



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA  
INDUSTRIAL**

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE  
UNA EMPRESA DE CONFECCIONES DE VESTIDOS PARA DAMA  
EN LA PROVINCIA DE CHICLAYO**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
INGENIERO INDUSTRIAL**

**AUTOR**

**Bach. ANYELA MIRELLA GAMARRA PÉREZ**

**ASESOR**

**Ing. DANTE SUPO ROJAS**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
GESTIÓN EMPRESARIAL Y PRODUCTIVA**

**CHICLAYO - 2011**

## PÁGINA DEL JURADO

.....  
Mg. BARANDIARÁN GAMARRA JOSÉ MANUEL  
**Presidente**

.....  
Ing. CARPIO INCIO VIDAURO  
**Secretario**

.....  
Ing. ESPINOZA GUEVARA HUMBERTO  
**Vocal**

## **DEDICATORIA**

A mis Padres por haberme ayudado con su esfuerzo desinteresado para que yo culmine mis estudios.

**Anyela Mirella Gamarra Pérez**

## **AGRADECIMIENTO**

A los miembros del Jurado: Ing. José Barandiarán Gamarra, Ing. Vidauro Carpio Incio, Ing. Espinoza Guevara Humberto por sus valiosos aportes, sugerencias y disponibilidad en la elaboración y desarrollo del presente estudio.

A mi Asesor: Ing. Dante Supo Rojas, quien ha aportado de gran manera con sus constantes consejos y recomendaciones, lo cual ha servido para que éste proyecto sea desarrollado de la mejor forma.

**Anyela Mirella Gamarra Pérez**

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **ANYELA MIRELLA GAMARRA PÉREZ**, egresado (a) de la Facultad de Ingeniería, Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial de la Universidad César Vallejo SAC., identificado con DNI N° 44377968

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autora de la tesis titulada: **ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIONES DE VESTIDOS PARA DAMA EN LA PROVINCIA DE CHICLAYO**
2. La misma que presento para optar el título profesional en Ingeniería Empresarial:
3. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
4. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
5. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
6. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada. Por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 03 de abril de 2010.

.....  
Bach. Anyela Mirella Gamarra Pérez  
DNI: 44377968

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado evaluador, de conformidad con los lineamientos establecidos en el reglamento para la elaboración y sustentación de tesis para la obtención del Grado de Bachiller en Ingeniería Empresarial de la Universidad “Cesar Vallejo”, pongo a vuestra consideración la presente tesis titulada: **“ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIONES DE VESTIDOS PARA DAMA EN LA PROVINCIA DE CHICLAYO”**.

Pongo a disposición de ustedes el presente trabajo para su revisión, así mismo estoy dispuesta a subsanar las posibles fallas que podría presentarse.

Bach. Anyela Mirella Gamarra Pérez

## INDICE

PAGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
INDICE.....	vii
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT .....	xiv

### I. INTRODUCCIÓN

<b>1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>17</b>
<b>1.2. TRABAJOS PREVIOS.....</b>	<b>18</b>
<b>1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.....</b>	<b>21</b>
<b>1.3.1 Prendas.....</b>	<b>21</b>
<b>1.3.2 Estudio de Pre factibilidad: .....</b>	<b>26</b>
<b>1.3.2.1 Formulación del Estudio de Pre factibilidad: .....</b>	<b>27</b>
<b>1.3.2.2 Elementos de Análisis: .....</b>	<b>28</b>
<b>1.3.2.3 Características Generales de la Pre factibilidad:.....</b>	<b>28</b>
<b>1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>30</b>
<b>1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO .....</b>	<b>30</b>
<b>1.6. HIPÓTESIS .....</b>	<b>32</b>
<b>1.7. OBJETIVOS.....</b>	<b>32</b>

### II. MÉTODOS

<b>2.1. Diseño de Investigación.....</b>	<b>34</b>
<b>2.2. Variables, operacionalización.....</b>	<b>34</b>
<b>Variable independiente.....</b>	<b>34</b>
<b>Variable dependiente .....</b>	<b>34</b>
<b>2.3. Población y muestra.....</b>	<b>35</b>
<b>2.4. Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos, Validez Y Confiabilidad .....</b>	<b>35</b>

<b>2.5. Métodos De Análisis De Datos .....</b>	<b>35</b>
<b>2.6. Aspectos Éticos.....</b>	<b>35</b>
<b>III. RESULTADOS</b>	
<b>3.1. ESTUDIO DE MERCADO. ....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.1 Propósito de la investigación. ....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.1.1 Planteo y definición del problema. ....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.1.2 Objetivos específicos.....</b>	<b>38</b>
<b>3.1.2 Definición del producto .....</b>	<b>39</b>
<b>3.1.2.1 Antecedentes Históricos:.....</b>	<b>39</b>
<b>3.1.2.2 Tipos o formas de vestidos:.....</b>	<b>39</b>
<b>3.1.2.3 Tipo de escote y manga: .....</b>	<b>40</b>
<b>3.1.2.4 Materia prima.....</b>	<b>42</b>
<b>3.1.3 Análisis del entorno del proyecto.....</b>	<b>44</b>
<b>3.1.3.1 Situación Económica .....</b>	<b>44</b>
<b>3.1.3.2 Situación Política.....</b>	<b>48</b>
<b>3.1.3.3 Situación Tecnológica .....</b>	<b>49</b>
<b>3.1.4 Análisis de la Demanda .....</b>	<b>49</b>
<b>3.1.4.1 Mercado Objetivo .....</b>	<b>49</b>
<b>3.1.5 Análisis de la Oferta .....</b>	<b>51</b>
<b>3.1.6 Marco del Análisis FODA .....</b>	<b>54</b>
<b>3.1.7 Identificación de los proveedores .....</b>	<b>55</b>
<b>3.1.8 Diseño de la investigación.....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.8.1 Método de Encuesta .....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.8.2 Diseño de Cuestionario .....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.8.3 Planeación de la Muestra .....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.8.4 La población en estudio.....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.8.5 El tamaño de la muestra.....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.8.6 Características de la muestra .....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.8.7 Tipo de muestreo. ....</b>	<b>56</b>
<b>3.1.8.8 Trabajo de campo.....</b>	<b>59</b>
<b>3.1.8.9 Procesamiento y análisis de los datos.....</b>	<b>59</b>
<b>3.1.8.9.1 Edición y codificación.....</b>	<b>59</b>



3.1.8.9.2	Tabulaciones cruzadas.....	59
3.1.8.9.3	Análisis básico de datos: Estadísticas descriptivas.....	59
	De la tabulación cruzada se realizó las siguientes estadísticas para analizar: .....	59
3.1.9	Determinación de la demanda .....	67
3.1.9.1	Demanda estimada en unidades por año .....	67
3.1.9.2	Previsión de Ventas mensuales .....	68
3.2	Tamaño y localización de la planta .....	70
3.2.1	Relación Tamaño - Mercado .....	70
3.2.2	Relación Tamaño – Inversión – Recurso Financiero.....	71
3.2.3	Selección del Tamaño.....	71
3.2.4	Localización.....	71
3.2.4.1	Macrolocalización .....	72
3.2.4.2	Microlocalización.....	74
3.2.4.3	Ubicación del local.....	74
3.3	Ingeniería del Proyecto .....	77
3.3.1	Proceso de Confección .....	77
3.3.2	Diagrama de análisis de operaciones.....	78
3.3.3	Adquisición de equipo y maquinaria .....	81
3.3.4	Distribución de la Planta de confección .....	82
3.4	Organización y administración.....	84
3.4.1	Forma Societaria .....	84
3.4.1.1	Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.RL.) .....	84
3.4.2	Licencias .....	84
3.4.3	Afectación Tributaria.....	85
3.4.3.1	Legislación Comercial .....	85
3.4.4	Registro de Marcas.....	87
3.4.5	Viabilidad Legal .....	88
3.4.6	Estudio de la Organización .....	88
3.4.6.1	Funciones y responsabilidades del personal.....	88
3.4.6.2	Organigrama de la empresa .....	89
3.4.6.3	Manual de Organización y funciones de la empresa .....	90
3.4.6.4	Especificaciones de los puestos .....	95
3.4.6.5	Reglamento interno de trabajo .....	96

3.4.6.6	Escala Remunerativa.....	98
3.5	Plan de marketing .....	100
3.5.1	Estrategia de Producto .....	100
3.5.1.1	Breve Reseña Histórica .....	100
3.5.1.2	Características del Producto.....	100
3.5.1.3	Estrategia de Marca .....	105
3.5.1.4	Estrategia de Envase.....	106
3.5.2	Estrategia de Canal de Distribución o Logística .....	107
3.5.2.1	Red de Distribución .....	107
3.5.2.2	Alternativas estratégicas para la estructuración de canales .....	108
3.5.3	Estrategia de Comunicación Integral e impulsión .....	109
3.5.3.1	Publicidad.....	110
3.5.3.2	Promoción de Ventas .....	113
3.5.3.3	Imagen, relaciones públicas y responsabilidad social corporativa .....	115
3.5.4	Estrategia de Precio .....	116
3.6	Estudio Económico del Proyecto .....	119
3.6.1	Inversiones .....	119
3.6.1.1	Inversión en Activos Fijos .....	119
3.6.1.2	Inversión Fija Tangible.....	119
3.6.1.3	Inversión Fija Intangibles .....	120
3.6.1.4	Inversión en Capital de trabajo.....	121
3.6.1.5	Flujo del Capital Total .....	121
3.6.2	Financiamiento.....	122
3.6.3	Presupuesto de Ingresos y Egresos .....	122
3.6.3.1	Ingresos: Pronóstico de Ventas anual .....	122
3.6.3.2	Egresos: Pronóstico de Gastos anual.....	123
3.6.3.2.1	COSTOS DE PRODUCCION.....	123
3.6.4	Estados de Resultados .....	125
3.6.4.1	Ingresos.....	125
3.6.4.2	Egresos.....	125
3.6.4.3	Impuesto a la renta. ....	125
3.7.1	Costo de capital de la empresa.....	126
3.7.2	Evaluación Económica.....	127

3.7.2.1Flujo Operativo .....	127
3.7.2.2Flujo Proyectado de Caja Económico .....	127
3.7.2.3El Valor Actual Neto Económico (VANE).....	128
3.7.2.4Tasa Interna de Retorno Económico.....	129
3.7.2.5La Relación Beneficio / Costo (Econ.) .....	130
3.7.3 Evaluación Financiera. ....	130
3.7.3.1 Flujo de caja Financiero.....	131
3.7.3.2 Valor Actual Neto Financiero. ....	131
3.7.3.3 Tasa Interna de Retorno Financiero.....	132
3.7.3.4 La Relación Beneficio / Costo (Financiero) .....	132
3.8.1 Generalidades.....	134
3.8.2.1 Objetivo general.....	134
3.8.2.2 Objetivos Específicos .....	135
3.8.3.1 Instituciones .....	135
3.8.3.2 Reglamentación Ambiental.....	136
3.8.4 Análisis de Impactos.....	139
3.8.4.1 Fase de Pre operación .....	139
3.8.4.2 Fase de Operación .....	140
3.8.4.3 Análisis General del Impacto Ambiental.....	142
3.8.5 Plan de Gestión Ambiental .....	142
3.8.5.1 Plan de acción preventivo corrector .....	142
3.9.1 Normatividad.....	146
3.9.1.1 Principios.....	146
3.9.1.2 Evaluación de Riesgos. ....	148
3.9.1.3 Riesgos Eléctricos, Señalización.....	149
3.9.1.4 Prevención de Incendios.....	152
3.9.1.5 La Seguridad en Maquinas Herramientas.....	153
Conclusiones .....	155
Recomendaciones .....	157
Referencias bibliográficas.....	158
Anexos .....	159

## RESUMEN

El presente trabajo se basa en realizar y evaluar el estudio de Pre-factibilidad para la instalación de una empresa de confecciones de vestidos para dama, en la Provincia de Chiclayo. Primero se procedió a la realización del estudio de mercado, que tiene como ejes fundamentales el análisis de la demanda y de la oferta. Se Investigó la demanda existente de matrimonios registrados en nuestro departamento y provincias usando fuentes secundarias, también se Investigó la oferta existente de empresas de confección de vestidos para dama en nuestro departamento y provincias usando fuentes secundarias. Se hizo una Investigación en cuanto al diseño de vestidos de novia y de fiesta con sus accesorios que reflejen la personalidad y estilo de la población, identificando formas geométricas, tallas, colores y combinados para el maquillaje y peinados realizando entrevistas con expertos y fuentes primarias. Luego se determinó el tamaño y localización de la planta y según el plano del microcentro, el radio a seleccionar es entre la Av. Balta, Pedro Ruiz y 8 de Octubre y tendrá una capacidad de producción de 6 a 13 vestidos por mes. Se determinó que una buena opción es conseguir un local en 8 de Octubre con proximidades a la Av. Balta, ya que Balta y Pedro Ruiz tiene un alto costo de alquiler de locales y sus áreas son reducidas. Se realizó el estudio de ingeniería del proyecto donde se determinó todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento del local de confecciones. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria, determinándose la distribución óptima de la planta de confección. Se diseñó un plan de marketing donde se detalla las estrategias que determinarán las acciones necesarias para alcanzar el objetivo específico de mercadeo. Se determinó el tipo de empresa, denominada Empresa

Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L. Es una forma societaria, el mínimo de socios es de dos (2) y máximo de veinte (20) personas. Se diseñó un manual de Organización y funciones, que según el organigrama de la empresa se le asignaron las funciones y responsabilidades del personal que en un número de 06 iniciaran las operaciones. Se determinaron los costos, que dio como resultado una inversión total del proyecto de S/.24,074.49 nuevo soles, del cual el 40% (es decir S/. 9,629.79) es aporte propio y el 60% (S/. 14,444.69) restante será financiado mediante un crédito bancario, en nuestro caso la Institución Financiera Intermediaria será el Banco de Crédito del Perú (BCP), otorgado por una línea de crédito de COFIDE. Se realizó la evaluación económica financiera que dio como resultado un VANE de S/30,879.13 nuevos soles y un TIR económico de 78,28%, y un VANF de S/26.264,05 nuevos soles y un TIR financiero de 156,15%.

Por último se determinó La relación Beneficio Costo encontrado tanto para el económico ( $B/C = 2.28$ ) como el financiero ( $B/C = 4.04$ ) mayores que 1, lo que nos indica que el proyecto es rentable.

**Palabras clave:** estudio de pre-factibilidad, viabilidad económica, confecciones textiles

## ABSTRACT

This work is based on conduct and evaluate the Pre-feasibility study for installation of a clothing company dresses for women, in the department of Lambayeque. First, the carrying out market research, which has as fundamental analysis of demand and supply. They investigated the demand of marriages registered in our department and provinces using secondary sources, also investigated the existing supply of companies making clothes for women in our department and provinces using secondary sources. Research was made in the design of wedding dresses and party accessories that reflect your personality and style of the population, identifying shapes, sizes, colors and combined to make up and hair experts and conducting interviews with primary sources. Then we determined the size and location of the plant and along the plane of downtown, the radio is selected from Balta Avenue, Pedro Ruiz and October 8 and will have a production capacity of 6 a13 dresses per month. It was determined that a good option is to get a place in October 8th Avenue with close proximity to Balta, as Balta and Pedro Ruiz has a high cost of rental of premises and areas are small. We performed the engineering of the project which determined all matters concerning the installation and operation of local garment. From the description of the process, acquisition of machinery and equipment, determining the optimal distribution of clothing plant. We designed a marketing plan which details the strategies that determine the actions necessary to achieve the specific objective of marketing. We determined the type of company, named Commercial Company Limited Liability Company SRL It is a corporate form, the minimum membership is two (2) and a maximum of twenty (20) people. We designed a manual Organization and functions, which the organization chart was assigned the roles and responsibilities of staff in a number of 06 began operations. Costs were determined, resulting in a total investment of S/.24, 074.49 nuevo soles, of which 40% (ie S /. 9629.79) is our own contribution and 60% (S /. 14,444.69) remaining will be financed by bank loans, in our case the Intermediary Financial Institution will be the Bank de Credito del Peru (BCP), granted by a credit line

COFIDE. We performed the economic and financial evaluation resulting in a VANE of S/30, 879.13 soles and a 78.28% economic IRR and a FNPV of S/26.264, 05 soles and a financial IRR 156.15%. Finally it was determined Benefit Cost ratio found for both economic (B/C=2.28) as finance (B/C=4.04) greater than 1, which indicates that the project is profitable.

**Keywords:** pre-feasibility study, economic viability, textile confections

# **CAPITULO I INTRODUCCIÓN**



## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

En los últimos diez años, el sector textil-confección, ha experimentado un proceso constante de reestructuración que ha estado marcado por la liberalización de los mercados internacionales, tratados comerciales y la eliminación de aranceles a la importación de maquinaria, la deslocalización de la producción o las exigencias de la demanda, lo que ha tenido importantes consecuencias en la producción y el empleo en el sector. El ajuste del Sector se ha materializado por la reorientación estratégica de las empresas, en búsqueda de nuevos factores de competitividad capaces de mejorar su posicionamiento en el mercado nacional e internacional.

La confección de vestidos en el Perú se ha venido incrementando en los últimos años tanto por la demanda interna como la internacional, las confecciones peruanas gozan de una gran aceptación en el mercado exterior. La exigencia que existe en el mundo por lucir bien hace que las mujeres modernas, sean fundamentalmente reflexivas y sensibles en la elección de un traje, vestido de trabajo, fiesta, vestido para quinceañera, vestidos de bodas o vestidos casuales por lo cual van en busca de modelos exclusivos y de calidad. Un vestido se le puede comparar con una obra de arte y su precio varía según los segmentos de mercado al que este dirigido.

Las reuniones sociales y los compromisos de trabajo, hace que las mujeres cada vez que asisten, busquen verse elegantes, sensuales, casuales, distintas, únicas; la ropa elegante por lo tanto se ha convertido en una indudable y primordial herramienta en el moderno mundo de las relaciones públicas y como consecuencia esto hace que las mujeres vayan en busca de la originalidad en el vestir.

La seda, el versachet, las gasas, las lycras, el podesua, las organzas, el algodón, el tul y otras mezclas sintéticas se utilizan en la ropa de las féminas. El bordado, empedrado, guipiures, organzas bordadas, botones antiguos, el corpiño y la ayuda elegante del corte agrega los detalles interesantes al producto. Los colores van de acuerdo a la estación. Los escotes interesantes, las telas bonitas y el patrón total, todas estas materias primas e insumos y demás características contribuyen a la formación y elección de la prenda soñada.

Es por este motivo y ante la diversidad de diseños en el sector de confecciones en nuestro país, se percibe la incertidumbre de competir con oferta extranjera más económica con la posibilidad de acaparar el mercado y atentar con la industria nacional.

## **1.2. TRABAJOS PREVIOS**

**Aguirre Pajuelo, María Sara (2006)**

**Reestructuración organizacional de una empresa de confecciones. (Lima-Perú)**

En el presente trabajo de investigación se demuestra que es factible la aplicación de herramientas modernas de gestión en la solución de problemas propios de la empresa peruana, problemas que se refleja a través del desorden funcional, manejo inadecuado de recursos, entre otros.

La inadecuada gestión, reflejada a través del desorden funcional, manejo indebido de los recursos, mala asignación del trabajo, carencia de técnicos administrativos a puesto en riesgo la posición que ha logrado la casa del polo, lo cual hace necesario un reordenamiento de las actividades empresariales.

Se desarrollará una aplicación de la reestructuración de las operaciones a la realidad particular de la empresa. La casa del polo empresa del sector confecciones, la cual permitió obtener en adecuado ordenamiento interno, y el mejoramiento de la productividad, así como la ejecución ordenadas de las operaciones con tareas específicas y delimitadas.

El presente estudio ha permitido identificar los lineamientos para la reestructuración de los operarios en la casa del polo que consiste en: formulación del diagnóstico interno, reestructuración dinámica de la misión y visión, caracterización y análisis de puestos, reestructuración de los procesos, rediseño de procesos de producción flexible y diseño de su organigrama.

Con el propósito de asegurar la competitividad de la empresa se debe realizar alianzas estratégicas con empresas multinacionales (saga, riple, etc); implementar una política presupuestaria de monitoreo continuo, desarrollar políticas de inventario y control de stock basados en el requerimiento del mercado.

### **Muñoz Cabanillas, Martín (2004)**

#### **Diseño de distribución en planta de una empresa textil. (Lima-Perú)**

El presente informe de tesina ha sido elaborado para optar el título de ingeniero industrial, como parte de la modalidad de perfeccionamiento profesional. Este informe enmarcado en la línea de investigación sobre optimización de la producción, es el resultado de la aplicación práctica, de los cursos de actualización profesional dictados por la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

El objeto es desarrollar el proceso de diseño de distribución de planta, en una empresa perteneciente al sector textil, la cual por políticas de la empresa no desea revelar su nombre. La base para su elaboración se encuentra en un proyecto realizado en esta empresa durante el año 2002, en el que junto con un equipo con formado por 9 personas, realizamos el diseño de lo que sería una planta completamente nueva, que haría posible el traslado y unificación de las instalaciones ya existentes.

El desarrollo de este informe va de acuerdo a los planteamientos teóricos también expuestos aquí, de manera que muestra claramente cómo se complementa la teoría con la práctica. Cabe mencionar que este trabajo se centra fundamentalmente en las dos fases centrales del proceso de distribución, que son justamente las que se encargan del diseño en sí de la distribución. Las otras dos fases aunque no menos

importantes, no han sido tomadas en cuenta dadas las características del proyecto realizado, que se verán más adelante.

Como resultado de este informe, el lector obtendrá una visión general de todo el proceso de distribución, enfocado desde el aspecto práctico, conociendo de manera puntual las técnicas, criterios, principios y fundamentos que mejor se adecuen a la distribución de los diferentes departamentos de una empresa.

Con este proyecto se pudo detectar que el método más efectivo era la distribución por producto en línea.

**Coci Otoya, Rosa Katherine (2002)**

**Estudio de Pre factibilidad para la implementación de un proyecto de inversión para la exportación de mango Peruano de la variedad Haden en la empresa Ismo S.R.Ltda. (Trujillo-Perú)**

El presente proyecto se realizó en la Universidad Privada Del Norte y constituye un estudio de pre factibilidad para la implementación del proyecto de inversión para la exportación de mango Peruano de la variedad Haden en la empresa Ismo S.R.Ltda; dándole un valor agregado, además de contribuir con la generación de divisas para el país.

El objetivo del proyecto es demostrar la factibilidad y viabilidad del proyecto y así lograr convencer a los propietarios de la empresa Ismo S.R.Ltda; para la realización del mismo.

La producción del mango tanto nacional como internacional a través de los años se ha ido incrementando sobre todo en los países altamente industrializados y esto constituye una demanda del mango insatisfecha que debe ser cubierta, especialmente la variedad Haden por ser uno de los frutos más exóticos del mundo, solo es recomendable cumplir las normas y requerimientos técnicos para el país de destino, en este caso EE.UU.

Se debe mencionar que el presente proyecto se ha llevado a cabo gracias a la información proporcionada por la empresa Ismo S.R.L tda, sobre la base de estudios

realizados por la propia empresa para determinar cuál de los productos Hortofrutícolas es el más rentable, concluyendo de esta manera por el mango.

Cabe mencionar que otra de las fuentes de información fueron las comunicaciones realizadas vía internet y aportes de otros estudios realizados con el tema en estudio; además de manuales, revistas y folletos. Por otra parte la información técnica se consiguió en la ciudad de Piura y Chiclayo, principales productores de mango para la exportación.

Para este proyecto se efectuó una evaluación de los aspectos más relevantes de la producción, mercado, marco legal y análisis financiero.

El proyecto a considerado que un 48% (424 304) de la inversión corresponde a la parte que será financiada por el banco WIESE gracias a una línea de crédito COFIDE y el otro 52% (455879) será aporte propio de la empresa.

Durante la evaluación del proyecto se concluyó que el mismo resulta factible ya que el desarrollarlo, permitirá tener un VAN de US\$ 424 304 teniendo a su vez un TIR de 20%.

### **1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA**

#### **1.3.1 Prendas**

##### **Antecedentes Históricos:**

De acuerdo con los arqueólogos y antropólogos, los signos de vestimenta más antiguos probablemente consistieron en pieles, cueros, hojas o pasturas, envueltas o atadas alrededor del cuerpo como protección de los elementos de la naturaleza. El conocimiento sobre estas ropas queda en la deducción, ya que los materiales mencionados se deterioran rápidamente comparados con piedras, huesos, caparzones y artefactos metálicos. Los arqueólogos han identificado agujas de coser muy antiguas cerca de

Kostenki, Rusia en 1988, de aproximadamente 30.000 años de antigüedad, A.C.

Etimológicamente proviene del latín *vestitus*, la palabra *ropa* deriva etimológicamente de la expresión germánica antigua *raupjan* (robar, saquear) que derivaría posteriormente en nuestro verbo *robar* y también por asimilación en '*ropa*', debido a que las prendas de vestir eran objeto codiciado de pillaje. La *ropa*, por tanto, eran esos objetos susceptibles de ser robados, quedando posteriormente reducida a las prendas personales de vestir. En italiano, también se encuentra actualmente la palabra *roba* con un significado mucho más amplio que nuestra castellana *ropa*, ya que incluye además otros objetos, generalmente bienes fungibles y muebles.

#### **1.3.1.1 Tipos o formas de vestidos:**

Los vestidos en general pueden diferenciarse por su silueta o forma. Tener en claro todas las posibilidades es una buena manera de empezar cuando tenemos que elegir un vestido.

**a) Línea A.-** Estos vestidos se entallan en el busto y cintura y comienzan a ensancharse suavemente sobre las caderas. Es ideal para ocultar defectos en el cuerpo de la mujer y adelgazar cuerpos grandes. No es una buena opción para mujeres menudas.

**b) Vestido princesa.-** Con el torso entallado pero una importante y voluminosa falda, el vestido princesa luce fantástico en mujeres altas, pero no es recomendable para mujeres anchas.

**c) Sirena. -** Este tipo de vestidos son entallados en su mayor parte, pero al final de la falda se ensanchan, cual cola de sirena. Ideal para mujeres bajas o delgadas.

**d) Vestidos tubo con falda estrecha.-** Se ajusta a todo el cuerpo y termina con una falda que se estrecha hacia las piernas. Es adecuado para mujeres delgadas, mujeres robustas abstenerse.

**e) Vestidos tubo falda recta.-** Lo mismo que la silueta anterior pero la falda es recta, más cómoda. Buena opción para mujeres delgadas o menudas.

**f) Imperial.-** El vestido comienza a ensancharse justo debajo de la línea del busto. Gran opción tanto para mujeres menudas como robustas.

#### **1.3.1.2 Tipo de escote y manga:**

**a) Escote cuadrado o estilo francés.-** Como indica su nombre es un escote cuadrado o rectangular ajustado al pecho de la mujer. Es bastante usual en los vestidos de corte imperio. Es favorecedor para las mujeres de caderas anchas y con poca cintura.

**b) Tipo cuello (halter).-** Se abrocha en la parte posterior del cuello dejando al descubierto la espalda, los hombros y los brazos.

Este tipo de escote ayuda a disimular tu pecho si es demasiado grande. Es especialmente favorecedor en las bodas de día. El único factor a tener en cuenta será el cuidado de la piel de los brazos y de la espalda.

**c) Escote tipo barco.-** Ayuda a conseguir una figura equilibrada ya que es un escote discreto y elegante. Forma una línea recta de hombro a hombro que va por delante y por detrás del vestido. Además puede ser sencillo o llevar algunos bordados de hilo, pedrería o aplicaciones para resaltarlo. También es normal que lleve una capa de la misma tela sobrepuesta.

**d) Escote en pico.-** Es muy favorecedor ya que estiliza un cuello ancho. Deja al descubierto parte de los hombros y termina en pico.

**e) Escote palabra de honor.-** Es uno de los más utilizados en vestidos de novia ya que además de sencillo, discreto y formal, suele ser bastante favorecedor. Además suele quedar bien con cualquier tipo de corte.

**f) Escote de corazón.-** No es nada favorecedor para mujeres de poca altura, de cuello corto o de formas redondeadas. Es un escote romántico que comienza algunos centímetros sobre los hombros y termina en un corazón muy marcado cerca de la línea del pecho.

**g) Escote de hombros caídos.-** Se trata de un escote muy sexy y elegante que además se puede bordar con hilo. Se sujeta a los hombros con tiras elásticas o se mantiene en forma rígida. El problema es que suele ser bastante incómodo e impide el movimiento natural de los brazos. Para este tipo de escotes recomendamos que en las pruebas del vestido intentes moverte para saber si el día de la boda te sentirás cómoda o no.

**h) Cuello alto o tipo cisne.-** Se trata de unas formas de diseño sobrio y muy elegante, especialmente indicado para bodas de noche en climas fríos. Se debe usar con el cabello recogido y sin demasiados detalles o accesorios.

**i) Escote ilusión.-** Se trata de un escote de corte clásico pero muy elegante y común entre las novias. Normalmente es amplio y profundo, pero lleva una capa de malla, tul, o encaje que cubre el pecho hasta el cuello. Sólo se recomienda a las mujeres de cuello alto y delgado, con hombros estrechos y rostro afilado.

### **1.3.1.3 La confección:**

Es el arte de coser las piezas ya cortadas anteriormente, y así formar la prenda.



## **Proceso de confección:**

**a) Recepción de materia prima.-** Realiza la limpieza y pulido de la tela, de tal manera que la misma se encuentre completamente limpia de pelusas y suciedad.

**b) Trazado.-** Acomoda las distintas piezas del molde sobre la tela y las fija con alfileres a la misma; en el caso que efectúe el trazo directamente marca los puntos utilizando reglas, escuadras y compases; comprobando en ambos casos la maximización de la tela; el sentido de rayas y cuadros.

Marca los contornos del molde en la tela o completa los trazos directos rectos, utilizando para ello tiza o un marcador de bordes y considerando un margen adecuado. Retira los moldes y comprueba que las diferentes partes de la prenda a confeccionar se encuentren completamente marcadas en la tela.

**c) Corte.-** Efectúa el corte de la tela cuidadosamente, utilizando tijeras de corte fino según sea el caso y verificando que la tela se encuentre adecuadamente extendida.

**d) Coser.-** Coloca las primeras piezas a ser unidas en la máquina, encendiendo la misma y verificando que la costura se efectúe de la manera programada.

**e) Empiedrar, bordar o aplicaciones.-** Después de coser se empieza a bordar, empiedrar o se le coloca aplicaciones según corresponda con los insumos necesarios como: mostacillas, canutillos, lentejuelas, etc.

**f) Empaque.-** Empaqueta las piezas según los pedidos realizados.

### **1.3.2 Estudio de Pre factibilidad:**

Se define así al conjunto de análisis que tienen que efectuarse para buscar que asegure la existencia de por lo menos una alternativa técnica y económica factible dentro de las posibles soluciones esto es valido tanto para proyectos que planteen una gran gama de soluciones como para aquellos de solución única, inclusive en aquellos de objetivo social o privado.

El estudio de pre factibilidad sirve de un primer filtro para destacar soluciones, previo análisis e investigaciones, que no necesariamente conducen a resultados aceptables y que buscan proponer dentro de las soluciones las alternativas factibles esta condición considera aquellos casos en que de una misma idea pueden derivarse hacia varias soluciones posibles, cada una de las cuales puede a su vez contener varias alternativas.

Debe comprenderse que la factibilidad de una alternativa se muestra a través de la existencia de las siguientes premisas básicas:

- Un proceso técnico de producción asequible al medio tecnológico y compatible con ciertas restricciones normativas e institucionales existentes.
- La existencia de un mercado que asegure la colocación del producto y sus derivados en la cantidad prevista para cumplir según el tiempo y la tecnología.
- La disponibilidad económica de los insumos, si fuera necesario el caso de utilizar los recursos locales o importados previniendo los niveles de costos en cada situación o periodo de producción.
- De rentabilidad y utilidad en la asignación de los recursos a emplear en el proyecto, buscando que obtener mayores beneficios que los costos a lo largo del periodo de planeamiento y sus respectivas puesta en marcha.
- De acuerdo a este marco conceptual el proceso de formulación del estudio de pre factibilidad comprende: Identificación de alternativas, Identificación de soluciones, Elección de alternativas, Toma de decisiones.

### **1.3.2.1 Formulación del Estudio de Pre factibilidad:**

**a) Identificación de Alternativas.-** A partir de los resultados básicos o preliminares, se identificarán alternativas con el fin de hacer una primera elección a través de los procesos de descarte y dejar en reserva otras que en algún momento permitan en un mayor análisis o una elección definitiva.

**b) Identificación de Soluciones.-** Consiste en determinar e identificar las soluciones, en el sentido definido anteriormente, las que en primer lugar deberán ser sometidas a las pruebas de viabilidad usadas y utilizadas en los estudios preliminares. Cada una de las soluciones consideradas viables dará lugar a un correspondiente estudio de pre-factibilidad. De la comparación de estos estudios se permitirá decidir cual de las soluciones continuara desarrollando en mayor detalle y profundidad a fin de cumplir los requisitos exigidos para respectiva aprobación y puesta en marcha.

