

**“Factibilidad del Proyecto de Inversión
para la Implementación del Área de
Bordado en Manufacturas CATZ E.I.R.L. en
la ciudad de Trujillo”**

TESIS: PARA OPTAR EL TÍTULO DE: CONTADOR PÚBLICO

AUTORES:

Elsa Julisa Vallejos Catalán

Olga Karina Ramírez Gonzáles

ASESOR: C.P.C. Rolando Agustín De la Cruz Asmat

TRUJILLO – PERÚ 2012

DEDICATORIA . .	1
DEDICATORIA . .	3
AGRADECIMIENTO .	5
AGRADECIMIENTO .	7
PRESENTACIÓN . .	9
RESUMEN .	11
ABSTRACT .	13
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .	15
1.1. EL PROBLEMA . .	15
1.1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA .	15
1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO .	17
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .	17
1.4. HIPÓTESIS .	17
1.5. OBJETIVOS . .	18
1.5.1. OBJETIVO GENERAL .	18
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS . .	18
1.6. LIMITACIONES DEL ESTUDIO .	18
1.7. VARIABLES .	18
1.7.1. VARIABLE INDEPENDIENTE .	18
1.7.2. VARIABLE DEPENDIENTE .	19
1.8. MATERIALES .	19
1.9. MÉTODOS . .	19
1.10. POBLACIÓN Y MUESTRA .	20
1.10.1. POBLACIÓN . .	20
1.10.2. MUESTRA . .	20
1.11. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS, FUENTES E INFORMANTES .	20
1.11.1. FUENTES PRIMARIAS . .	20

1.11.2. FUENTES SECUNDARIAS . .	20
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .	21
2.1. MARCO REFERENCIAL . .	21
2.1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA .	21
2.1.2. MARCO TEÓRICO .	22
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA . .	35
3.1. ASPECTOS GENERALES .	35
3.1.1. RAZÓN SOCIAL .	35
3.1.2. GIRO DEL NEGOCIO .	35
3.1.3. MARCO LEGAL .	35
3.2. ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL PROYECTO .	36
3.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGÁNICA .	36
3.3. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA EMPRESA . .	36
3.4. FUNCIONES DE LAS ÁREAS DE LA EMPRESA .	39
3.5. VISIÓN . .	41
3.6. MISIÓN .	41
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DEL PROBLEMA . .	43
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES .	45
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES .	47
BIBLIOGRAFÍA .	49
ANEXOS .	51

DEDICATORIA

A Dios:

Por bendecirme día a día y guiarme por el buen camino.

A mi Madre:

María Isabel Catalán Herrera por su constante amor, sacrificio, confianza y apoyo en el logro de mis metas.

A mis hermanas:

Que me apoyan en todo momento.

Elsa Julisa Vallejos Catalán

DEDICATORIA

A mi Padres:

Oscar Ramírez Cadenillas y Perla Gonzáles de Ramírez, por su gran corazón y capacidad de entrega, y sobre todo por enseñarme a ser responsable, gracias a ellos he llegado a esta meta.

A mi hermano:

Por su cariño y apoyo en todo momento.

A Dios:

Por los triunfos y momentos difíciles que me ha enseñado a valorarlo cada día más.

Olga Karina Ramírez Gonzáles.

AGRADECIMIENTO

Al CPC. Rolando de la Cruz Asmat, por su valioso asesoramiento y la exigencia durante la elaboración y la ejecución del presente trabajo de investigación.

A mis profesores, por brindarme sus conocimientos en mi formación profesional.

Julisa Vallejos Catalán

AGRADECIMIENTO

A CPC. Rolando de la Cruz Asmat por el apoyo y dedicación en la realización de ésta tesis.

A todas las personas que siempre estuvieron conmigo durante los estudios de mi carrera, por su confianza y lealtad.

Olga Karina Ramírez Gonzáles.

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento con las disposiciones establecidas por el reglamento de grados de Títulos de la Facultad de Estudios de la Empresa de la carrera Contabilidad y Finanzas de la Universidad Privada del Norte de Trujillo, nos es grato someter a vuestra consideración el presente estudio: “Factibilidad del Proyecto de Inversión para la Implementación del Área de Bordado en Manufacturas CATZ E.I.R.L. en la ciudad de Trujillo” con la finalidad de obtener el Título de Contador Público.

Agradecemos las críticas y sugerencias que se hagan al presente trabajo, las que servirán para enriquecerlo y mejorarlo.

Trujillo, Enero 2012.

Br. Elsa Julisa Vallejos Catalán

Br. Olga Karina Ramírez Gonzáles

RESUMEN

El presente trabajo de investigación consta de VI capítulos, el primer capítulo se ha considerado la realidad problemática y la formulación del proyecto con la intención de conocer el porcentaje de participación en el mercado manufacturero y como contribuiría a mejorar los niveles de rentabilidad de Manufacturas CATZ E.I.R.L. de la ciudad de Trujillo. En el segundo capítulo hemos considerado el marco teórico el cual nos da a conocer las pautas que se utilizan para realizar un proyecto de inversión. En el tercer capítulo trata apreciación general de la empresa, ya que de esta forma conocemos como está constituida dicha empresa con el fin de implementar un área más en la empresa. En el cuarto capítulo tratamos de la localización y tamaño de la empresa para conocer la capacidad instalada que tiene actualmente. La ingeniería del proyecto con la intención de conocer las características de la maquinaria para que la empresa vea que se ha hecho una buena inversión. La inversión y financiamiento con la intención de conocer cómo es que la empresa se va a financiar para adquirir la maquinaria e implementar el área de bordado. El presupuesto de ingreso y costos que nos permite conocer los precios y ventas proyectadas, la cual nos ayudará a conocer el desenvolvimiento de la empresa en los próximos 5 años. La evaluación económica y financiera con el fin de conocer los resultados de los estados financieros proyectados. En el quinto capítulo damos a conocer las conclusiones a la cual hemos llegado con el desarrollo de nuestro proyecto. En el sexto capítulo se ha considerado las recomendaciones para que la gerencia de la empresa Manufacturas CATZ E.I.R.L. tenga conocimiento en que debe mejorar para seguir liderando en el mercado.

ABSTRACT

The present research work consists of VI chapters. In the first chapter, it has been included the problem reality and the formulation of the project in order to know the percentage of participation in the manufacturing market and how this would contribute to improve the levels of profitability of Manufactures CATZ E.I.R.L. of Trujillo. In the second chapter, it has been considered the theoretical framework, which lets us know the guidelines that are used to make an investment project. The third chapter is about the general view of the company, so in this way it will be possible to know how it is constituted in order to implement another area. The fourth chapter is about the localization and size of the company in order to know the current installed capacity. The engineering of the project in order to know the characteristics of the machinery for the company to know that it was done a good investment. The investment and financing with the purpose to know how the company will get the financing to buy the machinery and implement the embroidery. The budget of the incomes and costs that permits us know the prices and sales projected, which will allow us know the development of the company within five years. The economic and financial evaluation in order to know the results of the projected financial states. In the fifth chapter, there are the conclusions we have reached with this project. In the sixth chapter, it has been considered the recommendations to inform about the aspects that the management of the company Manufacturing CATZ E.I.R.L. has to improve in order to continue been the number one in the market.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. EL PROBLEMA

1.1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

El subsector confecciones representa el 2.7% del Producto Bruto Interno (PBI) y además tiene una participación del 13% de la producción total manufacturera en nuestro país.

El sector textil en el Perú es considerado como uno de los motores de desarrollo y uno de los mayores generadores de empleo; por ello, es necesario analizar la evolución de dicho sector.

El sector textil ha mostrado un crecimiento sostenido desde el año 2004 hasta el año 2008. Sin embargo, en el año 2009, ha comenzado a mostrar señales claras de desaceleración. De esta manera, al tercer trimestre de 2009, se puede apreciar un fuerte retroceso de las exportaciones y de la producción nacional, debido a la menor demanda mundial producto de la crisis financiera internacional y por los menores precios de venta de los productos finales. Si bien, la coyuntura actual no es auspiciosa para el sector, el futuro del mismo podría mostrar un gran dinamismo debido al crecimiento de la economía nacional y a los beneficios otorgados a través de los tratados de libre comercio firmados

con EEUU, Canadá, Singapur, entre otros; siempre y cuando las empresas puedan responder con los niveles de inversión y productividad necesarios para satisfacer la demanda internacional.

Si bien es cierto el rubro ha venido experimentando contracciones debido a las coyunturas de la economía nacional e internacional, la producción de textiles y confecciones se está recuperando y podría crecer hasta en 10% en el 2010 en la medida que se incremente la demanda del mercado internacional según un informe preparado por la Sociedad Nacional de Industrias (SNI): “Este año el sector textil y confecciones del país se vio fuertemente afectado por la crisis financiera internacional pero estamos viendo mejores señales para el 2010 y creemos que el sector se recuperará entre ocho y diez por ciento”, indicó el gerente del Comité Textil de la SNI, Martín Reaño.

Agregando además que el año 2009 fue muy bueno para el sector, que llegó a exportar textiles y confecciones por un valor de 2,000 millones de dólares, y además pagó 225 millones de nuevos soles en tributos internos: “Este año pensamos que se exportarán textiles y confecciones peruanos por unos 1,300 millones de dólares y el próximo año, con la recuperación de la economía mundial y de nuestros principales compradores, alcanzaremos unos 1,700 millones de dólares”, puntualizó.

El 27% de las exportaciones no tradicionales corresponden a este rubro, además en lo que va del 2009 las exportaciones del sector han caído en 28%, tras registrar cinco años consecutivos de sólido crecimiento: “A pesar de todo, son las exportaciones de confecciones las que siguen impulsando la actividad de toda la cadena de valor agro – textil – confecciones”, manifestó durante la conferencia “Industria Textil, sector que genera valor agregado y empleo en el Perú”.

El 41% de las exportaciones peruanas de textiles y confecciones se dirigen a Estados Unidos, el 24% Venezuela y el 36% restante a otros mercados.

Reaño consideró que en el 2010 habrá una lenta recuperación de la producción y de las exportaciones textiles, pero condicionada a la evolución de la crisis internacional: “Fortaleceremos la cadena productiva en su conjunto pues es importante actuar en función de la cadena de valor y evitar que se siga afectando a alguno de los eslabones. También se debe resolver el problema del algodón con la participación de todos los involucrados”.

Manufacturas CATZ E.I.R.L. es una empresa dedicada a la industria de las confecciones en general, teniendo como principal nicho de mercado el compuesto por las instituciones educativas de la localidad y de la región. Debido a que la empresa viene creciendo en capital y en posicionamiento de mercado, es que se vienen tejiendo ideas que puedan permitir establecer ventajas competitivas y que generen a su vez un mayor beneficio de la organización y por ende la satisfacción de sus clientes.

Desde el inicio de sus actividades en el año 2005 se ha tenido una creciente demanda, lo cual se demuestra con un volumen de ventas anuales en el 2010 de S/. 500,000 y en el 2011 S/.570,000, teniendo en cuenta que el producto con mayor demanda en la empresa han sido los juegos de buzos escolares, que año a año utilizan las instituciones educativas, con innovaciones que le dan a las prendas mayor elegancia y distinción, es por ello que según han venido evolucionando las tendencias, se dejaron

de lado las antiguas aplicaciones y estampados para dar pase a los bordados computarizados, lo cual en la actualidad genera un cuello de botella en el proceso productivo de la empresa además de generar mayores costos y dificultades, debido a la calidad de los mismos.

Los tiempos que demanda actualmente bordar 1,000 buzos es de 2.5 días, y con la implementación del área de bordado tan solo se realizaría el trabajo en 1.92". Asimismo, los costos bajarían de s/.2.50 a s/.0.80 por buzo bordado. También necesitaríamos aumentar nuestra mano de obra a 2 personas para el área de bordado.

Teniendo todos los aspectos señalados anteriormente, podemos afirmar que frente al alto grado de competitividad que se vive en el mundo empresarial y teniendo en cuenta que la gestión de la organización impulsa la diferenciación, afirmamos que la implementación del área de bordado en la empresa, influirá positivamente en el mercado.

1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La presente investigación se justifica porque:

- Facilitará la toma de decisiones para la mejora del sistema productivo de Manufacturas CATZ E.I.R.L. de la ciudad de Trujillo.
- Permitirá elevar los índices de productividad de Manufacturas CATZ E.I.R.L. de la ciudad de Trujillo.
- Contribuirá a mejorar los niveles de rentabilidad de Manufacturas CATZ E.I.R.L. de la ciudad de Trujillo.
- Servirá como antecedente para futuras investigaciones en el rubro de las confecciones y contribuirá con ello al fortalecimiento de las Pymes en nuestro país.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La factibilidad del proyecto logrará una ventaja competitiva en la reducción de costo, tiempo de entrega y mejora de la calidad del producto en el área de bordado de Manufacturas CATZ E.I.R.L. en la ciudad de Trujillo?

1.4. HIPÓTESIS

H1: Es factible técnica, económica y financieramente la implementación del área de bordado en Manufacturas CATZ E.I.R.L. en la ciudad de Trujillo.

