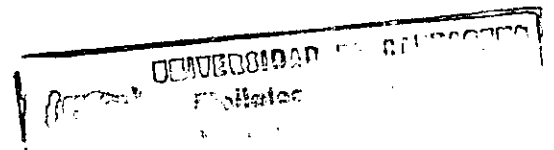
Al detal _____

Mayorista _____

Ambos _____

17. ¿ Cumple la Empresa con el tiempo establecido en los pedidos ?

Siempre _____



Frecuentemente _____

Pocas veces _____

Nunca _____

Por qué ? _____

18. ¿ En órden de importancia mencione los productores que Usted considere son los más importantes ?

Local _____

Nacional _____

Internacional _____

19. ¿ Qué tipo de publicidad utiliza la Empresa ?

Comercial de televisión _____ Comercial de Radio _____

Revistas _____ Periódicos _____ Volantes _____ Vallas

_____ Eventos sociales _____ Avisos en la fachada exte

rior del edificio _____ Cine _____ Otros ¿Cuáles? _____

20. ¿ Los costos de publicidad Usted los asume Sí ()

No () En caso de no asumirlos Usted con quién los

comparte ? _____

21. ¿ Cuáles son los costos y márgen de comercialización ?⁵

22. ¿ En la venta de sueteres, cuál es el porcentaje de utilidad que Usted considera debe obtener la Empresa para que sea rentable ? _____

23. ¿ Mediante qué mecanismos establece el precio de venta ?

Un porcentaje de ganancias fijas _____

De acuerdo a la abundancia o escasez _____

Por los precios de la competencia _____

24. ¿ Considera Usted que fabricar sueteres en un buen negocio ? Sí () No (). Justifique _____

25. ¿ Aceptaría Usted sugerencias de sus clientes ?
Sí () No (). Justifique su respuesta _____

26. ¿ En qué sitios de Cartagena considera que se vende mayor cantidad de sueteres ?

ENCUESTA DEL CONSUMIDOR DIRECTO

1 . ¿ Cuál es el número de personas que conforman su familia ? _____

2 . ¿ Los ingresos totales de sus familias se encuentran entre ?

- \$ 25.000 = \$ 45.000 _____
- 46.000 - 65.000 _____
- 66.000 - 85.000 _____
- 86.000 - 105.000 _____
- 106.000 - 125.000 _____
- 126.000 - 145.000 _____
- 146.000 - 165.000 _____
- 166.000 - 185.000 _____
- 186.000 y más _____

3 . ¿ De estos ingresos qué cantidad destina Usted para la compra de ropa ? \$ _____

4 . ¿ De esta cantidad qué porcentaje dedica a la compra de sueteres ? \$ _____

5 . ¿ Usted para el trabajo o el estudio con más frecuencia le gusta usar ?

Ropa formal _____ Ropa deportiva _____

6 . ¿ Cuántos sueteres compra Usted semestralmente ?

7 . ¿ De las siguientes prendas de vestir cuál es la que más usa los Sábados y Domingos ?

Sueteres _____

Camisas _____

Por qué ? _____

8 . ¿ Cuando Usted compra un sueter el factor más importante de preferencia es ?

Por estar a la moda _____

Por estar fresco _____

Por comodidad _____

Por elegancia _____

Por precios _____

9 . ¿ La característica que determina su preferencia para la compra de sueteres es ?

Manga larga _____ Sueteres anchos _____

Manga corta _____ Sueteres angostos _____

Sin mangas _____ Sueteres cortos _____

Sueteres largos _____ Otros. ¿ Cuáles ? _____

10. ¿ Cuando Usted escoge un sueter le gustan los estilos?

- Estampados _____
- Sin estampar _____
- Colores fuertes _____
- Colores combinados _____
- De un solo color _____
- Cuello alto _____
- Cuello escotado _____
- Otros ¿Cuáles ? _____

11. ¿ Dé algunas razones por las cuáles Usted prefiere comprar camisas ? _____

12. ¿ Cuando hace la escogencia para la compra de sueteres qué característica tiene en cuenta ? Dé su respuesta en órden de importancia.

- Calidad de la tela _____
- La puntada de la costura _____
- El acabado _____
- Decoloración _____
- El diseño _____
- Combinación de colores _____
- Marca del sueter _____
- Marquilla de instrucciones _____
- Otros ¿ Cuáles ? _____

13. ¿ Al comprar un sueter lo hace para una actividad espe-
cífica ? Sí () No () Cuáles ? ___

14. ¿ Ha sido el factor climático determinante para que
Usted compre un sueter ? Sí () No ()
Por qué ? _____

15. ¿ Qué tipo de sueter le gustaría que le ofrecieran ?

16. ¿Cuál de los siguientes lugares de compra escoge usual-
mente ?

- | | | | |
|-----------------------|-------|---------------------|-------|
| Centros comerciales | _____ | Cadena de almacenes | _____ |
| Almacenes de marca | _____ | En el centro de la | |
| Modistas | _____ | ciudad | _____ |
| Vendedores ambulantes | _____ | San andresitos | _____ |
| El mercado de Bazurto | _____ | Otros ¿ Cuáles ? | _____ |

17. ¿ Cuando hace la escogencia para hacer sus compras lo
prefiere por ?

- | | | | |
|--------------------|-------|------------------|-------|
| Mayor calidad | _____ | Mejores precios | _____ |
| Mejor localización | _____ | Calidad y precio | _____ |

Calidad y localización _____ Precio y localización _____

18. ¿ Dé algunas razones por las cuáles Usted escoge para comprar sueteres un lugar determinado ? ¿ Qué factores inciden en tomar su decisión ?

19. ¿ De los siguientes medios de promoción cuál de éstos le ha permitido adquirir sueteres ?

Comercial de Televisión _____

Comercial de Radio _____

Comercial de Prensa _____

Comercial en revistas _____

Vitrinaje _____

Descuento por compras _____

Aviso en la fachada exterior del Almacén _____

Otros ¿ Cuáles ? _____

20. ¿ Le gustaría contar con una fábrica de sueteres en Cartagena ? Sí () No ()

Por qué ? _____

21.- COMPRARIA USTED UN SUETER FABRICADO EN CARTAGENA QUE
REUNA LAS CARACTERISTICAS DE CALIDAD Y PRECIO DE SUETERES
FABRICADOS EN OTRAS PARTES ?

SI ()

NO ()