**c) Elección de Alternativas.-** Es el paso penúltimo para la elección de alternativa que va ser factible, que representa el grado óptimo probable entre todas las alternativas; en base a criterios de rentabilidad, utilidad y otros. La aplicación de este concepto implica la cuantificación de los elementos principales del proyecto a precios y costos dentro del marco de referencia del mercado y que correspondan a estimaciones para el caso particular en estudio.

**d) Toma de Decisiones.-** El proceso de toma de decisiones implica dos niveles, el primero referido al proceso de elección de soluciones y de la demostración de la viabilidad de por lo menos una alternativa, la misma que se define con la aprobación y la presentación homogénea de estos resultados, permitirá la toma de decisiones para ejecutar el proyecto, en caso de no estar de acuerdo el rechazo es inminente siempre y cuando se

determine por una opción técnica y no de un exabrupto institucional. El procedimiento se sintetiza del modo siguiente:

### **1.3.2.2 Elementos de Análisis:**

Los elementos citados anteriormente son aquellos que deben analizarse dentro del propósito principal de lograr a través de descartes la alternativa factible que va a representar un óptimo de factibilidad relativo. Por lo que es importante la forma en que se evalúan y analizan la toma de estos criterios. El marco conceptual de tratamiento puede ser el siguiente:

**a) Mercado.-** Se asegura que el mercado para el producto, ya sea del principal o sus derivados, existe mediante un estudio definitivo en base a criterios técnicos y estadísticos.

**b) Disponibilidad de insumos.-** El análisis debe asegurar, la disponibilidad técnica y económica de los insumos estratégicos del proyecto (cantidad, calidad y costos)

El proceso general que se estila para la formulación de los estudios de pre-factibilidad se muestra en el grafica siguiente:

### **1.3.2.3 Características Generales de la Pre factibilidad:**

La pre factibilidad comprende una serie de características las mismas que pueden ser analizadas a través de los términos siguientes:

**a) Proceso Técnico.-** Las alternativas implican simultáneamente la adopción de un proceso técnico de producción que esta condicionado a todos los aspectos, relativos a costos de inversión, operación, absorción de mano de obra, efectos ambientales y ecológicos, especificidad de insumos y de dependencia nacional o extranjera para la elaboración de los productos principales o derivados. Todos estos aspectos deben estar necesariamente

presentes en la selección del proceso que inserte en la alternativa cuya factibilidad se estudia.

**b) Tamaño.-** Se deben de analizar las distintas alternativas de tamaño en función a la demanda insatisfecha, la demanda potencial, disponibilidad de insumos, tamaño del proceso, la capacidad financiera y la escala productiva en relación a los costos unitarios a fin de hacer los cálculos necesarios para obtener los resultados de la selección primaria del tamaño del proyecto.

**c) Localización.-** Identificación de alternativas y su análisis con respecto al marco institucional, técnico, legal, económico, ubicación geográfica de la demanda y la disponibilidad de recursos cercanía de los insumos y el conocimiento de las economías externas, respecto al proyecto, a través de este paso se podrá obtener una buena selección primaria de la localización del proyecto para su respectiva puesta en marcha.

**d) Inversiones.-** Deben comprender las necesidades de Capital Fijo y Capital de Trabajo desagregados en sus componentes principales, en función del tamaño, proceso y localización, definidos para la alternativa global primaria, una buena carta de presentación viene a ser el flujo de caja y los cronogramas de inversiones.

**e) Financiamiento.-** Servirá para la identificación de las fuentes de financiamiento y formas alternativas. La evolución comparativa de cada una de ellas y la selección de la alternativa de financiamiento para el proyecto que resulte más conveniente en el lapso y producción, asimismo no se deberán de olvidar las tasas de interés y los tipos de cambio de las monedas a utilizar.

**f) Ingresos y Egresos.-** La alternativa globales su definición de tamaño, proceso y localización, permite el establecimiento de programas de

producción, que permiten obtener a precios de mercado, los ingresos y costos para el periodo de planeamiento del proyecto, el mismo que estará en función del presupuesto principal de la empresa.

**g) Análisis Económico y Financiero.-** Es el balance entre los beneficios y los costos durante el periodo de planeamiento del proyecto, es necesario efectuar un buen análisis para llegar a una alternativa que responda a las necesidades de la empresa y que con su puesta en marcha beneficie económicamente a la misma en el tiempo.

**h) Organización.-** Se trata de establecer las alternativas de organización para la construcción y la organización para la administración y operación. La primera parte debe cubrir el periodo que va desde la decisión de ejecutar el proyecto hasta la puesta en marcha y la otra se refiere al periodo que se inicia con la puesta en marcha y se prolonga durante el periodo de planeamiento que se estime conveniente.

Los resultados del análisis de los elementos citados deben tomar la forma de un documento que explique los criterios de evaluación de las soluciones, la justificación de la selección de una o más soluciones y la demostración de la factibilidad de por lo menos una alternativa.

#### **1.4 Formulación del Problema**

¿Será viable la evaluación económica y financiera de la Instalación de una Empresa de Confecciones de Vestidos para Damas en la Provincia de Chiclayo?

#### **1.5 Justificación del estudio**

##### **Justificación Teórica**

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación del estudio del proyectos de pre factibilidad, encontrar explicaciones a situaciones internas (baja de ventas, portafolio de diseños, calidad, formación de precio, etc.) y del entorno (mercadeo, competencia) que afectan al sector de las confecciones de vestidos para damas. Lo que permitirá contrastar los diferentes indicadores de evaluación económicos y financieros con la realidad del sector.

### **Justificación Metodológica**

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio se acude al empleo de técnicas de investigación como la encuesta utilizando como instrumento el cuestionario para determinar la estimación de la demanda del sector de confecciones de vestidos para dama. A través de la aplicación del cuestionario, se busca conocer el grado de satisfacción de los clientes locales con respecto a los diseños, calidad y precios.

### **Justificación Práctica**

Se justifica el presente proyecto porque el número de empresas que se hallan en la provincia de Chiclayo no cuentan con la necesaria implementación y capacidad de producir con calidad, son muy pocas empresas de confecciones de vestidos para damas que satisfacen adecuadamente las necesidades de las clientes, desperdiciando así la oportunidad que da el mercado.

Por lo tanto, el presente proyecto está orientado a instalar una empresa de confecciones de vestido para dama, que funcione de manera que el producto obtenido sea competitivo atendiendo las exigencias del mercado en cuanto a calidad y precio. La implementación de la empresa generará puestos de trabajo tanto directa e indirectamente, esto beneficiará el desarrollo económico y social de nuestra provincia.

## **1.6 Hipótesis**

El estudio de pre-factibilidad determina la viabilidad económica y financiera de la instalación de una empresa de confecciones de vestidos para dama en la provincia de Chiclayo

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo General**

Determinar la Pre Factibilidad para la Instalación de una Empresa de Confecciones de Vestidos para Dama en la provincia de Chiclayo.

### **1.7.2 Objetivos Específicos**

Realizar un estudio de mercado de la confección de vestidos para damas, identificando una categoría de producto que exija niveles de calidad como especialización.

Determinar el tamaño y localización de planta.

Establecer la Ingeniería del Proyecto.

Establecer la organización y Administración de la Empresa.

Elaborar los costos y presupuestos

Realizar el análisis Económico y Financiero que determinará la rentabilidad económica y financiera del proyecto.

Analizar el Impacto ambiental.



## **CAPITULO II MÉTODO**

## II. MÉTODO

### 2.1. Diseño de Investigación

Desarrollar los pasos del estudio de pre-factibilidad, para determinar a través del estudio económico financiero el VAN y el TIR.

### 2.2. Variables, operacionalización

#### Variable independiente

El estudio de pre-factibilidad

#### Variable dependiente

La Viabilidad Económica y Financiera del proyecto

INDICADOR	UNIDAD MEDIDA	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA
<b>VALOR ANUAL NETO</b> (VAN)	Nuevos soles	$VAN = -I + \frac{R[1 - (1+i)^{-n}]}{i}$	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>R</b>: Flujo de caja constante.</li> <li>- <b>i</b>: el coste de oportunidad o rentabilidad mínima que se está exigiendo al proyecto.</li> <li>- <b>n</b>: es el número de periodos.</li> <li>- <b>I</b>: es la inversión inicial necesaria para llevar a cabo el proyecto.</li> </ul>	Una vez terminado el proyecto
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b> (TIR)	Nuevos soles	$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_{Ft}}{(1+TIR)^t} - I_0 = 0$	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>V<sub>Ft</sub></b>: es el Flujo de Caja en el periodo <b>t</b>.</li> <li>- <b>I<sub>0</sub></b>: Inversión inicial</li> </ul>	Una vez terminado el proyecto
<b>COSTO BENEFICIO</b>	Nuevos soles	$BC = \frac{\sum_{n=1}^{n=10} \frac{BNn}{(1+i)^n}}{I_0}$	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>BN<sub>n</sub></b> Valor de la producción (beneficio bruto)</li> <li>- <b>i</b>: Tasa de descuento</li> <li>- <b>I<sub>0</sub></b>: Inversión Inicial</li> </ul>	Una vez terminado el proyecto

### **2.3. Población y muestra**

**Población:** Las empresas de confecciones de vestidos para dama del Perú

**Muestra:** Las empresas de confecciones de vestidos para dama de la provincia de Chiclayo

### **2.4. Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos, Validez Y Confiabilidad**

**Técnicas:** recopilación de datos, entrevistas, encuestas, proyecciones.

**Instrumentos:** computadora, impresora, escáner, internet, cámara fotográfica, grabadora

### **2.5. Métodos De Análisis De Datos**

- Análisis documentario
- Estudio de mercado
- Ingeniería de proyecto
- Estudio económico financiero

Uso de herramientas como:

- Word
- Excel
- SPSS

### **2.6. Aspectos Éticos**

Se considerará la veracidad de los resultados; respeto por la propiedad intelectual, convicciones políticas, religiosas y morales, medio ambiente, privacidad, responsabilidad social, política, jurídica y ética; proteger la identidad de los individuos que participarán en el estudio.

## **CAPITULO III**

### **RESULTADOS**

### **3.1. ESTUDIO DE MERCADO.**

#### **3.1.1 Propósito de la investigación.**

A pesar del entorno económico y financiero que se presenta en el contexto internacional, el gobierno promueve el emprendimiento de negocios en el mercado interno como estrategia de crecimiento en la economía de nuestra nación.

Es por eso que este informe de investigación pretende determinar la existencia de una demanda insatisfecha y determinar las bases de las siguientes etapas de este proyecto.

Según el alcance y limitaciones del proyecto, resulta interesante definir el rubro específico que se quiere especializar esta empresa de confecciones, detectando según la opinión de experimentados en el negocio, sobre la necesidad de ofrecer calidad en la confección de los vestidos de novia y de fiesta; es por ello, que la empresa se enfocará a este mercado objetivo.

##### **3.1.1.1 Planteo y definición del problema.**

Desde tiempos inmemoriales, las mujeres una vez que eran pedidas en matrimonio, empezaban a preparar el "Ajuar de Novia", en aquellos tiempos ellas mismas con ayuda de su madre, tías y amistades muy cercanas, empezaban a confeccionarlo. Con el tiempo esto cambio no del todo, pero si en buena parte. La mujer hoy en día trabaja y además ahora todo se puede comprar o también puede ser el tema para los regalos del shower.

Pero, la justificación de la celebración de dicha convención responde a una especie de impuesto que se paga al cercano círculo social que rodea a aquellos que acceden a formalizar dicho encuentro. Por lo tanto, sin negar que algunos matrimonios estén basados en el amor, y que este pueda también perdurar mientras estén casados, la celebración es uno de los acontecimientos más considerados en la planificación de la pareja. Esta planificación significa la iglesia, el local de recepción, los arreglos, la fiesta, los anillos, el traje del novio, y el vestido de novia.

Ante el alto porcentaje de clase C y D en nuestra provincia, es evidente que ante significativo presupuesto es de gran preocupación para la novia la inversión en el vestido y para los invitados el vestido de fiesta o de gala. Por una parte, toda novia quisiera cumplir su sueño de adquirir un gran vestido que refleje perfectamente su personalidad y estilo y por otra parte, las invitadas que quieren demostrar su presencia con el vestido más elegante. Pero el poder adquisitivo de esta población demanda un vestido de precios accesibles a su presupuesto y con un diseño y elaboración acorde a sus necesidades.

### **3.1.1.2 Objetivos específicos**

- Investigar la demanda existente de matrimonios registrados en nuestro departamento y provincias usando fuentes secundarias.
- Investigar la oferta existente de empresas de confección de vestidos para dama en nuestro departamento y provincias usando fuentes secundarias.
- Elaborar un análisis FODA de la competencia en nuestra provincia realizando entrevistas con expertos y buscando casos similares.
- Investigar diseños de vestidos de novia y de fiesta con sus accesorios que reflejen la personalidad y estilo de la población, identificando formas geométricas, tallas grandes y pequeñas, altas y delgadas, colores propuestos y combinados para el maquillaje y peinados realizando entrevistas con expertos y fuentes primarias.
- Investigar la gama de calidades en función de su materia prima y precio usando fuentes secundarias y entrevistas con expertos.
- Investigar el rango de precios que ofrece este mercado usando fuentes secundarias, primarias y entrevistas con expertos.
- Determinar alternativas de exhibición para la mejor entrega del producto y servicio usando fuentes secundarias y entrevistas con expertos.
- Investigar las mejores estrategias de comunicación integral y de impulsión del producto usando fuentes secundarias, primarias y entrevistas con expertos.

### **3.1.2 Definición del producto**

#### **3.1.2.1 Antecedentes Históricos:**

De acuerdo con los arqueólogos y antropólogos, los signos de vestimenta más antiguos probablemente consistieron en pieles, cueros, hojas o pasturas, envueltas o atadas alrededor del cuerpo como protección de los elementos de la naturaleza. El conocimiento sobre estas ropas queda en la deducción, ya que los materiales mencionados se deterioran rápidamente comparados con piedras, huesos, caparzones y artefactos metálicos. Los arqueólogos han identificado agujas de coser muy antiguas cerca de Kostenki, Rusia en 1988, de aproximadamente 30.000 años de antigüedad, A.C.

**Etimológicamente proviene** del latín *vestitus*, la palabra ropa deriva etimológicamente de la expresión germánica antigua *raupjan* (robar, saquear) que derivaría posteriormente en nuestro verbo **robar** y también por asimilación en 'ropa', debido a que las prendas de vestir eran objeto codiciado de pillaje. La ropa, por tanto, eran esos objetos susceptibles de ser robados, quedando posteriormente reducida a las prendas personales de vestir. En italiano, también se encuentra actualmente la palabra *roba* con un significado mucho más amplio que nuestra castellana ropa, ya que incluye además otros objetos, generalmente bienes fungibles y muebles.

#### **3.1.2.2 Tipos o formas de vestidos:**

Los vestidos en general pueden diferenciarse por su silueta o forma. Tener en claro todas las posibilidades es una buena manera de empezar cuando tenemos que elegir un vestido.

**a) Línea A.-** Estos vestidos se entallan en el busto y cintura y comienzan a ensancharse suavemente sobre las caderas. Es ideal para ocultar defectos en el cuerpo de la mujer y adelgazar cuerpos grandes. No es una buena opción para mujeres menudas.

**b) Vestido princesa.-** Con el torso entallado pero una importante y voluminosa falda, el vestido princesa luce fantástico en mujeres altas, pero no es recomendable para mujeres anchas.

**c) Sirena.** - Este tipo de vestidos son entallados en su mayor parte, pero al final de la falda se ensanchan, cual cola de sirena. Ideal para mujeres bajas o delgadas.

**d) Vestidos tubo con falda estrecha.-** Se ajusta a todo el cuerpo y termina con una falda que se estrecha hacia las piernas. Es adecuado para mujeres delgadas, mujeres robustas abstenerse.

**e) Vestidos tubo falda recta.-** Lo mismo que la silueta anterior pero la falda es recta, más cómoda. Buena opción para mujeres delgadas o menudas.

**f) Imperial.-** El vestido comienza a ensancharse justo debajo de la línea del busto. Gran opción tanto para mujeres menudas como robustas.

### **3.1.2.3 Tipo de escote y manga:**

**a) Escote cuadrado o estilo francés.-** Como indica su nombre es un escote cuadrado o rectangular ajustado al pecho de la mujer. Es bastante usual en los vestidos de corte imperio. Es favorecedor para las mujeres de caderas anchas y con poca cintura.

**b) Tipo cuello (halter).-** Se abrocha en la parte posterior del cuello dejando al descubierto la espalda, los hombros y los brazos.

Este tipo de escote ayuda a disimular tu pecho si es demasiado grande. Es especialmente favorecedor en las bodas de día. El único factor a tener en cuenta será el cuidado de la piel de los brazos y de la espalda.

**c) Escote tipo barco.-** Ayuda a conseguir una figura equilibrada ya que es un escote discreto y elegante. Forma una línea recta de hombro a hombro que va por delante y por detrás del vestido. Además puede ser sencillo o llevar algunos



bordados de hilo, pedrería o aplicaciones para resaltarlo. También es normal que lleve una capa de la misma tela sobrepuesta.

**d) Escote en pico.-** Es muy favorecedor ya que estiliza un cuello ancho. Deja al descubierto parte de los hombros y termina en pico.

**e) Escote palabra de honor.-** Es uno de los más utilizados en vestidos de novia ya que además de sencillo, discreto y formal, suele ser bastante favorecedor. Además suele quedar bien con cualquier tipo de corte.

**f) Escote de corazón.-** No es nada favorecedor para mujeres de poca altura, de cuello corto o de formas redondeadas. Es un escote romántico que comienza algunos centímetros sobre los hombros y termina en un corazón muy marcado cerca de la línea del pecho.

**g) Escote de hombros caídos.-** Se trata de un escote muy sexy y elegante que además se puede bordar con hilo. Se sujeta a los hombros con tiras elásticas o se mantiene en forma rígida. El problema es que suele ser bastante incómodo e impide el movimiento natural de los brazos. Para este tipo de escotes recomendamos que en las pruebas del vestido intentes moverte para saber si el día de la boda te sentirás cómoda o no.

**h) Cuello alto o tipo cisne.-** Se trata de unas formas de diseño sobrio y muy elegante, especialmente indicado para bodas de noche en climas fríos. Se debe usar con el cabello recogido y sin demasiados detalles o accesorios.

**i) Escote ilusión.-** Se trata de un escote de corte clásico pero muy elegante y común entre las novias. Normalmente es amplio y profundo, pero lleva una capa de malla, tul, o encaje que cubre el pecho hasta el cuello. Sólo se recomienda a las mujeres de cuello alto y delgado, con hombros estrechos y rostro afilado. [6]

Muchas novias no tienen ni idea de los tipos de tela que les ofrece el mercado para la confección de un vestido de novia.

### 3.1.2.4 Materia prima

Comenzaremos entonces con la descripción de las telas más usadas para los vestidos de novia:

**Brocado:** formado por tejidos de seda con bordados en relieve. Los relieves pueden ser de hilos de metal o de seda. El peso de este tipo de tela es medio a pesado. Las figuras que se forman son distintas y variadas, generalmente de efecto floral.

**Charmeau:** Satén de seda suave con una trama gruesa, de buena caída. Es reversible, tiene brillo por un lado con crepé en el otro.

**Chiffón:** de textura muy suave y hecho de seda, algodón o tercipelelo. Ideal para los vestidos de faldas lánguidas o en capas.

**Crepé:** es una tela lisa, puede ser de seda, lana o poliéster. Es una tela doble faz, opaca y brillante (brillo natural), de muy buena caída.

**Dupión de seda:** seda natural con brillo y textura; conocida como “seda salvaje”, es una tela que luce bastante elegante.

**Encaje:** tejido formado por hilos de algodón, lino, seda, plata u oro con motivos diversos. Los encajes pueden ser:

- Chantilly: conformada por figuras florales.
- D´alencon: encaje más grueso que el chantilly.
- Guipure: encaje espeso, grueso. Es bordado sobre tul, con cintas y con aplicaciones de pedrería, perlas o cristal.

**Gasa:** tela de seda delicada y transparente. Es lijera, suelta y de gran caída, crea bastante movimiento. Usada para hacer drapeados, volados y chales.

Gazar: ideal para la confección de faldas largas con cola. Son suaves y de caída perfecta.

Georgette: tejido delicado y fino, de seda natural. Está formado por bordados de variados dibujos.

Mikado: ideal para vestidos de gran volumen. Está formado por seda natural gruesa y de textura discretamente granulada.

Organza: entramado de hilos de seda muy finos, de delicada textura y casi transparente. Es ideal para bordarle figuras. Algunas tienen calado. Esta tela se utiliza para el talle y mangas.

Organza satinada: entramado de hilos finos de seda espesa, muy tupida.

Raso o satén: antiguamente este tejido de seda se confeccionaba con un acabado brillante, en la actualidad suele ser a base de acetato para lograr el raso cristal tan usado en vestidos de novia. Este tipo de tela tiene mucho cuerpo y brillo. Es bastante arrugado y es el más popular entre las novias.

Seda: tejido de origen chino, extraído de los capullos de los gusanos de seda. Existe la seda artificial, natural y salvaje rústica. La que tiene mejor cuerpo es la seda salvaje.

Shantung: es muy parecida a la seda salvaje en los nudos de la trama. Se venden diferentes tipos de hilados y de distintas calidades. Puedes encontrar esta tela tanto lisa como tornasol, de color natural, crema claro o marfil. El revés de esta tela es brillante. Es de buena calidad la que se resiste a las arrugas.

Tafeta: tela fina ligeramente armada. La mejor para estos casos es la llamada tafeta papillon. Este tipo de tela la encuentras en acabados mates y brillantes.

Tafetan: tela lisa, delgada y muy tupida. Excelente para faldas en línea "A".

Tul: tejido de seda muy fino, también puede ser de algodón o de fibra artificial. Usado mayormente en los velos y en las faldas vaporosas.

### **3.1.3 Análisis del entorno del proyecto**

#### **3.1.3.1 Situación Económica**

##### PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS

En el 2009, el Perú enfrentará un entorno internacional inusualmente difícil (**Ver ANEXO I**). Este entorno incluye la mayor recesión en décadas, una contracción en el comercio mundial, precios de metales industriales bajos (salvo metales preciosos), un declive pronunciado en el flujo de inversión extranjera directa hacia países emergentes, volatilidad de los mercados e incertidumbre generalizada.

Nuestras proyecciones de crecimiento del PBI, 5.4% en el 2009 y 4.9% en el 2010 reflejan una desaceleración significativa de niveles de casi 10% en que venía creciendo el país. Será, además, la primera vez que la economía peruana desacelera durante dos años consecutivos en al menos una década.

Al mismo tiempo, sin embargo, es significativo que el país tendrá un crecimiento positivo en un periodo en que gran parte del mundo estará en recesión. Además, el crecimiento de alrededor de 5% no es bajo para el Perú en términos históricos; supera el crecimiento anual promedio de los últimos 30 años (2.6%). La economía peruana se beneficia de la magnitud y forma sana del crecimiento de los últimos años. Somos una economía sin grandes desequilibrios macroeconómicos, y mucho más grande, diversificada, sólida y seria que en el pasado. El país ha estado muy poco expuesto a los instrumentos financieros tóxicos. Además, los países que venían creciendo más en base a demanda interna son los que podrán enfrentar mejor la tormenta.

Un aspecto importante de la contracción del comercio internacional es que impedirá que las exportaciones sean una manera de salir de la crisis. A diferencia del 2001, cuando el auge de las exportaciones no tradicionales y los precios de los commodities ayudó al Perú a salir de la recesión, hoy tendrá que depender de sus

propios medios internos para crecer. La demanda interna tendrá que seguir siendo el motor de crecimiento del país en los próximos dos años.

Otro cambio importante respecto de años anteriores es el aumento en la contribución del sector público al crecimiento. En el 2009, el sector público será la causa de 41% del crecimiento del PBI. En el periodo 2002-2008, esta contribución había sido de 15% (si bien ya venía subiendo en los últimos dos años). Este incremento es reflejo de la política fiscal expansiva que se espera para enfrentar a la desaceleración económica, aunque también es cierto que en los últimos dos años el gasto fiscal ya venía subiendo en forma considerable.

	2007	2008	2009 (p)	2010 (p)
<b>Crecimiento económico (Var. % real anual)</b>				
PBI	8.9	9.8	5.4	4.9
PBI (US\$ Miles de Mills.)	107.3	134.3	139.2	140.1
Demanda interna	11.8	12.8	6.6	5.0
Consumo privado	8.3	8.7	4.8	4.0
Inversión privada	23.4	26.4	7.4	5.4
Gasto público	7.9	14.1	19.1	13.9
Consumo público	4.5	5.8	7.7	6.0
Inversión pública	18.2	51.7	40.0	25.0
VAB No Primario	10.2	12.1	5.7	5.2
VAB Primario	2.8	6.6	4.6	3.8
Empleo 1/	8.3	8.5	2.5	1.8
<b>Equilibrios Macroeconómicos (% del PBI)</b>				
Flujo de RIN (US\$ Millones)	10,414	3,507	-3,311	-3,157
Cuenta Corriente	1.4	-3.2	-3.2	-3.3
Balanza comercial (US\$ Mills.)	8,356	3,162	-992	-1,066
Cuenta Financiera (US\$ Mills)	8,558	7,961	1,323	1,300
Reservas Internacionales Netas (US\$ Mills.)	27,689	31,233	27,922	25,601
(Meses de importaciones)	17.0	13.2	12.0	10.2
Resultado Fiscal	3.1	2.1	-1.5	-2.3
Deuda pública	29.6	23.7	23.5	23.5
<b>Precios</b>				
Tipo de cambio promedio (S/. por US\$)	3.13	2.92	3.25	3.25
Inflación (%)	3.9	6.7	3.2	4.0

(p) Proyección según Estudios Económicos - Scotiabank

1/ En empresas de 10 a más trabajadores.

Fuente: BCR, INEI, MEF, Estudios Económicos - Scotiabank

**Figura 1. Proyección Económica**

## Crecimiento por sectores

Como se ve en el cuadro, todos los sectores de la economía tendrán un crecimiento positivo en el 2009 y 2010. Será, sin embargo, por lo general, a ritmos bastante menores que en años anteriores. La gran excepción es el fuerte crecimiento esperado en el sector hidrocarburos, gracias a que se sentirá el efecto completo de la explotación del Lote 56 (Pagoreni) en el 2009, y, en el 2010, Al efecto casi completo de la expansión del ducto de Camisea II.

En cambio, los sectores que venían liderando el crecimiento en los últimos años, construcción, manufactura no primaria y comercio, desacelerarán en forma notable (Ver cuadro 2.2). Desacelerarán más los sectores, como manufactura no primaria y comercio, que tienen componentes vinculados tanto al comercio internacional como a la demanda interna. En cambio construcción y servicios, vinculados más exclusivamente a la demanda interna y, en particular, al incremento en la inversión pública, seguirán relativamente robustos.

	2007	2008	2009(p)	2010(p)
Agropecuario	5.0	6.7	3.1	3.5
Agrícola	3.1	6.6	2.4	3.3
Pecuario	6.0	6.9	4.1	3.7
Pesca	12.7	6.2	2.5	4.3
Minería e hidrocarburos	-1.0	7.0	6.1	4.3
Minería metálica	-1.8	7.3	3.9	2.1
Hidrocarburos	6.5	10.3	24.8	20.0
Manufactura	10.6	7.3	4.9	4.5
Procesadores de recursos primarios	1.1	7.6	5.0	3.2
Industria no primaria	12.6	8.7	4.9	4.7
Electricidad y agua	8.4	7.7	5.2	5.2
Construcción	13.6	16.5	7.0	6.8
Comercio	10.6	12.8	4.4	4.3
Servicios	9.1	9.0	6.2	5.5
VAB	8.7	9.6	5.5	4.9
Impuestos	7.2	11.7	4.3	4.0
<b>PBI</b>	<b>9.0</b>	<b>9.8</b>	<b>5.4</b>	<b>4.9</b>
VAB sectores primarios	2.8	6.1	4.6	3.8
VAB sectores no primarios	10.3	12.1	5.7	5.2

(p) Proyección según Estudios Económicos - Scotiabank

Fuente: BCRP, Estudios Económicos - Scotiabank

**Figura 2. PBI SECTORIAL (Var. % real anual)**

## Tipo de cambio e inflación

Se proyecta una inflación de 3.2% en el 2009 y de 4.0% en el 2010 (Ver cuadro 2.3). Nos hemos ajustado más al consenso del mercado en inflación para el 2009, aunque se mantiene ciertas dudas para el 2010.

La rapidez de la caída esperada de la inflación en el 2009 refleja la recesión internacional. La consecuencia de esta caída esperada tan pronunciada es que la inflación está dejando de ser un punto de preocupación de la política económica.

Existe un límite de cuánto puede caer la inflación en el 2009. Un crecimiento de 6% de la demanda interna no se condice con una desaceleración demasiado rápida de la inflación. Esto es especialmente así en cuanto a productos agrícolas para el consumo interno.

Con respecto al tipo de cambio su proyección para el 2009 es de S/. 3.25, lo cual significa una depreciación de 11% en el 2009. Esta depreciación está en línea con el deterioro de los fundamentos externos del Perú. Está en línea, además, con otros periodos de deterioro de los balances externos. Dado el gran nivel de incertidumbre que existe, no tiene sentido proyectar el tipo de cambio para el 2010.

	2007	2008	2009(p)	2010(p)
Inflación (%)	3.9	6.7	3.2	4.0
<b>Tipo de cambio (S/. por dólar)</b>				
TC promedio	3.13	2.92	3.25	-
(Rango)			[ 3.12 - 3.40 ]	-
Var. % prom.	-4.5%	-6.5%	11.1%	-

(p) Proyección según Estudios Económicos - Scotiabank

Fuente: BCRP, Estudios Económicos - Scotiabank

Elab.: Estudios Económicos - Scotiabank

**Figura 3. Proyección del tipo de cambio e inflación**

### **3.1.3.2 Situación Política**

La política del gobierno aprista para el período 2006 – 2011 se desarrolla bajo los objetivos de reforma del estado con la propuesta de reducir sueldos y eliminar sus CTS a los parlamentarios, ministros y autoridades, que por ahora se encuentra en evaluación.

Otro objetivo de la política del Apra es la modernización del Estado eliminando prefecturas, subprefecturas y gobernaciones, también cabe destacar reducir al mínimo la publicidad estatal y la fusión de organismos que duplican funciones.

Es importante destacar la descentralización entregando más recursos y atribuciones a las regiones y municipalidades. Trasladar el Pronaa y Foncodes y descentralizar el Sistema Nacional de Inversión Pública (SNIP) a las regiones.

También se determinó como objetivo de la descentralización que toda región genere el 7% del PBI nacional.

En temas de desarrollo humano integral se desarrollan programas como el WAWA-WASI para la etapa de recién nacidos hasta los 3 años atendidos por profesionales de la salud.

Con respecto a la educación se realiza la promoción de profesionales del futuro para atender las expectativas juveniles en los siguientes ámbitos:

Energías alternativas (gas, viento, agua, otras...), protección de biodiversidad, desarrollo de la agroindustria, textilera y confecciones, TIC's, microelectrónica, hidrobiología y acuicultura, ingeniería de la transformación minera, gastronomía y turismo, y comercio exterior.

Con respecto a políticas de comercio exterior, se promueven incentivos a la exportación como financiamiento a los agroexportadores, devolución de IGV y el drawback.

La búsqueda de tratados internacionales de comercialización se viene desarrollando de manera lenta pero ascendente con la principal visión de acuerdos comerciales con el continente asiático.



### **3.1.3.3 Situación Tecnológica**

El Perú no destaca por ser un país con tecnología de punta, a duras penas el gobierno peruano trata de incentivar la ciencia y tecnología por medio de programas que subsidian más del 50% de la inversión propuesta como mecanismo de incentivo a la innovación tecnológica. De estos programas cabe destacar el Fincyt donde promueve la elaboración de proyectos de innovación tecnológica en líneas o temas de agroindustria, acuicultura, tic's y textiles. Para acceder a estos programas de financiamiento se debe realizar sociedades con instituciones para la obtención del financiamiento del proyecto o de la misión o pasantía tecnológica como modalidad de transferencia tecnológica.

Aún así, nuestro país carece de inventario científico y tecnológico debido a la poca visión del sector empresarial para invertir en presupuestos importantes para este sector.

### **3.1.4 Análisis de la Demanda**

Para el análisis de la demanda se rescata información de diferentes tipos de investigación exploratoria para cumplir con los objetivos específicos del estudio del mercado.

#### **3.1.4.1 Mercado Objetivo**

Se plantea como mercado objetivo las mujeres recién casadas de la provincia de Chiclayo como referente estadístico de la población en estudio.

#### **Fuente Secundaria**

Para ello, usaremos la información realizada por terceros para determinar ciertos objetivos específicos de la investigación.

En esta oportunidad utilizaremos información de la oficina de registros públicos del departamento de Lambayeque para identificar la población del mercado objetivo.

**Tabla 1**

Departamento Lambayeque: nacimientos, matrimonios, divorcios y defunciones registrados e informados, según provincia: 1997

PROVINCIAS	NACIMIENTOS			MATRI- MONIOS	DIVORCIOS	DEFUNCIONES		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES			TOTAL	HOMBRES	MUJERES
CHICLAYO	17502	8835	8667	2874	34	2907	1566	1341

FUENTE: OFICINA DE REGISTRO CIVIL.