H0: No es factible técnica, económica y financieramente la implementación del área de bordado en Manufacturas CATZ E.I.R.L. en la ciudad de Trujillo.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Demostrar que es factible técnica, económica y financieramente la implementación del área de bordado en Manufacturas CATZ E.I.R.L. en la ciudad de Trujillo

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Diagnosticar la situación financiera de la Empresa en cuanto a rendimiento en sus ventas, producción y entrega.
- b. Estructurar y desarrollar las etapas del proyecto.
- c. Comparar la situación financiera actual con el resultado final del proyecto.

1.6. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Para la realización de la presente investigación se han encontrado las siguientes limitaciones:

- a) La actual situación económica del país hace que se cree incertidumbre para invertir en activos fijos de las empresas.
- b) Incertidumbre ante el desconocimiento de las próximas políticas económicas que se aplicarán en el país, posteriores al cambio de gobierno.
- c) La escasa liquidez del sector que impide la calificación y acceso al sistema financiero de manera más ágil y con mejores condiciones de crédito.
- d) Tiempo compartido entre actividades académicas, laborales y de investigación

1.7. VARIABLES

1.7.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Implementación del Área de Bordado.

1.7.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Factibilidad económica y financiera.

1.8. MATERIALES

Los materiales utilizados en el presente estudio están conformados por información obtenida de diversos medios de investigación. La información más importante referente a los consumidores potenciales se efectúa de manera directa.

El análisis de mercado se hace mediante un estudio de la demanda y la oferta del mercado local de nuestro producto y del servicio que deseamos prestar a terceros.

Para los asuntos concernientes al tamaño del proyecto y localización se tomarán en cuenta criterios como: monto de capital invertido, suficiencia de la demanda, tecnología del equipo a adquirir, disponibilidad de recursos, etc.

Respecto a la ingeniería del proyecto, son tratados con el nivel de detalle que el tipo de estudio y las características de la actividad lo requieren.

En lo concerniente a la organización y administración se toma en cuenta la naturaleza de la actividad y de acuerdo al interés del promotor del proyecto.

Los aspectos de inversión y de financiamiento son estudiados con el detalle necesario.

Los costos y los ingresos se calculan en función a los indicadores que van siendo obtenidos en cada una de las etapas anteriores.

La elaboración de los estados financieros se realiza utilizando resultados de las fases previas quienes concentran todos los flujos monetarios que sirven de base para la evaluación del proyecto.

La aplicación de criterios técnicos para evaluar la rentabilidad del proyecto, mediante el VAN, TIR, WACC y punto de equilibrio, permitirán el logro del objetivo central que es determinar la factibilidad de inversión para la Implementación del Área de Bordado en Manufacturas CATZ E.I.R.L. de la ciudad de Trujillo.

1.9. MÉTODOS

Se empleó métodos de:

- Deducción, para a partir del estudio de mercado determinar el tamaño y ubicación

adecuada del área de bordado.

- Inducción, pues a partir del tamaño óptimo se estableció los requerimientos indispensables para la ejecución del proyecto.

1.10. POBLACIÓN Y MUESTRA

1.10.1. POBLACIÓN

Todas las pequeñas y microempresas dedicadas a la confección en la ciudad de Trujillo.

1.10.2. MUESTRA

Manufacturas CATZ E.I.R.L. de la ciudad de Trujillo.

Bajo los siguientes criterios de inclusión:

- Disponibilidad de Información.
- No tener implementada un área de bordado.

1.11. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS, FUENTES E INFORMANTES

1.11.1. FUENTES PRIMARIAS

Observación:

Se observa el comportamiento de compra de los consumidores que son en su mayoría clientes de la empresa y de los potenciales clientes.

1.11.2. FUENTES SECUNDARIAS

Revisión Bibliográfica:

Libros Electrónicos, Libros sobre proyectos de inversión, Marco Macroeconómico Multianual elaborado por el Ministerio de Economía y Finanzas, otros Libros de Consulta.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. MARCO REFERENCIAL

2.1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

- Castillo García, Ana Paula (2005 / U.N.T.) en su tesis: El arrendamiento financiero como Alternativa de Financiamiento, concluye que: “el Leasing es una alternativa de financiamiento que está diseñado especialmente para los planes de expansión y renovación de pequeñas empresas, porque incluye tasas aceptables y cómodas cuotas que le permitirá modernizar su activo fijo”.
- Alcántara Vásquez, Ruperto (2004 / U.C.V.) en su tesis: La utilización del Leasing Financiero como una alternativa de apalancamiento financiero concluye que: “... una de las principales ventajas del leasing es adaptarse a las múltiples exigencias o requerimientos de las empresas, generando beneficios financieros y tributarios. Por las ventajas que brinda, como tasas de interés, cuotas periódicas, que favorece la modernidad de los activos fijos de las pequeñas empresas”.
- Pérez Aliaga, Susan Judith (2004 U.P.N. / T) en su tesis: Evaluación financiera para

el crecimiento y Expansión de una Empresa, concluye que: “...Las empresas para seguir creciendo necesariamente requieren de financiamiento de terceros para inversión en activos fijos pagaderos a largo plazo de tal manera que no afecte el desarrollo normal de las operaciones, por lo que previamente se debe elaborar un proyecto de financiamiento para no poner en riesgo su patrimonio actual sin una evaluación adecuada”.

2.1.2. MARCO TEÓRICO

2.1.2.1. PROYECTO DE INVERSIÓN

a) Definición

Los proyectos de inversión, pretenden identificar y analizar en forma cuantitativa y cualitativa los costos y beneficios de una idea o alternativa de inversión a fin de determinar las ventajas y desventajas de asignarle los recursos necesarios para el desarrollo de la misma.

Se trata de determinar anticipadamente los factores internos y externos que afectan (o pueden afectar) el desarrollo de una inversión. Entre los determinantes internos más importantes se encuentran:

- Las capacidades gerenciales y organizativas de los directivos.
- La capacidad de endeudamiento de la empresa.
- Los recursos humanos y materiales.
- El mercado objetivo (target), las estrategias comerciales y la política de ventas.

Por otro lado, los determinantes externos más importantes son las relaciones con el Estado, la legislación, el medio ambiente, la competencia, el mercado.

b) ¿Para qué sirven y por qué prepararlos?

Sirven para que el (los) promotor (es), los inversionistas o financistas y cualquier otra institución involucrada e interesada puedan tomar decisiones sobre la viabilidad y conveniencia de la idea.

Además, los proyectos se pueden constituir en excelentes instrumentos de negociación para la consecución de socios, inversionistas y financiamiento para el mismo.

Entre las razones que justifican la elaboración de estos estudios están las siguientes:

- Determinar las condiciones óptimas (de mercado, inversión, localización, financiamiento, entre otras) para el buen desarrollo o viabilidad del proyecto.
- Estimar la magnitud de los beneficios y riesgos del proyecto.
- Introducir rigurosidad y objetividad en la evaluación de las alternativas de inversión.

La formulación de proyectos de inversión consiste en proyecciones de los resultados esperados de una decisión presente bajo consideraciones y supuestos mediamente predecibles.

La preparación y evaluación de proyectos de inversión permite determinar la viabilidad comercial, técnica (posibilidades materiales de producción), legal organizacional y financiera.

c) Clasificación de los Proyectos de Inversión

Los proyectos de inversión pueden ser divididos en dos clases:

Proyectos de inversión pública: Buscan cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas empleadas por programas de apoyo. Los términos evolutivos estarán referidos al término de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

La evaluación social de inversión se lleva a cabo cuando se trabajan proyectos que “pertenecen” y benefician a la comunidad en conjunto. Dada la naturaleza de dichos proyectos, su formulación y/o evaluación amerita consideraciones especiales, precios, costos, beneficios y otras evaluadas con criterios de bienestar social.

Proyectos de inversión privada: Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

La evaluación privada de inversión es determinar la viabilidad (rentabilidad) de un proyecto privado en un contexto común.

d) Etapas de la Evaluación de Proyectos de Inversión

Los proyectos de inversión suelen ser clasificados de acuerdo a la cantidad de información que presenten.

Podemos entonces mencionar entonces las siguientes etapas:

Etapas en la fase de Pre Inversión en un proyecto

- a. Idea
- b. Perfil de un proyecto
- c. Estudio de pre factibilidad
- d. Estudio definitivo

Fuente:

<http://economia.unmsm.edu.pe/.../01%20Presentacion%20FEP%20Etapas.ppt>

Cuadro N° 2.1. Las Etapas de un Proyecto de Inversión

Debemos tener en cuenta que no todos los proyectos tienen que ceñirse necesariamente a las etapas anteriormente enumeradas, pues existen proyectos cuyas características les permiten seguir una secuencia diferente al flujo normal de desarrollo.

2.1.2.2. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

a) Estudio de Mercado

El objetivo del estudio de mercado es el de estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinado precio. Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un período convencional (un mes, año y otro).

I. Estructura de Mercado

El conocimiento del mercado es muy importante en la preparación y elaboración de un proyecto de inversión.

El desarrollo futuro del proyecto está sustentado en gran medida, en el desarrollo comercial del negocio y por lo tanto en el entendimiento y conocimiento del mercado. Los proyectos fracasan principalmente por esta deficiencia: desconocimiento de la dinámica de los mercados.

Se debe descubrir cuáles son las necesidades reales y potenciales de los futuros clientes y consumidores del proyecto. Brindando bienes y servicios alineados a tales características específicas del mercado.

II. Demanda

Desde el punto de vista de Marketing, se entiende por demanda al deseo respaldado por la capacidad monetaria de los consumidores o clientes.

La demanda por un producto está determinada por las siguientes variables: precio del producto, gustos y preferencias de los consumidores, precio de los productos sustitutos y complementarios en el consumo. Otras variables relacionadas con la demanda son la moda, la tecnología de producción, la estructura del mercado y sus tendencias, los dispositivos y reglamentaciones sobre algunos aspectos (el ambiente, la seguridad o límites para usar insumos (por citar un ejemplo), los hábitos de consumo (los productos orgánicos, los productos biológicamente puros, entre otros), el clima, etc.

Proyección de la demanda

Para garantizar la estabilidad del proyecto es necesario encararlo sobre un punto de vista dinámico haciendo proyecciones de cantidades y precios. Esto debido a que las condiciones actuales pueden modificarse en función de: Variaciones de los precios relativos y/o innovaciones tecnológicas.

III. Oferta

La oferta está determinada por el precio de los insumos, la tecnología de producción, el clima, el precio de los productos sustitutos o complementarios en el consumo, las importaciones, entre otros factores.

IV. Estrategia Comercial y de Competencia

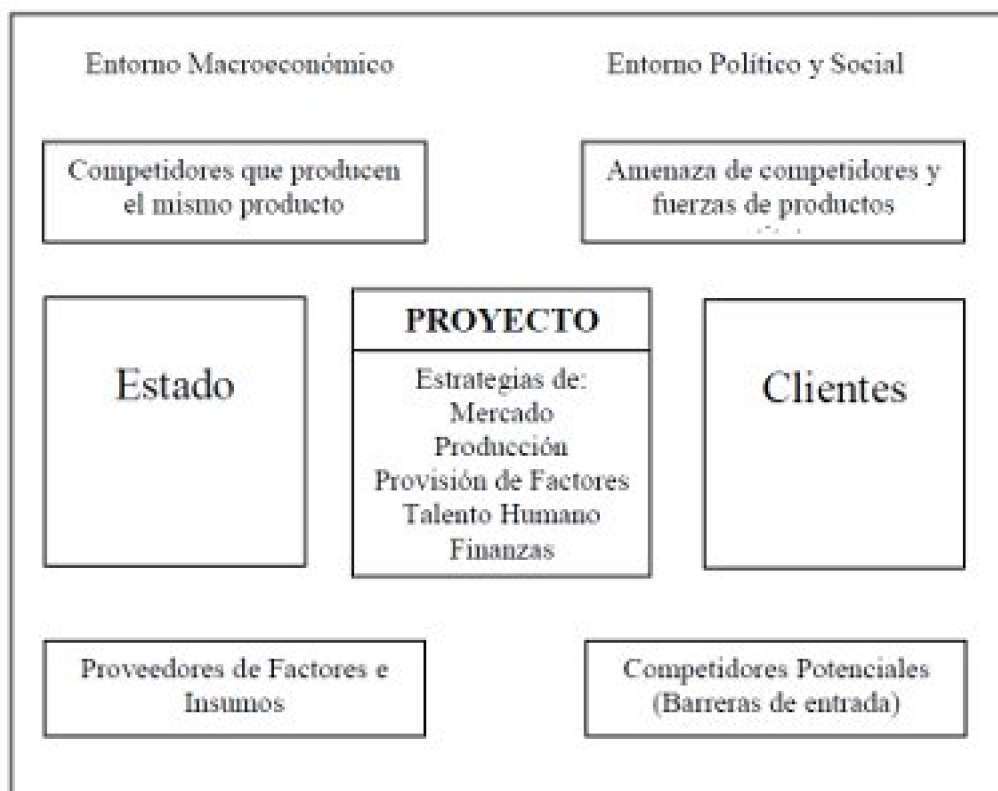
Lo importante de analizar el mercado competidor es diseñar una estrategia de competencia la cual nos permitirá permanecer en el mercado y hacer frente a la competitividad del mismo.