Las provincias que registraron un mayor número de matrimonios fueron: Chiclayo con 2,874 (67,9%), Lambayeque 863 (20,4%) y Ferreñafe con 493 (11,6%). Así también se puede apreciar que los distritos que registraron el mayor número de matrimonios en la provincia de Chiclayo fueron: Chiclayo con 726 (25,3%), Jose I. Ortiz 716 (24,9%), Monsefú 228 (7,9%) y La Victoria con 216 (7,5%).

Las Oficinas de Registro Civil registraron 36 divorcios, siendo los distritos de Chiclayo con 55% y Picsi con el 28% que tienen el mayor número de divorcios.

Según INEI la tasa promedio poblacional de Lambayeque es del 1.3% anual, por lo tanto podemos adoptar como criterio conservador el incremento de matrimonios hasta el año 2008 con esta información.

**Tabla 2**

Proyección de matrimonios registrados en la provincia de Chiclayo al 2008

Provincias	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Chiclayo	2874	2911	2949	2988	3026	3066	3106	3146	3187	3228	3270	3313

### Entrevista con Expertos

Con respecto a la oferta de producción ofrecida por las empresas de confecciones, se realizó una entrevista a un confeccionista experimentado en el negocio de elaboración de vestidos de novias.

En esta oportunidad se entrevistó a la dueña de la empresa de confecciones de vestidos para dama la Sra. Mirellay nos informó sobre el siguiente comportamiento de ventas que generalmente se prevé todos los años en su local.

**Tabla 3**

Previsión de ventas según la experiencia del experto.

Previsión de ventas según experto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
	13%	13%	5%	5%	6%	6%
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
100%	11%	6%	7%	7%	9%	12%

### 3.1.5 Análisis de la Oferta

Para determinar la oferta de empresas de confecciones de la provincia de Chiclayo se utilizaron fuentes secundarias y se filtraron las empresas que se dedican a las confecciones de vestidos de novia.

Fuentes Secundarias

Se utilizó una base de datos de empresas de confección de la provincia de Chiclayo y se realizaron llamadas a sus teléfonos para filtrar a las empresas que se dedican a la confección de vestidos de novia y determinar la oferta.

El cuadro siguiente muestra un listado de la oferta de confección de vestidos de novia en la provincia de Chiclayo:

**Tabla 4**

Listado de empresas de Confección de vestidos de novia

RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Creaciones Romosa	Av. Teatro 209 - Urb. Las Brisas	210443
Confecciones Inés	Av. Leoncio Prado 783- Chiclayo	978844851
Confecciones Karen	Calle Los Eucaliptos Nro. 260 - Villa Hermosa	9595316
Confecciones Marffior	Calle Húsares de Junín Nro. 1059 - José L. Ortiz	438156

Confecciones MaveluFashion	Calle Huaura Nro. 101 - Urb. Sta. Victoria	236623 / 979345300
Confecciones Mayritex	Av. Juan TomisStack Nro. 920 - Chiclayo	9706612
Confecciones Grissell	Juan Cuglievan 890- Chiclayo	315510
Confecciones Princesa de Gales	Calle 7 de Enero Nro. 1411-Chiclayo	232547
Confecciones Mirella	Calle 8 de Octubre Nro. 125-Chiclayo	233929
Confecciones Mariela	Calle Alfonso Ugarte Nro. 633 - Dpto. 301	232981
Confecciones Marce	Calle Amazonas Nro. 903 – Urb. Campodónico	499268
Confecciones Fiokari	Calle Tahuantinsuyo Nro. 434 – José L. Ortiz	437941
Confecciones Mundo de Novias	Alfredo Lapoint 1100	491063
Confecciones Mega Sport	Jr. Virrey Toledo Nro. 347 – Urb. Latina	256031
Confecciones y Tejidos de Mirtha	Las Madres Selvas 115 – Urb. Federico Villarreal	223646
Creaciones CARMIVI	El Vaticano 604-Urb. Las Brisas	233236
Creaciones LUPITA	Pasaje San Martin Nro. 140 - Chiclayo	221174
Confecciones GIOVANA	Calle Las leyendas N° 120- La Victoria	
Confecciones MANUEL	Calle Precursor Miranda N° 297 – JLO	256031
Confecciones Modell Novias	Calle Alfredo Lapoint 1025 -Chiclayo	232608/ 496532
Confecciones Moda Nupcial	Calle Alfredo Lapoint 934-Chiclayo	

Confecciones Boda y Novios	Calle Vicente de la vega 873 - Chiclayo	
----------------------------	--	--

**Fuente: Elaboración Propia - Sunat**

De las llamadas realizadas se investigo la capacidad de confección de vestidos de novia por mes y obtuvimos una capacidad mínima de producción de 12 vestidos por mes y un máximo de 25 vestidos por mes.

### **Casos Similares**

Para identificar la oferta de estos locales de confección se tomo el caso de una de las empresas de confección del distrito de Chiclayo para obtener una reseña de aprendizaje sobre el emprendimiento de este negocio.

La empresa “EXCLUSIVIDADES MIRELLA” se inicia en el año 1997 a mitad de año cuando su hija le pide que le confeccione un vestido para su fiesta de promoción, lo cual su madre acepto y confeccionó su vestido color perla de tela moda ritzi en esos tiempos. El vestido se colocó en exhibición captando la atención de muchas personas que llegaban a preguntar, sin embargo la dueña cotizaba a un precio alto para que no lo compraran; pero el intento fue en vano ya que una clienta lo llevo a comprar con la cotización establecida. Esta clienta comentó a sus contactos lo cual llegaron e hicieron contrato de tres vestidos y comenzó a revisar sus cuadernos para hacer los trazos, llamo de inmediato a su hermana y con ella comenzaron a recibir más clientes, en ese tiempo ellas no contaban con tarjetas para entregar a sus clientes solo en un papel escribían el nombre y el teléfono, confeccionaban con máquinas domesticas y cortaban los trazos en un cartón de refrigeradora conforme pasaba el tiempo iban recibiendo más contratos lo cual comenzaron a hacer vestidos con sus dificultades como: costuras chuecas, los cortes no estaban en su sitio, conforme paso el tiempo ellas se daban cuenta de sus errores malogrando telas, rompiendo agujas, conforme pasaba el tiempo iban perfeccionando sus costuras, entonces comenzaron a dar volantes el cual fue su primer gran paso, luego conforme tenían más ganancia, se mandaron a imprimir tarjetas para poder difundiendo su trabajo, como llegaba mas clientela compraron figurines con más

variedad de vestidos ya que antes trabajan con figurines chiquitos de s/. 1.00 o s/. 1.50, en el año 2001 renuevan las maquinas domesticas por maquinas industriales una por una, en 2001 la maquina recta, 2002 la remalladora por que antes mandaban a remallar al mercado y mandan hacer una primera vitrina chiquita para que se pueda exhibir mejor el vestido ya que fuera de la vitrina mucho se maltrataban, así comenzaron el negocio de confección de vestidos de noche, promoción, matrimonio de los cuales comenta que obtiene más ganancia hasta el día de hoy.

### 3.1.6 Marco del Análisis FODA

Según investigaron las empresas más destacadas en el mercado y se realizo una comparación sobre sus fortalezas y debilidades, con la finalidad de identificar los aspectos a tener en cuenta.

**Tabla 5**  
Matriz FODA

Items	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Competidor "exclusividades mirella"	Tiene variedad de figurines Local propio atención personalizada	No se promociona mucho Mucho desorden No cuenta con mucho personal
Competidor "boda y novios"	Tiene variedad de vestidos en stock	Local es alquilado No tiene análisis de costos
Items	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Competidor "exclusividades mirella"	Local en ubicación estratégica	Sus competidores se encuentran muy cerca

Competidor “boda y novios”	Buen historial crediticio	Los competidores tienen una mejor ambientación
----------------------------	---------------------------	--

### 3.1.7 Identificación de los proveedores

#### Entrevista con Expertos

Entrevistándonos con la Sra. Fanny Pinedo nos brindó una lista de los proveedores más reconocidos del mercado para el abastecimiento de tela para los vestidos de novia.

**Tabla 6**

Proveedores de telas en Chiclayo

Chiclayo	
Bazar Panchita	Mercado Modelo
Textiles Analú	Mercado Modelo
Bazar Ambar	Mercado Modelo
Bazar Sandra	Mercado Modelo
Tiendas flores	Mercado Modelo
Bazar Moli	Mercado Modelo

**Tabla 7**

Proveedores de telas en Lima

Lima	
Tiendas Capitán	Emporio Gamarra
Comercial Sercla	Galería las Malvinas-la victoria
Comercial Primotex	Galería las Malvinas-la victoria

Fuente: Entrevista con Experto

En la siguiente tabla veremos a los proveedores más destacados de la provincia de Chiclayo resaltando sus fortalezas y atributos principales.

**Tabla 8**

Atributos de los principales proveedores de Chiclayo

<b>Empresa</b>	<b>Fortaleza(s)</b>	<b>Producto / Servicio: Atributos principales</b>
Textiles Analú	Tiene variedad de telas	Precio bajo
Bazar panchita	Los últimos vipiures	calidad
Bazar ámbar	Toda la pedrería necesaria (lentejuela, kanutillos.etc)	garantía

### **3.1.8 Diseño de la investigación**

El grupo en este caso definirá el método de encuestas que utilizará: personales, puerta a puerta, telefónicas o por correo. Bocetará el cuestionario y el tiempo de duración de las entrevistas y el costo aproximado de la investigación.

#### **3.1.8.1 Método de Encuesta**

El método de encuesta que se realizará será personal, es decir, de persona a persona en los lugares que se definirá en el tipo de muestreo.

#### **3.1.8.2 Diseño de Cuestionario**

Para el diseño del Cuestionario se toma en cuenta las preguntas cerradas con múltiples alternativas y dicotómicas. El cuestionario se aprecia en el Anexo II.

#### **3.1.8.3 Planeación de la Muestra**

Se debe determinar quiénes integrarán la muestra. Que amplitud debe tener esa muestra y como se seleccionaran las unidades de ésta. Se debe definir:



### 3.1.8.4 La población en estudio.

Se tomará como población todos los matrimonios registrados en la provincia de Chiclayo según fuente de la oficina de registro civil.

N= 3313

### 3.1.8.5 El tamaño de la muestra.

Se utilizará el método para poblaciones finitas, es decir, con población conocida. Para ello, usaremos un nivel de confianza del 95% que equivale un Z= 1.96 según la distribución de Gauss y un error que se prevé cometer del 5 %. Se desconoce la prevalencia esperada del parámetro a evaluar y se aplicará la opción más desfavorable que es un p= 0.5, por lo tanto el q= 0.5.

$$n = \frac{Z^2 p q N}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

donde n es el número de encuestas

$$n = \frac{3.8416 \quad 0.5 \quad 0.5 \quad 3313}{0.0025 \quad 3312 \quad 3.8416 \quad 0.25} = \frac{3181.8052}{9.2404} = \mathbf{344}$$

Según la fórmula se realizarán 344 encuestas a la población.

### 3.1.8.6 Características de la muestra

Se considera características geográficas como dirección de la novia y demográficas como edad, ocupación y procedencia.

Estas características tiene la finalidad de elaborar una tabulación cruzada según el interés del encuestador.

### 3.1.8.7 Tipo de muestreo.

Muestreo por cuotas: También denominado en ocasiones "accidental". Se asienta generalmente sobre la base de un buen conocimiento de los estratos de la población y/o de los individuos más "representativos" o "adecuados" para los fines de la investigación.

En este tipo de muestreo se fijan unas "cuotas" que consisten en un número de individuos que reúnen unas determinadas condiciones.

Según el Directorio Diocesano la provincia de Chiclayo cuenta con 31 parroquias, eligiendo las 15 parroquias más representativas y la de mayor demanda para ceremonia de bodas en la provincia de Chiclayo.

**Tabla 9**

Principales parroquias de la provincia de Chiclayo para el muestreo

<b>MUESTREO NO PROBABILISTICO POR CUOTAS</b>		
1	Nuestra Señora de la Consolación - Santa Victoria	35
2	Nuestra Señora del Carmen - Pimentel	15
3	San Antonio – Chiclayo	25
4	San Martín de Thours - Reque	15
5	San Pedro – Monsefú	15
6	San Vicente de Paúl - Chiclayo	35
7	Santa María Catedral - Chiclayo	50
8	Señor de los Milagros - Campodónico	30
9	San Juan María Vianney - Chiclayo	30
10	Santa Rosa de Lima - José Leonardo Ortiz	30
11	Juan XXIII - La Victoria	20
12	Santa Ana – Tumán	16
13	María Del Perpetuo Socorro - Pomalca	12
14	Arcángel San Miguel - Pícsi	8
15	Cristo Rey – Cayalti	8
<b>TOTAL</b>		<b>344</b>

### **3.1.8.8 Trabajo de campo.**

Para realizar las encuestas se contó con 9 encuestadores que residen en los distritos que no son de Chiclayo ni de José Leonardo Ortiz. La recopilación de datos tuvo una duración de 10 días hábiles en horarios de oficina de las parroquias.

### **3.1.8.9 Procesamiento y análisis de los datos**

Se definirán la edición y la codificación. A partir de esto el grupo comienza con la etapa del análisis de la información, que implica la aplicación de la lógica y la experiencia personal para entender los datos recopilados sobre el tema.

#### **3.1.8.9.1 Edición y codificación.**

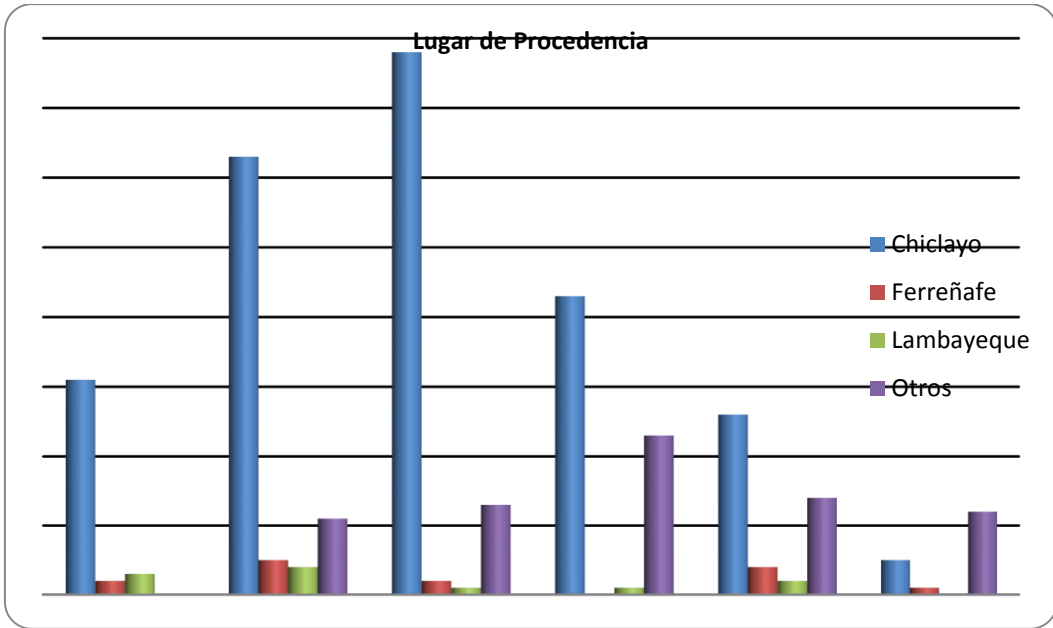
Se asignó una codificación correspondiente a las preguntas del cuestionario y sus opciones de respuestas para la elaboración de las tabulaciones cruzadas.

#### **3.1.8.9.2 Tabulaciones cruzadas.**

Se elaboró la tabulación de variables demográficas como edades y ocupación para la consideración de las respuestas y su análisis de datos. Las matrices se pueden visualizar en el anexo II.

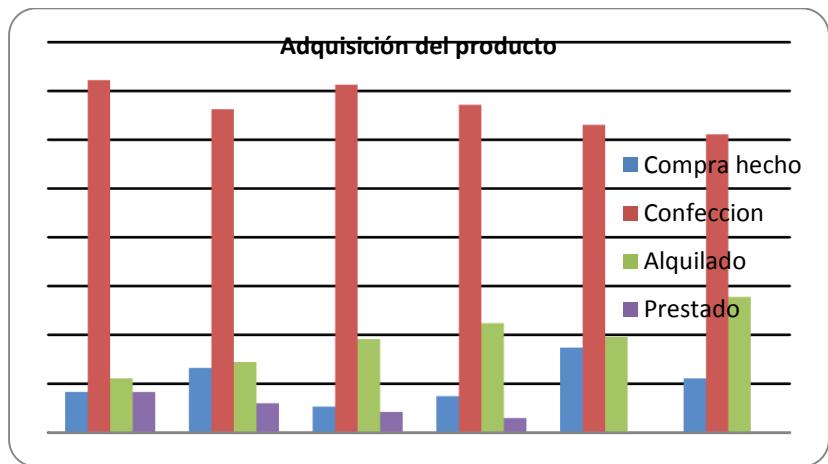
#### **3.1.8.9.3 Análisis básico de datos: Estadísticas descriptivas.**

**De la tabulación cruzada se realizó las siguientes estadísticas para analizar:**

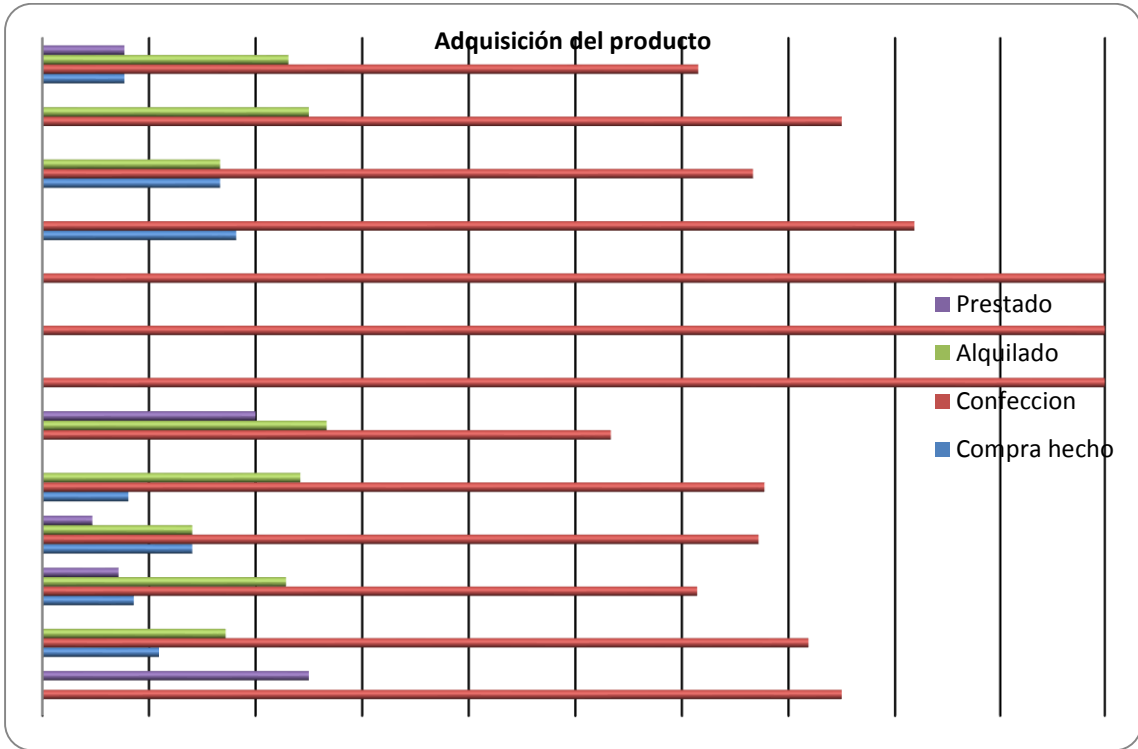


**Figura 4.** Lugar de procedencia de los encuestados

De las encuestas realizadas se puede observar que el mayor segmento de novias se encuentra identificado en las mujeres de 26 a 29 años y de 22 a 25 años.

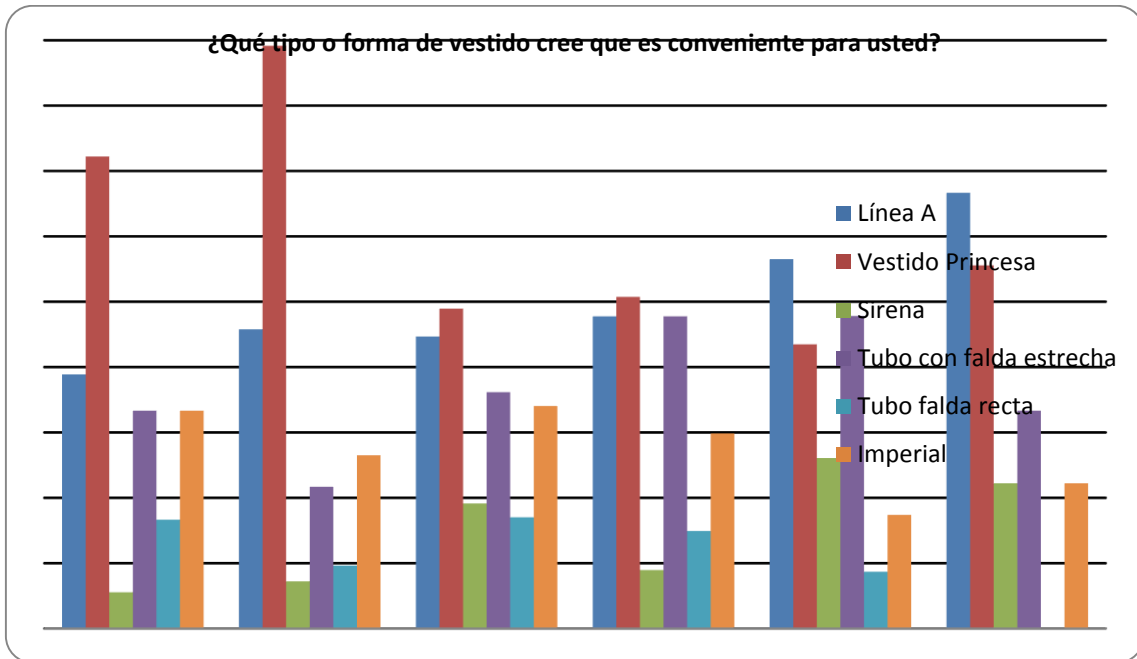


**Figura 5.** Condición en la adquisición del producto



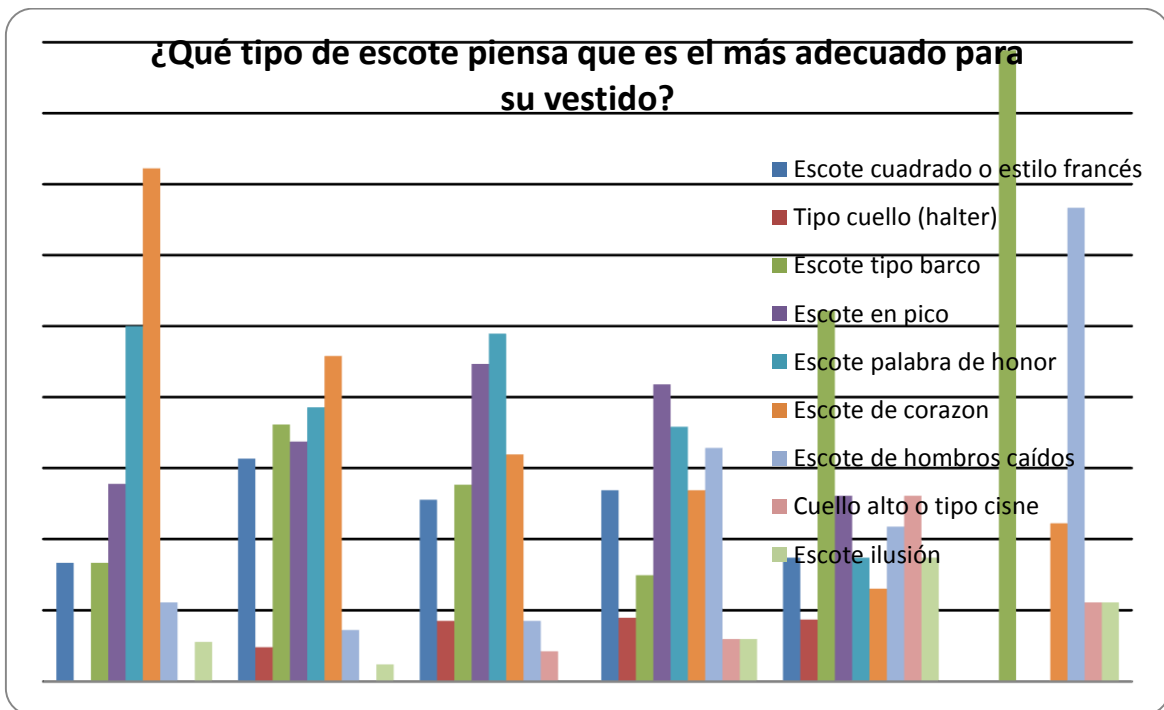
**Figura 6.** Condición en la adquisición del producto

De la figura 6 podemos apreciar que indistintamente de la ocupación y la edad, el 68% de las mujeres de la provincia de Chiclayo prefieren confeccionar su vestido de novia y de fiesta. Podemos determinar que este es el mercado disponible.



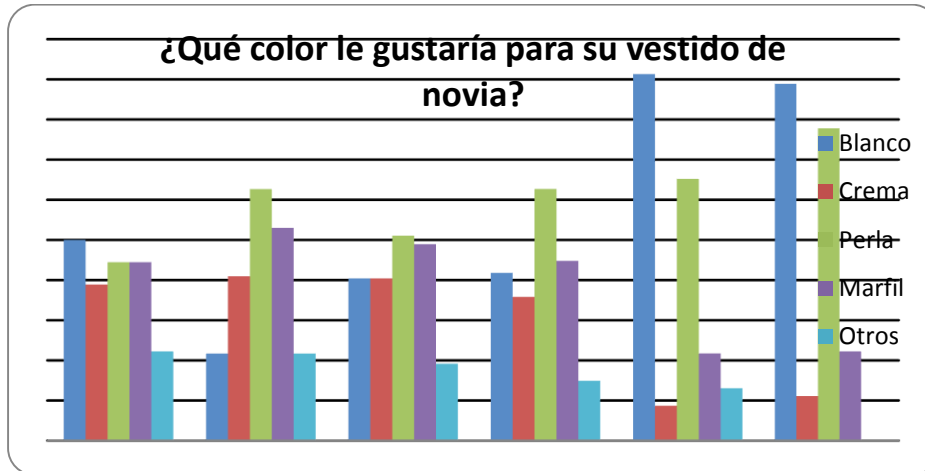
**Figura 7.** Tipo de vestido conveniente

En la figura 7, se puede observar que la mayoría de los segmentos prefieren la confección de vestidos de novia tipo Princesa y Línea A.



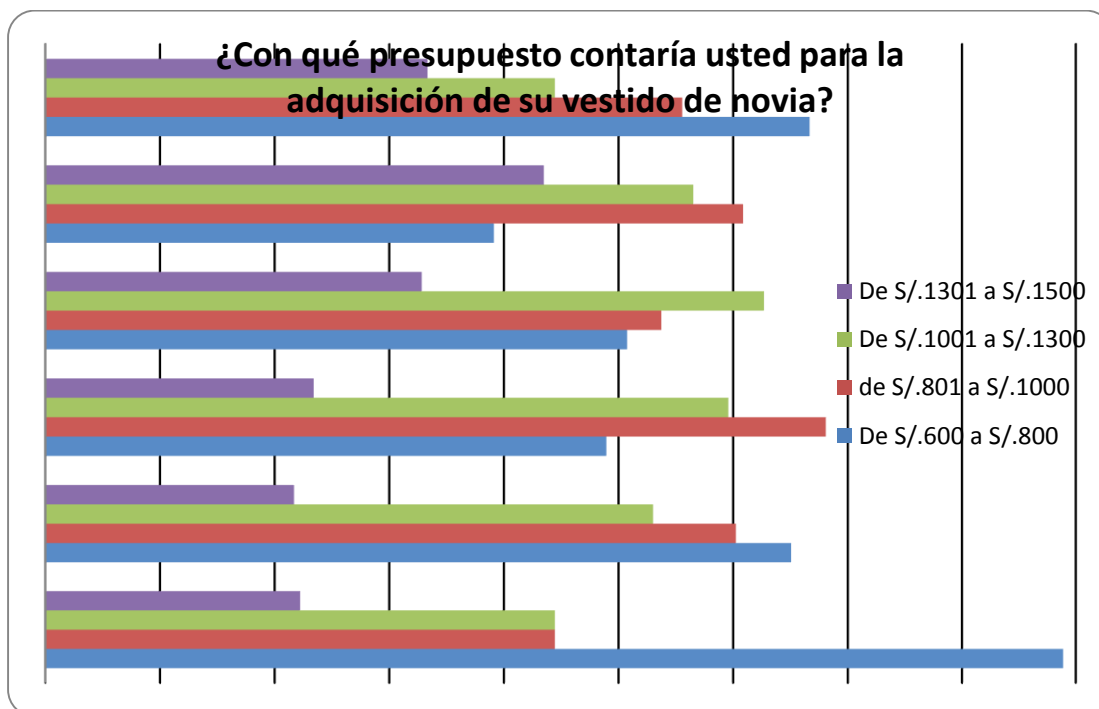
**Figura 8.** Tipo de escote del vestido

En la figura 8, se deduce que el segmento de 18 a 21 años y de 22 a 25 años prefiere escote de corazón y palabra de honor; el segmento de 26 a 29 años y los de 30 a 35 años prefieren palabra de honor y escote en pico o V. Por último el segmento de 36 a 40 años y de 41 a 45 años prefieren escote tipo barco y de hombros caídos.



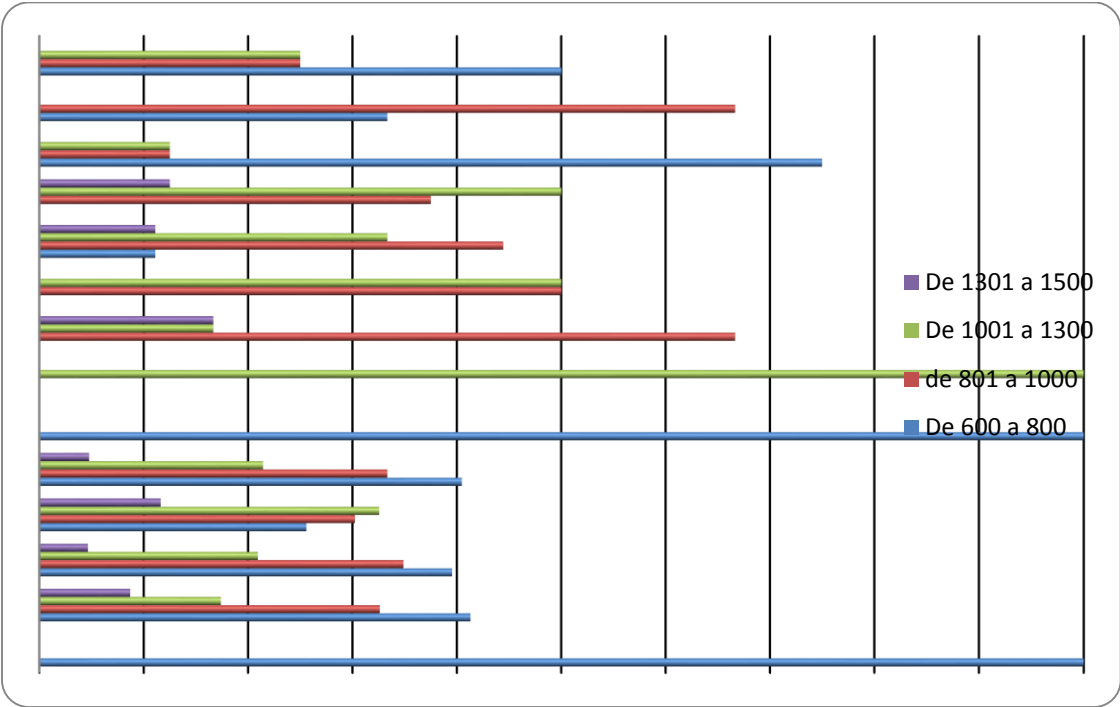
**Figura 9.** Color del vestido

Podemos observar que el color perla es el más demandado en los segmentos de 18 a 35 años y el color blanco de 36 a 45 años.



**Figura 10.** Presupuesto para la adquisición

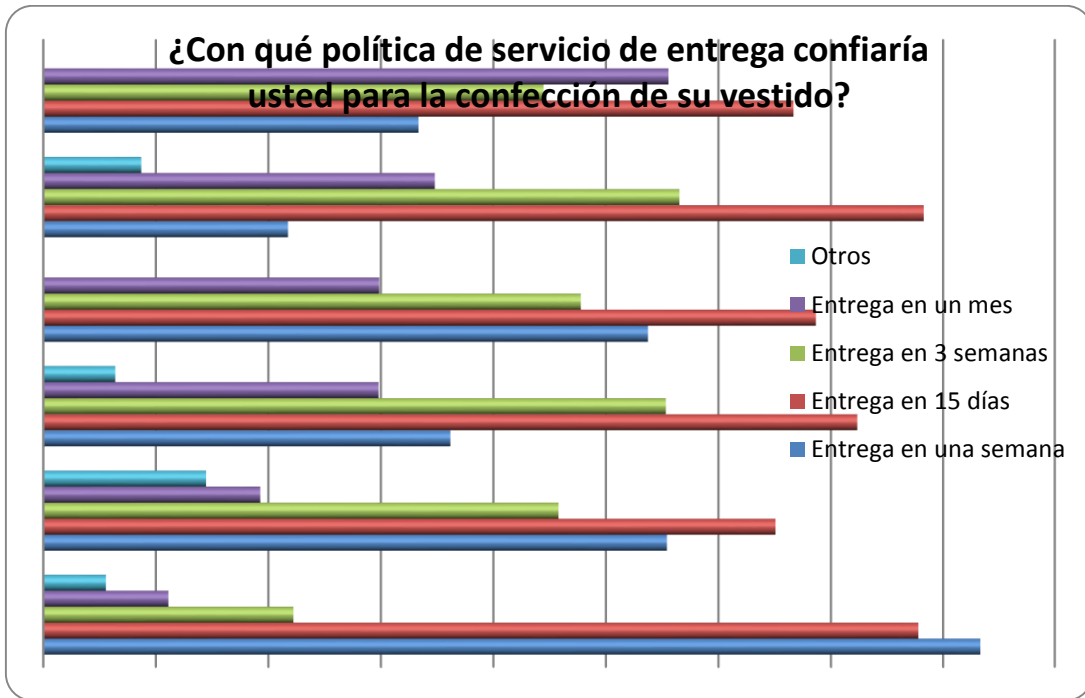
En esta estadística podemos determinar que los segmentos de 18 a 25 años cuentan con un presupuesto limitado y optan por los precios más económicos. Los segmentos de 26 a 29 años están dispuestos a pagar de 800 a 1000 soles. El segmento de 30 a 35 años es el que está dispuesto a pagar de 1001 a 1300 soles. Podemos determinar que los segmentos de 36 a 45 años existe un buen porcentaje de novias dispuesta a adquirir vestidos de 1300 a 1500 soles.



**Figura 11.** Ocupación de las novias

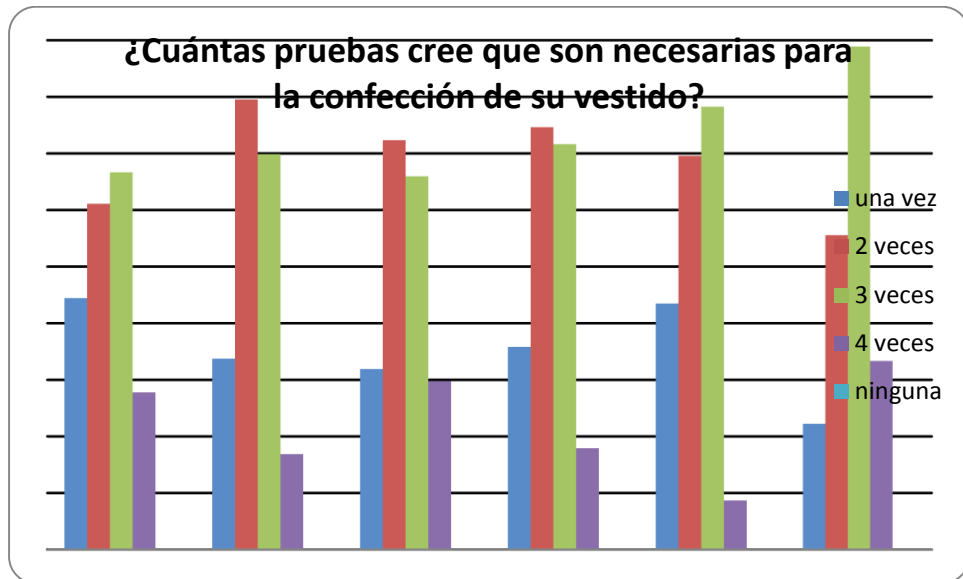
Con respecto a la ocupación de las novias observamos que las estudiantes, amas de casa, enfermeras, técnicos y oficio doméstico prefieren los más económicos. Las profesionales oscilan entre 800 a 1300 soles.





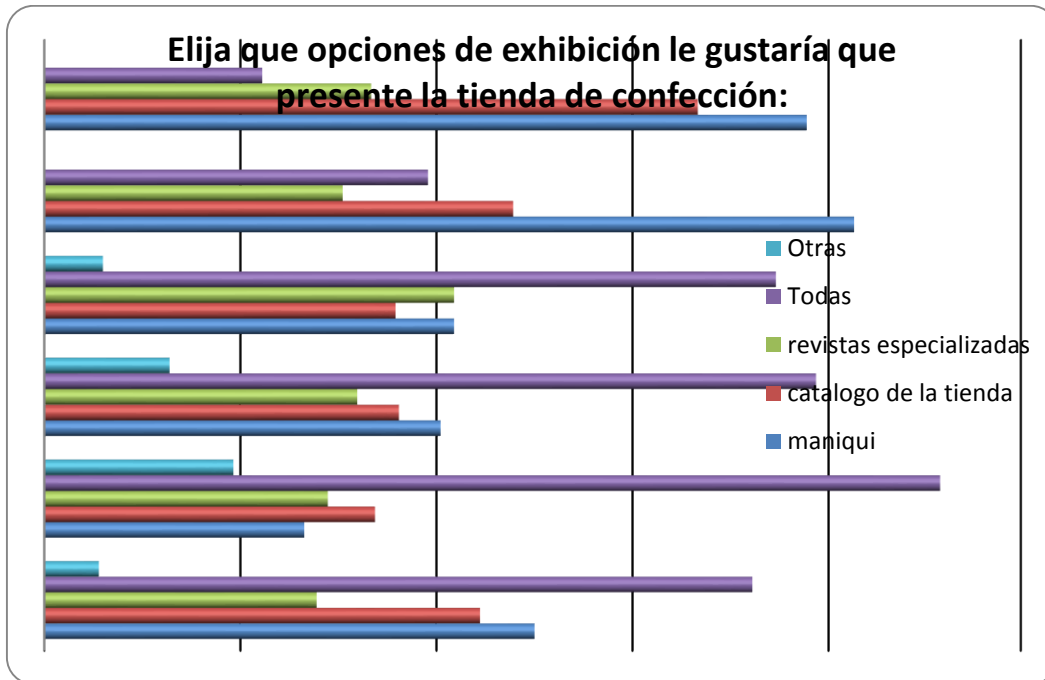
**Figura 12.** Política en la entrega del producto final

Podemos apreciar que la mayoría prefiere la entrega de vestido a los 15 días de su pedido.



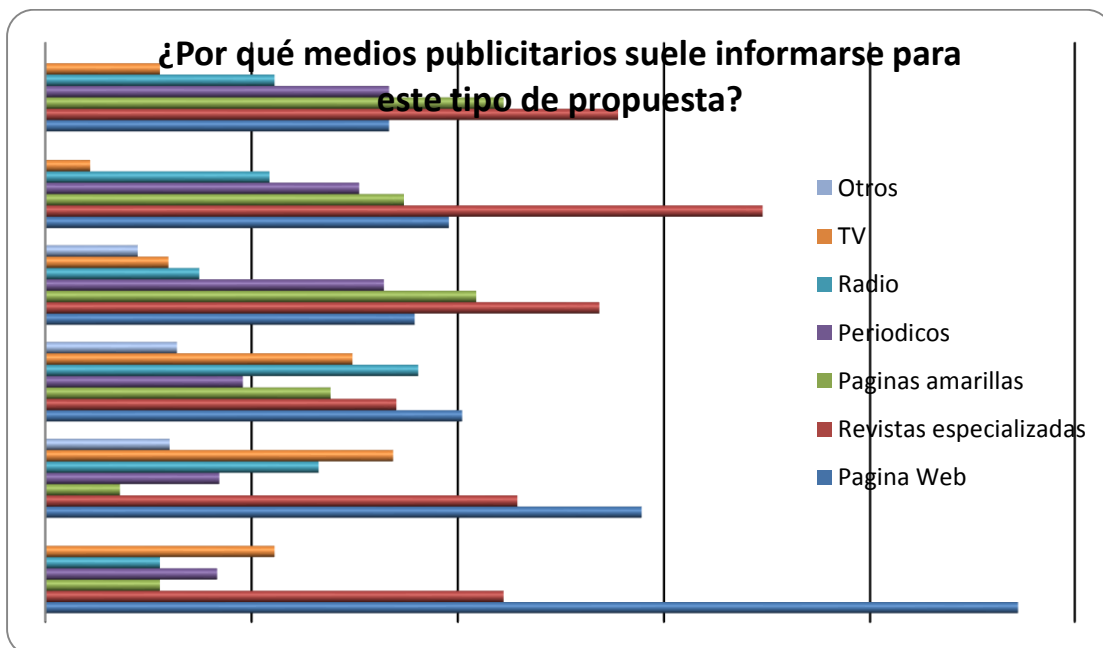
**Figura 13.** Pruebas realizadas en la confección del vestido

La mayoría de las novias prefiere probarse su vestido entre 2 a 3 veces antes de entregarlo terminado.



**Figura 13.** Opciones de exhibición del producto

A pesar de que todas las novias prefieren todo tipo de exhibición, una de las opciones que caracterizan a todos los segmentos es la utilización de catálogo y revistas especializadas.



**Figura 14.** Medios publicitarios de donde recibe propuestas

En este cuadro apreciamos que el segmento de 18 a 21 Años prefiere el uso de página web para acudir a la publicidad de este negocio. La Radio y las revistas especializadas predominan en los demás segmentos.

### 3.1.9 Determinación de la demanda

Determinar las conclusiones sobre los análisis realizados determinando la confirmación de la hipótesis establecida. Previsión de la demanda para el siguiente año.

#### 3.1.9.1 Demanda estimada en unidades por año

Podemos deducir que la demanda estimada se determina en función del mercado disponible localizado en la encuesta realizada.

Por lo tanto, de la pregunta 5 del cuestionario el mercado disponible es la población que opta por la confección del vestido de novia, lo cual refleja un comportamiento de compra de adquisición del producto de este segmento de novias de la provincia de Chiclayo.

**Tabla 10**

Cálculo del Mercado objetivo en unidades

Mercado	Ratio	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Mercado Potencial</b>		Novias	3313	3356	3400	3444	3489
<b>Mercado Disponible</b>	67%	Novias	2220	2249	2278	2307	2337
<b>Mercado Objetivo (En personas)</b>	5%	Novias	111	112	114	115	117
<b>Frecuencia de Visita</b>	de 1	visita x año	111	112	114	115	117

<b>Mercado Objetivo ( En Unidades)</b>	1	Vestidos x año	111	112	114	115	117
<b>Criterio Utilizado</b>	1.30%	tasa poblacional					

De la tabla anterior podemos determinar que el mercado objetivo para el siguiente año es de 111 unidades, lo que deriva en la instalación una capacidad de producción en un rango de 110 – 120 unidades para los próximos 5 años.

### 3.1.9.2 Previsión de Ventas mensuales

Como se puede apreciar la previsión de las ventas se realiza en función de la opinión de la experta en el negocio donde determina un flujo de demanda mensual según el cuadro 2.5.3 del análisis de la demanda.

En el análisis descriptivo podemos observar la preferencia de la muestra en cuanto a tipo de vestidos determinando una previsión de su demanda.

**Tabla 11**

Tabulación cruzada de Cuestionario de la pregunta 6.

Producto	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	De 26 a 29 años	De 30 a 35 años	De 36 a 40 años	De 41 a 45 años	Promedio
Línea A	19%	23%	22%	24%	28%	33%	<b>25%</b>
Vestido Princesa	36%	45%	24%	25%	22%	28%	<b>30%</b>
Sirena	3%	4%	10%	4%	13%	11%	<b>7%</b>
Tubo con falda estrecha	17%	11%	18%	24%	24%	17%	<b>18%</b>
Tubo falda recta	8%	5%	9%	7%	4%	0%	<b>6%</b>
Imperial	17%	13%	17%	15%	9%	11%	<b>14%</b>

Después de determinar la preferencia de tipos de vestidos por la muestra de la población, se elabora la tabla siguiente donde asignan porcentajes de previsión de ventas mensual y su participación por producto.

Con esta tabla se identifica el mes de menor venta y realizar las planificaciones correspondientes para formar el precio del producto que pueda cubrir todas las obligaciones económicas que exige la actividad y evitar futuras pérdidas.

**Tabla 12**

Previsión de demanda mensual 2009

PREVISIÓN DE VENTA MENSUAL 2009 (UNIDADES)	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%
TOTAL A PRODUCIR	14	13%	14	13%	6	5%	6	5%	7	6%	7	6%
Línea A	4	25%	4	25%	1	25%	1	25%	2	25%	2	25%
Vestido Princesa	4	30%	4	30%	2	30%	2	30%	2	30%	2	30%
Sirena	1	7%	1	7%	0	7%	0	7%	0	7%	0	7%
Tubo con falda estrecha	3	18%	3	18%	1	18%	1	18%	1	18%	1	18%
Tubo falda recta	1	6%	1	6%	0	6%	0	6%	0	6%	0	6%
Imperial	2	14%	2	14%	1	14%	1	14%	1	14%	1	14%

PREVISIÓN DE VENTA MENSUAL 2009 (UNIDADES)	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%
TOTAL A PRODUCIR	12	11%	7	6%	8	7%	8	7%	10	9%	13	12%
Línea A	3	25%	2	25%	2	25%	2	25%	2	25%	3	25%
Vestido Princesa	4	30%	2	30%	2	30%	2	30%	3	30%	4	30%
Sirena	1	7%	0	7%	1	7%	1	7%	1	7%	1	7%
Tubo con falda estrecha	2	18%	1	18%	1	18%	1	18%	2	18%	2	18%
Tubo falda recta	1	6%	0	6%	0	6%	0	6%	1	6%	1	6%
Imperial	2	14%	1	14%	1	14%	1	14%	1	14%	2	14%

Se puede apreciar que los meses de Marzo y Abril son los más críticos, por lo tanto se van a considerar para estimar ese plan de producción.

## **3.2 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA**

En el presente capítulo, se evaluarán las posibles alternativas de ubicación del local de confección, analizando cuidadosamente cada alternativa y evaluando cada factor que determine la ubicación de dicho local, además del tamaño y capacidad de la misma.

El fin que se persigue en cualquier estudio de ubicación de un local, es determinar la mejor zona geográfica que permita un abastecimiento continuo de materia prima, que brinde los servicios y recursos necesarios para desarrollar los procesos de fabricación y que tenga acceso a los principales puntos de comercialización.

### **3.2.1 Relación Tamaño - Mercado**

En cuanto al mercado de confección, según el cuadro N° 2.6. hay crecimiento de la demanda en el periodo 2001 – 2006, y según las proyecciones realizadas esta demanda aumentará en los siguientes años. En cuanto a la oferta de la empresa, esta estará determinada en base a la capacidad de producción elegida. El proyecto pretende abarcar un 1,71% del mercado español de páprika en polvo que el año 2006 llegó a requerir 24256 TM, para cubrir la demanda de su exigente industria de alimentos. Esto significa que se exportar 300 TM de páprika pulverizada en el primer año, para luego aumentar hasta llegar a exportar 420 TM el cuarto año de funcionamiento del proyecto.

Como se puede observar, la demanda está muy por encima de la capacidad de producción del proyecto, por lo tanto la participación de la empresa para satisfacer la demanda será mínima, pero por otro lado tenemos mayor certeza que la producción será vendida en su totalidad sin que afecte el precio de manera significativa.

### **3.2.2 Relación Tamaño – Inversión – Recurso Financiero.**

Este es probable el mayor factor limitante en el proyecto debido a la adquisición de maquinas para la confección que se lleva casi el 60 % del proyecto. La inversión será asumida en un 20% por los socios y el restante 80% a través de un Crédito Negocio del Banco de Crédito del Perú que ofrece una tasa efectiva del 32% anual, para un máximo de S/. 60000 nuevos soles.

### **3.2.3 Selección del Tamaño.**

Teniendo en cuenta los puntos anteriores y tomando en cuenta que el proyecto será una empresa nueva con gran potencial de crecimiento, pero con algunas limitaciones al acceso de financiamiento, donde además el mercado objetivo de la empresa tiene una participación del 5% del mercado disponible, lo que equivale a un tamaño de planta de 120 vestidos de novia al año, con un promedio de 9 a 10 vestidos por mes, o 2 vestidos por semana considerando una proyección anual de crecimiento del 1.3% como criterio conservador.

### **3.2.4 Localización**

El área que abarca el estudio comprende la provincia de Chiclayo del Departamento de Lambayeque y para determinar el lugar que mejor cumpla los requerimientos del proyecto, se realizará en primer lugar un estudio de macrolocalización, cuyas alternativas de ubicación se encontrarán dentro de conglomerados del distrito de Chiclayo por considerarse con mayor poder comercial de la provincia según las encuesta realizada. Luego se desarrollará un estudio de microlocalización, en donde se analizará las alternativas de los puntos estratégicos más considerados de estos conglomerados que mejor satisfaga los requerimientos del local de confección.

### 3.2.4.1 Macrolocalización

La selección de macrolocalización, se ha realizado usando el método de los Factores Ponderados, asignando a cada factor una ponderación en función a su importancia (se estableció un valor porcentual entre 0 a 100 % a cada factor), según mi criterio (ver cuadro N°.). Luego se aplicó una calificación a cada factor de acuerdo a las ventajas y desventajas de cada provincia en un rango de 1 a 20.

Según la encuesta realizada en el estudio de mercado, se definió a juicio que los lugares más destacados para la promoción de este tipo de negocio se encuentra en Santa Victoria, el Microcentro de Chiclayo y los centros Comerciales.

Para la macrolocalización se tomará en cuenta los siguientes factores:

- Disponibilidad de Materia Prima: Es importante tomar en cuenta la disponibilidad inmediata de las telas para la confección asignando un 15% de peso a este factor.
- Tráfico Comercial: Mayor peso se le asigna a este factor porque afecta en parte al éxito de la empresa considerando la importancia de su ubicación.
- Vías de Comunicación: Su peso es de un 2%, considerando de gran valor la comunicación telefónica.
- Accesos y transporte: Se asigna un 15% por su importancia de accesibilidad al negocio, y su disponibilidad de transporte de los distintos flujos periféricos.
- Suministro de combustible y energía: Un 10% por su utilización de energía en las maquinas.
- Mano de Obra: Se asigna un 15% porque la mano de obra calificada es un factor importante para el éxito del negocio.
- Infraestructura física y urbana: Se asigna un 20% como factor elemental para la atracción de los clientes y la imagen de la empresa.
- Cluster: Importante para identificar las zonas donde se agrupan las empresas de confección para su fácil identificación.



**Tabla 13**  
Ponderación de Macrolocalización

FACTORES	Peso %	Santa Victoria		Microcentro		Centros Comerciales	
		Calificación	P. Ponde.	Calificación	P. Ponde.	Calificación	P. Ponde.
Disponibilidad de MP	0.15	10	1.5	16	2.4	13	1.95
Tráfico comercial	0.2	9	1.8	14	2.8	13	2.6
Vías de Comunicación	0.02	16	2.4	17	2.55	17	2.55
Accesos y transporte	0.15	15	0.3	15	0.3	15	0.3
Sum. de Comb. y Energía	0.1	16	1.6	16	1.6	16	1.6
Mano de Obra	0.15	14	2.1	17	2.55	16	2.4
Inf. Física – Urbana	0.2	14	2.8	25	5	13	2.6
Cluster	0.03	15	0.45	15	0.45	15	0.45
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>109</b>	<b>12.95</b>	<b>135</b>	<b>17.65</b>	<b>118</b>	<b>14.45</b>

Como podemos observar la alternativa más conveniente para la localización de la tienda de confecciones de vestidos de novia, es el Microcentro de Chiclayo, por el mayor puntaje obtenido.

Se puede observar en el cuadro que el microcentro de Chiclayo cumple todos los factores de macrolocalización de la empresa de confección de vestidos de novia, rescatando el importante tráfico comercial y la existencia de conglomerados de negocios de este rubro.

### **3.2.4.2 Microlocalización**

Después de haber determinado las zonas estratégicas de la provincia, se analizan una serie de factores que influyen en la actividad de este rubro considerando los por menores correspondientes.

Para la microlocalización se tomará en cuenta los siguientes factores:

- Disponibilidad de Materia Prima: Es importante tomar en cuenta la disponibilidad inmediata de las telas para la confección asignando un 13% de peso a este factor.
- Tráfico Comercial: Mayor peso se le asigna un 14% a este factor porque afecta en parte al éxito de la empresa considerando la importancia de su ubicación.
- Disponibilidad de local: Su peso es de un 20%, considerando de gran valor la adquisición del local en estas zonas.
- Transporte: Se asigna un 12% por su importancia de accesibilidad al negocio, y su disponibilidad de transporte de los distintos flujos periféricos.
- Costo del local: Un 18% porque afecta los costos fijos y su formación de precio.
- Frecuencia de Compra: Se asigna un 12% considerando la importancia de sus preferencias en los hábitos y costumbres de los clientes.
- Cluster: Importante para identificar las zonas donde se agrupan las empresas de confección para su fácil identificación.

**Tabla 14**

Ponderación de Microlocalización

FACTOR ES	Peso %	Pedro Ruiz y Balta		Av. San José		Elías Aguirre		Lapoint	
		Califica c.	P. Ponde .	Califica c.	P. Ponde .	Califica c.	P. Ponde .	Califica c.	P. Ponde .
Disponibil idad de M. Prima	0.13	15	<b>1.95</b>	15	<b>1.95</b>	15	<b>1.95</b>	15	<b>1.95</b>
Disponibil idad de Local	0.2	18	<b>3.6</b>	17	<b>3.4</b>	16	<b>3.2</b>	15	<b>3</b>
Costo del Local	0.18	18	<b>3.24</b>	13	<b>2.34</b>	14	<b>2.52</b>	15	<b>2.7</b>
Tráfico Comercial	0.14	17	<b>2.38</b>	16	<b>2.24</b>	15	<b>2.1</b>	16	<b>2.24</b>
Frecuenci a de Compra	0.12	16	<b>1.92</b>	16	<b>1.92</b>	16	<b>1.92</b>	16	<b>1.92</b>
Transport e	0.12	15	<b>1.8</b>	17	<b>2.04</b>	17	<b>2.04</b>	15	<b>1.8</b>
Cluster	0.11	16	<b>1.76</b>	14	<b>1.54</b>	14	<b>1,12</b>	16	<b>1.76</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>	<b>115</b>	<b>16.65</b>	<b>108</b>	<b>15.43</b>	<b>107</b>	<b>13.73</b>	<b>108</b>	<b>15.37</b>

**3.2.4.3 Ubicación del local**

Según el plano del microcentro, el radio a seleccionar es entre la Av. Balta, Pedro Ruiz y 8 de Octubre. El costo y disponibilidad del local tiene un peso muy importante para la selección del local y el tamaño y producción de las unidades que va a producir la empresa de confecciones no se presta para altos costos de alquileres porque afectaría el precio del producto. Una buena opción es conseguir un local en 8 de Octubre con proximidades a la Av. Balta, ya que Balta y Pedro Ruiz tiene un alto costo de alquiler de locales y sus áreas son reducidas.

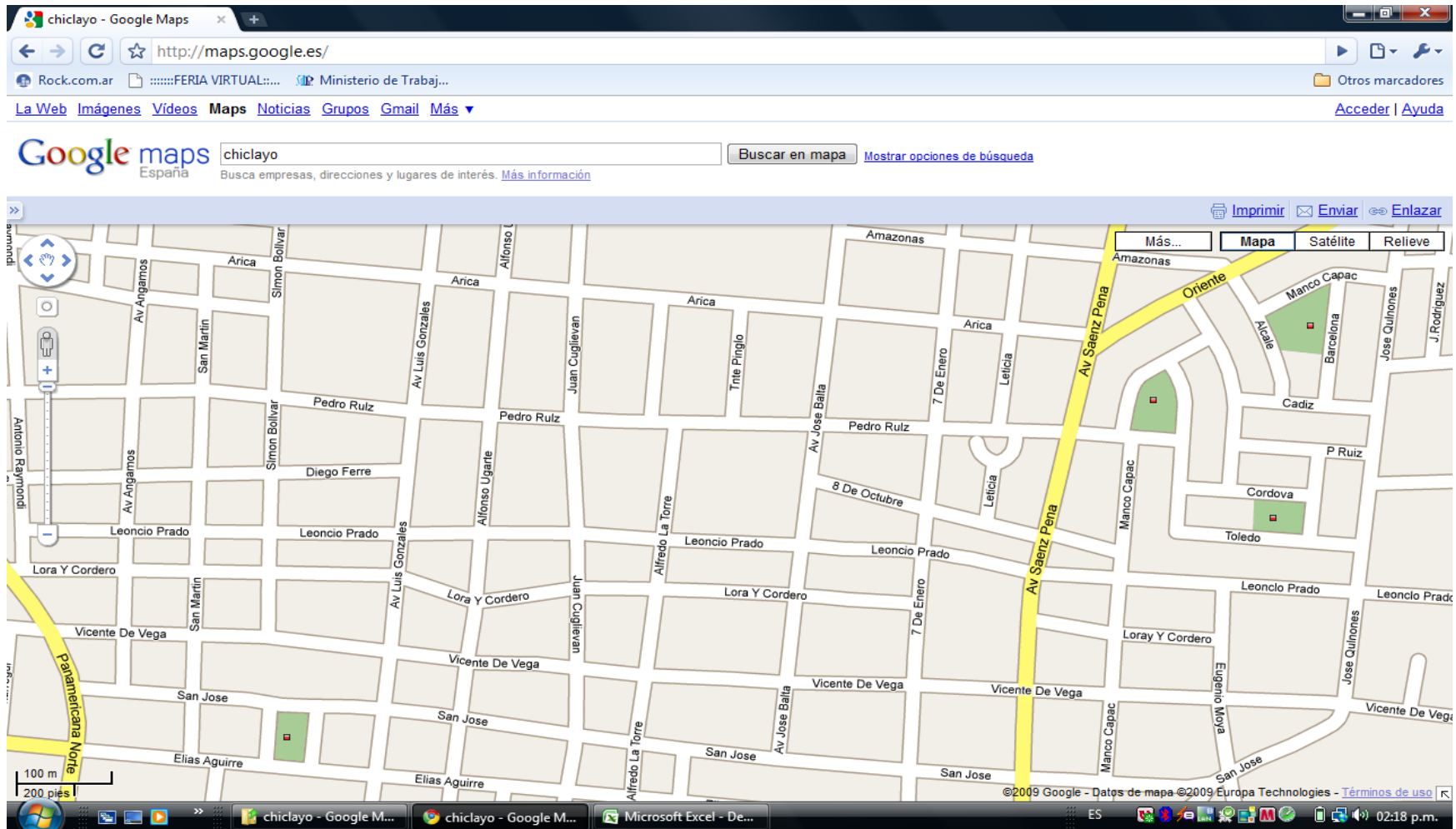


Figura 15. PLANO UBICACIÓN DEL LOCAL

### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento del local de confecciones. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta de confección.

#### 3.3.1 Proceso de Confección

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a través de insumos.

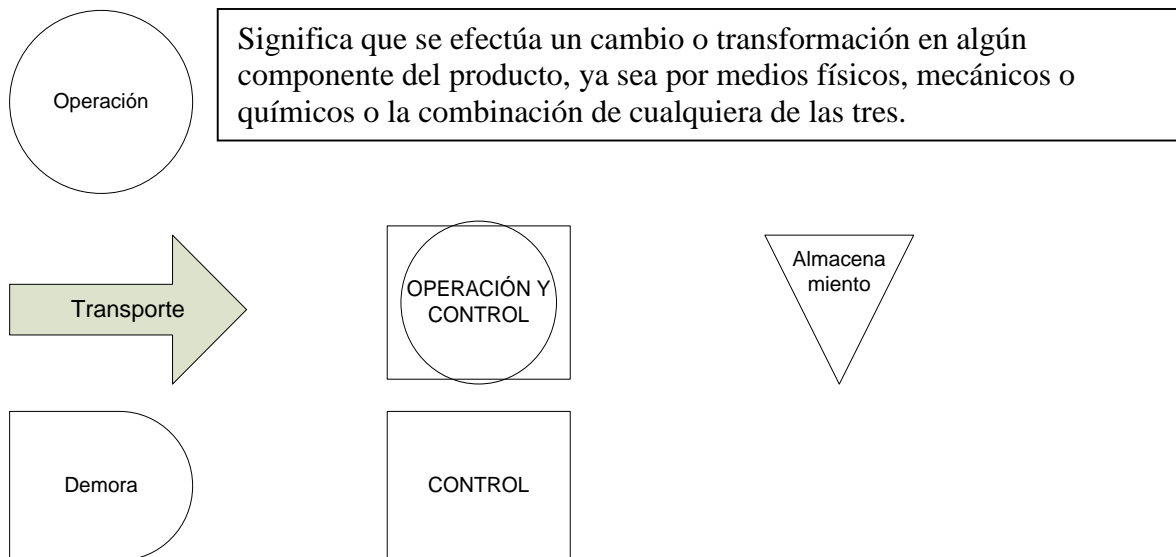
- a) **Diseño:** Proponer una serie de diseños de vestidos y el tipo de tela de acuerdo al muestrario de la empresa, catálogos o revistas especializadas con la respectiva asesoría de la confeccionista para la elección a gusto del cliente.
- b) **Medición:** Se toman las mediciones respectivas sobre las tallas de los clientes de acuerdo al diseño seleccionado.
- c) **Compra de Materia prima:** Se realiza el pedido de las tela y aplicaciones seleccionado por el cliente a los proveedores disponibles.
- d) **Recepción de materia prima.-** Realiza la limpieza y pulido de la tela, de tal manera que la misma se encuentre completamente limpia de pelusas y suciedad.
- e) **Trazado.-** Acomoda las distintas piezas del molde sobre la tela y las fija con alfileres a la misma; en el caso que efectúe el trazo directamente marca los puntos utilizando reglas, escuadras y compases; comprobando en ambos casos la maximización de la tela; el sentido de rayas y cuadros. Marca los contornos del molde en la tela o completa los trazos directos rectos, utilizando para ello tiza o un marcador de bordes y considerando un margen adecuado. Retira los moldes y comprueba que las diferentes partes de la prenda a confeccionar se encuentren completamente marcadas en la tela.

- f) **Corte.-** Efectúa el corte de la tela cuidadosamente, utilizando tijeras de corte fino según sea el caso y verificando que la tela se encuentre adecuadamente extendida.
- g) **Costura.-** Coloca las primeras piezas a ser unidas en la máquina, encendiendo la misma y verificando que la costura se efectúe de la manera programada.
- h) **Empiedrar, bordar o aplicaciones.-** Después de coser se empieza a bordar, empiedrar o se le coloca aplicaciones según corresponda con los insumos necesarios como: mostacillas, canutillos, lentejuelas, etc.
- i) **Empaque.-** Empaqueta las piezas según los pedidos realizados.

A continuación, en la Figura 4.1 se elaboró un mapeo del proceso de confección con la finalidad de identificar de forma gráfica los procesos generales para la confección del vestido de novia.