El diseño de la estrategia competitiva es la parte más importante en la evaluación de cualquier proyecto, así como el análisis del entorno macroeconómico que permitirá identificar y aprovechar las oportunidades de inversión potenciales o aun no existentes.

Al elaborar un proyecto de inversión es muy importante la definición de la estrategia competitiva sobre la base de firmes conceptos microeconómicos.

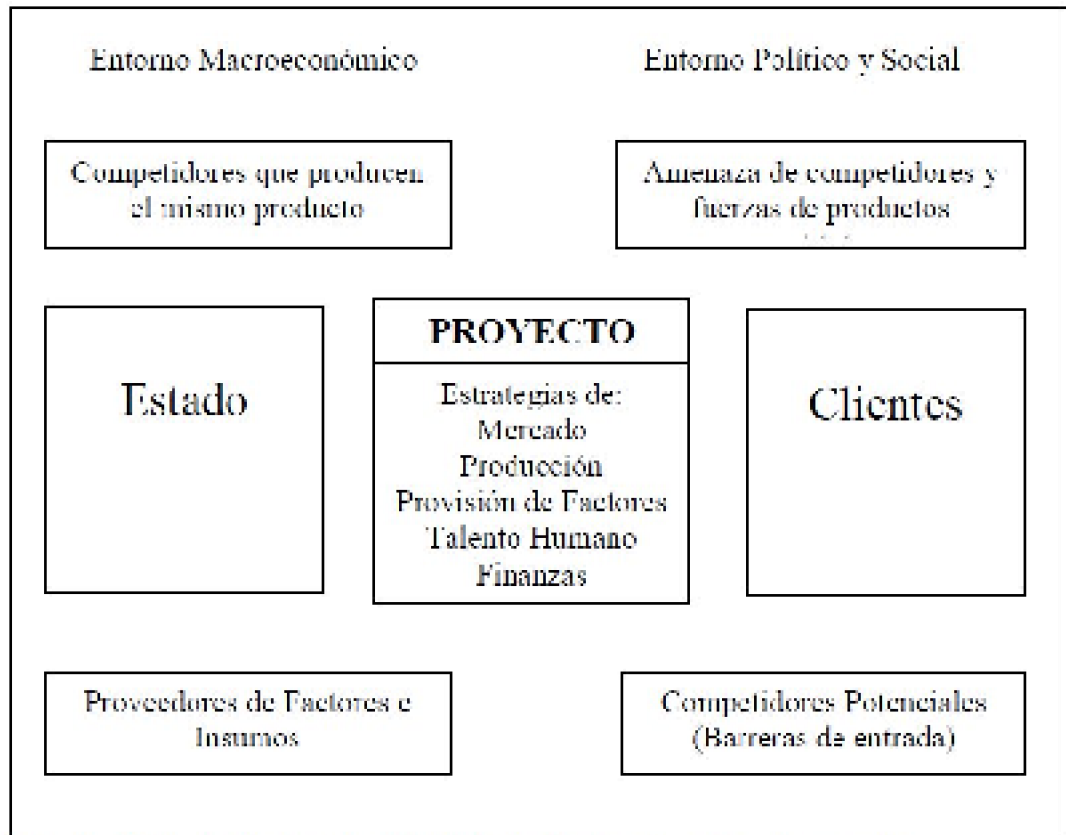
No es suficiente la simple identificación de oportunidades de inversión, pues estas podrían tener un período corto de duración.

La evaluación de un proyecto debe indicar también la durabilidad de tales oportunidades así como sugerir acciones para que la estrategia competitiva de lugar a claras y sostenibles ventajas.



Fuente: Kafka, Folke, *Evaluación Estratégica de proyectos de inversión*, Universidad del Pacífico, Lima, 1993, Pág. 148

El diseño de la estrategia competitiva.



Fuente: Kafka, Folke, *Evaluación Estratégica de proyectos de inversión*, Universidad del Pacífico, Lima, 1993, Pág. 148

Respecto a la estrategia comercial debemos resaltar que el primer paso, y el más importante es seleccionar el mercado hacia el cual estará enfocado el proyecto. A continuación debemos definir, por lo menos las siguientes políticas: de precios, de producto, de distribución y comunicación. Una especial atención merece el tema de la distribución. Los canales de distribución pueden ser directos o de intermediación. La distribución será intensiva o extensiva.

La comunicación se realiza mediante la publicidad y la promoción. La publicidad pretende atraer a los clientes a los puntos de venta mediante anuncios publicitarios y toda clase de promociones.

b) Estudio Técnico – Productivo

I. Tamaño del Proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un período de tiempo que se considere normal.

El tamaño real puede ser inferior al 100% de la capacidad teórica de los equipos debido a:

- Insuficiencia de la demanda.
- Mantenimiento de unidades de reserva.
- Falta de perfecta complementariedad entre los centros de producción.

El tamaño puede ser expresado también por:

- Número de obreros empleados.
- Monto de capital.
- Unidades especiales.

II. Localización Geográfica

La localización óptima es aquella que permite obtener la máxima tasa de rentabilidad o el costo unitario mínimo que enfoca el criterio social.

La localización está condicionada por el comportamiento o grado de influencia de las fuerzas locacionales, o sea las variables que se orientan a determinar la distribución geográfica de las inversiones.

Las fuerzas locacionales más importantes son:

- Cuentas de fletes o suma de los costos de transportes de insumos y productos.
- Disponibilidad y costos relativos a los recursos.
- Beneficios fiscales y legales.
- Disponibilidad de terrenos y edificios.
- Políticas de desarrollo industrial.
- Economías de aglomeración.
- Condiciones generales de vida.
- Clima y factores irracionales.
- Entre otras.

De acuerdo a las características de localización las industrias pueden ser clasificadas en:

- Orientadas para el mercado.
- Orientadas para las materias primas.
- Orientadas para la mano de obra.
- Metropolitanas.
- De localización independiente.

III. Ingeniería del Proyecto

En este aspecto es específico para cada proyecto, varía según la naturaleza de cada

caso y comprende los procesos de producción, instalación, disposición de plantas y construcciones.

El estudio de este tema es de gran importancia, puesto que de la eficiencia con que sea empleada la Técnica de la "Ingeniería del Proyecto" depende el éxito o fracaso de una empresa; naturalmente que todo está sujeto a la naturaleza de cada proyecto.

IV. Organización Legal

La organización en una empresa tiene la finalidad de coordinar de forma racional las actividades de las personas involucradas en ella y que intentan alcanzar o conseguir un fin, mediante la división de funciones y trabajo a través de una jerarquía de la autoridad y de la responsabilidad.

c) Estudio Económico – Financiero

I. Inversiones

Las inversiones de un proyecto se definen como la representación total de los recursos asignados a su realización en los períodos de:

- Montaje – Capital fijo
- Funcionamiento – Capital fijo más capital de trabajo

La inversión en un proyecto puede ser distribuida en dos grupos:

La inversión en infraestructura física

La cuantificación de la inversión en infraestructura física no es mayor problema. Para determinar el valor de maquinaria, equipo, herramientas y construcciones nuevas se solicitan proformas y cotizaciones. En el caso de maquinaria y equipos usados, estos se valorizan a precio de mercado.

Las fuentes más usuales para conseguir este tipo de información son los profesionales especialistas, empresarios del sector, casas comerciales, gremios, directorios y publicaciones especializadas.

La inversión en el capital de trabajo

El capital de trabajo está definido como la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente. Sin embargo esta definición en términos de evaluación de proyectos no resulta muy útil.

El valor del capital de trabajo depende de los siguientes factores:

- Existencias de materias primas y materiales secundarios.
- Existencias o promedio de cantidades de materiales en proceso de elaboración, que dependen de las características técnicas del proyecto.
- Crédito activo por anticipos a proveedores de materiales, ventas a crédito. Esto depende de las condiciones de oferta de materias y primas y demanda de los productos de la empresa.
- Valor de la reserva monetaria que es necesario mantener para pago mensual de su

mano de obra, energía, etc. Puede ser estimado en función del conocimiento de la estructura de costos de la empresa.

II. Presupuestos y costos del proyecto

El presupuesto representa el verdadero valor, lo que más exactamente posible puede lograrse al seguir un criterio recto de aplicación del mismo, basado en cálculos aproximados, la correcta estimación de costo e ingreso es muy importante para la evaluación del presupuesto del proyecto, el cual nos permitirá estimar:

- Rentabilidad del proyecto.
- Punto de nivelación.
- Importancia relativa a los diferentes rubros de costos lo que puede influenciar en las decisiones relativas a tamaño, localización y financiamiento.
- Contribución del proyecto para el aumento del empleo y del ingreso nacional, hitos fundamentales para la evaluación macroeconómica.

Los elementos que deben ser considerados en el presupuesto de costos e ingresos son:

- Precios de cantidades físicas de los insumos.
- Precios por cantidades físicas de bienes terminados.
- Posibles fluctuaciones en la utilización de la capacidad instalada.

III. Financiamiento

El objetivo del estudio financiero de los proyectos es determinar la forma de captación de los ahorros necesarios para realizar las inversiones.

Las fuentes para el financiamiento son diversas:

- Fuentes no convencionales de financiamiento, aquellas que no pertenecen al sistema financiero (agencias de cooperación internacional, embajadas, organismos no gubernamentales, etc.)
- Fuentes convencionales de financiamiento, pertenecen al sistema financiero nacional.

IV. Estados Financieros y Flujos de caja

Balance General

Es un documento que presenta en forma breve y ordenada la información de la empresa para expresarnos la situación de la misma en un momento determinado.

Está comprendido por tres grandes rubros:

- Activos
- Pasivos
- Patrimonio

Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es la información ordenada de la empresa que expresa el resultado en determinado período de gestión.

Está constituido por las cuentas de resultado: venta (ingresos), compras, costo, gasto, depreciación.

Se cumple la siguiente relación:

$$\text{Ingresos} - \text{Egresos} = \text{Utilidad o Ganancia}$$

Flujo de caja

Es el resumen cuantificado de toda la idea del negocio. Este nos proporciona toda la información necesaria para la toma de decisiones sobre la idea que se está evaluando.

El flujo de caja está compuesto por las cuentas de ventas, compras, compras de inversión, costos, gastos y amortización de la deuda (si la hubiera).

- Evaluación económica en el Flujo de Caja
- A partir de los dos primeros componentes del flujo de caja, es decir ingresos y egresos, es posible construir el flujo de caja económico.
- Evaluación financiera en el Flujo de Caja
- Se refiere a la evaluación de las condiciones de financiamiento a las que el proyecto espera acceder.

Utilidad del Flujo de Caja

A partir del flujo de caja es posible:

- Determinar la rentabilidad del proyecto.
- Discriminar y cuantificar las fuentes de ganancias del proyecto y especificar el aporte a la rentabilidad total de proyecto.
- Determinar el período de recuperación de la inversión.
- Determinar los períodos de amortización convenientes y otras condiciones de financiamiento.
- Nos permite hacer simulaciones respecto a las diferentes y principales variables del proyecto.

V. Indicadores de Rentabilidad

Costo de Oportunidad (COK)

Es el rendimiento esperado de la mejor alternativa de inversión con igual riesgo. El COK nos ayuda a saber si existe alguna alternativa mejor, con igual riesgo, en la cual se

podría invertir.

La determinación del COK depende del grado de riesgo y del número de oportunidades que se tiene para invertir el capital en otras consideraciones como la disposición del inversionista de arriesgar y del conocimiento que pueda tener del mercado de capitales.

Valor Actual Neto (VAN)

Nos permite determinar si un proyecto es rentable o no. El concepto se sustenta en que cuando compramos un bien y lo vendemos a un mayor valor decimos que hemos ganado, es decir, existirá ganancia cuando el valor de venta supere a la inversión realizada.

El VAN representa la suma de los resultados del ejercicio de la actividad en cada período. Resultados que han sido actualizados, es decir se trasladan al presente los resultados del flujo de caja para cada período, independiente de si estos son positivos o negativos.

Su fórmula es:

$$VAN = -A + \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1 + COK)^t}$$

Donde:

A = valor de la inversión

n = vida útil del proyecto

t = tiempo

FC = flujo de caja

COK = costo de oportunidad del capital

Se dice que un proyecto es rentable cuando el VAN es mayor a cero. La interpretación es la siguiente: el valor actual neto es la suma de los resultados negativos como los positivos. Si los flujos positivos son mayores que los flujos negativos, entonces diremos que el proyecto es rentable para un determinado número de períodos.

Tasa Interna de Retorno

La TIR es un porcentaje que indica la rentabilidad promedio por período.

Se dice que un proyecto es rentable cuando la TIR es mayor que la COK.

Relación Beneficio/Costo

Es otro de los indicadores de rentabilidad que señala en qué medida los beneficios futuros superan la inversión inicial.

Es decir, es el VAN de los flujos económicos o financieros de los períodos de operación dividido entre la inversión inicial

Período de Recuperación de Capital

Este indicador de rentabilidad mide el momento en que se recupera la inversión. Para determinar el período de recuperación es necesario construir el flujo de caja acumulado, El flujo de caja acumulado suma aritméticamente los saldos del flujo de caja financiero. Se determina el período de recuperación cuando el flujo de caja acumulado cambia de signo.

Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE)

Mide lo que la empresa obtiene como beneficio por cada unidad monetaria invertida de fondos propios (patrimonio).

Retorno sobre los Activos (ROA)

Se entiende como el nivel de utilidades que genera cada unidad del activo total de la empresa.

d) Viabilidad comercial

Esta nos indicará si el mercado es o no sensible al bien o servicio producido por el proyecto.

Es una herramienta de la formulación de proyectos que identifica la demanda de individuos, empresas u otras entidades económicas a fin de diseñar la mejor oferta, tal que permita la puesta en marcha de un proyecto y satisfaga las necesidades o elimine un problema de un grupo de involucrados.

Los objetos de la viabilidad comercial son:

- El producto
- El consumidor
- El mercado
- La Responsabilidad social.

e) Viabilidad técnica

Estudia las posibilidades materiales, físicas o químicas de producir el bien o servicio que desea generarse con el proyecto.

f) Viabilidad legal

Estudia las restricciones de carácter legal que impedirían el funcionamiento del proyecto en los términos previstos, no haciendo recomendable su ejecución.

g) Viabilidad de gestión

Muchos proyectos fracasan por la falta de capacidad administrativa para emprenderlo, por eso se debe determinar si existen las condiciones mínimas necesarias para garantizar la implementación del proyecto.

CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

3.1. ASPECTOS GENERALES

3.1.1. RAZÓN SOCIAL

Manufacturas CATZ E.I.R.L.

3.1.2. GIRO DEL NEGOCIO

Confecciones en General

3.1.3. MARCO LEGAL

A) Legislación Tributaria

Sistema Tributario:

Obligaciones Tributarias:

B) Contribuciones Sociales

Régimen de Prestaciones de Salud (RPS)

Administradora de Fondo de Pensiones (AFP)

Sistema Nacional de Pensiones (ONP)

3.2. ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL PROYECTO

3.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGÁNICA

A) Órganos de Dirección

- Junta General de Accionistas
- Directorio

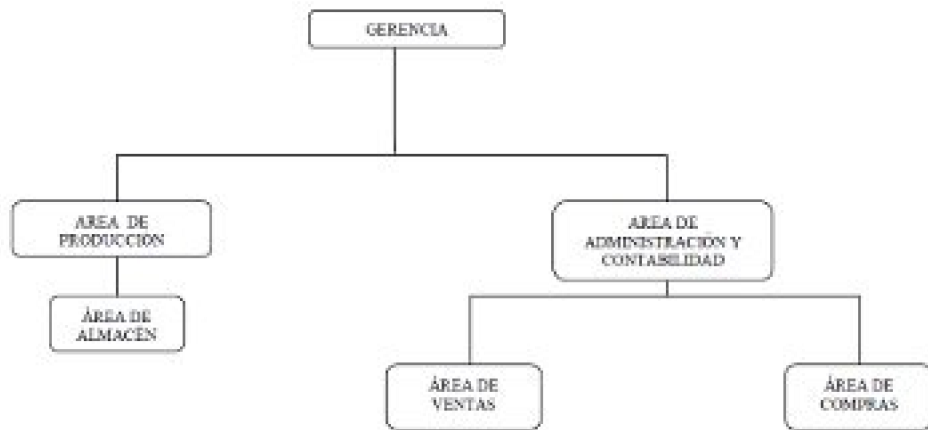
B) Órganos de Administración

- Gerencia General

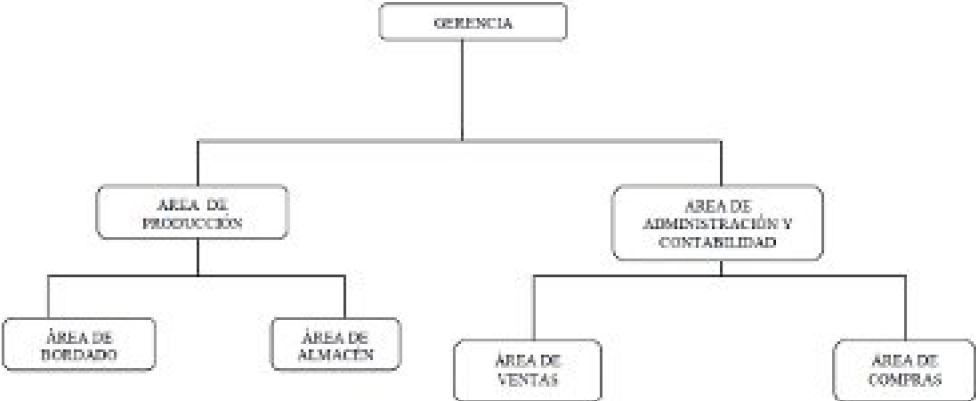
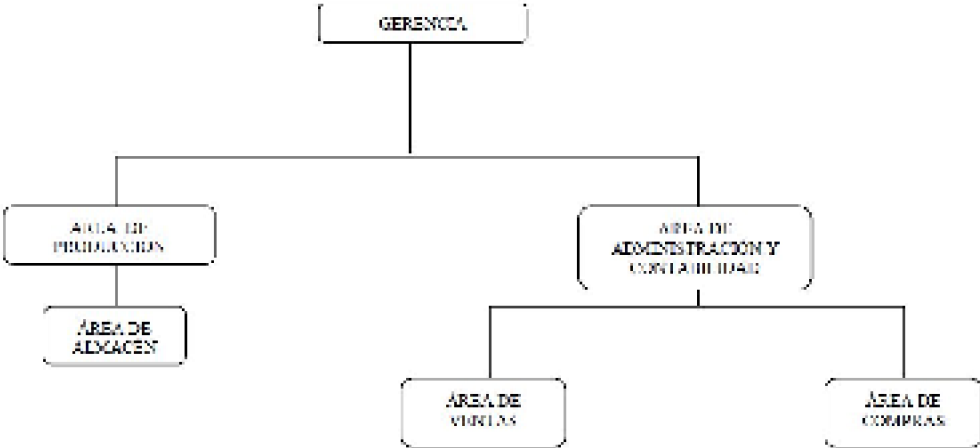
C) Órganos de Línea

- Logística
- Producción
- Control de Calidad

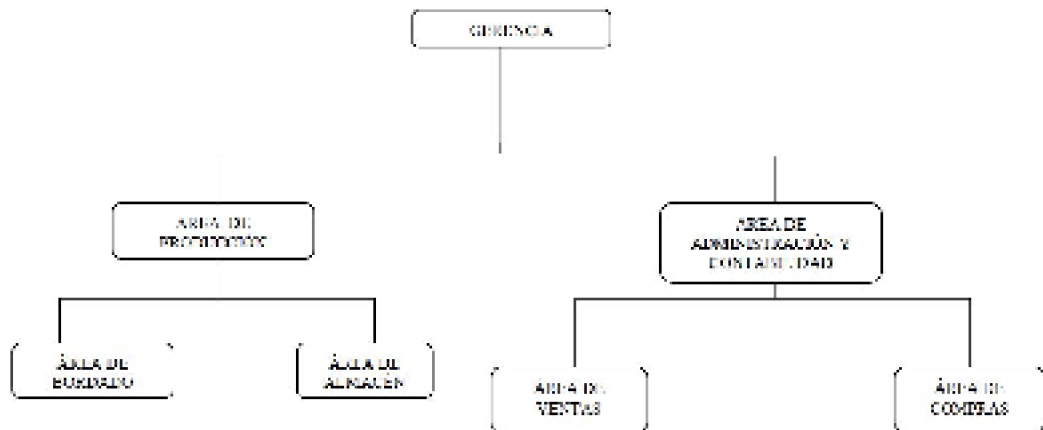
3.3. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA EMPRESA



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL VIGENTE



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL CON LA IMPLEMENTACIÓN DEL ÁREA BORDADO



3.4. FUNCIONES DE LAS ÁREAS DE LA EMPRESA

- GERENCIA GENERAL:

Es la persona en la cual se concentra la unidad de mando, además su función principal es orientar, alentar, aconsejar, dirigir, supervisar y controlar a todos los trabajadores que participen en el desarrollo de la empresa.

La gerencia es asumida por el mismo dueño el señor Carlos Vásquez Correa.

- ÁREA DE ADMINISTRACIÓN :

Sus funciones son:

- Administrar los bienes muebles e inmuebles de la empresa.
- Establecer los horarios de trabajo del personal.
- Efectuar cobranzas y pagos a clientes y proveedores.
- Elaborar las Órdenes de Pedido que se emiten a los proveedores.
- Elaborar las Órdenes de Pedido que se emiten a los proveedores. Recepcionar los pagos de los clientes y depositarlos en la cuenta corriente de la empresa, previa autorización
- Otras que les sea encomendado por la gerencia.

- **ÁREA DE CONTABILIDAD:**

Funciona como órgano interno de la empresa pues recepciona la documentación necesaria como son compras y ventas del producto para realizar las respectivas obligaciones tributarias y tiene como funciones:

- Registrar los documentos y comprobantes de pago en los libros contables y registros auxiliares de la empresa.
- Liquidar periódicamente los tributos de la empresa.
- Elaborar la planilla de pagos del personal de la empresa.
- Preparar los estados financieros de la empresa para su presentación oportuna a la gerencia
- Otras labores coordinadas con el asesor contable externo.

- **ÁREA DE PRODUCCIÓN:**

Es el órgano que se encarga de supervisar el desarrollo del proceso productivo para de esa manera obtener un producto de calidad.

- **ÁREA DE ALMACÉN:**

Funciona como órgano interno de la empresa pues recepciona el producto final para luego ser distribuido a nuestros clientes, a la vez también resguarda los insumos que solicita el área de producción.

- **ÁREA DE VENTAS:**

Funciona como órgano interna de la empresa pues emite los documentos obligatorios según ley para su venta como es la emisión de la factura y Guía de Remisión. Previos acuerdos necesarios para concluir las ventas.

- **ÁREA DE COMPRAS:**

Esta área está a cargo del jefe de compras quién tiene las siguientes funciones:

- Realizar los pedidos a los proveedores.

- Supervisar y controlar que los pedidos estén conforme a lo dispuesto por el área de almacén.

Con la implementación del área de bordado, su función sería:

- **ÁREA DE BORDADO:**

Funciona como órgano interno de la empresa encargado de diseñar, ponchar los diseños a solicitud del cliente que puede ser el mercado o un cliente específico, ya que de esa manera el producto tiene mejor acabado a diferencia de mandar hacer en otro lugar.

3.5. VISIÓN

Llegar a ser una empresa líder con productos de excelente calidad y a la vez lograr la diferenciación ante el resto.

3.6. MISIÓN

Ser una empresa que se dedica a la confección de prendas de vestir en la Región La Libertad, buscando satisfacer plenamente las necesidades de sus clientes con productos de calidad y contar con personal idóneo y capacitado.

Incentivando un desarrollo sostenido en el tiempo y siendo consecuentes con la comunidad donde nos desarrollamos.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DEL PROBLEMA

4.1. ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

4.1.1.1. MARKETING MIX

4.1.1.1.1. PRODUCTO

En la actualidad el bordado ha desplazado al estampado por sus características que lo hacen mucho más elegante y vistoso.

Los bordados computarizados han venido convirtiéndose en lo que va de los últimos años en el “boom” para las empresas de la industria textil que se jactan de ser modernas. Desde el diseño, con software especializado, hasta el cálculo de costos exactos por puntada, pueden convertirse en una ventaja diferencial al momento de competir en estructura de costos con otras organizaciones que producen las mismas prendas de vestir.

Lo que se desea de Manufacturas Catz EIRL es lo siguiente:

- **Variedad:** Tener todos los diseños de bordados que requieran los clientes, además contar con personal calificado.
- **Calidad:** Trabajar con los mejores insumos, con variedad de hilos con los mejores colores, lo cual fusionado con la calidad del diseño y la tecnología del equipo, proporcionará un producto que satisfaga plenamente las necesidades de los clientes.
- **Diseño:** lo diseños serán personalizados, lo cual brindara un carácter de diferenciación a nuestros servicios y trabajos.

- **Características:** Bordado Computarizado de acuerdo al diseño y colores requeridos por el cliente.
- **Marca: Manufacturas CATZ.**
- **Envase:** *tendrá que ser una bolsa con el logo de la empresa.*
- **Servicios:** ***El producto no justificara un servicio post venta, ya que se trabajara sobre las necesidades y gustos de los clientes, haciendo una prueba para luego entregar nuestros productos.***
- **Garantías:** Nuestra mejor garantía será la satisfacción de los clientes.

4.1.1.1.2. PRECIO

La razón de ser de Manufacturas CATZ es el cliente, por eso siempre buscara la forma de elaborar una estrategia de precios basada en el liderazgo en costos, con la implementación del área de bordado se logrará reducir costos de producción, lo que se verá reflejado en el precio final de nuestros productos.

- **Precio de lista:** Se tendrá distintos precios de acuerdo al número de puntadas que contiene el bordado para el caso de los servicios, y de la talla y material para los buzos.
- **Descuentos:** Existirán descuentos de acuerdo a las cantidades de pedido, al igual que con los servicios de bordado.
- **Complementos:** No existen complementos.
- **Periodo de pago:** De acuerdo a la negociación que se pueda llegar con los

clientes, por lo general 50% adelantado y el restante contra entrega, dependiendo de los plazos establecidos.