### 3.3.2 Diagrama de análisis de operaciones

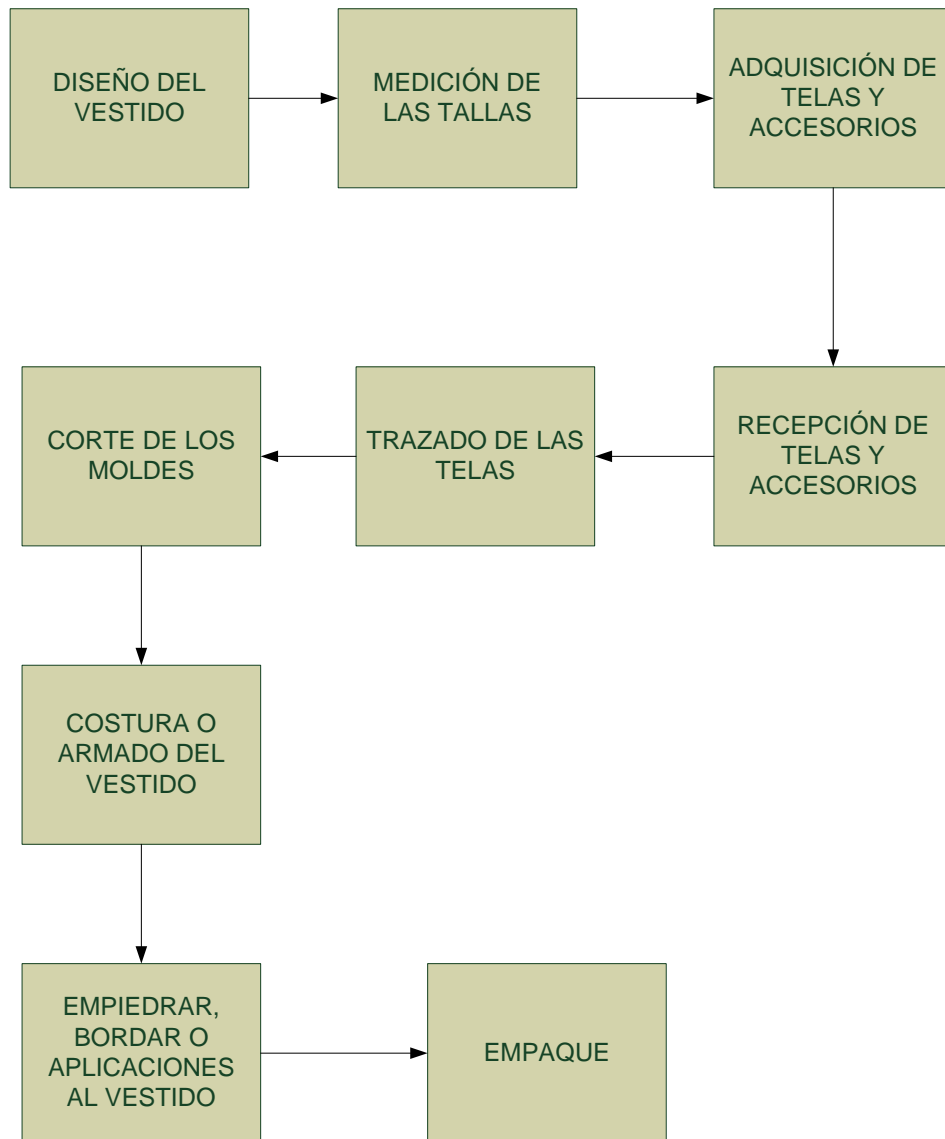
Para el análisis de operaciones se realiza la técnica de diagrama de flujo del proceso donde se usa la simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas. Dicha simbología es la siguiente:



---

---

# MAPEO DE PROCESO DE CONFECCIÓN <sup>1</sup>



---

Figura 4.1

## Diagrama de flujo del proceso de confección

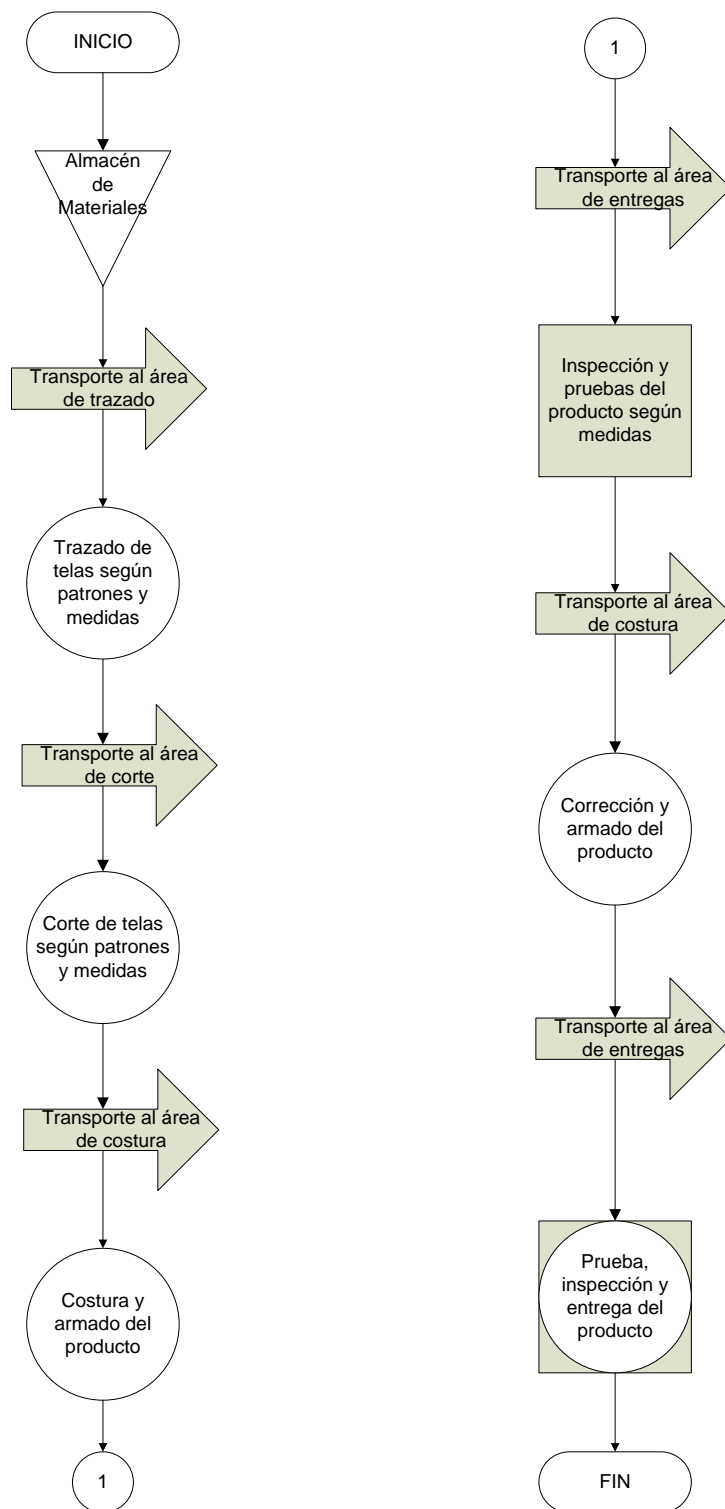


Figura 4.2



### 3.3.3 Adquisición de equipo y maquinaria

Para la adquisición del equipo, hemos considerado máquinas reconocidas en el mercado de acuerdo al proceso de trazado, corte y costura. Para ello se considerado la compra de los siguientes equipos:

#### MAQUINA SIRUBA RECTA MECANICA



Precio S/. 500.00 c/u

#### REMALLADORAS MELLISERAS MARCA SIRUBA



Precio S/. 1500.00 c/u

## BORDADORAS



Precio S/. 1500.00 c/u

### 3.3.4 Distribución de la Planta de confección

En la distribución de la planta de confección se ha considerado la distribución por Proceso, Llamada también Distribución de Taller de Trabajo o Distribución por función, en donde se agrupan el equipo o las funciones similares, de acuerdo con la secuencia de operaciones establecidas, una parte pasa de una área a otra, donde se ubican las máquinas adecuadas para cada operación.

En la siguiente figura se muestra las zonas de recepción, exhibición, vestuario, y el área de confección conformado por una zona de máquinas en línea recta, como son las remalladoras y bordadoras.

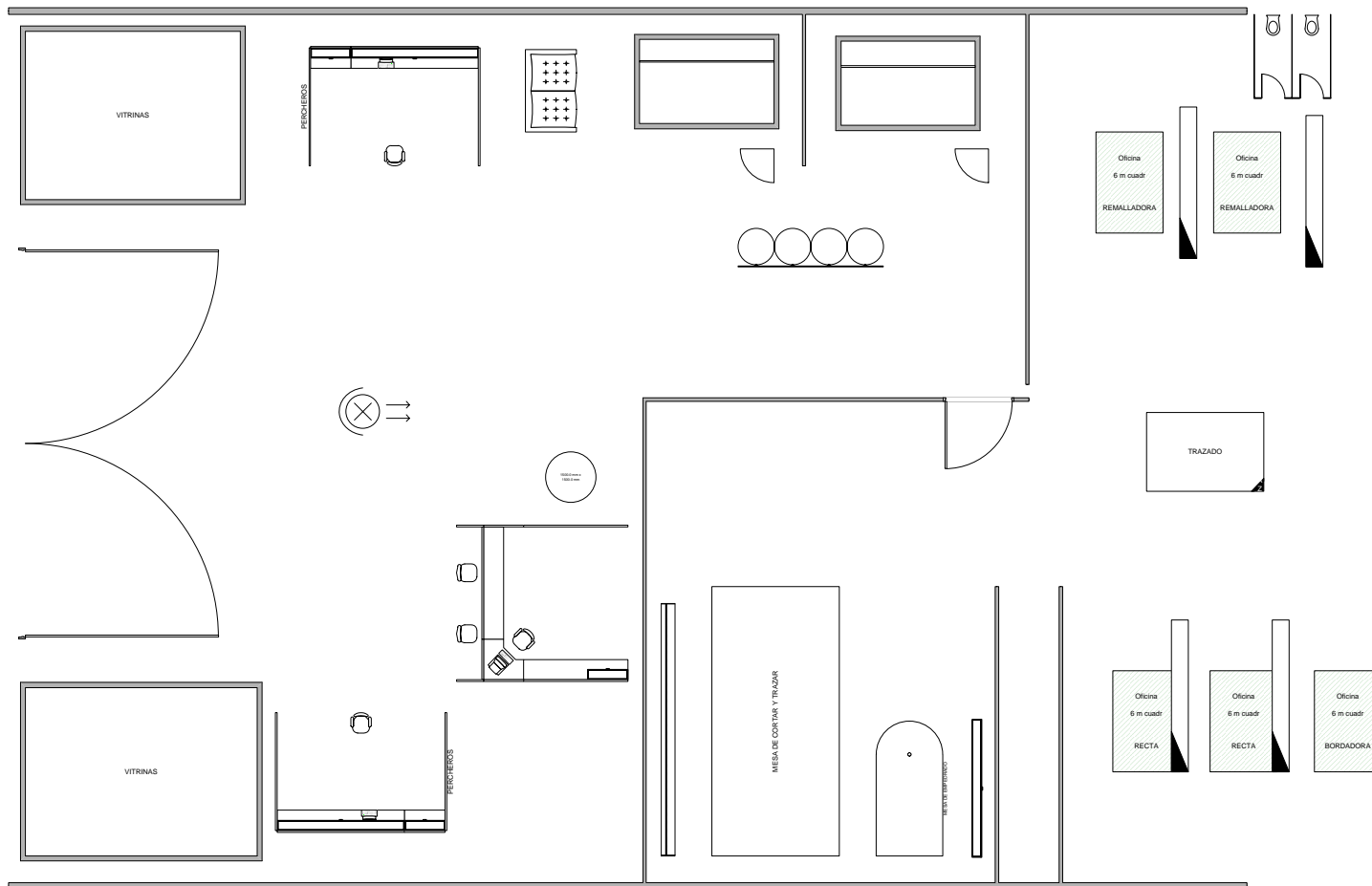


Figura 16. PLANO DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA

## **3.4 ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN**

### **3.4.1 Forma Societaria**

#### **3.4.1.1 Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.RL.)**

DECRETO LEY 21621

Es una forma societaria, el mínimo de socios es de dos (2) y máximo de veinte (20) personas. La responsabilidad de los socios está limitada a su aporte. El patrimonio personal de los socios no está afecto. El capital está dividido en participaciones iguales acumulables e indivisibles que no pueden ser incorporados en títulos valores ni denominarse acciones.

#### **3.4.2 Licencias**

Luego de haber elegido la forma de constitución de la sociedad. Se procede a elaborar la minuta de constitución. En la que se determina los fines, objetivos actividades y estatutos de la empresa. La minuta debe estar autorizada por un abogado colegiado y ante un notario público, requisito indispensable para ser inscrito de registros públicos.

Otra actividad a realizar será asistir ante SUNAT para solicitar la inscripción en el Registro de Contribuyentes y obtener un Número de RUC, esto con una copia de la minuta en la que consta su ingreso a una notaría.

Lugo de haber acreditado el aporte de los socios, este debe ser depositado en una entidad bancaria. Una vez firmada la minuta el Notario la eleva a escritura pública y expide las partes notariales que son documentos que permiten la inscripción en Registros Públicos. Los costos de estas actividades son los siguientes:

- |  |            |
|--|------------|
| NOTARÍA  |            |
| - Elaboración de Escritura                         | S/. 150.00 |
| CONTADOR   |            |
| - Valoriza los bienes de aportaciones (en especie) | S/. 50.00  |

ABOGADO	
- Elabora Minuta	S/. 30.00
DERECHO DE TRÁMITE	S/. 100.00
Costo total de inversión	S/ 330.00

Otro tema importante lo constituye la acreditación e inscripción ante los órganos de gobierno local (Municipalidades) Para estos se tramitará una licencia de Funcionamiento provisional, los requisitos son:

- Certificado de inspección técnica de seguridad otorgado por el INDECI, este Documento se paga en el banco de la nación.
- Solicitud de conformidad de uso de local S/. 69.00
- Saneamiento ambiental S/.27.00
- Formato de licencia provisional S/.69.00
- Estar al día de los tributos municipales
- Copia fedatada del RUC
- Declaración jurada simple
- Copia fedatada de la constitución de la empresa
- Copia fedatada del DNI, del representante
- Copia fedatada del contrato de alquiler

### **3.4.3 Afectación Tributaria**

#### **3.4.3.1 Legislación Comercial**

La panadería del trigo al pan estará afectada por el Régimen General a las Ventas, consideramos emitir facturas, especialmente a algunos de los usuarios de nuestros servicios

Para estar en el Régimen General a las Ventas es necesario contar con un Número de RUC (Registro único de contribuyente), para lo cual se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Testimonio original de la Escritura de Constitución y su inscripción en Registros Públicos.
- Documento de identidad original del representante legal.
- Recibo de luz, agua y/o contrato de alquiler de local.

Para obtener este número (RUC) se debe solicitar el formulario respectivo; tanto para su registro como para su autorización de la impresión de los comprobantes de pago (Facturas, Boletas)

Los tributos a los cuales estará sujeta la empresa son:

- IGV. (Impuesto General a las ventas (19%))
- IR. (Impuesto a la Renta de tercer categoría) 30% Aplicable a la utilidad obtenida (2% de los ingresos por empezar recién su actividad)

## **LEGISLACIÓN LABORAL SEGÚN LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (28015) TITULO IV**

### **Régimen Laboral de las Microempresas**

#### **Capítulo Único**

##### **Del Régimen Laboral Especial (Artículo 43°)**

Como todo tipo de organización con fines de lucro; estamos obligados a llevar registros de planillas de sueldos y salarios por el personal que labora en la empresa. Puesto que entidades como ESSALUD Y Ministerio de Trabajo supervisan constantemente la formalidad del personal que trabaja. De no encontrarse inscritos, afectaría a la empresa con multas y sanciones económicas.

En este caso, debido a que la actividad comercial se realiza en horario nocturno y por tres días a la semana, el personal de atención al público deberá firmar *un* Contrato de Trabajo a tiempo parcial para poder recibir sus remuneraciones de acuerdo al tiempo trabajado. Para aquellos que laboren a tiempo completo firmarán

un contrato de trabajo a plazo determinado. Para mayor detalle adjuntamos un ejemplo de contrato de trabajo en el apéndice # 2, de aspectos legales.

La determinación del salario de personal de atención al público está determinada de acuerdo a las siguientes normas por encontrarse dentro del trabajo nocturno:

- D. Leg. N° 854 (01/11/97)
- D. S. N° 008-97-TR (10/11/97)
- Art. 60 DLN° 261002 (24/12/92)

Las personas que laboren en nuestra empresa obtendrán como beneficios sociales; vacaciones anuales y gratificaciones de acuerdo a ley. Los descansos serán los días domingos para el personal que labora 48 horas a la semana. Las vacaciones se concederán una vez concluido los doce meses de trabajo, las cuales serán remunerados, las gratificaciones que serán dos sueldos uno por fiestas patrias y uno por Navidad. Entre las aportaciones el empleador está obligado a:

- ESSALUD 9%

El empleado aporta lo siguiente:

- AFP 12%

#### **3.4.4 Registro de Marcas**

Para registrar una marca se procede a realizar las siguientes actividades ante IINDECOPI:

- **Servicio de búsqueda.** Para denominativa S/.36.5 y figurativa, S/.48.30
- **Presentación de la solicitud de registro ante INDECOPI** — En la que se pagan S/411 en esta institución para la correspondiente búsqueda de nombre de marcas iguales a la nuestra en su base de datos
- **Evaluación y/o calificación de la solicitud** - En esta etapa INDECOPI evalúa la factibilidad de otorgar del certificado de registro. Para ser analizada en La oficina de signos distintivos.

- **Recoger la orden de publicación para el diario "El peruano"** - Si una vez evaluada nuestra petición es aceptada (al cabo del día 17 de presentada la solicitud de registro), tenemos que hacer una publicación en el diario El Peruano, para recibir alguna apelación.

- **Otorgamiento de certificado de registro.**- Una vez concluido los treinta días de plazo para obtener u oponerse al registro de marca a partir de la fecha de publicación, se nos es otorgado el correspondiente certificado de registro como propiedad por un período de 10 años.

### **3.4.5 Viabilidad Legal**

La empresa no presentara ningún impedimento para su funcionamiento, si realiza con los pagos correspondientes para su instalación y además de cumplir con los reglamentos establecidos por el gobierno local.

### **3.4.6 Estudio de la Organización**

#### **TIPO DE EMPRESA**

Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L. Es una forma societaria, el mínimo de socios es de dos (2) y máximo de veinte (20) personas. La responsabilidad de los socios está limitada a su aporte. El patrimonio personal de los socios no está afecto. El capital está dividido en participaciones iguales acumulables e indivisibles que no pueden ser incorporados en títulos valores ni denominarse acciones Ley General de Sociedades 26S87.

#### **3.4.6.1 Funciones y responsabilidades del personal**

Nuestra Panadería contará con el siguiente personal a los cuales se les asignará las funciones competentes siguientes: PERSONAL DE TRABAJO El personal necesario para implementar este negocio será:

Administrador, tesorería	(1)
Contador	(1)
Diseñadora	(1)

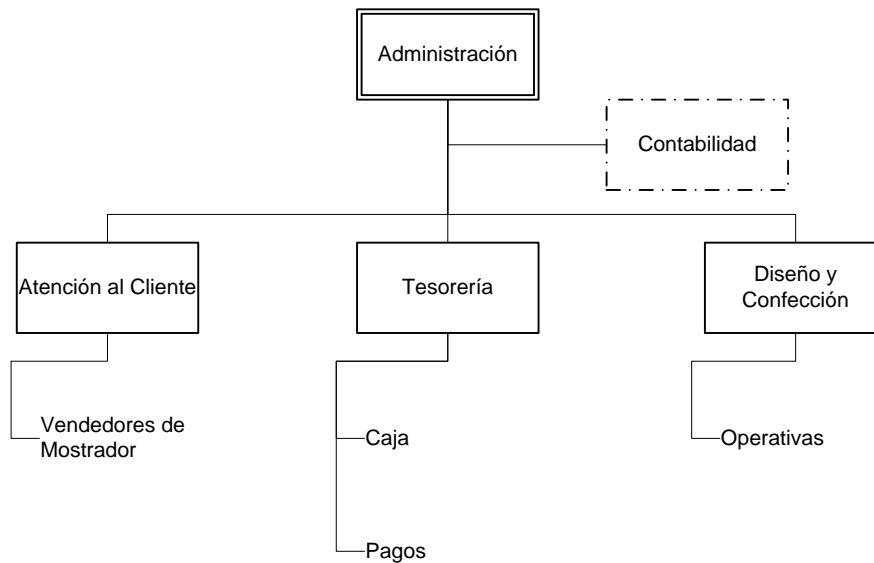


Operativas	(3)
Vendedor	(1)

### **3.4.6.2 Organigrama de la empresa**

De acuerdo al tamaño del negocio, hemos creído que no es conveniente hacer un organigrama funcional, puesto que no existen áreas especializadas, que ameriten realizar un diseño organizacional amplio; sin embargo, para graficar las relaciones de supervisión y dependencia que existirán en el ambiente de trabajo, hemos elaborado un organigrama por funciones, describiendo en él, las áreas de la empresa y los empleados que la conforman.

## ORGANIGRAMA



**Figura 17. Organigrama de la empresa**

### **3.4.6.3 Manual de Organización y funciones de la empresa**

#### **GENERALIDADES.**

Finalidad del Manual.

El presente Manual de Organización y Funciones de la empresa, tiene por objeto detallar la estructura orgánica, describir las funciones específicas, atribuciones, responsabilidades y líneas de autoridad de los cargos o puestos de trabajo de las diversas unidades orgánicas de la empresa.

El MOF constituye un documento normativo y operativo de la administración, propiciando que cada trabajador conozca en forma real y objetiva sus funciones, tareas o actividades, facilitando el logro de metas y resultados con eficiencia y productividad.

#### **Marco Legal**

D.L. 705 "Ley de Promoción/de Micro y Pequeña empresa.

D.S. 118 - 90 "Reglamento sobre unificación simplificación de registros para acceder a la empresa formal".

Ley 26887 "Nueva Ley General de sociedades".

D.L. 728 "Ley de competitividad laboral".

Alcance.

El presente MOF comprende a todas las unidades orgánicas y su contenido será de conocimiento obligatorio para todo el personal que preste sus servicios en ella.

## TITULO I

Funciones Generales y Atribuciones de la Estructura Orgánica.

Funciones generales

La empresa tiene como función principal de proveer a la población de novias de la provincia de Chiclayo, de un producto que cubra con los requisitos de calidad exigidos y elaborados en condiciones aceptables.

### 2.- Estructura Orgánica de la Empresa

Administrador, tesorería	(1)
Contador	(1)
Diseñadora	(1)
Operativas	(2)
Vendedor	(1)

## TITULO II

**Del Manual de Organización y Funciones por dependencias**

**ADMINISTRADOR**

## **FUNCIONES:**

- A. Desarrollar adecuadamente la cultura organizacional de la empresa.
- B. Supervisar que los cambios en las condiciones de trabajo sean debidamente planeadas y coordinadas para asegurar la productividad de la empresa.
- C. Proveer y desarrollar el personal adecuado para cada puesto de trabajo.
- D. Mantener la integración y socialización de la empresa, con el objetivo de mantener canales de comunicación y liderazgo positivo.
- E. Desarrollar en la empresa la vocación de servicio y una cultura participativa de trabajo en equipo enfocada a satisfacer las expectativas de clientes internos y externos a través del desarrollo de la mente organizacional.
- F. Proporcionar al personal un ambiente motivador de trabajo en cual, mediante un sistema formal se evalúe y mejore su desempeño, con el fin de que sea eficaz y eficiente, desarrollándose dentro de la empresa.

## **CONTADOR**

### **FUNCIONES:**

Llevar la contabilidad de la empresa

Llevar los estudios de estados financieros y sus análisis

Certificación de planillas para pago de impuestos.

Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.

La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

## **TESORERÍA**

### **FUNCIONES:**

Realizar actividades de cobro y organización del efectivo disponible.

Controlar los saldos diarios realizando arqueos de caja.

Controlar la documentación y vales de egresos de la caja.

Realizar los pagos al personal de la empresa.

Realizar los pagos a los proveedores de la empresa.

## **DISEÑADORA**

### **FUNCIONES**

La diseñadora tiene como funciones principales la asesoría y determinación del diseño del producto, así como también conducir y ejecutar el proceso productivo, organizar el trabajo de los operarios y realizar, en caso de ser necesario, variaciones al proceso.

## **OPERADORES**

### **FUNCIONES:**

Realiza labores de confección.

Inspeccionar las materias primas que ingresan al proceso.

Operar las máquinas más importantes de la línea de producción.

Controlar y registrar los parámetros de calidad del producto.

Verificar el mantenimiento técnico y cambio de repuestos de los equipos.

Informar los imprevistos durante la producción.

## **VENEDORES**

Su función básica del vendedor de mostrador es la atención al cliente por que permite establecer una comunicación directa y personal con los clientes actuales y potenciales de la empresa, y además, porque tiene la facultad de cerrar la venta, de generar y cultivar relaciones personales a corto y largo plazo con los clientes. **FUNCIONES:**

Informar

Persuadir y asesorar

Desarrollar actitudes (representación, crear imagen)

Prestar servicio

Captar y transmitir cambios en el mercado (investigación de mercados.)

### **TITULO III**

#### **De las características del personal**

El personal que labore en la empresa, deberá cumplir con los siguientes requisitos mínimos, dados en la especificación de puestos.

### 3.4.6.4 Especificaciones de los puestos

#### CARACTERÍSTICAS Y HABILIDADES PARA EL PUESTO

##### ADMINISTRADOR

EDAD : 25 – 40 años

GRADO DE INSTRUCCIÓN :

Estudios superiores (técnicos o universitarios) en administración.

EXPERIENCIA : 3 años.

En el manejo de pequeñas y medianas empresas afines a la nuestra.

SEXO :

- Ambos sexos

##### CARACTERÍSTICAS Y HABILIDADES PARA EL PUESTO

Capacidad de liderazgo.

Trabajo en equipo.

Facilidad de relación.

Ser proactivo.

Espíritu emprendedor.

Manejo de recursos humanos

##### CONTADOR

EDAD: 25 - 40 años

GRADO DE INSTRUCCIÓN :

- Profesional Titulado como Contador.

EXPERIENCIA :

- Tener más de 3 años de experiencia en contabilidad.

SEXO :

Ambos sexos.

##### CARACTERÍSTICAS Y HABILIDADES PARA EL PUESTO

Honrado

Eficiente

Responsable

**TESORERÍA**

EXPERIENCIA: 01 año

- Estudios técnicos en carreras de administración y experiencia equivalente

Tener estudios complementarios en:

Operaciones de cobranza

**CARACTERÍSTICAS Y HABILIDADES PARA EL PUESTO**

Responsable

Rapidez

Puntual

Diseñadora

EXPERIENCIA: 04 años

- Estudios técnicos en confección y diseño de vestidos para damas con experiencia equivalente.

Tener estudios complementarios en:

Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

Utilización de Insumos

**CARACTERÍSTICAS Y HABILIDADES PARA EL PUESTO**

Responsable

Rapidez

Puntual

**VENDEDOR DE MOSTRADOR**

EXPERIENCIA: 02 años

Experiencia en ventas en las diferentes zonas del departamento.

Tener estudios técnicos en administración o afines.

<p><b>CARACTERÍSTICAS Y HABILIDADES PARA EL PUESTO</b></p> <p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Puntual</p> <p>Servicial</p>
--

<p><b>OPERARIOS</b></p> <p>EXPERIENCIA: 02 años</p> <p>Edad entre 25 a 45</p> <p>Estudios en diseño y confección, experiencia equivalente en confección de vestidos para damas.</p>
---

<p><b>CARACTERÍSTICAS Y HABILIDADES PARA EL PUESTO</b></p> <p>Responsable</p> <p>Hábil</p> <p>Puntual</p>
---

**DEBERES Y DERECHOS DEL PERSONAL DE TRABAJO.**

Las responsabilidades del personal de trabajo están estipuladas en el Reglamento Interno de Trabajo, que a continuación se presenta.

**3.4.6.5 Reglamento interno de trabajo**

**CAPITULO I**

Generalidades.

Objetivo : Fomentar y mantener la armonía entre trabajadores y empleados, así como señalar las atribuciones y acciones del personal jerárquico con relación a los trabajadores.

Base Legal : Constitución política de Perú.

**CAPITULO II**

Admisión del personal



Con la finalidad de contar con un buen rendimiento laboral y brindar un buen servicio a los clientes se contará con personal especializado tanto en el aspecto administrativo como de servicios.

### CAPITULO III

#### De los horarios de trabajo

Los horarios de trabajo del personal operativo será de lunes a sábados de 8:30 a 1:00 AM, en el turno de la mañana, y por las tardes de 4:00 a 8:00 PM, salvo la realización de eventos especiales, en la que los trabajadores serán avisados con al menos veinticuatro horas de anticipación, los mismos que se harán responsables de los equipos e instalaciones que corresponde a su área de trabajo.

El horario de trabajo del personal administrativo será de lunes a sábado de 8:30 a 1:00 AM, en el turno de la mañana, y por las tardes de 4:00 a 8:00 PM, para realizar las siguientes acciones:

- Atender a los proveedores
- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de fin de semana.
- Atender llamadas del público en general.
- Distribuir volantes en puntos estratégicos, y avisos en diarios de mayor circulación en la ciudad de Ferreñafe.
- Otras atribuciones que sean de su competencia.

### CAPÍTULO IV

#### **Normas de control de asistencia al trabajo**

Cumplir con los horarios de trabajo establecido.

- Se tendrá una tolerancia de quince minutos para el ingreso de personal, pasado este tiempo se descontará de su sueldo el monto correspondiente a una hora.

- Al ingresar el personal de servicio deberá firmar el cuaderno de asistencia de personal.

#### **Normas de permanencia en el puesto**

Se otorgará permiso siempre y cuando esté debidamente justificado y su puesto pueda ser ocupado por otro trabajador.

Las inasistencias deberán estar debidamente justificadamente y con previo aviso (veinticuatro Horas por anticipado)

Del personal administrativo y de servicio.

## **Derechos**

Son derechos del personal administrativo y operativo:

Percibir sus remuneraciones puntualmente.

Gozar de sus vacaciones anuales.

Participar en acciones de capacitación para el mejoramiento de su trabajo.

## **Deberes**

Son deberes del personal administrativo y operativo:

Cumplir eficientemente sus funciones.

Cumplir estrictamente con el horario de trabajo establecido.

Velar por el mantenimiento de los bienes muebles e inmuebles de la panadería.

Abstenerse de realizar actividades que contravengan a los objetivos de la empresa.

Participar en las actividades programadas por la empresa.

Utilizar adecuadamente el uniforme e implementos de trabajo otorgados por la administración.

El personal administrativo y operativo deberá en todo momento cuidar su higiene personal.

## **Estímulos, faltas y sanciones establecidas**

Los estímulos, faltas y sanciones establecidas son aplicables tanto para el personal de servicio como para el personal administrativo de la empresa.

## **Vacaciones**

El personal administrativo y operativo de la empresa tiene derecho a treinta días de vacaciones anuales.

### **3.4.6.6 Escala Remunerativa.**

En nuestra localidad los negocios dedicados a este sector pagan en promedio las siguientes remuneraciones:

PUESTO	REMUNERACIÓN MENSUAL	TIPO DE CONTRATO
ADMINISTRADOR Y TESORERO	S/650	A TIEMPO COMPLETO

CONTADOR	S/200	A TIEMPO PARCIAL
DISEÑADORA	S/700	A TIEMPO COMPLETO
OPERATIVO	S/550	A TIEMPO COMPLETO
VENDEDOR MOSTRADOR	S/550	A TIEMPO COMPLETO

Fuente: Elaboración Propia.

## **3.5 PLAN DE MARKETING**

En el plan de marketing se detalla las estrategias que determinarán las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercadeo.

### **3.5.1 Estrategia de Producto**

#### **3.5.1.1 Breve Reseña Histórica**

En la tradición moderna, en la cultura occidental, el color de los vestidos de boda es blanco. Utilizado en este sentido, el blanco de boda incluye tonos pastel tales como huevo, crudo o marfil. La popularidad de este color puede remontarse a 1840 año en que se produjo la unión de la reina Victoria a Alberto de Saxe-Coburg. La reina eligió un vestido de color blanco para el acontecimiento. La fotografía oficial del retrato de boda fue extensamente difundida y muchas novias optaron por un vestido similar en honor a esa elección. La tradición de utilizar un traje blanco en la boda continúa hoy en día.

Antes de la era victoriana las novias se podían casar de cualquier color excepto negro (el color propio del luto) o el rojo (que estaba relacionado con las prostitutas). El vestido blanco vino a simbolizar la pureza del corazón y la inocencia de la niñez. Una atribución más reciente sugirió que el color blanco simbolizaba la virginidad, pero esta pauta no cuadra a menudo con que las novias utilicen los vestidos blancos para sus sucesivas uniones. Originariamente, el azul era el color el que se relacionaba con la pureza.

#### **3.5.1.2 Características del Producto**

Como estrategia definiremos principalmente el producto de forma genérica para ir detallando sus diseños, categorías y materiales a utilizar.

Un vestido de novia o vestido de casamiento es la prenda utilizada por las novias durante la ceremonia de la boda. La importancia del color, del estilo y del ceremonial del vestido depende de la religión y de la cultura de los participantes.

El vestido de la novia es lo que más va a llamar la atención de la figura principal.

## **Estrategias de Diseño**

En este caso se destaca la asesoría de la diseñadora para recomendar ciertos tipos de diseño. La experiencia y el conocimiento de la diseñadora será una estrategia fundamental para el éxito del negocio en cuanto a identificar el producto adecuado de acuerdo al perfil del cliente.

Si se trata de novias delgadas, es recomendable la utilización de pliegues, con recogidos o drapeados en el vestido. También son favorecedores los grandes lazos y las faldas amplias. Las telas que mejor sientan son las pesadas, como por ejemplo el tafetán o el satén. Hay que tratar de evitar los escotes muy profundos, mejor optar por escotes sencillos con aros y tirantes.

Las mangas deben ser anchas o amplias, con algún detalle voluminoso.

Si la novia es alta lo más favorecedor serán vestidos tipo túnica, con hombros al descubierto. También sienta bien algún cambio de color en el vestido. Los escotes, cuadrados o redondos.

Casi de forma universal, la novia utiliza el color blanco como símbolo de pureza y romanticismo, con ello además se intenta realzar la inocencia, la feminidad y la belleza.

Actualmente la pureza del color blanco permanece, aunque también se han ido incorporando otros colores a la gama de vestidos de novia como son el beige, el gris claro, el perla, el marfil, etc.

Para el vestido de la novia no existen unas reglas determinadas. De hecho, habrá que tener en cuenta diversos factores a la hora de elegir el vestido, tales como el clima y la hora, la personalidad de la novia, las últimas tendencias.