- **Condiciones de crédito:** Podrían existir condiciones de crédito de acuerdo al tipo de cliente.

4.1.1.1.3. PLAZA

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en lo referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos.

La generalización usual que se hace sobre distribución del servicio es que la venta directa es el método más frecuente y que los canales son cortos. La venta directa ciertamente es frecuente en algunos mercados de servicios, pero muchos canales de servicios contienen uno o más intermediarios. Sería incorrecto decir que la venta directa es el único método de distribución en los mercados de servicios. Los intermediarios son comunes. Algunos de estos intermediarios asumen sus propios riesgos; otros realizan funciones que cambian la propiedad y otros realizan funciones que permiten el movimiento físico. En realidad, no

existe ninguna uniformidad en las funciones realizadas por los intermediarios. Pero esta falta de uniformidad no debe obviar la verdad fundamental de que las organizaciones que operan en el mercado de servicios tienen dos opciones principales de canales. Estas opciones son las mismas para productores de elementos físicos. Estas serán con respecto a Manufacturas Catz

- **Venta directa:** nuestros productos serán comercializados de manera directa, no existe la necesidad de tener intermediarios, pues si la cadena de distribución de nuestros productos, generaría el aumento de los márgenes y el precio final aumentaría significativamente.
- **Venta a través de intermediarios:** No aplica.
- **La ubicación puede no tener importancia:** Debido al tipo de producto que se ofrece, la ubicación del punto de distribución es irrelevante, debido a que lo importante en este caso es el producto y la calidad del mismo, ya sea en las prendas confeccionadas, como en el servicio de bordado computarizado.
- **Los servicios pueden concentrarse:** Muchos servicios se concentran. Aquí actúan dos factores como fuerzas de centralización: condiciones de suministro y tradición. Las razones que estimularan esta concentración incluyen el status asociado con ciertos sitios; baja intensidad de la demanda; voluntad del cliente para

moverse; el desarrollo histórico de servicios complementarios y la poca importancia de la orientación de la demanda.

- **Los servicios se pueden dispersar:** Los servicios que están dispersos se localizan en función del potencial del mercado. La naturaleza de la demanda y las características del servicio requieren dispersión en el mercado.

La importancia definitiva de la ubicación en muchas operaciones de servicios da como resultado métodos más sistemáticos que antes. La intuición sigue desempeñando su papel como parte en la toma de decisiones pero cada vez se complementa más con análisis más cuidadosos y metódicos en el campo de los servicios. Los vendedores de servicios cada vez tienen más conciencia de la importancia que tiene la elección de la ubicación y de los canales en la mezcla de marketing.

4.1.1.1.4. PROMOCIÓN

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos. Estas formas son:

- **Publicidad:** será una promoción de servicios a través de un individuo u organización determinado. Si bien es cierto nuestra organización no ha hecho uso frecuente de la publicidad, el entorno globalizado y de alta competitividad exige

que también nosotros realicemos mejoras la respecto.

- **Venta personal:** será la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas. Normalmente esta actividad se realiza meses antes de empezar con la campaña fuerte en la distribución de buzos escolares, por citar un ejemplo.
- **Relaciones Públicas (Publicity):** será la estimulación no personal de la demanda para un servicio, obteniendo información comercialmente importante acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que no esté pagado por el patrocinador del servicio. En este aspecto juega un papel fundamental la información que se maneje al respecto.
- **Promoción de ventas:** se realizará mediante actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimularan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor.

Estos tipos de promoción pueden constituir una de las herramientas más efectivos de influencia y comunicación con los clientes. Sin embargo, existen evidencias en las investigaciones de que en algunas clases de mercados de servicios estas formas pueden no ser las más efectivas dado que pueden no utilizarse en forma correcta.

Los propósitos generales de la promoción en el marketing de servicios son para crear conciencia e interés en el servicio y en la organización de servicio, para diferenciar la oferta de servicio de la competencia, para comunicar y representar los beneficios de los servicios disponibles, y/o persuadir a los clientes para que compren o usen el servicio.

En general el propósito de cualquier esfuerzo promocional es vender el servicio a través de información, persuasión y recuerdo.

4.1.2. BENEFICIOS DIFERENCIALES AL TENER UN ÁREA DE BORDADO COMPUTARIZADO EN LA EMPRESA

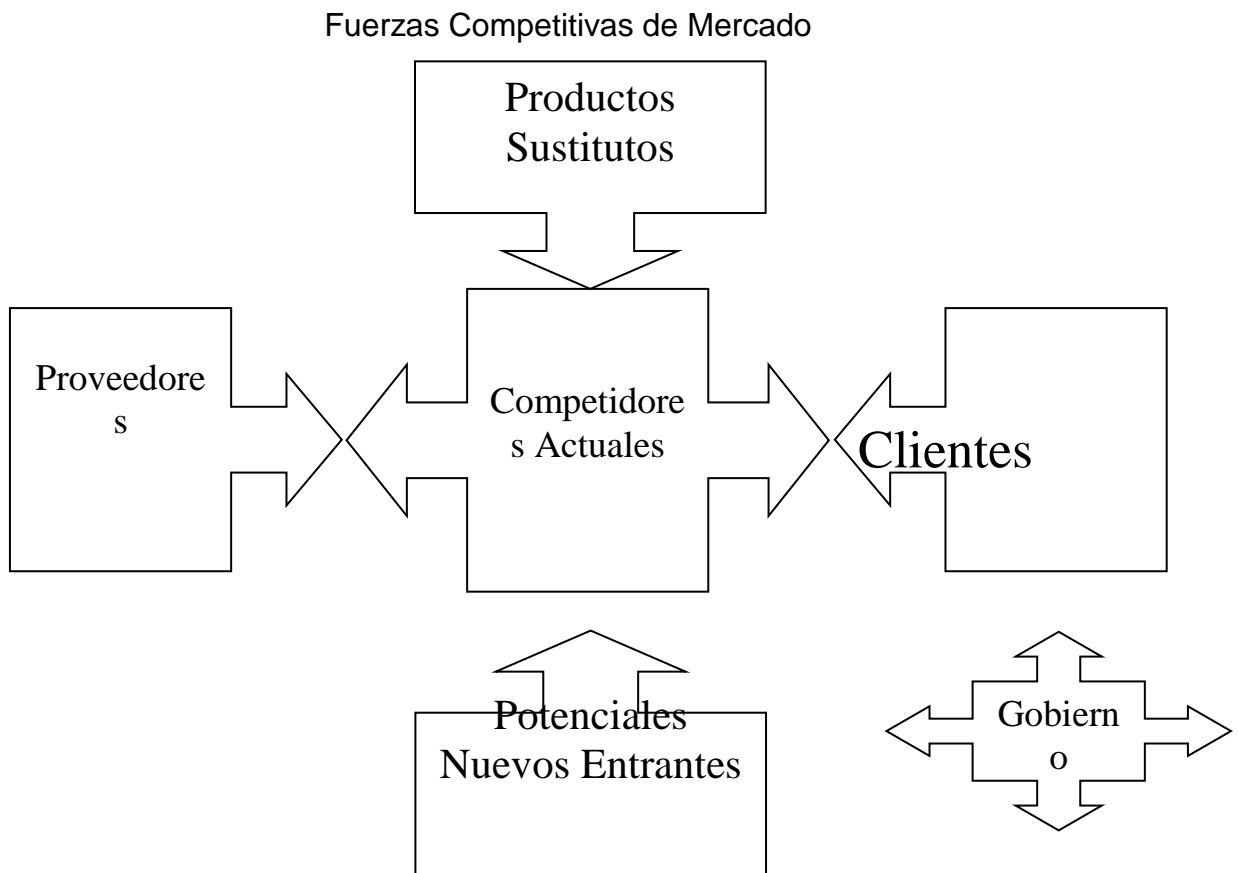
Los beneficios diferenciales de tener un área de bordado computarizado para Manufacturas CATZ E.I.R.L. son los siguientes:

- (1) Disminución de tiempos de espera para la producción de los buzos, por citar un ejemplo: de 1,000 buzos enviados para bordar, su tiempo de demora es de 2.5 días ahora pasaría hacer a 1.92", ya que ésta por ser una actividad tercerizada se convierte automáticamente en el cuello de botella de la producción.
- (2) Mejor control de los estándares de calidad de los bordados, ya que la empresa cuenta con personal altamente calificado que podrá elaborar sus diseños y escoger los colores que crea más apropiados de acuerdo a sus necesidades y las de sus clientes.
- (3) Permite una diferenciación significativa en costos, ya que no sólo se utiliza la máquina para bordar las prendas fabricadas por la empresa.
- (4) Los clientes se encontraran más satisfechos, puesto que tendrán las prendas de vestir según sus requerimientos y en forma oportuna, creando una imagen corporativa de calidad, puntualidad y buen precio.

- (5) Permite a la empresa ser más competitiva en el mercado, poniéndose a la vanguardia de los adelantos tecnológicos, factor clave para el desarrollo organizacional.

4.1.3. ESTRATEGIAS DE MERCADO

4.1.3.1. Análisis de Fuerzas Competitivas de Mercado (PORTER)



Propuesta por Michael Porter

4.1.3.1.1. Competencia Actual

Los competidores actuales de la empresa son los siguientes:

- Procesos textiles.
- Textiles Huáscar.
- Confecciones Rosas.

4.1.3.1.2. Competencia Futura

El mercado de las confecciones se torna atractivo, determinado por el crecimiento poblacional que ocasiona el aumento de la demanda de los productos que se ofertan.

Si bien es cierto no se tienen datos exactos, se sabe que cuando el mercado es atractivo, existen nuevas empresas que intentarán ingresar al mismo para intentar captar parte de la demanda insatisfecha.

4.1.3.1.3. Poder de Negociación de los Proveedores

Se tiene como principales proveedores a las siguientes empresas:

- Comercial textil.
- 2M Company.
- Tejidos San Jorge.
- Tejidos San Jacinto.
- Tejidos García

Estas empresas, si bien es cierto no son las únicas, forman parte de la cartera que se maneja actualmente, la cual es posible ampliar, por lo que ésta fuerza es dominada por Manufacturas CATZ E.I.R.L.

4.1.3.1.4. Poder de Negociación de los Clientes

La empresa busca la satisfacción plena de sus clientes, lo cual no significa que ellos puedan manejar los precios que se ponen a los productos, por consiguiente, podemos inferir de que ésta fuerza también la dominamos en cierta medida.

4.1.3.1.5. Productos Sustitutos

Los productos sustitutos de las prendas de vestir con bordados son las que se realizan con estampados o

aplicaciones, si bien es cierto, la calidad y presentación no es la misma, compite significativamente en precio, por lo cual no podemos tener el dominio de ésta fuerza competitiva.

4.1.3.1.6. Gobierno

Si bien es cierto, el gobierno en muchas oportunidades ha apoyado el desarrollo del sector confecciones en el Perú mediante las concesiones de uniformes escolares y otros, existen grandes grupos de influencia que impulsan los tratados de libre comercio con países que tienen una estructura de costos que lleva gran ventaja a la que manejan todas las empresas del rubro en nuestro país y por lo tanto pueden competir a niveles de precio mucho menores de los que se manejan en el mercado, por lo cual las disposiciones legales y los vacíos legales en estos aspectos favorecen a que esta fuerza no nos favorezca y tengamos que prestar especial atención a estos puntos.

4.1.3.2. MATRIZ FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Líder del mercado de confección de buzos y textiles en general. - Innovación en productos - Control de Calidad de los productos. - Buen historial crediticio de la empresa. - Posicionamiento en el mercado donde se desarrolla. 	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura poco adecuada para la realización de todas las actividades del negocio. - Costos sobre el promedio del mercado. - No se tiene un Manual de Organización y Funciones.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento del sector confecciones. - Avances tecnológicos para aumentar productividad de las empresas de confecciones. - Pocas empresas con servicio diferenciado. - Incremento del mercado corporativo en la región. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tratados de libre comercio. - No existen disposiciones legales que protejan la actividad de las empresas nacionales de confecciones. - Precio de los productos sustitutos. - Restricciones de las empresas del sistema financiero para el apalancamiento.

4.1.3.3. CADENA DE VALOR

Tecnología	Equipos y maquinaria con tecnología de vanguardia				
Infraestructura	Infraestructura poco adecuada para las actividades que se realizan en todas las actividades de la organización				
Personas	Colaboradores idóneos, capacitados, motivados e involucrados con la organización				
Abastecimiento	Entrega Oportuna	Política de adquisición	Entrega Oportuna		Acciones oportunas
	Planeamiento adecuado	Procesos Estandarizados	Planificación de los canales de distribución	Excelente relación con los clientes	Respuesta oportuna ante posibles requerimientos adicionales de los clientes
	Logística de Entrada	Operaciones	Logística de Salida	Comercialización y Ventas	Servicio de Post - Ventas

Cadena de Valor Propuesta para Manufacturas CATZ E.I.R.L.