Existen también multitud de materiales y tejidos para confeccionar esta prenda, así que la diversidad está asegurada.

En nuestra sección de vestidos de novia se podrá ver algunos modelos actuales y de época que servirá para definir la idea que se tiene del vestido.

Siempre se puede coger el patrón y modificarlo para hacerlo más personal y que vaya en concordancia con la personalidad de cliente, como por ejemplo cambiar la forma del escote, añadir o quitar cola, elegir el tejido o la clase de bordados, etc.

Aquí tenemos dos ejemplos de vestidos de novia de estilo romántico.



Ahora podemos ver fotos de vestidos de novia combinando colores, como el beige o el rojo o granate.



En estas fotos de vestidos de novia, nos encontramos con dos estilos muy diferentes, por un lado, un traje sobrio, elegante y de corte clásico. Por el otro tenemos la foto de un vestido de novia actual, atado al cuello y con volantes en la falda.



#### Tipos de vestido de novia

Los vestidos en general pueden diferenciarse por su silueta o forma. Tener en claro todas las posibilidades es una buena manera de empezar cuando se tiene que elegir un vestido.

1. Línea A - Estos vestidos se entallan en el busto y cintura y comienzan a ensancharse suavemente sobre las caderas. Es ideal para ocultar defectos en el cuerpo de la mujer y adelgazar cuerpos grandes. No es una buena opción para mujeres menudas.
2. Vestido princesa - con el torso entallado pero una importante y voluminosa falda, el vestido princesa luce fantástico en mujeres altas, pero no es recomendable para mujeres anchas.
3. Sirena - Este tipo de vestidos son entallados en su mayor parte, pero al final de la falda se ensanchan, cual cola de sirena. Ideal para mujeres bajas o delgadas.

4. Vestidos tubo con falda estrecha - Se ajusta a todo el cuerpo y termina con una falda que se estrecha hacia las piernas. Es adecuado para mujeres delgadas, mujeres robustas abstenerse.

5. Vestidos tubo falda recta - Lo mismo que la silueta anterior pero la falda es recta, más cómoda. Buena opción para mujeres delgadas o menudas.

6. Imperial - El vestido comienza a ensancharse justo debajo de la línea del busto. Gran opción tanto para mujeres menudas como robustas.



#### **LÍNEA-A**

Un vestido que no tiene un talle definido. Se ajusta al torso y entonces la falda se aleja de la cintura.



#### **IMPERIO**

Este estilo particular, no tiene un talle definido. En cambio, la falda empieza debajo de la siza y se eleva a un estilo Línea-A.



#### **PRINCESA**

Los vestidos Princesa y Línea A son similares, pero tienen una pequeña diferencia. Los vestidos Princesa tienen notables paneles verticales, los de línea A no.





### **ENVOLVENTE**

Este tipo de vestido es derecho y muy ajustado.



### **SIRENA**

Es la línea sirena, uno de los cortes clásicos de los vestidos de novia, que no falla cada año a su cita con las tendencias nupciales sobre las pasarelas.

Ajustado en la cintura y con una amplia cola a partir de la rodilla en forma de sensuales godets, los trajes de este tipo imitan la figura de estos seductores seres mitológicos.

Luego de definir la forma o silueta del vestido, se deberá definir por un tipo de escote y mangas, y luego el tejido en el que se quiere que esté fabricado.

En el vestido de la novia, además del corte, influyen muchos otros factores como la cola, las mangas, etc.

Nosotros hemos querido destacar la importancia que tiene el escote en este tipo de prendas para resaltar la sensualidad de la novia, sea cual sea su forma. Aquí te dejamos algunos ejemplos para que puedas decidir y opinar sobre cual de adapta mejor a tu forma de ser y a tu cuerpo para que así sea más fácil la elección del traje.

### **3.5.1.3 Estrategia de Marca**

Se determinará como estrategia usar una marca única que identificará a la diseñadora de la empresa en cada uno de sus confecciones.

Para ello, se realizó el siguiente diseño de marca:



El logo refleja una pincelada gruesa con efecto de distorsión de variadas tonalidades entre el negro y gris y por supuesto el color blanco que representa al producto, la marca significa Diseños Anyela, se observa que en inglés no marca posición de lo contrario sería Anyela´s Design (diseños de Anyela), el nombre de la diseñadora y socia.

El uso del nombre de la diseñadora en la marca es muy frecuente en el rubro de confecciones por que identifica el arte y talento de la creadora intelectual de estos productos.

Cada vestido de novia terminado llevará incorporada una etiqueta con la marca única dentro del vestido.

#### **3.5.1.4 Estrategia de Envase**

Como estrategia las cajas que se ofrecen se pueden utilizar para diferentes tipos de presentación y diferenciar al producto dándole valor agregado y marcando la diferencia. En cualquier esquema de comercialización de bienes de consumo LAS CAJAS y embalajes ocupan, por tanto, un papel decisivo, por eso la empresa se asegura una gama de papeles especiales para ofrecer y forrar cada caja a su gusto.



Para cumplir con este objetivo se mandarán a hacer cajas finas de confección especial, forradas en papel couche blanco o de color como así también en papel vinilo de diferentes texturas con terminaciones de primera calidad.

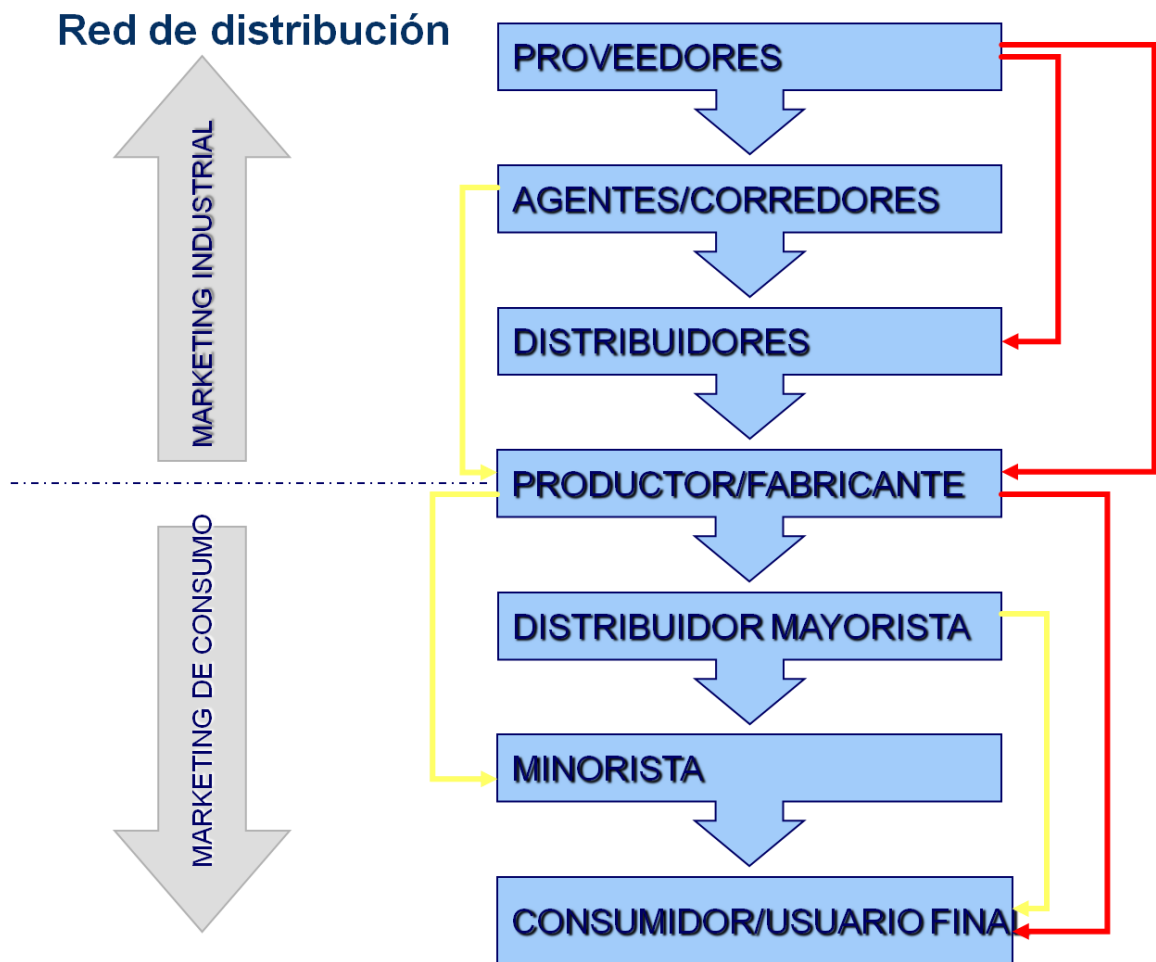
### **3.5.2 Estrategia de Canal de Distribución o Logística**

La estrategia de distribución desempeña roles necesarios para definir, organizar e instrumentar la puesta a disposición de los productos o servicios en el momento y lugar en que son solicitados.

En el siguiente esquema tenemos la red de distribución tanto para el mercado industrial como en el de consumo.

#### **3.5.2.1 Red de Distribución**

Con respecto a la logística de distribución identificamos en el esquema la red que se suele desarrollar en este tipo de rubro empresarial (flechas rojas). Para la empresa de confección sus proveedores de tela serán los distribuidores en el mercado modelo y algunos de Lima, y la usaran el canal directo como mecanismo de comercialización, es decir, del fabricante al cliente o usuario final.



El marketing industrial es el proporcionado por los proveedores de telas que constantemente llegan sus propuestas sobre nuevas opciones y calidades.

EL marketing de consumo es proporcionado por el local de confección Desings Anyela a los clientes.

### 3.5.2.2 Alternativas estratégicas para la estructuración de canales

#### Configuración estructural del canal

La estructura de canal a utilizar es el Canal Directo es decir que la empresa de confecciones no contará con intermediarios por la forma de servicio, es decir, que el cliente debe asistir al local para confeccionar su vestido a la medida. La empresa contará con un local de atención al cliente para realizar las estrategias de venta y fidelización con sus clientes de forma directa.

### **Estrategia de cobertura de Mercado**

Debido a la especialización en diseño de vestidos de novia la estrategia de cobertura de mercado se realiza de manera intensiva, es decir, que se ofrece un servicio para todas las novias de la provincia de Chiclayo sin existir ningún tipo de segmentación entre ellas o exclusividades.

### **Estrategia de Aspiración**

Todo el esfuerzo de comunicaciones, promoción, fuerza de ventas, etc. en el consumidor final.

Se realizarán importantes presupuestos en publicidad.

La Política de marca determinará una posición de identidad en el mercado como estrategia de reconocimiento del producto.

### **3.5.3 Estrategia de Comunicación Integral e impulsión**

De todos es sabido que la comunicación es una herramienta estratégica dentro de toda empresa que quiera estar bien posicionada en el mercado. Esto no quiere decir que la comunicación sea la clave del éxito, pero sí que forma parte de él y, desde luego, sin comunicación hoy en día estamos más fácilmente abocados al fracaso. De hecho, a través de la comunicación integral vamos a acercarnos al mercado la imagen que queremos que se tenga de nuestra empresa, lo que nos va a permitir posicionarnos de forma cada vez más competitiva. Y esta afirmación es válida tanto para las compañías multinacionales como para las PYMES, muchas de las cuales caen en el error de pensar que la comunicación es sólo parte de las grandes empresas.

En la actualidad, estamos inmersos en una etapa de marketing de percepciones, donde «lo esencial no es serlo, sino parecerlo», donde lo que importa verdaderamente es lo que percibe el mercado de nosotros, de nuestra empresa y de nuestra marca y a ello contribuye de forma clara la comunicación. Por ello, cualquier compañía que no se preocupe por controlar y potenciar su política de

comunicación está perdiendo muchas oportunidades de mejorar su imagen y su marca de cara tanto a la propia empresa como al exterior.

Un hecho es evidente. El posicionamiento de una empresa requiere un análisis previo del mercado para conocer qué es lo que demandan los consumidores, luego lanzaremos el producto o servicio que mejor satisfaga las necesidades a través de los canales de distribución más rentables y por último tendremos que comercializarlo. Pero hasta ahí no deja de ser lo que hacen la totalidad de las empresas presentes en el mercado.

Lo que nos va a dar la posibilidad de diferenciarnos del resto va a ser la comunicación entendida en su sentido más global. Ella es la que nos va a permitir crear en el consumidor la necesidad de adquirir nuestro producto y la que va a hacer que el cliente se decante por el nuestro frente al de la competencia.

¿Por qué, si no, en igualdad de características e igualdad de precios, los consumidores elegimos uno u otro producto? La respuesta es fácil. Sencillamente por la percepción que tenemos de cada marca, percepción que se traduce en imágenes almacenadas en la memoria, y que tienen su origen en las distintas estrategias de comunicación lanzadas por la compañía en los diferentes soportes.

Resulta obvia, por tanto, la importancia de una buena estrategia de comunicación. Una estrategia que podemos llevar a cabo a partir de las diferentes herramientas que nos ofrece el marketing, y que veremos más adelante, pero en las que siempre existe un elemento común: el mensaje que queremos transmitir al mercado y que es el que nos va a posicionar y nos va a diferenciar de la competencia.

### **3.5.3.1 Publicidad**

En líneas generales, podemos establecer cuatro tipos de publicidad que se pueden implementar de manera gradual como base de penetración de mercado.

Tenemos:

Publicidad informativa. Como su nombre indica, su misión es informar. Por un lado dando a conocer al mercado los nuevos productos o servicios, y por otro recomendando el uso de los ya existentes.

Publicidad persuasiva. Su finalidad es crear una demanda selectiva. Se trata de decantar a los usuarios por nuestra marca a través de las características y el valor añadido que ofrecen nuestros productos o servicios.

Publicidad de recordatorio. Su objetivo es claro: recordar a los consumidores la existencia del producto, sus cualidades, e indicarles cómo puede satisfacer sus necesidades. En este caso hablamos ya de un producto totalmente consolidado en el mercado.

Publicidad de refuerzo. La satisfacción total del cliente se ve completada no con la adquisición del producto, sino cuando descubre que su elección ha sido la acertada porque satisface plenamente sus necesidades. El objetivo por tanto de este tipo de publicidad es incidir sobre la buena elección de los clientes y reafirmarles así en lo acertada que ha sido su decisión.

Como estrategia publicitaria determinaremos los siguientes objetivos a considerar:

- Destacar características convenientes de la marca.
- Influenciar la percepción de los compradores potenciales sobre alguna cualidad importante de la marca.
- Agregar características perceptuales al producto.

### **Selección de medios**

En esta oportunidad vamos a seleccionar medios masivos y medios alternativos o no convencionales asignándoles un costo mensual como se indica en las siguientes tablas.

**Tabla 15.**

Inversiones publicitarias mensuales en medios convencionales

<b>Medios convencionales</b>		<b>Inversiones</b>		<b>Porcentaje</b>
<b>Televisión</b>	Televisiones nacionales y autonómicas	S/.	-	0.00%
	Canales temáticos	S/.	-	0.00%
	Televisiones locales	S/.	100.00	100.00%
	<b>Total televisión</b>	<b>S/.</b>	<b>100.00</b>	<b>16.57%</b>
<b>Diarios</b>	Diarios	<b>S/.</b>	<b>116.67</b>	<b>19.34%</b>
<b>Revistas</b>	Inf. gral., femeninas y decoración	S/.	100.00	100%
	Técnicas	S/.	-	0%
	<b>Total revistas</b>	<b>S/.</b>	<b>100.00</b>	<b>16.57%</b>
<b>Radio</b>	Radio	<b>S/.</b>	<b>200.00</b>	<b>33.15%</b>
<b>Exterior</b>	Carteleras	S/.	58.33	100.00%
	Cabinas telefónicas	S/.	-	0.00%
	Transporte	S/.	-	0.00%
	Mobiliario exterior e interior	S/.	-	0.00%
	Monopostes	S/.	-	0.00%
	Luminosos	S/.	-	0.00%
	Lonas	S/.	-	0.00%
	Otros	S/.	-	0.00%
	<b>Total exterior</b>	<b>S/.</b>	<b>58.33</b>	<b>9.67%</b>
<b>Internet</b>	Publicidad en Internet	<b>S/.</b>	<b>28.33</b>	<b>4.70%</b>
<b>Dominicales</b>	Dominicales	<b>S/.</b>	<b>-</b>	<b>0.00%</b>
<b>Cine</b>	Cine	<b>S/.</b>	<b>-</b>	<b>0.00%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>S/.</b>	<b>603.33</b>	<b>100,0%</b>



**Tabla 16**

Inversiones publicitarias mensuales en medios no convencionales

<b>Medios no convencionales</b>	<b>Inversión</b>		<b>Porcentajes</b>
<i>Mailing</i> personalizado	S/.	20.00	12.12%
<i>merchandising</i> señalización y rótulos	S/.	-	0.00%
Marketing telefónico	S/.	-	0.00%
Buzoneo/Folletos	S/.	50.00	30.30%
Anuarios, guías y directivos	S/.	-	0.00%
Actos de patrocinio deportivo	S/.	-	0.00%
Actos de patrocinio, mecenazgo y marketing social y RSC	S/.	-	0.00%
Regalos publicitarios	S/.	20.00	12.12%
Catálogos	S/.	25.00	15.15%
Ferias y exposiciones	S/.	50.00	30.30%
Animación en punto de venta	S/.	-	0.00%
Publicaciones de empresa, boletines, memorias	S/.	-	0.00%
Juegos promocionales	S/.	-	0.00%
Tarjetas de fidelización	S/.	-	0.00%
<b>Total medios no convencionales</b>	<b>S/.</b>	<b>165.00</b>	<b>100%</b>

### 3.5.3.2 Promoción de Ventas

Si deseamos alcanzar el éxito de nuestra promoción es necesario partir de:

Originalidad. Es preciso aportar dosis de novedad e innovación a nuestras promociones, ya que de lo contrario nos hará pasar totalmente desapercibidos.

Identificación plena del target. De esta forma la promoción tendrá una mayor ratio de respuesta positiva.

Incentivo ad hoc. Cada promoción debe estar enfocada a su target.

Temporal. ¿Cuándo lo realizamos? ¿Cuándo se vende más o menos? Dar respuesta a estos interrogantes es parte del éxito y es una decisión estratégica, lo que sí hay que tener en cuenta es que no debe perdurar en el tiempo. En nuestro caso se fijará para los meses de menor demanda.

Mix promocional. En el planning promocional debemos incluir una variedad de incentivos y estrategias, como descuentos, exhibiciones y ventas cruzadas.

Ser proactivo. Saber aprovechar las posibles oportunidades que surjan.

## B) Objetivos

Lógicamente han de ser consecuentes con la campaña de comunicación incluida en el plan de marketing, teniendo perfectamente delimitado si se trata de hecho puntual u obedece a una estrategia de continuidad. Principalmente destacamos:

Incrementar las ventas.

Contrarrestar acciones de la competencia.

Conseguir nuevos clientes.

Potenciar la marca.

Generar liquidez económica.

Fidelizar.

Introducir nuevos productos.

Motivar equipos de venta.

Reforzar la campaña publicitaria.

Etcétera.

## C) Técnicas habituales

Quizá en esta área de actividad es donde deben aportarse mayores dosis de creatividad para unos mejores resultados, aunque seamos conscientes de que rápidamente sería copiada la idea. Entre las diferentes técnicas destacamos:

Eventos. La creatividad es una variable que en este punto adquiere un gran protagonismo ya que en la actualidad existe una gran cantidad de lugares donde se pueden realizar este tipo de actos.

Concursos. Quizá es un clásico del marketing promocional, pero se siguen obteniendo buenos resultados, ya que en la mayoría de los casos requiere participación activa de la persona.

Programas de fidelización focuscostumer (reunión con los clientes). El cliente se ha convertido en el eje central de toda estrategia comercial y profesional, por ello esta actividad se ha potenciado bajo la denominación marketing relacional.

Promociones económicas. Incluimos todas aquellas que tienen algún tipo de recompensa económica: descuentos directos, vales o cupones descuento (muy extendido en el Perú), etc.

Promociones del producto. Entrega de muestras gratuitas de telas, mayor entrega de producto por el mismo precio, regalos de producto, etc.

Hasta aquí hemos visto cómo rentabilizar de la mejor manera una herramienta que, al menos en nuestro país, no ha alcanzado la madurez que debiera. Sin embargo, no me gustaría finalizar el apartado sin incluir una serie de recomendaciones que nos ayudarán a tener éxito en nuestras promociones: los productos que se promocionan han de ser de la misma calidad e idénticos a los que se comercializan, los tiempos de entrega deben ser mínimos y, por supuesto, cumplir todo lo que se comunica en la promoción.

### **3.5.3.3 Imagen, relaciones públicas y responsabilidad social corporativa**

Toda actividad de relaciones públicas tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones:

Gestión de las comunicaciones internas:

Es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce, por lo tanto, es importante establecer un reglamento interno de trabajo con las políticas propuestas.

Gestión de las comunicaciones externas:

Toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación.

Funciones humanística:

Resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.

Análisis y comprensión de la opinión pública:

Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario manipular a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Es esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella.

Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas:

El trabajo de toda relación pública debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

### 3.5.4 Estrategia de Precio

Para la estrategia de precios se ha considerado la deducción de los costos variables y fijos con la finalidad de encontrar la coherencia interna del costo total, tal como lo demuestra la siguiente tabla:

**Tabla 17**

Estrategia de Precio

PRODUCTO	COSTO TOTAL UNITARIO		COSTO VARIABLE UNITARIO		COSTO FIJO UNITARIO
Línea A	S/. 949.13	=	S/. 465.71	+	S/. 483.41
Vestido Princesa	S/. 903.27	=	S/. 443.21	+	S/. 460.06
Sirena	S/. 722.91	=	S/. 354.71	+	S/. 368.19
Tubo con falda estrecha	S/. 760.61	=	S/. 373.21	+	S/. 387.40
Tubo falda recta	S/. 711.70	=	S/. 349.21	+	S/. 362.49
Imperial	S/. 730.04	=	S/. 358.21	+	S/. 371.83

A continuación podemos apreciar que el método de fijación de precios establecido es el de costo mas un plus, lo que significa, que primero se deduce el costo y después se asigna un porcentaje de ganancia fija, tal como lo demuestra el siguiente cuadro:

**Tabla 18**  
Método de fijación de precios

PRODUCTO	COSTO TOTAL UNITARIO		GANANCIA: METODO COSTO + PLUS		PRECIO UNITARIO DE VENTA
Línea A	S/. 949.13	+	20%	=	S/. 1,166.38
Vestido Princesa	S/. 903.27	+	20%	=	S/. 1,096.42
Sirena	S/. 722.91	+	20%	=	S/. 821.26
Tubo con falda estrecha	S/. 760.61	+	20%	=	S/. 878.78
Tubo falda recta	S/. 711.70	+	20%	=	S/. 766.85
Imperial	S/. 730.04	+	20%	=	S/. 832.14

En esta tabla podemos observar que el precio de los vestidos se comparan con el precio del mercado (los clientes están dispuestos a pagar) y el precio de la competencia.

**Tabla 19**  
Comparación de Precio

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO DE VENTA	>< ó =	PRECIO DE MERCADO (Encuesta)	PRECIO DE COMPETENCIA (Encuesta)
Línea A	S/. 1,166.38	<	S/. 1,000.00	S/. 1,250.00
Vestido Princesa	S/. 1,096.42	>	S/. 1,000.00	S/. 1,200.00
Sirena	S/. 821.26	>	S/. 800.00	S/. 900.00
Tubo con falda estrecha	S/. 878.78	>	S/. 800.00	S/. 900.00
Tubo falda recta	S/. 766.85	>	S/. 800.00	S/. 800.00
Imperial	S/. 832.14	>	S/. 800.00	S/. 800.00

Y finalmente, elaboramos un pequeño análisis de la variación porcentual del precio establecido comparado con el precio del mercado proporcionando una ganancia adicional en el margen operativo, como lo demuestra el cuadro siguiente:

**Tabla 20**

Variación porcentual del Precio

<b>PRODUCTO</b>	<b>Variación % CON PRECIO MERCADO</b>	<b>MARGEN OPERATIVO</b>
Línea A	13.90%	S/. 189.83
Vestido Princesa	8.39%	S/. 180.65
Sirena	8.44%	S/. 144.58
Tubo con falda estrecha	14.09%	S/. 152.12
Tubo falda recta	6.75%	S/. 142.34
Imperial	9.51%	S/. 146.01
<b>TOTAL</b>		<b>S/. 955.53</b>

## 3.6 ESTUDIO ECONÓMICO DEL PROYECTO

### 3.6.1 Inversiones

Las inversiones son los desembolsos monetarios necesarios para la adquisición de los activos. La estructura de las inversiones la constituyen: La Inversión Fija (o activos Fijos) y el Capital de Trabajo.

#### 3.6.1.1 Inversión en Activos Fijos

Es aquella que está relacionada con los elementos que no son materia de transacción durante la vida del proyecto. Esta constituido por bienes tangibles y bienes intangibles.

#### 3.6.1.2 Inversión Fija Tangible

- a. **Obras civiles.** Que han sido evaluadas en S/.3500 (Ver cuadro N° 7)
- b. **Maquinarias y equipos.** Cuya mejor propuesta de cotización requiere una inversión total de S/.3500,00
- c. **Mobiliario y Enseres.** El cuadro N°7. indica que este rubro requiere de un monto de S/. 5000,00.
- d. **Equipos de Oficina.** El equipo de oficina requiere una inversión de S/.2500. (Ver cuadro N° 7)

**Tabla 21**

Inversión fija tangible

<i>Items</i>	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Construcciones (3%)	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Terreno	S/. 0.00					
Equipos de Producción (10%)	S/. 3,500.00		S/. 1,000.00			S/. 1,000.00
Equipos de Oficina (20%)	S/. 2,500.00			S/. 2,500.00		
Maquinas y Herramientas (25%)	S/. 1,000.00			S/. 1,000.00		
Vehículos (20%)	S/. 0.00					
Muebles y Enseres (10%)	S/. 5,000.00		S/. 250.00	S/. 250.00	S/. 250.00	S/. 250.00
<b>TOTALES</b>	<b>S/. 15,500.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 1,250.00</b>	<b>S/. 5,250.00</b>	<b>S/. 250.00</b>	<b>S/. 1,250.00</b>

**3.6.1.3 Inversión Fija Intangibles**

Las inversiones en activos fijos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. La suma monetaria requerida para esta inversión es de S/2630. Ver cuadro N° 8

**Tabla 22**

Inversión fija intangible

<i>Items</i>	<i>Año 0</i>
Gastos de Organización	S/. 330.00
Patentes y Licencias	S/. 0.00
Gastos de Puesta en Marcha	S/. 200.00
Gastos de Capacitación	S/. 600.00
Costo del Estudio del proyecto	S/. 1,500.00
<b>TOTALES</b>	<b>S/. 2,630.00</b>



### 3.6.1.4 Inversión en Capital de trabajo

Son los recursos financieros, en la forma de activos corrientes de naturaleza circulante, necesarios para garantizar la operación normal durante un ciclo productivo. Se considera un capital de trabajo necesario para un mes de producción, debido a la demora del producto terminado, y al plazo otorgado a los clientes para la cancelación.

**Tabla 23**

Inversión en capital de trabajo

Items	Año 0
1.-Materiales e insumos	S/. 2,367.22
2.-Mano de obra	S/. -
3.-Gsts de Comercialización	S/. 505.93
4.-Gastos de administración	S/. 3,071.33
5.-Gastos de ventas	S/. -
<b>inversión en Capital de trabajo</b>	<b>S/. 5,944.49</b>

### 3.6.1.5 Flujo del Capital Total

La suma de inversión fija tangible, intangible y capital de trabajo nos da la inversión total del proyecto o el flujo de capital para entrar en ejecución, cuyo monto asciende a S/.24,074.49.Ver Cuadro N° 6.9.

**Tabla 24**

Flujo de capital total

Items	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión en Activo Fijo	S/. 15,500.00	S/. -	S/. 1,250.00	S/. 5,250.00	S/. 250.00	S/. 1,250.00
Inversión en intangibles	S/. 2,630.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Inversión capital de trabajo	S/. 5,944.49	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>Flujo de Capital</b>	<b>S/. 24,074.49</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 1,250.00</b>	<b>S/. 5,250.00</b>	<b>S/. 250.00</b>	<b>S/. 1,250.00</b>

### 3.6.2 Financiamiento

El financiamiento está orientado hacia la adquisición de activos fijos y a la conformación del capital de trabajo, que permitirá al proyecto poder iniciar sus operaciones productivas y comerciales.

El costo del proyecto de inversión es de S/.24,074.49nuevo soles, del cual el 40% (es decir S/. 9,629.79) es aporte propio y el 60% (S/. 14,444.69) restante será financiado mediante un crédito bancario, en nuestro caso la Institución Financiera Intermediaria será el Banco de Crédito del Perú (BCP), otorgado por una línea de crédito de COFIDE.

**Tabla 25**

Financiamiento

Items	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Préstamo	S/. 14,444.69					
Amortización		S/. -1,444.70	S/. -2,014.16	S/. -2,681.70	S/. -3,565.59	S/. -4,738.54
Intereses		S/. -4,089.34	S/. -3,519.88	S/. -2,852.34	S/. -1,968.45	S/. -781.93
<b>Flujo Servicio de la Deuda</b>	<b>S/. 14,444.69</b>	<b>S/. -5,534.04</b>	<b>S/. -5,534.04</b>	<b>S/. -5,534.04</b>	<b>S/. -5,534.04</b>	<b>S/. -5,520.47</b>
<b>Acumulado</b>		<b>S/. -5,534.04</b>	<b>S/. -11,068.08</b>	<b>S/. -16,602.12</b>	<b>S/. -22,136.16</b>	<b>S/. -27,656.63</b>

### 3.6.3 Presupuesto de Ingresos y Egresos

El objetivo de este ítem es calcular los egresos e ingresos del proyecto, mediante la cuantificación en términos monetarios de los recursos utilizados para la elaboración de un determinado volumen de producción. (Producción Proyectada)

#### 3.6.3.1 Ingresos: Pronóstico de Ventas anual

Se obtiene por las ventas realizadas durante el proyecto a precios constantes. Los ingresos del proyecto están determinados por la suma de las ganancias recibidas de la venta de vestidos de novia (Ver cuadro N°12), el cual se ha determinado utilizando el Método del Costo + plus como se puede observar en la estrategia de precio.

**Tabla 26**

Pronósticos de Ventas Anual

PRONOSTICO DE VENTAS (Soles)	2009	2010	2011	2012	2013
Línea A	S/. 32,362.76	S/. 32,783.48	S/. 33,209.66	S/. 33,641.39	S/. 34,078.73
Vestido Princesa	S/. 36,506.08	S/. 36,980.66	S/. 37,461.41	S/. 37,948.41	S/. 38,441.74
Sirena	S/. 6,380.37	S/. 6,463.31	S/. 6,547.34	S/. 6,632.45	S/. 6,718.67
Tubo con falda estrecha	S/. 17,555.75	S/. 17,783.97	S/. 18,015.17	S/. 18,249.36	S/. 18,486.61
Tubo falda recta	S/. 5,106.56	S/. 5,172.95	S/. 5,240.20	S/. 5,308.32	S/. 5,377.33
Imperial	S/. 12,929.82	S/. 13,097.91	S/. 13,268.18	S/. 13,440.67	S/. 13,615.40
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 110,841.35</b>	<b>S/. 112,282.28</b>	<b>S/. 113,741.95</b>	<b>S/. 115,220.60</b>	<b>S/. 116,718.47</b>

### 3.6.3.2 Egresos: Pronóstico de Gastos anual

Se consideran como costos y gastos a los egresos que realiza toda empresa. Para nuestro caso el monto del Costo Total para el primer año asciende a S/80,360.90y su proyección en el horizonte se puede ver en el cuadro N° 12

#### 3.6.3.2.1 COSTOS DE PRODUCCION.

Destinados exclusivamente a la elaboración del producto. Se dividen en costos de materiales directos y costos indirectos.

#### A. Costos de Materiales Directos.

- **Materia Prima e Insumos.** Constituida por telas, hilos, cierre, barbillas, etc... financiada en su totalidad por el proyecto. Los costos anuales ascienden a S/ 18619.23
- **Mano de Obra directa.** Son los salarios de operarios, cuyo costo anual es de S/17833,11.

#### B. Gastos administrativos.

Aquí están comprendidos el sueldo del personal administrativo, como también los útiles de oficina, pagos a la municipalidad e imprevistos, se ha calculado como

Gastos Administrativos anuales por S/37698.57 como se observa en el cuadro N°13.

### C. Gastos de Comercialización.

Se refieren a los desembolsos hechos para la comercialización del producto final. Abarca **Promoción y Publicidad**.

Se ha fijado un desembolso anual de S/ 6209.99 soles.

**Tabla 27**

Gastos de Comercialización

<b>COSTOS ANUALES</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Costos Materiales Directos	S/. 18,619.23	S/. 19,270.90	S/. 19,945.38	S/. 20,643.47	S/. 21,365.99
Costos MOD	S/. 17,833.11	S/. 18,457.27	S/. 19,103.28	S/. 19,771.89	S/. 20,463.91
Gastos de Comercialización	S/. 6,209.99	S/. 6,427.34	S/. 6,652.30	S/. 6,885.13	S/. 7,126.11
Gastos de Adm. ó Funcionamiento	S/. 37,698.57	S/. 39,018.02	S/. 40,383.65	S/. 41,797.07	S/. 43,259.97
Gastos de Ventas	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 80,360.90</b>	<b>S/. 83,173.53</b>	<b>S/. 86,084.61</b>	<b>S/. 89,097.57</b>	<b>S/. 92,215.98</b>

### 3.6.4 Estados de Resultados

El estado de pérdidas y ganancias, es llamado también Estado de Ingresos y Egresos, o estado de resultados; es un estado financiero básico de un proyecto de inversión, que muestra el resultado de las operaciones de una empresa en un periodo determinado.

La utilidad o pérdida generada en un periodo se obtiene al comparar los ingresos obtenidos, frente a los egresos que se dieron origen en el funcionamiento del negocio. El estado de pérdidas y ganancias comprende:

#### 3.6.4.1 Ingresos.

Se consideran los ingresos por ventas, los que han sido determinados anteriormente, suponiendo que estas se efectuarán desde el primer día de operaciones.

### 3.6.4.2 Egresos.

Dentro de este rubro se consideran los costos de fabricación, gastos de operación, depreciación y gastos financieros, que fueron analizados anteriormente.

### 3.6.4.3 Impuesto a la renta.

El Impuesto a la Renta a cargo de las personas jurídicas domiciliadas se determinará aplicando la tasa del 30% sobre su renta neta.

**Tabla 28**

Impuesto a la Renta

Items	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	S/. 110,841.35	S/. 112,282.28	S/. 113,741.95	S/. 115,220.60	S/. 116,718.47
Costo de Materiales Directos (MD)	S/. -18,619.23	S/. -19,270.90	S/. -19,945.38	S/. -20,643.47	S/. -21,365.99
Costo del MOD	S/. -17,833.11	S/. -18,457.27	S/. -19,103.28	S/. -19,771.89	S/. -20,463.91
<b>Margen Bruto</b>	S/. 74,389.01	S/. 74,554.11	S/. 74,693.29	S/. 74,805.24	S/. 74,888.57
Gsts de Comercialización	S/. -6,209.99	S/. -6,427.34	S/. -6,652.30	S/. -6,885.13	S/. -7,126.11
Gastos de Administración	S/. -37,698.57	S/. -39,018.02	S/. -40,383.65	S/. -41,797.07	S/. -43,259.97
<b>Utilidad Operativa</b>	S/. 30,480.44	S/. 29,108.75	S/. 27,657.35	S/. 26,123.03	S/. 24,502.48
Depreciación	S/. -1,705.00	S/. -1,705.00	S/. -1,705.00	S/. -1,705.00	S/. -1,705.00
Amortización	S/. -863.00	S/. -863.00	S/. -863.00	S/. -863.00	S/. -863.00
<b>Utilidad antes de Impuesto</b>	S/. 27,912.44	S/. 26,540.75	S/. 25,089.35	S/. 23,555.03	S/. 21,934.48
Impuesto	S/. -8,373.73	S/. -7,962.23	S/. -7,526.80	S/. -7,066.51	S/. -6,580.35
<b>Utilidad neta</b>	<b>S/. 19,538.71</b>	<b>S/. 18,578.53</b>	<b>S/. 17,562.54</b>	<b>S/. 16,488.52</b>	<b>S/. 15,354.14</b>
<b>Rentabilidad Operativa (ROP)</b>	<b>21.40%</b>	<b>19.83%</b>	<b>18.26%</b>	<b>16.70%</b>	<b>15.15%</b>

<b>ROP PROMEDIO</b>	<b>18.27%</b>
---------------------	---------------

### 3.7 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

#### 3.7.1 Costo de capital de la empresa.

También se denomina Tasa de Descuento, y es aquel costo del dinero que se obtiene del promedio ponderado del costo estimado de los fondos que se han de invertir en la empresa.

El proyecto será financiado por el Banco de Crédito del Perú mediante un programa de crédito vía COFIDE a una tasa anual efectiva de 32% además asumimos un Costo para el Aporte Propio igual al 21,45%, que es obtenido mediante cálculos (CAP) usando el Riesgo País actual (2,69% enero del 2012 – JP MORGAN) y el porcentaje que representa la rentabilidad de invertir en este proyecto (18,27% de rentabilidad para la industria de la confección). De acuerdo al cuadro N° ---. el costo de capital a utilizar en la evaluación es de 25,67%.

$$CAPM = [(1 + \text{Riesgo País}) * (1 + \text{ROP})] - 1$$

Riesgo País (7/01/12)	Rentabilidad Operativa
2.69%	18.27%
<b>CAP</b>	<b>21.45%</b>

**Tabla 29**

Costo Ponderado de capital

Fuente de Financiamiento	Monto	Interés	Fracción del Total	Ponderación
	<i>Soles</i>	<i>[%]</i>		<i>[%]</i>
Banco de Crédito	S/. 9,629.79	32.00%	0.40	12.80%
Aporte Propio	S/. 14,444.69	21.45%	0.60	12.87%
<b>Costo Promedio Ponderado de Capital</b>	<b>S/. 24,074.49</b>			<b>25.67%</b>

### 3.7.2 Evaluación Económica.

La evaluación económica viene a ser aquella que toma en consideración solamente el flujo real de los bienes y servicios productivos generados y/o absorbidos por el proyecto de Inversión. Bajo esta perspectiva no interesa la procedencia u origen del financiamiento, debido a ello no considera el préstamo, es decir, las fuentes externas de financiamiento, ni su amortización ni sus intereses.

Como indicadores de la Evaluación Económica de un proyecto de inversión, se emplean:

- El Valor Actual Neto Económico (VANE)
- La Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE)
- La Relación Beneficio / Costo.

#### 3.7.2.1 Flujo Operativo

Para la obtención de estos indicadores se utiliza como información básica el Estado Proyectado de Pérdidas y Ganancias con utilidad neta asignando nuevamente la depreciación y depreciación; y el Flujo Proyectado de Caja Económico.

**Tabla 30**  
Flujo Operativo

Items	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	S/. 19,538.71	S/. 18,578.53	S/. 17,562.54	S/. 16,488.52	S/. 15,354.14
Depreciación	S/. 1,705.00	S/. 1,705.00	S/. 1,705.00	S/. 1,705.00	S/. 1,705.00
Amortización de Intangibles	S/. 863.00	S/. 863.00	S/. 863.00	S/. 863.00	S/. 863.00
<b>Flujo Operativo</b>	<b>S/. 22,106.71</b>	<b>S/. 21,146.53</b>	<b>S/. 20,130.54</b>	<b>S/. 19,056.52</b>	<b>S/. 17,922.14</b>

#### 3.7.2.2 Flujo Proyectado de Caja Económico

A continuación, consideramos el flujo de capital y el flujo operativo para poder elaborar el flujo de caja económico tal como lo muestra, en el cuadro siguiente:

**Tabla 31**

**Flujo Projectado de Caja Económico**

Items	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Capital	S/. -24,074.49	S/. 0.00	S/. -1,250.00	S/. -5,250.00	S/. -250.00	S/. -1,250.00
Flujo Operativo		S/. 22,106.71	S/. 21,146.53	S/. 20,130.54	S/. 19,056.52	S/. 17,922.14
<b>Flujo de Caja Económico (3)</b>	<b>S/. -24,074.49</b>	<b>S/. 22,106.71</b>	<b>S/. 19,896.53</b>	<b>S/. 14,880.54</b>	<b>S/. 18,806.52</b>	<b>S/. 16,672.14</b>
<b>(1)+(2)=(3)</b>						

Este flujo de caja económico nos permitirá evaluar el valor actual Neto económico del proyecto.

**3.7.2.3 El Valor Actual Neto Económico (VANE).**

Este indicador nos mide los beneficios que generaría la empresa en el horizonte de planeamiento, actualizados al presente año. El costo de oportunidad para nuestro capital es de 21,45%.

El criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo del Proyecto, cuando se emplea el método del valor actual neto (VAN) es el siguiente:

- Si VANE > 0 → Aceptar el Proyecto.
- Si VANE < 0 → Rechazar el Proyecto.
- Si VANE = 0 → Indiferente.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t} - Io$$

- Bt : Beneficios del período t
- Ct : Costos del período t
- i : Tasa de descuento
- Io : Inversión inicial
- n : Vida útil del proyecto

$$VAN = \frac{FC1}{(1+i)^1} + \frac{FC2}{(1+i)^2} + \frac{FC3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FCn}{(1+i)^n} - Io$$



CALCULO DEL VAN						
TASA DE DESCUENTO		21.45%				
VAN =	S/. 22,106.71	S/. 19,896.53	S/. 14,880.54	S/. 18,806.52	S/. 16,672.14	(S/. 24,074.49)
	1.2145	1.4750	1.7913	2.1755	2.6422	
VAN =	S/. 18,202.56	S/. 13,489.45	S/. 8,307.00	S/. 8,644.55	S/. 6,310.06	(S/. 24,074.49)
VAN =	S/. 30,879.13					

Lo que quiere decir que después de recuperar la inversión se tendrá un ingreso adicional de S/30879,13nuevos soles, y según el criterio de decisión el VANE es mayor que cero por lo tanto se acepta el proyecto.

### 3.7.2.4 Tasa Interna de Retorno Económico.

Tasa de interés a la que se igualan los flujos netos económicos actualizados al año presente (cero) con la inversión del proyecto. Es aquel valor de la tasa de interés que hace que el VAN sea igual a cero Si la TIRE encontrado es mayor que la tasa de descuento de 21,45% entonces se acepta el proyecto, de lo contrario se rechaza.

El criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo del proyecto cuando se emplea el Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR) es el siguiente:

Si TIRE es mayor que cero y mayor que el costo de capital, se Acepta el proyecto. Si TIRE es menor o igual que cero, y menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

CALCULO DEL TIR POR TANTEO						
TIR		78.28%				
VAN =	S/. 22,106.71	S/. 19,896.53	S/. 14,880.54	S/. 18,806.52	S/. 16,672.14	(S/. 24,074.49)
	1.78	3.18	5.67	10.10	18.01	
VAN =	S/. 12,400.29	S/. 6,260.26	S/. 2,626.28	S/. 1,861.83	S/. 925.83	(S/. 24,074.49)
VAN =	S/. 0.00					

El valor del TIRE es 78,28%, el cual es mayor que cero y además es mayor que el interés del costo de oportunidad de capital (21,45%), por lo tanto se acepta el proyecto.

### 3.7.2.5 La Relación Beneficio / Costo (Econ.).

Este indicador divide el Valor Actual de los beneficios futuros entre la inversión.

Este indicador tiene que ser mayor que 1 para que el proyecto sea rentable:

- Si  $BC < 1$  el proyecto no genera beneficio.
- Si  $BC = 0$  el proyecto no genera ni utilidad ni ganancia.
- Si  $BC > 1$  el proyecto es rentable

$$BC = \frac{\sum_{n=1}^{n=10} \frac{BNn}{(1+i)^n}}{I_o}$$

$$BC = \frac{\frac{S/. 22,106.71}{1.2145} + \frac{S/. 19,896.53}{1.4750} + \frac{S/. 14,880.54}{1.7913} + \frac{S/. 18,806.52}{2.1755} + \frac{S/. 16,672.14}{2.6422}}{S/. 24,074.49} =$$

$$BC = \frac{S/. 54,953.62}{S/. 24,074.49} = \mathbf{2.28}$$

Tenemos que el BC es mayor que uno por lo tanto el proyecto es rentable, y por cada sol invertido se recupera S/ 2,28 soles.

### 3.7.3 Evaluación Financiera.

Es aquella que, además de considerar el Flujo Real de los Bienes y Servicios productivos generados y/o absorbidos por el Proyecto de Inversión, considera el préstamo o financiamiento externo, su amortización y sus intereses.

En tal sentido, este enfoque corresponde al Análisis del Flujo, monetario (ingresos) relativo a los bienes y servicios producidos por el Proyecto, más los prestamos recibidos de terceros o fuentes externas de financiamiento y del Flujo monetario (egresos), en contrapartida, por los bienes y servicios utilizados, mas los pagos de los servicios financieros, ósea, la amortización y los intereses de los prestamos obtenidos.

Como indicadores de la evaluación financiera se utiliza:

- El Valor Actual Neto Financiero(VANF)
- La Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF)
- La Relación Beneficio / Costo.

### 3.7.3.1 Flujo de caja Financiero

El flujo de caja financiero se elabora en base al flujo de caja económico y el flujo de servicio de la deuda, con la finalidad de evaluar el valor actual neto financiero.

**Tabla 32**  
Flujo de Caja Financiero

Items	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Económico	(S/. 24,074.49)	S/. 22,106.71	S/. 19,896.53	S/. 14,880.54	S/. 18,806.52	S/. 16,672.14
Flujo de Servicio de la Deuda	S/. 14,444.69	(S/. 5,534.04)	(S/. 5,534.04)	(S/. 5,534.04)	(S/. 5,534.04)	(S/. 5,520.47)
<b>Flujo financiero</b>	<b>(S/. 9,629.79)</b>	<b>S/. 16,572.67</b>	<b>S/. 14,362.49</b>	<b>S/. 9,346.50</b>	<b>S/. 13,272.48</b>	<b>S/. 11,151.67</b>

### 3.7.3.2 Valor Actual Neto Financiero.

Para hallar el VANF se actualiza el Flujo Neto de Caja Financiero donde si se considera la amortización y se compara el valor Actual obtenido con el valor Actual de la Inversión Inicial financiada con préstamos o recursos externos, es decir

incluye los intereses y amortizaciones del préstamo, así mismo sus ingresos y gastos del proyecto.

<b>TASA DE DESCUENTO</b>		<b>25.67%</b>				
VAN =	S/. 16,581.31	S/. 14,371.13	S/. 9,355.14	S/. 13,281.12	S/. 11,160.58	(S/. 9,629.79)
	1.2567	1.5793	1.9847	2.4941	3.1343	
VAN =	S/. 13,194.43	S/. 9,099.85	S/. 4,713.74	S/. 5,325.03	S/. 3,560.79	(S/. 9,629.79)
<b>VAN =</b>	<b>S/. 26,264.05</b>					

Al actualizar por el mismo método con una tasa de costo de capital de 25,67% tenemos que nuestro VANF es de S/26.264,05demostrando que aun con el fuerte préstamo se puede llevar a cabo el proyecto.

### 3.7.3.3 Tasa Interna de Retorno Financiero.

La TIRF se ha obtenido con el mismo procedimiento para hallar la TIRE.

<b>CALCULO DEL TIR POR TANTEO</b>						
<b>TIR</b>		<b>156.15%</b>				
VAN =	S/. 16,581.31	S/. 14,371.13	S/. 9,355.14	S/. 13,281.12	S/. 11,160.58	(S/. 9,629.79)
	2.56	6.56	16.81	43.05	110.28	
VAN =	S/. 6,473.23	S/. 2,190.26	S/. 556.62	S/. 308.49	S/. 101.20	(S/. 9,629.79)
<b>VAN =</b>	<b>S/. 0.00</b>					

El valor del TIRF es 156,15%, el cual es mayor que cero y además es mayor que el interés del costo de oportunidad de capital, por lo tanto se determina la aceptación del proyecto.

### 3.7.3.4 La Relación Beneficio / Costo (Financiero)

Este indicador divide el Valor Actual Neto Financiero de los beneficios futuros entre la inversión.

$$BC = \frac{\frac{S/. 16,572.67}{1.2567} + \frac{S/. 14,362.49}{1.5793} + \frac{S/. 9,346.50}{1.9847} + \frac{S/. 13,272.48}{2.4941} + \frac{S/. 11,151.67}{3.1343}}{S/. 9,629.79} =$$

$$BC = \frac{S/. 38,922.45}{S/. 9,629.79} = \mathbf{4.04}$$

Tenemos que el BC es mayor que uno por lo tanto el proyecto es rentable, y por cada sol invertido se recupera S/4,04soles.

## **3.8 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

### **3.8.1 Generalidades**

Todo proyecto que se realiza por lo general implica alguna alteración sobre el medio ambiente físico, biológico, socio económico y cultural, que hasta hace unos años no se tomaba en cuenta; sin embargo hoy, debido a los grandes problemas ambientales que se tiene en el mundo, se exigen que todos los proyectos no sólo deben ser factibles técnica, económica y financieramente; sino también social y ambientalmente viables y sostenibles en el tiempo.

El Perú no escapa a esa realidad, en virtud a ello el estado peruano ha establecido a la fecha una normatividad ambiental teniendo como premisa el criterio de la prevención de la contaminación. Uno de los instrumentos con el que se cuenta dentro de este contexto es el Estudio de Impacto Ambiental (EIA)

El EIA es una herramienta, mediante la cual se evalúan los impactos positivos y negativos que el proyecto va a generar sobre el medio ambiente, y de ser necesario se proponen las medidas para ajustarlos a niveles de aceptabilidad, concordantes con los estándares de calidad ambiental y límites máximos permisibles nacionales, así como normas ambientales de carácter internacional aplicables para el caso.

El presente capítulo tiene como título “Estudio de Impacto Ambiental” para el Proyecto “Planta de confección de vestidos para dama”, ubicada en el distrito de Chiclayo, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

### **3.8.2 Objetivos**

#### **3.8.2.1 Objetivo general**

Identificar, predecir, interpretar y comunicar los probables impactos ambientales que se originarían en las etapas de pre-operación y operación de este proyecto, a fin de implementar las medidas de mitigación para evitar y/o minimizar los impactos ambientales negativos y en el caso de los positivos, implementar las medidas que refuercen los beneficios generados por la ejecución.

### **3.8.2.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Evaluar y analizar los factores ambientales del proyecto.
- ✓ Determinar los impactos ambientales que puede generar el proyecto durante las etapas de pre-operación y operación.
- ✓ Proponer las medidas adecuadas que permitan prevenir, mitigar o corregir los efectos adversos del impacto ambiental.

### **3.8.3 Marco Institucional y Normativo.**

#### **3.8.3.1 Instituciones**

##### **A. CONSEJO NACIONAL DEL AMBIENTE – CONAM**

El CONAM es el organismo rector de la política nacional ambiental, tiene por finalidad planificar, promover, coordinar, controlar y velar por el ambiente y el patrimonio natural de la Nación. La política nacional en materia ambiental que formula el CONAM, es de cumplimiento obligatorio.

El Consejo Nacional del Ambiente es la autoridad máxima ambiental nacional responsable de la planificación y aplicación de la política ambiental del Perú. Fue creado en Diciembre de 1994 mediante Ley N° 26410 como un organismo público descentralizado dependiente de la Presidencia del Consejo de Ministros. Su organización y funciones fueron reglamentadas mediante el D. S. N° 022-2001-PCM, publicado el 8 de Marzo de 2001 y TUO aprobado por D.S. N° 081-2001-PCM (09/07/2001). El CONAM, es el organismo rector de la Política Nacional Ambiental y propone, coordina, dirige y evalúa la política nacional ambiental y el Plan Nacional de Acción Ambiental. El CONAM tiene como misión institucional promover el desarrollo sostenible, garantizando un equilibrio entre el crecimiento económico, la protección del ambiente y el bienestar social.

La política del CONAM esta orientada a consolidar un Sistema Nacional de Gestión Ambiental, basado en las competencias sectoriales ambientales del estado en sus diferentes niveles con participación de la sociedad.

## **B. INSTITUTO NACIONAL DE RECURSOS NATURALES – INRENA**

El Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA), es el organismo encargado de promover el uso racional y la conservación de los recursos naturales, con la activa participación del sector privado. Asimismo, podrá realizar estudios de preinversión en las áreas de pequeñas obras de irrigación, mejoramiento de infraestructura de riego y drenaje, recuperación de tierras afectadas, por problemas de salinidad y drenaje, aprovechamiento de aguas subterráneas y de aguas servidas tratadas.

De acuerdo a la Ley del SNGA, El Instituto Nacional de Recursos Naturales - INRENA en el ejercicio de sus funciones en la conservación de los recursos naturales a su cargo, emitirá los informes y adoptará las medidas necesarias para minimizar y controlar los impactos ambientales negativos, de conformidad con las leyes de la materia.

### **3.8.3.2 Reglamentación Ambiental**

La Conservación del Medio Ambiente y los Recursos Naturales, es un tema de singular relevancia en el marco jurídico del Perú. En primera instancia la Constitución Política del Perú establece que los recursos naturales, renovables y no renovables, son patrimonio de la Nación y que el Estado es soberano en su aprovechamiento y es el que determina la política nacional del ambiente y promotor del uso sostenible de sus recursos naturales.

Dentro de estos lineamientos de Política Ambiental se han dictado una serie de normas legales de diverso rango y jurisdicción, de las cuales se han tomado en consideración para la elaboración del presente Estudio de Impacto Ambiental (EIA), las siguientes:



**a. Constitución Política del Perú.**

El marco general de política ambiental se rige por la Constitución Política del Perú, específicamente por el artículo 67°, el cual señala que el Estado determina la política nacional del ambiente y promueve el uso sostenible de sus recursos naturales. También establece que toda persona tiene derecho a gozar de un ambiente equilibrado y adecuado al desarrollo de su vida (Art. 2°, inc. 22°).

La Constitución en su Art. 66°, clasifica los recursos naturales como renovables y no renovables y los considera patrimonio de la nación. Así también a través de los Art. 67°, 68° y 69° el estado promueve el uso sostenible de los recursos naturales, la conservación de la diversidad biológica y las áreas naturales protegidas así como el desarrollo sostenible de la Amazonía.

**b. Ley General del Ambiente (Ley 28611)**

Esta Ley, promulgada el 13 de Octubre del 2005, es la norma ordenadora del marco normativo legal para la gestión ambiental en el Perú. Establece los principios y normas básicas para asegurar el efectivo ejercicio del derecho a un ambiente saludable, equilibrado y adecuado para el pleno desarrollo de la vida, así como el cumplimiento del deber de contribuir a una efectiva gestión ambiental y de proteger el ambiente, así como sus componentes, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población y lograr el desarrollo sostenible del país. La presente Ley regula las acciones destinadas a la protección del ambiente que deben adoptarse en el desarrollo de todas las actividades humanas.

**c. Ley Marco para el Crecimiento de la Inversión Privada (D.L. N° 757)**

La política ambiental para la actividad privada y la conservación del ambiente está regulada por el Art. 49° de esta Ley Marco, que señala que “el Estado Peruano estimula el equilibrio racional entre el desarrollo socioeconómico, la conservación del ambiente y el uso sostenido de los recursos naturales, garantizando la debida

seguridad jurídica a los inversionistas mediante el establecimiento de normas claras de protección del medio ambiente”.

La Autoridad Ambiental Competente para controlar, supervisar y fiscalizar las actividades de nuestra planta procesadora es el Ministerio de Producción (Dirección General de Industria – Subsector Industria), siendo la dependencia encargada de aprobar los estudios de Impacto Ambiental del proyecto, la “Dirección de Asuntos Ambientales de Industria” del Ministerio de Producción.

#### **d. Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental.**

La Ley N° 27446, establece un sistema único y coordinado de identificación, prevención, supervisión, control y corrección anticipada de los impactos ambientales negativos derivados de las acciones humanas expresadas por medio del proyecto de inversión. La Ley del SEIA establece que todo proyecto de inversión que implique actividades, construcciones u obras que puedan causar impactos ambientales negativos deberá contar con una Certificación Ambiental, previa a su ejecución, entendiéndose como Certificación Ambiental la resolución que emite la autoridad competente luego de la revisión del estudio ambiental correspondiente.

En esta norma se establece un proceso uniforme que comprende los requerimientos, etapas y alcances de las evaluaciones del impacto ambiental de los proyectos de inversión, además de instituir mecanismos de participación ciudadana en dicho proceso. Se indica que el procedimiento para la certificación ambiental es el siguiente:

- a. Presentación de la Solicitud.
- b. Clasificación de la acción.
- c. Revisión del estudio de impacto ambiental.
- d. Resolución; y
- e. Seguimiento y Control.

Se indica además que el organismo coordinador del SEIA es el Consejo Nacional del Ambiente (CONAM) y que es el Ministerio del Sector Correspondiente a la actividad que desarrolla la empresa proponente o titular del proyecto, la autoridad competente para efectos del cumplimiento de la Ley.

La Ley establece tres categorías para los estudios ambientales:

- ✓ Categoría I: Declaración de Impacto Ambiental (DIA), Se aplica a los proyectos cuya ejecución no origina impactos ambientales negativos de carácter significativo.
- ✓ Categoría II: Estudio de Impacto Ambiental Semi-detallado (EIA-sd), Se aplica a los proyectos cuya ejecución puede originar impactos ambientales moderados y cuyos efectos negativos pueden ser eliminados o minimizados mediante la adopción de medidas fácilmente aplicables.
- ✓ Categoría III: Estudio de Impacto Ambiental Detallado (EIA-d), Incluye aquellos proyectos cuyas características, envergadura y/o relocalización, pueden producir impactos ambientales negativos, cuantitativa o cualitativamente significativos, requiriendo un análisis profundo para revisar sus impactos y proponer la estrategia de manejo.

### **3.8.4 Análisis de Impactos**

A continuación se describen los impactos más significativos sobre cada uno de los componentes ambientales considerados, a generarse por cada actividad en las diferentes etapas del proyecto.

#### **3.8.4.1 Fase de Pre operación**

##### **✓ Afectación a la calidad de aire**

Este impacto de carácter Negativo, aparece como consecuencia de las actividades de equipamiento, construcción y acabados e implementación del sistema de agua potable y sanitario para la planta, mediante el empleo de maquinarias y equipos motorizados utilizados para el montaje y diversas instalaciones, los cuales incidirá

directamente sobre la calidad de aire del área de influencia del proyecto. Es preciso señalar que debido a la poca magnitud de las unidades motorizadas a emplear, el impacto a generarse tiene una magnitud reducida y focalizada al entorno inmediato de la zona de trabajo. Este impacto alcanza una calificación integral Negativa, Baja o Leve.

✓ **Afectación a la calidad de ruido ambiental**

Este impacto Directo de carácter Negativo, es ocasionado por la operación de los equipos y maquinarias. Se estima que los niveles de ruidos generados alcanzarán niveles molestos a poca distancia de los puntos de generación, disminuyendo considerablemente su intensidad conforme se aleja del punto de generación. Estos niveles de ruidos afectaran principalmente a las personas que se encuentran en la zona de trabajo y en menor grado a los pobladores de la localidad debido a que los puntos de trabajo se efectuarán en una zona comercial lejos de las áreas de viviendas. La evaluación de este impacto alcanza una calificación integral Negativa, Baja o Leve.

✓ **Generación de residuos sólidos**

Este impacto de carácter Negativo, está referido al riesgo de posible contaminación del suelo, durante las actividades de construcción, equipamiento, acabados e implementación del sistema de agua potable, sistema eléctrico y sanitario de la planta agroindustrial, generando residuos sólidos principalmente en el desembalaje de maquinarias, equipos, tuberías, cables y muebles propios de la planta, además de los residuos provenientes del montaje electromecánico, y los acabados finales. Cabe mencionar que estos residuos sólidos no son peligrosos. Este impacto alcanza una calificación integral Negativa, Baja o Leve.

### **3.8.4.2 Fase de Operación**

#### **A. IMPACTOS SOBRE EL MEDIO FÍSICO.**

#### ✓ **Afectación a la calidad de aire**

Este impacto Directo de carácter Negativo, aparece como consecuencia de las actividades de los procesos de operación de la planta textil, referida principalmente a las emisiones atmosféricas de gases tóxicos, al polvo ocasionado por los procesos. Este impacto alcanza una calificación integral Negativa debido a que las máquinas textiles no emiten ninguna emisión contaminante.

#### ✓ **Afectación a la calidad de ruido ambiental**

Este impacto Directo de carácter Negativo, es ocasionado por la operación de los equipos y maquinarias, asimismo por el tránsito de vehículos motorizados en las operaciones de carga y descarga de materias primas, insumos y productos finales. Se estima que este contaminante físico alcanzará niveles molestos a poca distancia de los puntos de generación, disminuyendo considerablemente su intensidad conforme se aleja del punto de generación. Por la distancia existente entre la planta y las viviendas existentes debido a su ubicación comercial, se estima que los niveles de ruidos no afectarán demasiado a los pobladores de dicha zona. La Evaluación de este impacto alcanza una calificación integral Negativa, Baja o Leve.

#### ✓ **Generación de residuos sólidos**

Este impacto directo de carácter Negativo, está referido a la contaminación del suelo por residuos sólidos, en la etapa de operación de la planta textil, identificándose principalmente la generación de residuos orgánicos (domésticos), provenientes del proceso de corte y también de tierra, polvo y pelusa en la etapa de limpieza.

Además se prevé la generación de residuos sólidos en las actividades de mantenimiento y en áreas complementarias a los procesos, como; comedor, oficinas y vestuarios, estos residuos sólidos también son caracterizados como domésticos. Cabe mencionar que los residuos que se generarán no son peligrosos,

por lo que en la evaluación, este impacto alcanza una calificación integral Negativa o leve.

### **3.8.4.3 Análisis General del Impacto Ambiental**

Luego de la identificación y calificación de las posibles interacciones o efectos a generarse como consecuencia de cada una de las actividades ha desarrollarse durante la ejecución del proyecto textil, se han determinado los principales impactos ambientales que presentan un determinado grado de relevancia ambiental en función de sus índices de calificación obtenidas luego del análisis específico de cada una de las interacciones identificadas.

Con los resultados obtenidos de la evaluación de los impactos en cada uno de los sectores de trabajo se puede afirmar que las actividades del proyecto textil, interactúan con su entorno produciendo impactos ambientales que se encuentran valorizadas o calificadas en general como **BAJOS o LEVES (Categoría I)** de acuerdo a la escala empleada en nuestro caso para la valorización de impactos.

Según los resultados obtenidos, se puede afirmar que la ejecución del presente proyecto textiles ambientalmente viable. Esta viabilidad se verá reforzada por el compromiso de cumplimiento consciente de los programas específicos de manejo ambiental por parte de los responsables de la planta de confección, durante las diferentes etapas del Proyecto textil.

### **3.8.5 Plan de Gestión Ambiental**

#### **3.8.5.1 Plan de acción preventivo corrector**

El objetivo del Programa es prevenir, minimizar y/o mitigar los impactos ambientales negativos que podrían ser generados por las actividades de pre operación y operación del Proyecto textil; así como, proponer las medidas ambientales que aumenten y/o multipliquen los impactos ambientales positivos.

Asimismo cumplir con los lineamientos técnicos legales, durante el desarrollo del tiempo de vida útil del proyecto, que permitirá asegurar un manejo ambiental adecuado. Las acciones de prevención y mitigación, se cumplirán de manera consciente y responsable por parte de los responsables de la planta, lo que podrá ser verificado continuamente por la autoridad competente.

Las acciones destinadas a prevenir o corregir los efectos de los impactos identificados en la evaluación de impactos ambientales, se han esquematizado en los siguientes cuadros, que contienen cada una de las interacciones negativas identificadas y calificadas con sus respectivas medidas y/o acciones específicas.