4.1.4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.1.4.1. DEMANDA ACTUAL

La demanda actual del sector confecciones en nuestra región es la siguiente de acuerdo a los datos obtenidos de INEI al 2007, y nos muestra una demanda total de 414,516.

Criterio	Cantidad	%	Consumo	Demanda Actual
Asistencia al sistema educativo regular (6 a 24 años)	414,516	100%	1	414,516
De 6 a 11 años	183,679	44.31%		183,679
De 12 a 16 años	146,778	35.41%		146,778
De 17 a 24 años	84,059	20.28%		84,059

Fuente: INEI 2007

En el siguiente cuadro mostramos la información de la demanda al 2011, que ha sido proyectado del año 2007.

Criterio	Cantidad	%	Consumo	Demanda Actual
Asistencia al sistema educativo regular (6 a 24 años)	441,689	100%	1	441,689
De 6 a 11 años	195,720	47.22%		195,720
De 12 a 16 años	156,400	37.73%		156,400
De 17 a 24 años	89,569	21.61%		89,569

Fuente: INEI 2011

4.1.4.2. DEMANDA PROYECTADA

La tasa de crecimiento poblacional de la región es del 1,6% anual en promedio, ésta tasa nos ha servido para proyectar la demanda total del 2011 al 2016.

Criterio	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Asistencia al sistema educativo regular (6 a 24 años)	421,148	427,887	434,733	441,689	448,756	455,936	463,231	470,642	478,173
De 6 a 11 años	186,618	189,604	192,637	195,720	198,851	202,033	205,265	208,550	211,886
De 12 a 16 años	149,126	151,512	153,937	156,400	158,902	161,444	164,028	166,652	169,318
De 17 a 24 años	85,404	86,770	88,159	89,569	91,002	92,458	93,938	95,441	96,968

Fuente: Elaboración Propia basada en datos del INEI

4.1.4.3. ESTUDIO DE LA OFERTA

Se muestra en el siguiente cuadro la oferta de los principales competidores, teniendo que ésta oferta se muestra por el total de las 3 categorías.

Empresa	%	Oferta (Anual)
Textiles Huáscar	10.81%	6,801
Confecciones Rosas	21.62%	13,603
Procesos Textiles	18.92%	11,904
Manufacturas CATZ E.I.R.L	27.03%	17,007
Otros	21.62%	13,603
TOTAL(Mensual)	100%	62,918

Fuente: Elaboración Propia

4.1.4.4. DEMANDA DIRIGIDA DEL PROYECTO

4.1.4.4.1. DEMANDA INSATISFECHA

La demanda como podemos observar es considerable, para lo cual hemos considerado que la oferta es el 60% de la demanda, obteniendo de esta manera un balance de nuestra demanda insatisfecha.

Concepto	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Demanda	421,148	427,887	434,733	441,689	448,756	455,936	463,231	470,642	478,173
Oferta	222,000	222,000	222,000	222,000	222,000	222,000	222,000	222,000	222,000
Balance	199,148	205,887	212,733	219,689	226,756	233,936	241,231	248,642	256,173

Fuente: Elaboración Propia

4.1.4.4.2. DEMANDA DIRIGIDA

Pensamos penetrar el 7.5% del mercado insatisfecho, de acuerdo a nuestra capacidad instalada y poder ampliar nuestro liderazgo en el mercado

Concepto	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Balance	199,148	205,887	212,733	219,689	226,756	233,936	241,231	248,642	256,173
%Penetración EN UNIDADES	14,936	15,441	15,955	16,477	17,007	17,545	18,092	18,648	19,213

Fuente: Elaboración Propia

4.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.2.1. PROCESO DE OBTENCIÓN DEL BORDADO COMPUTARIZADO

Un bordado computarizado es el tipo de bordado más común encontrado en las prendas de vestir. Éste proceso se lleva a cabo mediante una máquina de bordado computarizada, usando un patrón o dibujo digitalizado llamado matriz, también o, técnicamente, programa de bordado.

Por cada bordado se utilizan distintos elementos, cada uno correspondiente a cada capa del bordado: aplique (pieza de material que se borda sobre la tela), hilo y soporte (material, generalmente textil no tejido, que es colocado dentro o bajo el artículo a ser bordado, esto provee de soporte y estabilidad a la prenda).

4.2.2. ASPECTOS TÉCNICOS

a) *Marca:*

Zhejiang Feiying Electric Machinery Manufacturing Co.,Lt

b) *Modelo:*

Feiying

c) *Procedencia:*

China

d) *Tipo:*

Automática

e) *Número de Cabezales:*

6

f) Operación:

Todas las máquinas de esta generación han sido equipadas con un sistema especial del control automático y por ende poseen alta confiabilidad. La operación es simple.

g) Capacidad de Almacenaje del patrón:

El almacenaje interno puede almacenar hasta 250 patrones, y las puntadas almacenadas máximas pueden estar sobre el millón, por lo que podemos observar, posee una capacidad bastante grande.

h) Velocidad Rotatoria:

250—850rpm

i) Distancia de agujas:

0.1—12.7mm

j) Servo motor:

YASKAWA 850W

k) Motor principal del eje:

550W 750W 1000W

l) Motor:

Rastrillo del motor de escalonamiento

m) Fuente de energía de entrada:

220V/380V 50HZ/60HZ

n) Energía Clasificada:

1KW 1.5KW

o) Ruido:

<75db

4.2.3 INFRAESTRUCTURA

PROCESO PRODUCTIVO

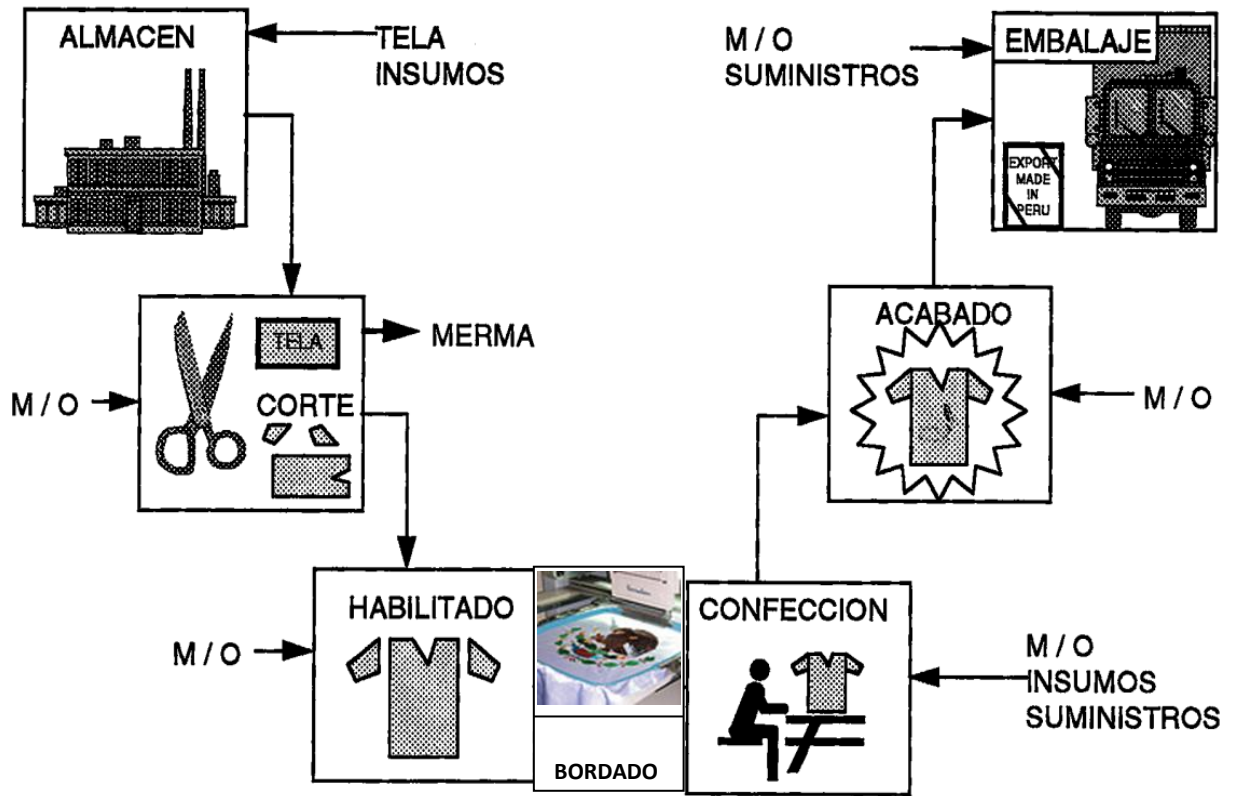


DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

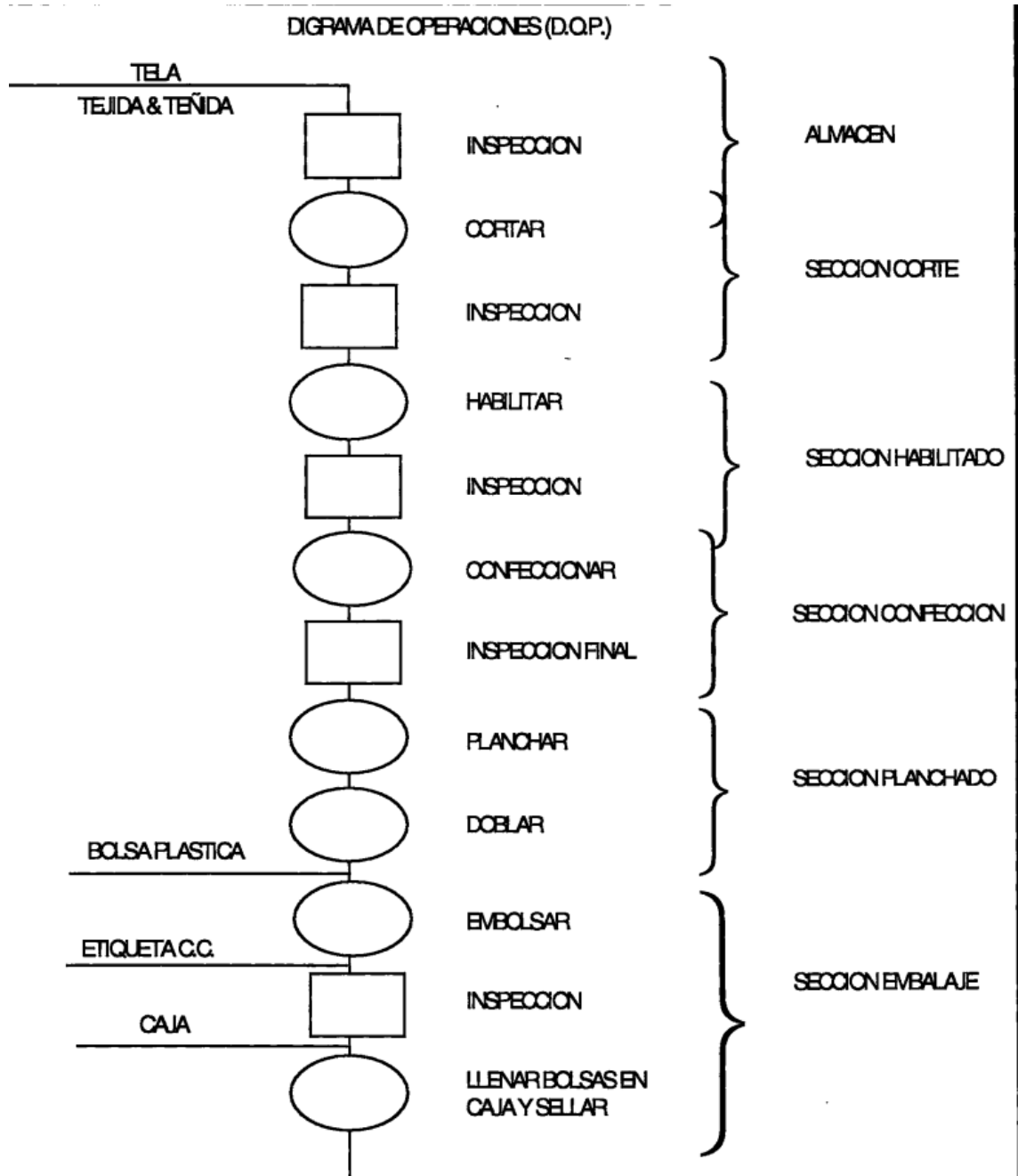
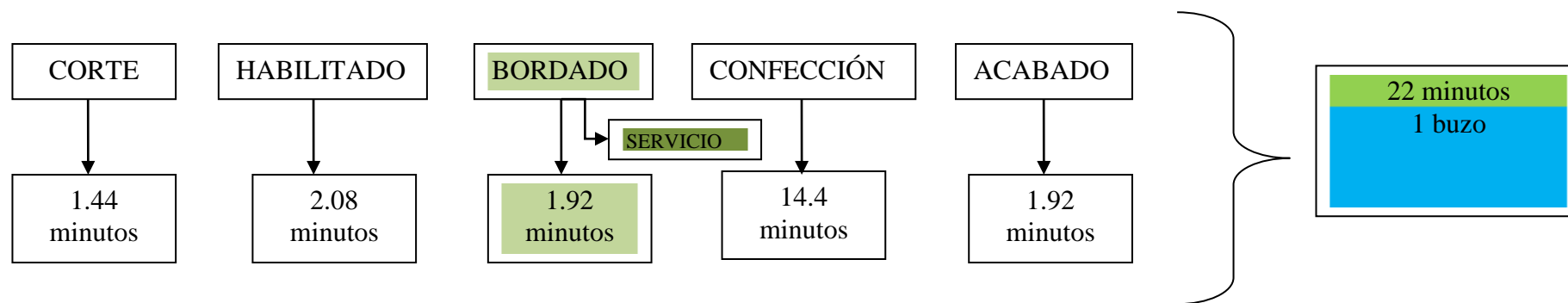
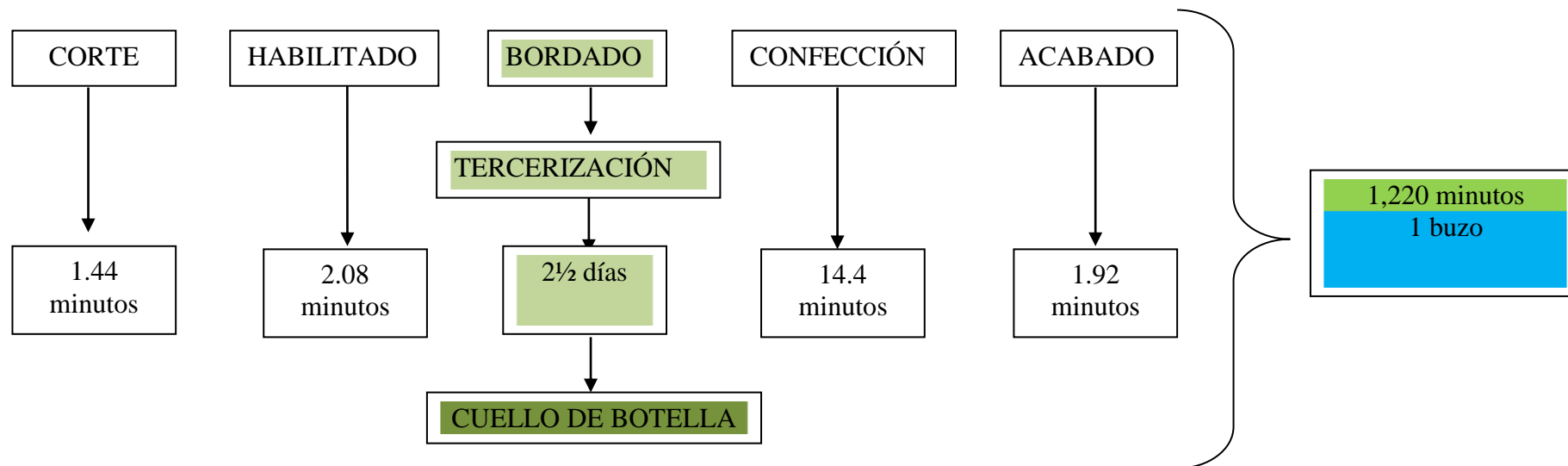


DIAGRAMA DE CUELLO DE BOTELLA



Tiempo para Producir 1,000 buzos		
Cortado	3.00	días
Habilitado	1.00	días
Bordado	4.00	días
Confección	26.00	días
Acabado	4.00	días

El porcentaje de la producción es del 11% h (32 h de bordado / 304 h de producción).

4.2.3. MAQUINARIA Y EQUIPO

a) Maquinaria:

Bordadora Automática Computarizada FEIYING de 6 cabezales

b) Equipos:

- Computadora Compatible para diseño
- Escáner HP
- Impresora Láser HP
- Supresor de picos
- Estabilizador



4.2.4. REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

a. Muebles:

- Módulo para computadora

b. Enseres:

- Silla ergonómica giratoria

4.2.5. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

- 1 personas (una por turno)

4.3. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DEL PROYECTO

4.3.1. DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

A. Factores de Localización

- a. Disponibilidad de Servicios de Luz eléctrica y Red:
- b. Cercanía al mercado objetivo: se refiere a la distancia y el tiempo que existe entre la planta y el mercado objetivo.
- c. Disponibilidad de proveedores: referido a la cantidad de proveedores que se encuentran cerca de la planta.
- d. Beneficios Municipales: refiriéndose a las exoneraciones respecto a pagos de predios municipales según el lugar de ubicación de la planta.
- e. Disponibilidad del Terreno: referido a la facilidad de conseguir terrenos con la extensión y posibilidades para instalar el área de bordado.
- f. Clima y factores irracionales.
- g. Acceso y estado de los medios de transporte.

B. Ponderación de Factores

Según el nivel de importancia y presencia de los factores en el proyecto procedemos a definir el valor ponderado para cada uno de ellos.

4.3.2. TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño del proyecto mide la relación del volumen de productos por unidad de tiempo que el proyecto puede lanzar al mercado bajo condiciones económicas óptimas, de tal manera que maximice sus beneficios y minimice sus costos. Es la magnitud de los recursos y/o productos legales a la operación de la empresa a plena capacidad.

- ***Relación Tamaño – Mercado***

Referida al volumen de bordados que será necesario realizar para satisfacer la demanda dirigida en un período dado. Este factor es de vital importancia porque determina el volumen necesario y delimita el tamaño mínimo requerido de la planta, siendo ésta de 4.00 mts x 4.40 mts

- ***Relación Tamaño – Disponibilidad de Insumos***

No existe limitante en cuanto al suministro puesto que se asume la total disponibilidad de los mismos para garantizar la operatividad del área, siendo cubierta por una bordadora de 6 cabezales.

4.4. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

4.4.1. PLAN DE INVERSIONES

Las inversiones del proyecto representan los recursos necesarios para las etapas de montaje y funcionamiento del área de Bordado de Manufacturas CATZ E.I.R.L.

La valoración de la inversión se realiza tomando como base los precios actuales del mercado.

4.4.1.1. INVERSIÓN FIJA

ÍTEM	Cantidad	P. U.	SUB TOTAL	% Depreciación	Monto Depreciación Anual
Bordadora Feiying de 6 cabezales	1	98,000.00	98,000.00	20%	19,600.00
Impresora Láser HP	1	1,120.00	1,120.00	25%	280.00
Toner HP	2	224.00	448.00	0%	-
Escáner HP	1	280.00	280.00	0%	-
PC Compatible	1	1,680.00	1,680.00	25%	420.00
Mobiliario Acero y Melamina	2	560.00	1,120.00	0%	-
TOTAL			102,648.00		20,300.00

Fuente: Elaboración Propia (expresado en Nuevos Soles, T.C. 2.80 S.B.S.)

4.4.1.2. CAPITAL DE TRABAJO**4.4.1.2.1. Costo Directo**

ÍTEM	Costo Unitario	Cantidad Unitaria	Producción	Total
Hilos (und.)	2.50	0.03	17,007.00	1,275.53
Agujas (uni)	0.70	0.30	17,007.00	3,571.47
Pelón (m)	6.00	0.05	17,007.00	5,102.10
Suministro de Energía Eléctrica	-	100	12.00	1,200.00
TOTAL				11,149.10

Fuente: Elaboración Propia

4.4.1.2.2. Mano de Obra

APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	REMUN. COMPUT. MENSUAL	APORTACIONES	# Sueldos al Año	Total Anual
IRVIN ROJAS	Operario Bordadora	400.00	-	12	4,800.00
IVONE CARRANZA	Operario Bordadora	400.00	-	12	4,800.00
TOTAL					9,600.00

Fuente: Elaboración Propia

4.4.1.2.3. Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

ÍTEM	Monto Mensual	# de Meses	Total
depreciación	1,633.33	12	19,600.00
TOTAL			19,600.00

Fuente: Elaboración Propia.

4.4.1.2.4. Resumen de Inversiones

Resumen

Concepto	0	2012
Costo Directo		11,149.10
Mano de Obra Directa		9,600.00
Costos Indirectos		0.00
COSTO DE VENTA		20,749.10
Inversión Fija	98,000.00	
Capital de trabajo (*)		11,149.10
TOTAL	98,000.00	31,898.19

Fuente: Elaboración Propia

4.4.2. PLAN FINANCIERO

4.4.2.1. FUENTES FINANCIERAS

4.4.2.1.1. Aporte Propio

Concepto	Cantidad Aportada
FUENTE DE FINANCIAMIENTO PROPIA	00.00

Elaboración Propia

4.4.2.1.2. Recursos de Terceros

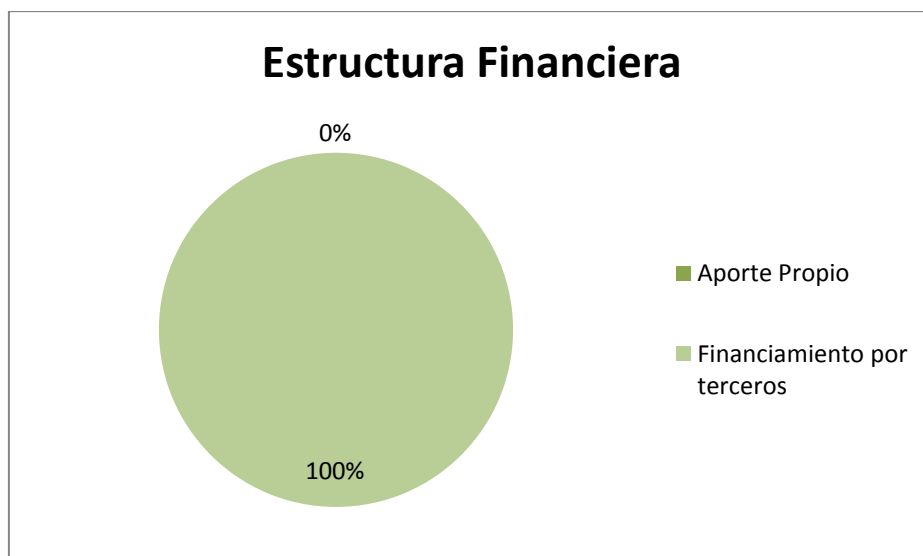
Concepto	Cantidad Financiada
Financiamiento	98,000.00

Elaboración Propia

4.4.2.2. ESTRUCTURA FINANCIERA

Concepto	Cantidad
Aporte Propio	0.00
Financiamiento por terceros	98,000.00
Total	98,000.00

Elaboración Propia



P.VENTA	98,000.00
---------	-----------

C.INICIAL	0%
TEA	20%
NPER	60
SEGURO	0.50%
OPCIÓN COMPRA	0%
IGV	18%
TCEA	21.32%

4.4.2.3. SERVICIO DE LA DEUDA

El préstamo tiene una TEA de 20% anual amortizable a 5 años.

Cuota	Deuda	Interés	Amortización	Cuota	Saldo
	98,000.00	0	0	0	98,000.00
ene-11	98,000.00	1,500.33	1,008.07	2,508.40	96,991.93
feb-11	96,991.93	1,484.90	1,023.50	2,508.40	95,968.43
mar-11	95,968.43	1,469.23	1,039.17	2,508.40	94,929.26
abr-11	94,929.26	1,453.32	1,055.08	2,508.40	93,874.18
may-11	93,874.18	1,437.16	1,071.23	2,508.40	92,802.95
jun-11	92,802.95	1,420.76	1,087.63	2,508.40	91,715.32
jul-11	91,715.32	1,404.11	1,104.28	2,508.40	90,611.03
ago-11	90,611.03	1,387.21	1,121.19	2,508.40	89,489.84
sep-11	89,489.84	1,370.04	1,138.35	2,508.40	88,351.49
oct-11	88,351.49	1,352.61	1,155.78	2,508.40	87,195.71
nov-11	87,195.71	1,334.92	1,173.48	2,508.40	86,022.23
dic-11	86,022.23	1,316.95	1,191.44	2,508.40	84,830.79
ene-12	84,830.79	1,298.71	1,209.68	2,508.40	83,621.11
feb-12	83,621.11	1,280.19	1,228.20	2,508.40	82,392.91
mar-12	82,392.91	1,261.39	1,247.00	2,508.40	81,145.90
abr-12	81,145.90	1,242.30	1,266.10	2,508.40	79,879.81
may-12	79,879.81	1,222.92	1,285.48	2,508.40	78,594.33
jun-12	78,594.33	1,203.24	1,305.16	2,508.40	77,289.17
jul-12	77,289.17	1,183.26	1,325.14	2,508.40	75,964.03
ago-12	75,964.03	1,162.97	1,345.43	2,508.40	74,618.60
sep-12	74,618.60	1,142.37	1,366.03	2,508.40	73,252.58
oct-12	73,252.58	1,121.46	1,386.94	2,508.40	71,865.64
nov-12	71,865.64	1,100.22	1,408.17	2,508.40	70,457.47
dic-12	70,457.47	1,078.67	1,429.73	2,508.40	69,027.74
ene-13	69,027.74	1,056.78	1,451.62	2,508.40	67,576.12
feb-13	67,576.12	1,034.55	1,473.84	2,508.40	66,102.28

mar-13	66,102.28	1,011.99	1,496.41	2,508.40	64,605.87
abr-13	64,605.87	989.08	1,519.31	2,508.40	63,086.56
may-13	63,086.56	965.82	1,542.57	2,508.40	61,543.98
jun-13	61,543.98	942.21	1,566.19	2,508.40	59,977.79
jul-13	59,977.79	918.23	1,590.17	2,508.40	58,387.62
ago-13	58,387.62	893.88	1,614.51	2,508.40	56,773.11
sep-13	56,773.11	869.17	1,639.23	2,508.40	55,133.88
oct-13	55,133.88	844.07	1,664.33	2,508.40	53,469.55
nov-13	53,469.55	818.59	1,689.81	2,508.40	51,779.75
dic-13	51,779.75	792.72	1,715.68	2,508.40	50,064.07
ene-14	50,064.07	766.45	1,741.94	2,508.40	48,322.13
feb-14	48,322.13	739.79	1,768.61	2,508.40	46,553.52
mar-14	46,553.52	712.71	1,795.69	2,508.40	44,757.83
abr-14	44,757.83	685.22	1,823.18	2,508.40	42,934.66
may-14	42,934.66	657.31	1,851.09	2,508.40	41,083.57
jun-14	41,083.57	628.97	1,879.43	2,508.40	39,204.14
jul-14	39,204.14	600.19	1,908.20	2,508.40	37,295.94
ago-14	37,295.94	570.98	1,937.42	2,508.40	35,358.52
sep-14	35,358.52	541.32	1,967.08	2,508.40	33,391.44
oct-14	33,391.44	511.21	1,997.19	2,508.40	31,394.25
nov-14	31,394.25	480.63	2,027.77	2,508.40	29,366.49
dic-14	29,366.49	449.59	2,058.81	2,508.40	27,307.68
ene-15	27,307.68	418.07	2,090.33	2,508.40	25,217.35
feb-15	25,217.35	386.06	2,122.33	2,508.40	23,095.01
mar-15	23,095.01	353.57	2,154.82	2,508.40	20,940.19
abr-15	20,940.19	320.58	2,187.81	2,508.40	18,752.38
may-15	18,752.38	287.09	2,221.31	2,508.40	16,531.07
jun-15	16,531.07	253.08	2,255.31	2,508.40	14,275.75
jul-15	14,275.75	218.55	2,289.84	2,508.40	11,985.91
ago-15	11,985.91	183.50	2,324.90	2,508.40	9,661.01
sep-15	9,661.01	147.91	2,360.49	2,508.40	7,300.52
oct-15	7,300.52	111.77	2,396.63	2,508.40	4,903.89
nov-15	4,903.89	75.08	2,433.32	2,508.40	2,470.57
dic-15	2,470.57	37.82	2,470.57	2,508.40	0.00

4.5. PRESUPUESTO OPERATIVO**4.5.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS****4.5.1.1. PRECIOS PROYECTADOS**

Los precios se han proyectado a 3.5% de acuerdo a la tasa de inflación.

Precios Proyectos	2012	2013	2014	2015	2016
Buzos Bordados	2.50	2.60	2.70	2.80	2.90

4.5.1.2. VENTAS PROYECTADAS

Ventas Proyectados	2012	2013	2014	2015	2016
Buzos Bordados (Unidades)	17,007	17,546	18,093	18,382	18,676

VALORIZADO

Total Ventas Proyectadas	42,517.50	45,400.28	48,454.18	50,951.13	53,577.85
-------------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

4.5.2. PRESUPUESTO DE COSTOS**4.5.2.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Costos Proyectados	2012	2013	2014	2015	2016
Buzos Bordados (Unidades)	17,007	17,546	18,093	18,382	18,676
VALORIZADO					
Costo Directo	11,149.10	11,149.10	11,149.10	11,149.10	11,149.10
Mano de Obra Directa	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00
Total Costo Directo	20,749.10	20,749.10	20,749.10	20,749.10	20,749.10
Costos Indirectos	-	-	-	-	-
Total Costos	20,749.10	20,749.10	20,749.10	20,749.10	20,749.10

4.6. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA**4.6.1. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS****4.6.1.1. Estado de Resultado Económico**

Estado de Resultado Económico	0	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos						
AHORRO		28,911.90	31,582.80	34,376.70	36,764.00	39,219.60
Total Ingresos		28,911.90	31,582.80	34,376.70	36,764.00	39,219.60
Egresos						
COSTO DE VENTA		(20,749.10)	(20,749.10)	(20,749.10)	(20,749.10)	(20,749.10)
Depreciación (**)		19,600.00	19,600.00	19,600.00	19,600.00	19,600.00
Total Egresos		(1,149.10)	(1,149.10)	(1,149.10)	(1,149.10)	(1,149.10)
Utilidad Antes de Impuestos		27,762.81	30,433.71	33,227.61	35,614.91	38,070.51
Impuestos	(98,000.00)	(8,328.84)	(9,130.11)	(9,968.28)	(10,684.47)	(11,421.15)
	(98,000.00)	19,433.96	21,303.59	23,259.32	24,930.43	26,649.35

4.6.1.2.**Flujo de Efectivo Operativo**

FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO	0	2012	2013	2014	2015	2016
Estado Resultado Económico		19,433.96	21,303.59	23,259.32	24,930.43	26,649.35
Depreciación		19,600.00	19,600.00	19,600.00	19,600.00	19,600.00
Inversión Inicial	(98,000.00)					
Flujo de Efectivo Económico	(98,000.00)	39,033.96	40,903.59	42,859.32	44,530.43	46,249.35

4.6.1.3. Flujo Operativo Terminal (Financiero)

FLUJO DE EFECTIVO TERMINAL	2017
Valor de Venta	50,000.00
Valor de libros	49,000.00
Total	1,000.00
Impuesto a la Renta	300.00
Flujo de Efectivo Terminal	700.00

4.6.1.4. Detalle de Ratios**DETALLE EL VAN**

VANE	141,506.79
TIRE	32%

VANF	608.70
TIRF	5%

Ko	15.00%	COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL
wacc	14.80%	COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL
kd	20.00%	TASA DE INETERES DE LA DEUDA
peu	8,300	PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDAD
pes/.	20,749	PUNTO EQUILIBRIO S/.

4.6.1.5. Balance General Projectado

BALANCE GENERAL	2012	2013	2014	2015	2016
<u>ACTIVO</u>					
Caja y Bancos	51,934.72	19,404.35	4,960.08	12,231.19	35,550.11
Cuentas por cobrar	0	0	0	0	0
materias primas	20,749.10	20,749.10	20,749.10	20,749.10	20,749.10
Activo fijo	98,000.00	78,400.00	58,800.00	39,200.00	19,600.00
	170,683.82	118,553.45	84,509.18	72,180.29	75,899.21
<u>PASIVO</u>					
cuentas por pagar corto plazo	11,149.10	11,149.10	11,149.10	11,149.10	11,149.10
cuentas por pagar largo plazo	30,100.76	30,100.76	30,100.76	30,100.76	30,100.76
TOTALPASIVO	41,249.85	41,249.85	41,249.85	41,249.85	41,249.85
<u>PATRIMONIO</u>					
capital social	110,000.00	56,000.00	20,000.00	6,000.00	8,000.00
utilidad del ejercicio	19,433.96	21,303.59	23,259.32	24,930.43	26,649.35
perdidas del ejercicio					
TOTAL PATRIMONIO	129,433.96	77,303.59	43,259.32	30,930.43	34,649.35
	170,683.81	118,553.44	84,509.17	72,180.28	75,899.20

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

- La empresa Manufacturas Catz EIRL en el año 2011 mandó a tercerizar sus bordado por un importe de s/. 41,192.50 y con la implementación del área de bordado disminuirá a s/. 13,605.60.
- Con la implementación del área de bordado se logró disminuir el tiempo de 2.5 días de entrega a 1.92” de entrega del producto final, mejorando la calidad del producto y generando reducción de costos de s/.2.50 a s/.0.80.
- Actualmente la empresa se encuentra con mayor posicionamiento debido a que brinda productos de mayor calidad, logrando ser una empresa líder.

CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

- Tener cuidado en la adquisición de Activos, dado a que por el entusiasmo, podemos llegar a instalar Activos, sin considerar su capacidad instalada y con ello tener exceso de capacidad, con cual se paraliza las inversiones y flujo de efectivo.
- Como tenemos mayor aceleración en ventas y operaciones es importante tomar en cuenta como está el sistema de control interno de la empresa por el manejo de la información y por el incremento de operaciones y los riesgos de control documentario y el nivel de confianza de los trabajadores y la ética.
- Fomentar la capacitación en mantenimiento sobre la máquina y operatividad de la bordadora. En la parte técnica a fin de prolongar su vida del Activo y aprovechar al máximo su utilización.

BIBLIOGRAFÍA

Formulación de proyectos de inversión

<http://economia.unmsm.edu.pe/.../01%20Presentacion%20FEP%20Etapas.ppt>

Portal Banco Central de Reserva del Perú

<http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/memoria-anual>

Cifra de la tasa de penetración en el mercado, según datos del INEI.

Kotler, Philip. Mercadotecnia. Ed Prentice Hall, 5ta Edición, México 1994.

(5) Porter Michael. Estrategia Competitiva: Técnica para el Análisis de los sectores Industriales y de la Competencia. Ed. Compañía Editorial Continental S.A. - México.

(6) Porter Michael. Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Ed. CECOSA. De CV, 1ra Edición, México 1987.

(7) Fundación Export.Ar. Análisis de la tendencia del mercado internacional de aceites esenciales.

(8) Buchelli Perales, Orivel Jackson. Material Interactivo de Gestión y Administración de Organizaciones para estudiantes de Ingeniería Industrial 2007-I. JGLB©.

(9) Buchelli Perales Orivel Jackson. Material Interactivo de Marketing para estudiantes de Ingeniería Industrial y Administración 2007-I. JGLB©.

(10) Comisión para la Promoción de las Exportaciones – Prompex. Gerencia de Servicios de Información y Comercio Electrónico. “Exportando Paso a Paso”. Lima – Perú.

- (11) Orellana Bravo, Sergio. Análisis de Rentabilidad Económica y Financiera. Material Didáctico N° 03 Septiembre del 2003. ESAN Ediciones.
- (12) Hondson William K. Maynard: El Manual del Ingeniero Industrial IV Vol. 4ta Edición, Editorial McGraw Hill. 1998.
- (13) Castellanos Sánchez Francisco. Extracción de Aceites Esenciales: Experiencia Colombiana. II Congreso Internacional de Plantas Medicinales y Aromáticas. Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira. Octubre 2006.
- (14) Manufacturer of Natural Essential Oils, Flavors, Organic Spice oils, Oleoresins & Natural Perfume Oils (http://www.essentialoil.in/eucalyptus_oil.html)
- (15) The world of fine and pure essential oils (<http://www.essentialoils.co.za/essential-oils/eucalyptus.htm>)
- (16) Mapa de Producción Mundial de los aceites Esenciales (<http://answer.google.com/answers/threadview?id=757342>)
- (17) Portal Comercial Especializado (<http://www.alibaba.com>)
- (18) Análisis e Interpretación de los Estados Financieros (<http://www.gestiopolis.com>).

ANEXOS

(*) Detalle del Capital de Trabajo

ACTIVO CORRIENTE	13,605.60
PASIVO CORRIENTE	-
CAPITAL DE TRAB.	13,605.60

(**) Costo de Bordado

COSTO DE BORDADO		0.76			
Sueldo de operarios	9,600.00	anual	Depreciación	19,600.00	anual
12	800.00	mensual	12	1,633.33	mensual
30	26.67	diario	30	54.44	diario
8	3.33	hora	8	6.81	hora
60	0.06	minuto	60	0.11	minuto

Pago por minutos	0.17
Costo x 1 pz bordada	0.92
Costo x min. Bordado	0.32

Tiempos	
Corte	1.44
Habilitado	2.08
Bordado	1.92
Total	5.44

(***) Costo con bordadora y sin bordadora

Costos Con Bordadora	2012	2013	2014	2015	2016
Buzos (Unidades)	17,007	17,546	18,093	18,382	18,676
COSTO UNITARIO	0.80	0.80	0.80	0.80	0.80
TOTAL COSTO UNITARIO	13,605.60	14,036.80	14,474.40	14,705.60	14,940.80
PRECIO UNITARIO	2.50	2.60	2.70	2.80	2.90
INGRESOS DE VTAS	42,517.50	45,619.60	48,851.10	51,469.60	54,160.40
Material Directo	11,149.10	11,149.10	11,149.10	11,149.10	11,149.10
Mano de Obra Directa	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00
Total Costo Directo	20,749.10	20,749.10	20,749.10	20,749.10	20,749.10
Costos Indirectos	-	-	-	-	-
Total Costos	20,749.10	20,749.10	20,749.10	20,749.10	20,749.10

Costos Sin Bordadora	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Buzos (Unidades)	16,477	17,007	17,546	18,093	18,382	18,676
Tercerización (Unidades)	2.50	2.50	2.60	2.70	2.80	2.90
Buzos (S/.)	41,192.50	42,517.50	45,619.60	48,851.10	51,469.60	54,160.40