### ETAPA DE PRE-OPERACIÓN

<b>IMPACTO AMBIENTAL: AFECTACIÓN A LA CALIDAD DE RUIDO AMBIENTAL</b>	
Causa del impacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de los niveles de ruido por el tránsito de vehículos motorizados, y el montaje de instalaciones, equipos y maquinarias.</li> </ul>
Objetivo de las medidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar los niveles de ruido en los puntos de generación.</li> </ul>
Medidas preventivas, correctivas y/o de mitigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El transporte deberá restringirse a horario diurno para evitar molestias sensoriales a la población cercana a la planta.</li> <li>• Establecer como regla de aplicación obligatoria que todas las unidades motorizadas empleadas se encuentren en perfecto estado de operación, a fin de evitar la generación de ruidos molestos. Prohibiendo asimismo, el empleo innecesario de claxon, sirenas y otros generadores de ruidos molestos.</li> <li>• Evitar en lo posible la generación innecesaria de ruidos molestos durante el montaje de instalaciones, equipos y maquinarias.</li> <li>• En las áreas de generación de ruido, los trabajadores utilizarán en forma obligatoria los protectores auditivos (tapones, orejeras, etc.).</li> </ul>

<b>IMPACTO AMBIENTAL: GENERACION DE RESIDUOS SÓLIDOS</b>	
Causas del impacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto del montaje electromecánico, construcciones, desembalaje de equipos, maquinarias, tuberías, cables y muebles propios de la futura planta agroindustrial.</li> </ul>
Objetivo de las medidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar la generación de residuos sólidos.</li> <li>• Manejar adecuadamente los residuos sólidos a generarse.</li> </ul>
Medidas preventivas, correctivas y/o de mitigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los residuos generados serán manejados de acuerdo a lo establecido en el Plan de Manejo de Residuos sólidos, que estará acorde a la Ley General de Residuos Sólidos (<b>Ley N° 27314</b>) y su Reglamento. (<b>D.S. N° 057-2004-PCM</b>).</li> <li>• Se dictarán charlas de educación ambiental al equipo de trabajo de las obras, orientados a la minimización y manejo adecuado de los residuos sólidos a generarse.</li> </ul>

### ETAPA DE OPERACIÓN

<b>IMPACTO AMBIENTAL: AFECTACIÓN A LA CALIDAD DE RUIDO AMBIENTAL</b>	
Causa del impacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de los niveles de ruido debido al funcionamiento de los equipos y maquinarias a emplearse para los diferentes procesos productivos de la futura planta agroindustrial.</li> </ul>
Objetivo de las medidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar los niveles de ruido en los puntos de generación.</li> </ul>
Medidas preventivas, correctivas y/o de mitigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se colocarán paneles de encajonamiento o confinamiento de las maquinarias o equipos considerados de máxima generación de ruidos que sean posibles para atenuar los niveles de emisión de ruidos hacia las viviendas de la localidad de Pomalca ubicadas en los alrededores de la planta agroindustrial. Esta medida atenuará la intensidad del ruido que pueda impactar sobre las viviendas más cercanas a la Planta.</li> <li>• En las áreas de generación de ruido (Zona de Procesos), los trabajadores utilizarán en forma obligatoria los protectores auditivos (tapones, orejeras, etc.).</li> </ul>



<b>IMPACTO AMBIENTAL: GENERACION DE RESIDUOS SÓLIDOS</b>	
Causas del impacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de residuos sólidos, principalmente por proceso de selección o escogido de páprika en mal estado y en la limpieza por el ciclón filtrador (tierra y polvo). Asimismo se generará residuos debido a las actividades de mantenimiento y áreas complementarias (comedor, oficinas, vestuarios, etc.).</li> </ul>
Objetivo de las medidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar la generación de residuos sólidos.</li> <li>• Manejo adecuado de los residuos sólidos a generarse.</li> </ul>
Medidas preventivas, correctivas y/o de mitigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración e Implementación del Plan de Manejo de Residuos Sólidos, que estará acorde a la Ley General de Residuos Sólidos (<b>Ley N° 27314</b>) y su Reglamento. (<b>D.S. N° 057-2004-PCM</b>).</li> </ul>

<b>IMPACTO AMBIENTAL: POSIBLE AFECTACIÓN A LA CALIDAD DEL SUELO</b>	
Causa del impacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disposición temporal de efluentes líquidos con desinfectantes, debido a la limpieza de la zona de procesamiento, almacenes y de las áreas complementarias a los procesos.</li> </ul>
Objetivo de las medidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evitar la contaminación de los suelos.</li> </ul>
Medidas preventivas, correctivas y/o de mitigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los efluentes industriales productos del lavado de la planta deberán ser tratados, antes de ser dispuestos a la red de desagües de la zona</li> <li>• Se implementará un Programa de Mantenimiento de la red sanitaria de la planta.</li> <li>• Evitar la percolación de líquidos contaminantes al subsuelo de la planta.</li> </ul>

<b>IMPACTO AMBIENTAL: RIESGO DE AFECTACION A LA SALUD DEL TRABAJADOR</b>	
Causa del impacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Riesgo de afectación a la salud del trabajador, debido a los diferentes procesos y operaciones a realizarse en la futura planta industrial.</li> </ul>
Objetivo de las medidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prevenir los riesgos de afectación a la salud del trabajador.</li> </ul>
Medidas preventivas, correctivas y/o de mitigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, según lo exigido por el D.S. N° 009-2005-TRA. El sistema deberá incluir plan de contingencia, plan de prevención de riesgos ocupacionales, etc.</li> </ul>

### **3.9 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO**

#### **Generalidades:**

La seguridad integral es un factor primordial en una empresa debido a que protege a c/u de las personas que elaboran en la planta, evitando accidentes de trabajo mediante un adecuado adiestramiento del personal y la correcta utilización de equipos de protección personal, maquinarias y materiales para c/u de las operaciones del proceso de producción, creando así un adecuado ambiente de trabajo; y que pueden generarle grandes problemas y pérdidas a la Empresa.

#### **3.9.1 Normatividad. Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo (D.S. N° 009 – 2005 – TR)**

##### **3.9.1.1 Principios**

###### **I.- PRINCIPIO DE PROTECCIÓN:**

Los trabajadores tienen derecho a que el Estado y los empleadores promuevan condiciones de trabajo dignas que les garanticen un estado de vida saludable, física, mental y social. Dichas condiciones deberán propender a:

- a) Que el trabajo se desarrolle en un ambiente seguro y saludable.
- b) Que las condiciones de trabajo sean compatibles con el bienestar y la dignidad de los trabajadores y ofrezcan posibilidades reales para el logro de los objetivos personales del trabajador.

## **II.- PRINCIPIO DE PREVENCIÓN:**

El empleador garantizará, en el centro de trabajo, el establecimiento de los medios y condiciones que protejan la vida, la salud y el bienestar de los trabajadores, y de aquellos que no teniendo vínculo laboral prestan servicios o se encuentran dentro del ámbito del centro de labores.

## **III.- PRINCIPIO DE RESPONSABILIDAD:**

El empleador asumirá las implicancias económicas, legales y de cualquiera otra índole, como consecuencia de un accidente o enfermedad que sufra el trabajador en el desempeño de sus funciones o a consecuencia de él, conforme a las normas vigentes.

## **IV.- PRINCIPIO DE COOPERACIÓN:**

El Estado, los empleadores y los trabajadores, y sus organizaciones sindicales, establecerán mecanismos que garanticen una permanente colaboración y coordinación en materia de seguridad y salud en el trabajo.

## **V.- PRINCIPIO DE INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN:**

Los trabajadores recibirán del empleador una oportuna y adecuada información y capacitación preventiva en la tarea a desarrollar, con énfasis en lo potencialmente riesgoso para la vida y salud de los trabajadores y su familia.

## **VI.- PRINCIPIO DE GESTIÓN INTEGRAL:**

Todo empleador promoverá e integrará la gestión de la seguridad y salud en el trabajo a la gestión general de la empresa.

## VII.- PRINCIPIO DE ATENCIÓN INTEGRAL DE LA SALUD:

Los trabajadores que sufran algún accidente de trabajo o enfermedad ocupacional tienen derecho a las prestaciones de salud necesarias y suficientes hasta su recuperación y rehabilitación, procurando su reinserción laboral.

## VIII.- PRINCIPIO DE CONSULTA Y PARTICIPACIÓN:

El Estado promoverá mecanismos de consulta y participación de las organizaciones de empleadores y trabajadores más representativos y actores sociales, para la adopción de mejoras en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo.

## IX.- PRINCIPIO DE VERACIDAD:

Los empleadores, los trabajadores, los representantes de ambos y demás entidades públicas y privadas responsables del cumplimiento de la legislación en seguridad y salud en el trabajo brindarán información completa y veraz sobre la materia.

### 3.9.1.2 Evaluación de Riesgos.

En la Planta de confección de vestidos se evaluarán los riesgos de la siguiente manera:

**Tabla 33**  
Puntaje de Riesgos

	<b>SIGNIFICADO</b>	<b>ACTITUD ANTE EL RIESGO</b>
4	Riesgo crítico	Intolerable, medidas inmediatas
3	Riesgo considerable	Preocupación mayor
2	Riesgo moderable	Preocupación menor
1	Riesgo mínimo	Sin preocupación.

**Tabla 34**  
Calificación de riesgos

PROCESO	RIESGOS	PUNTAJE
<b>MATERIA PRIMA</b>	Exposición a agentes y sustancias químicas.	1
	Agotamiento físico	1
	Movimiento manual de cargas.	1
	Caídas igual nivel (objetos en el camino)	1
<b>PROCESO</b>	Ruido	2
	Sustancias nocivas	1
	Posturas de trabajo	3
	Agotamiento físico	3
	Incendios	1
<b>EMPAQUE Y ENTREGA</b>	Ambiente con bajas temperaturas.	1
	Postura de trabajo	1
	Agotamiento físico	1
	Vibraciones	1
	Ruido	1

### 3.9.1.3 Riesgos Eléctricos, Señalización.

Las instalaciones y equipos eléctricos de los establecimientos deberán cumplir con las prescripciones necesarias para evitar riesgos a personas o cosas.

En esta planta se tendrá algunas indicaciones para evitar estos riesgos:

- Considerar que todos los circuitos llevan corriente hasta que se demuestre lo contrario.
- Evitar el acceso de personal no autorizado a zonas de tablero eléctrico, uso de equipo protector apropiado (guantes, protectores)
- Protegerse contra el contacto con equipos energizados.
- No dejar en contacto cables con aceites o grasas que deterioren su aislación.
- Mantener en buen estado interruptores.
- Nunca trabajar en un circuito eléctrico sin ayudante.
- Capacitación específica.

## SEÑALIZACION

En la planta de confección se utilizaran las siguientes señales para evitar riesgos durante la estancia en la planta:

### 1) Señales de prohibición

(Área de proceso)



**Figura 18.** Prohibido fumar

(Área de proceso)



**Figura 19.** Prohibido comer

## 2) Señales de obligación



**Figura 20.** Lavarse las Manos antes de manipular los materiales e insumos (Área de Proceso)

## 3) Señales de precaución



**Figura 21.** Sustancias tóxicas

## 4) Señales de información.



**Figura 22.** Extintor



**Figura 23.** Flechas de evacuación



**Figura 24.** Zona segura

#### **3.9.1.4 Prevención de Incendios.**

La prevención, protección y control de incendios se considera como aspectos separados y distintos de las actividades de rutina para la prevención de accidentes. La prevención y control de incendios debe ser parte de todo programa de seguridad en una empresa, las numerosas pérdidas indirectas consecuencia de los incendios ocasionan interrupciones en los negocios, pérdidas de salarios por los trabajadores, pérdidas del mercado, causados por combatir el fuego, etc.

Para ellos se han tomado acciones correctivas tales como:

- Coordinación de los servicios de bomberos particulares y públicos
- Cada área contara con al menos un extintor de tipo ABC, y el personal será entrenada para el manejo del equipo
- Retirar siempre que sea posible material combustible o inflamable de toda área.
- Mantener limpio y libre de desechos las áreas de trabajo, transito y almacenamiento
- Prohibir la realización de conexiones eléctricas a las tomas de corriente utilizando cables descubiertos, sin enchufes.



### 3.9.1.5 La Seguridad en Maquinas Herramientas.

El principal riesgo derivado de las máquinas herramienta es el riesgo mecánico, entendiendo como tal el conjunto de factores físicos que pueden dar lugar a una lesión por la acción mecánica de elementos de máquinas, herramientas, piezas a trabajar o materiales proyectados, sólidos o fluidos.

De forma general, para evitar accidentes se recomienda seguir las indicaciones siguientes:

- La ropa de trabajo deberá estar bien ajustada. Las mangas deben llevarse ceñidas a la muñeca, con elásticos en vez de botones, o arremangadas hacia adentro.
- Es muy peligroso trabajar llevando anillos, relojes, pulseras, cadenas al cuello, bufandas, corbatas o cualquier prenda que cuelgue. Asimismo es peligroso llevar cabellos largos y sueltos. Éstos deben recogerse bajo un gorro o prenda similar.
- Comprobar que las protecciones se encuentran en buen estado y en su sitio cuando se usa la herramienta.
- Las protecciones regulables deberán ajustarse de forma que quede libre únicamente el espacio mínimo para realizar el trabajo.
- Mantener las manos alejadas de las herramientas. No sujetar las piezas con la mano sino mecánicamente.
- No retirar los desechos con la mano. Usar elementos auxiliares (cepillos, brochas, etc.)
- Usar los equipos de protección individual necesarios para cada tarea: guantes, gafas, mandil, botas...
- Facilitar instrucciones al personal sobre manejo seguro de estas máquinas. Seguir el manual de instrucciones.
- Revisión, mantenimiento y limpieza de los sistemas de la máquina y de las herramientas.
- Las operaciones de mantenimiento, ajuste, desbloqueo, revisión o reparación de los equipos de trabajo que puedan suponer un peligro para la seguridad de los trabajadores se realizarán tras haber parado o desconectado el equipo, haber

comprobado la inexistencia de energías residuales peligrosas y haber tomado las medidas necesarias para evitar su puesta en marcha o conexión accidental mientras esté efectuándose la operación.

Cuidar el orden y la limpieza de la zona de trabajo, máquinas, herramientas, utillaje y accesorios.

## CONCLUSIONES

El Estudio de Prefactibilidad determinó la viabilidad económica y financiera de la instalación de una empresa de confecciones de vestidos para dama en el departamento de Lambayeque. Que dio como resultado un VAN Económico de S/30,879.13, un TIRE de 78,28%, un VAN Financiero de S/26.264,05 y un TIRF de 156,15%.

Siendo la relación B/C Económico = 2.28 y el B/C Financiero = 4.04, mayores que 1, lo que nos indica que el proyecto es rentable.

El estudio de mercado del presente proyecto demuestra la existencia de un mercado disponible y potencial para la confección de vestidos de novia en la provincia de Chiclayo.

Se plantea como mercado objetivo las mujeres recién casadas de la provincia de Chiclayo como referente estadístico de la población en estudio. y para determinar la oferta de empresas de confecciones de la provincia de Chiclayo se utilizaron fuentes secundarias y se filtraron las empresas que se dedican a las confecciones de vestidos de novia.

Se determinó el tamaño y localización de la planta y según el plano del microcentro, el radio a seleccionar es entre la Av. Balta, Pedro Ruiz y 8 de Octubre y tendrá una capacidad de producción de 6 a 13 vestidos por mes.

Una buena opción es conseguir un local en 8 de Octubre con proximidades a la Av. Balta, ya que Balta y Pedro Ruiz tiene un alto costo de alquiler de locales y sus áreas son reducidas.

El objetivo del estudio de ingeniería del proyecto fue resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento del local de confecciones. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria, determinándose la distribución óptima de la planta de confección.

En cuanto a la Organización el tipo de empresa Será una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L. Es una forma societaria, el mínimo de socios es de dos (2) y máximo de veinte (20) personas.

Se diseñó un manual de Organización y funciones, que según el organigrama de la empresa se le asignaron las funciones y responsabilidades del personal que en un número de 06 iniciaran las operaciones.

Al definir los costos, dio como resultado una inversión total del proyecto de S/.24,074.49 nuevo soles, del cual el 40% (es decir S/. 9,629.79) es aporte propio y el 60% (S/. 14,444.69) restante será financiado mediante un crédito bancario, en nuestro caso la Institución Financiera Intermediaria será el Banco de Crédito del Perú (BCP), otorgado por una línea de crédito de COFIDE.

La evaluación económica financiera dio como resultado un VANE de S/30,879.13 nuevos soles y un TIR económico de 78,28%, y un VANF de S/26.264,05 nuevos soles y un TIR financiero de 156,15%.

La relación Beneficio Costo encontrado tanto para el económico (2.28) como el financiero (4.04) son mayores que 1, lo que nos indica que el proyecto es rentable.

Desde el punto de vista ambiental el proyecto es factible de llevarse a cabo, debido a que presenta riesgos mínimos en cuanto a contaminación, pero con un plan de Gestión Ambiental se puede prevenir, minimizar y/o mitigar los impactos ambientales negativos que podrían ser generados por las actividades de pre operación y operación del Proyecto textil.

## RECOMENDACIONES

Orientar a los operativos hacia la actualización de vestidos en cuanto a diseños y materiales más rentables mediante mecanismos de capacitación públicos y privados.

Otorgar al sector textil asistencia financiera a través del sistema financiero privado para futuras inversiones.

Lograr una oferta continua que permita mantener una participación constante en el mercado Regional, así como en mercados como Lambayeque y Ferreñafe.

Conocer las exigencias del mercado provincial de Chiclayo por medio de estudios de mercado a fin de evitar la incursión de nuevos competidores.

Promocionar el alto nivel de Designs Anyela para justificar un mejor precio.

Aprovechar las ventajas que nos ofrece la firma del TLC con los Estado Unidos, y aprovechar de los diversos materiales importados aperturando más alternativas de diversidad de productos al cliente.

Insistir con el plan de marketing en cuanto a posicionamiento de marca, invirtiendo en la exposición de desfiles de modas a nivel nacional con la finalidad de proyectarse a visionar el mercado internacional.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- TARKIN, A. y BLANK, L.(1999): *Ingeniería Económica*. Editorial Mc-Graw Hill 4Ta Edición. Bogotá .Colombia.
- JESUS COLLAZOS CERRÓN.(2002)"El Estudio de Mercado en los Proyectos de Inversión". Primera Edición. Editorial San Marcos, Perú.
- COLLAZOS GERRÓN,J.(2007):El estudio de mercado en los proyectos de inversión. Editorial San Marcos. Perú.
- LEE J. KRAJEWSKI, LARRY P. RITZMAN."Administración de Operaciones. Estrategia y Análisis". Quinta Edición. Editorial Pearson Educación, México, 2000.
- NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN."Preparación y Evaluación de Proyectos". Cuarta Edición. Editorial Mc Graw Hill Interamericana, México, 2004.
- JOAQUIN DE LA TORRE, BERENICE ZAMARRÓN."Evaluación de Proyectos de Inversión". Primera Edición. Editorial Pearson Educación, México, 2002.
- KOTLER, P. "Dirección de Mercadotecnia". 8<sup>va</sup> Edición. Editorial Prentice Hall. México. 1996.
- ESCUADERO CABADA, A. (2004): Metodología de proyectos de inversión. Perú.
- ZEVALLLOS PEREZ, A. (2007): Metodología para la elaboración de estudios de mercado. PromPeru. Huancayo. Perú.

## ANEXOS

### ANEXO I: Fuentes Macroeconómicas

#### **Perspectivas 2009: enfrentando la crisis mundial**

El panorama internacional que enfrenta el Perú es de una crisis económica y financiera mundial prolongada y profunda. No existe, actualmente, ningún indicador económico a nivel mundial que sugiera que lo peor haya pasado ni cuándo podría empezar la recuperación de la economía mundial.

En el 2009, la economía mundial estará dominada por las siguientes tendencias y situaciones:

- Continuación de la crisis del sistema financiero.
- Espiral de desempleo y contracción de la demanda.
- Fuerte contracción del comercio internacional.
- Incremento generalizado en el gasto fiscal.
- Deterioro considerable en las finanzas públicas.
- Pérdida de confianza en las monedas principales del mundo.

Cada uno de estos fenómenos será de una envergadura que supera casi cualquier antecedente histórico.

#### **Cambio de paradigma de crecimiento y derrumbe del dólar.**

La persistencia de la crisis del sistema financiero significa que las políticas monetarias de EE.UU. y Europa en el último año y medio (las más expansivas en la historia) no han logrado frenar el espiral de crisis financiera ni restaurar la cadena de pagos con el sector real. Mientras continúe la crisis del sistema financiero mundial, no se restablecerán condiciones crediticias normales en las economías desarrolladas que permitan la recuperación del crecimiento económico.

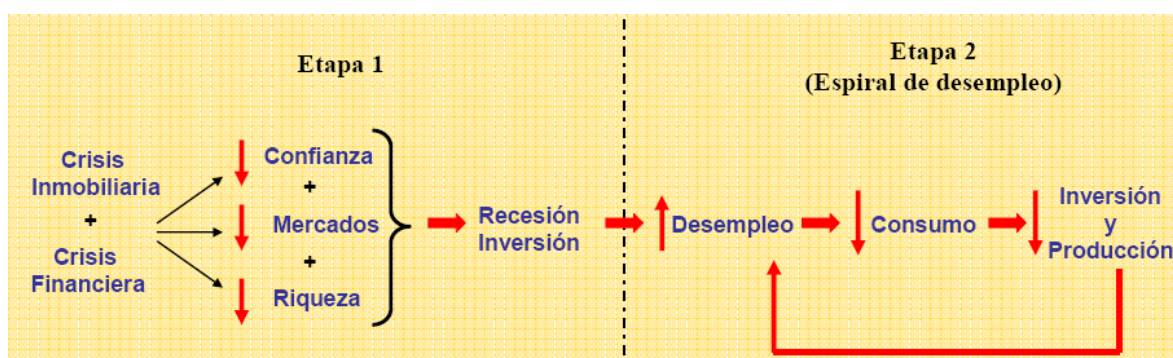
En la segunda mitad del 2008 empezó un espiral de desempleo y contracción de la demanda. Este espiral está empujando a los países desarrollados hacia la recesión. Los círculos viciosos (al igual que los virtuosos) tienen una dinámica de retroalimentación interna que hace que se prolonguen. Por lo tanto, es improbable que haya una recuperación de la economía de los países desarrollados en el 2009. Nuestro supuesto es que la economía mundial no empezará a crecer en forma clara hasta fines del 2010 / comienzos del 2011.

El espiral de desempleo y contracción de la demanda en los países desarrollados afecta a los países emergentes como el Perú a través de una fuerte contracción del comercio internacional. En los últimos meses, el comercio se ha convertido en un importante canal de transmisión de la crisis, que continuará en el 2009.

### **Cambio de paradigma de crecimiento**

El espiral de desempleo y recesión del consumo en EE.UU. y la contracción del comercio mundial son parte de un cambio estructural en el paradigma de crecimiento mundial que predominó en los últimos quince años. Este paradigma funcionaba así: la demanda de EE.UU. crecía en base a sobreendeudamiento y sobre consumo (déficit fiscal, déficit externo y endeudamiento excesivo de los hogares). Esta demanda impulsaba el crecimiento del resto del mundo. Las reservas (dólares) que recibía el resto del mundo por sus exportaciones a EE.UU. típicamente eran usadas para comprar bonos del Tesoro y otros instrumentos de deuda de EE.UU., lo cual permitía financiar el endeudamiento público y privado de EE.UU. cerrando el círculo.

Esta fórmula insostenible de crecimiento mundial, basada en desequilibrios (déficits crecientes por un lado y superávits crecientes por el otro) se está resquebrajando. A partir del 2009 el mundo ya no podrá crecer en base al gasto excesivo de EE.UU. En los próximos años es probable una modificación sustancial tanto en las relaciones de comercio mundial y en las formas de crecer de cada país.



Fuente: Estudios Económicos - Scotiabank



### **Políticas fiscales expansivas y sus repercusiones**

El 2009 podría ser el año del mayor incremento en el gasto público en la historia del mundo. Casi todas las principales economías del mundo han anunciado la implementación de políticas fiscales expansivas de dimensiones históricamente impresionantes.

Es difícil anticipar el grado de éxito o la rapidez que tendrán estas políticas en estimular a la economía mundial. No será fácil diseñar e implementar programas fiscales de suficiente envergadura como para compensar la fuerte contracción del consumo y de la inversión privados. Además, existe lentitud en su implementación en EE.UU. y Europa (en China hay indicios de mayor celeridad) y, muchas veces, los periodos construcción en obras de inversión en infraestructura suelen ser largos. Por tanto, nuestro supuesto es que estas políticas no frenarán la recesión mundial en el 2009.

Lo que sí harán es deteriorar significativamente las finanzas públicas. En el 2009 el déficit fiscal y el endeudamiento público necesario para financiarlo aumentarán significativamente en la mayoría de los países. Esta perspectiva de deterioro ya está impactando la calificación de riesgo de varios países y haciendo surgir dudas respecto de la capacidad del mundo de financiar la gran cantidad de emisión de deuda pública que ocurrirá en el año.

### **Pérdida de confianza en las monedas mundiales**

El deterioro de las finanzas públicas, junto con la inundación de liquidez de parte de los principales bancos centrales del mundo, está generando la pérdida de confianza en las principales monedas. Los vaivenes fuertes y contradictorios de los mercados monetarios y cambiarios es una de las consecuencias de esta pérdida de confianza.

Existe el riesgo de que la pérdida de confianza en las monedas principales se acelere en el 2009. Si bien el deterioro de las finanzas públicas es a nivel mundial, dado su importancia, es el deterioro en EE.UU. lo que preocupa. No es claro, por ejemplo, hasta qué punto los inversionistas seguirán dispuestos a financiar el incremento de la deuda pública de EE.UU. que se espera para el año, sin exigir un mayor rendimiento a cambio. Un riesgo particular de este escenario es que, eventualmente, presionará al alza las tasas de interés a pesar de la política monetaria tan expansiva en el mundo.

Esto presionaría al alza las tasas de interés de mercado en todo el mundo.

Adicionalmente, la desconfianza en las finanzas públicas de EE.UU. podría generar una desconfianza en el dólar.

La salida masiva de inversión de los bonos de tesoro de EE.UU. es equivalente a una salida masiva de inversión de dólares hacia otras monedas. El dólar y el apetito mundial por la deuda pública de EE.UU. también son vulnerables a la contracción del comercio internacional, lo cual reduce los niveles de superávit comerciales y, por tanto, de reservas internacionales (RIN) disponibles para que los bancos centrales del mundo canalicen a la compra de bonos del Tesoro de los EE.UU.

El fuerte deterioro de las finanzas públicas de EE.UU. y Europa, junto con la política monetaria más expansiva de su historia, constituyen cambios negativos fundamentales para las principales monedas del mundo. Dado el deterioro significativo de los fundamentos del dólar y del euro, existe un riesgo real de alta volatilidad cambiaria en el mundo, e incluso de cambios significativos en la estructura monetaria mundial.

### **Proyectar en tiempos de crisis**

Nuestras proyecciones para el Perú asumen que el espiral de desempleo en los países desarrollados y la contracción del comercio a nivel mundial continuará durante todo el 2009 y entrado el 2010. No asumen una crisis de las finanzas públicas de EE.UU. ni un desplome del dólar. Sin embargo, de convertirse estos riesgos en realidad, afectaría materialmente nuestras proyecciones.

Los riesgos de error son particularmente altos, dada la crisis.

## ANEXO II: Diseño de Cuestionario

### ENCUESTA DE INVESTIGACION DESCRIPTIVA SOBRE LA POBLACIÓN DE NOVIAS DE LA PROVINCIA DE CHICLAYO

1. EDAD:

- De 18 a 21 años
- De 22 a 25 años
- De 26 a 29 años
- De 30 a 35 años
- De 36 a 40 años
- De 41 a 45 años

2. Lugar de Procedencia

- Chiclayo
- Ferreñafe
- Lambayeque
- Otros

3. Parroquia

- Nuestra Señora de la Consolación - Santa Victoria
- Nuestra Señora del Carmen - Pimentel
- San Antonio - Chiclayo
- San Martín de Thours - Reque
- San Pedro - Monsefú
- San Vicente de Paúl - Chiclayo
- Santa María Catedral - Chiclayo
- Señor de los Milagros - Campodónico
- San Juan María Vianney - Chiclayo
- Santa Rosa de Lima - José Leonardo Ortiz
- Juan XXIII - La Victoria

- Santa Ana - Tumán
- María Del Perpetuo Socorro - Pomalca
- Arcángel San Miguel - Pícsi
- Cristo Rey - Cayalti

4. Ocupación

- Estudiante Secundaria
- Estudiante Universitario
- Ama de casa
- Empleada de Oficina
- Técnico
- Oficio doméstico
- Profesional \_\_\_\_\_

5. ¿Bajo qué modalidad va a adquirir su vestido de novia?

- Compra hecho
- Confección
- Alquilado
- Prestado

6. ¿Qué tipo o forma de vestido cree que es conveniente para usted? Ver catalogo

- Línea A
- Vestido Princesa
- Sirena
- Tubo con falda estrecha
- Tubo falda recta
- Imperial

7. ¿Qué tipo de escote piensa que es el más adecuado para su vestido? Ver catalogo

- Escote cuadrado o estilo francés
- Tipo cuello (halter)
- Escote tipo barco
- Escote en pico
- Escote palabra de honor
- Escote de corazón
- Escote de hombros caídos
- Cuello alto o tipo cisne
- Escote ilusión

8. ¿Qué tipo de tela utilizaría para su vestido de novia?

- Crepé
- Encaje Guipiure
- Gaza
- Organza satinada
- Raso
- Seda
- Tul

9. ¿Qué color le gustaría para su vestido de novia?

- Blanco
- Crema
- Perla
- Marfil
- Otros

10. Considerando todos los gastos para la realización de su boda, ¿Con qué presupuesto contaría usted para la adquisición de Confección de su vestido de novia?

---

11. ¿Con qué política de servicio de entrega confiaría usted para la confección de su vestido?

Entrega en una semana

Entrega en 15 días

Entrega en 3 semanas

Entrega en un mes

Otros \_\_\_\_\_

12. ¿Cuántas pruebas cree que son necesarias para la confección de su vestido?

Una vez

2 veces

3 veces

4 veces

Ninguna

13. Elija que opciones de exhibición le gustaría que presente la tienda de confección:

Maniquí

Catalogo de la tienda

Revistas especializadas

Todas

Otras \_\_\_\_\_

14. ¿Por qué medios publicitarios suele informarse para este tipo de propuesta?

Pagina Web

Revistas especializadas

Páginas amarillas

Periódicos

Radio

TV

Otros



### ANEXO III: Tabulaciones Cruzadas

Adquisición	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	De 26 a 29 años	De 30 a 35 años	De 36 a 40 años	De 41 a 45 años
Compra hecho	8%	13%	5%	7%	17%	11%
Confección	72%	66%	71%	67%	63%	61%
Alquilado	11%	14%	19%	22%	20%	28%
Prestado	8%	6%	4%	3%	0%	0%

Producto	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	De 26 a 29 años	De 30 a 35 años	De 36 a 40 años	De 41 a 45 años
Línea A	19%	23%	22%	24%	28%	33%
Vestido Princesa	36%	45%	24%	25%	22%	28%
Sirena	3%	4%	10%	4%	13%	11%
Tubo con falda estrecha	17%	11%	18%	24%	24%	17%
Tubo falda recta	8%	5%	9%	7%	4%	0%
Imperial	17%	13%	17%	15%	9%	11%

Tipo de Escotes	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	De 26 a 29 años	De 30 a 35 años	De 36 a 40 años	De 41 a 45 años
Escote cuadrado o estilo francés	8%	16%	13%	13%	9%	0%
Tipo cuello (halter)	0%	2%	4%	4%	4%	0%
Escote tipo barco	8%	18%	14%	7%	26%	44%
Escote en pico	14%	17%	22%	21%	13%	0%
Escote palabra de honor	25%	19%	24%	18%	9%	0%
Escote de corazon	36%	23%	16%	13%	7%	11%
Escote de hombros caídos	6%	4%	4%	16%	11%	33%
Cuello alto o tipo cisne	0%	0%	2%	3%	13%	6%
Escote ilusión	3%	1%	0%	3%	9%	6%

Color de Vestido	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	De 26 a 29 años	De 30 a 35 años	De 36 a 40 años	De 41 a 45 años
Blanco	25%	11%	20%	21%	46%	44%
Crema	19%	20%	20%	18%	4%	6%
Perla	22%	31%	26%	31%	33%	39%
Marfil	22%	27%	24%	22%	11%	11%
Otros	11%	11%	10%	7%	7%	0%

Precio	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	De 26 a 29 años	De 30 a 35 años	De 36 a 40 años	De 41 a 45 años
--------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------



De S/.600 a S/.800	44%	33%	24%	25%	20%	33%
de S/.801 a S/.1000	22%	30%	34%	27%	30%	28%
De S/.1001 a S/.1300	22%	27%	30%	31%	28%	22%
De S/.1301 a S/.1500	11%	11%	12%	16%	22%	17%

Tiempo de entrega	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	De 26 a 29 años	De 30 a 35 años	De 36 a 40 años	De 41 a 45 años
Entrega en una semana	42%	28%	18%	27%	11%	17%
Entrega en 15 días	39%	33%	36%	34%	39%	33%
Entrega en 3 semanas	11%	23%	28%	24%	28%	22%
Entrega en un mes	6%	10%	15%	15%	17%	28%
Otros	3%	7%	3%	0%	4%	0%

Pruebas de vestido	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	De 26 a 29 años	De 30 a 35 años	De 36 a 40 años	De 41 a 45 años
una vez	22%	17%	16%	18%	22%	11%
2 veces	31%	40%	36%	37%	35%	28%
3 veces	33%	35%	33%	36%	39%	44%
4 veces	14%	8%	15%	9%	4%	17%
ninguna	0%	0%	0%	0%	0%	0%

EXHIBICIÓN DE DISEÑOS	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	De 26 a 29 años	De 30 a 35 años	De 36 a 40 años	De 41 a 45 años
maniqui	25%	13%	20%	21%	41%	39%
catalogo de la tienda	22%	17%	18%	18%	24%	33%
revistas especializadas	14%	14%	16%	21%	15%	17%
Todas	36%	46%	39%	37%	20%	11%
Otras	3%	10%	6%	3%	0%	0%

Publicidad	De 18 a 21 años	De 22 a 25 años	De 26 a 29 años	De 30 a 35 años	De 36 a 40 años	De 41 a 45 años
Página Web	47%	29%	20%	18%	20%	17%
Revistas especializadas	22%	23%	17%	27%	35%	28%
Páginas amarillas	6%	4%	14%	21%	17%	22%
Periódicos	8%	8%	10%	16%	15%	17%
Radio	6%	13%	18%	7%	11%	11%
TV	11%	17%	15%	6%	2%	6%
Otros	0%	6%	6%	4%	0%	0%

precios	Estudiante Secundaria	Estudiante Superior	Ama de casa	Empleada de Oficina	Técnico	Oficio doméstico	Medico
De 600 a 800	100%	41%	40%	26%	40%	100%	0%
de 801 a 1000	0%	33%	35%	30%	33%	0%	0%
De 1001 a 1300	0%	17%	21%	33%	21%	0%	100%
De 1301 a 1500	0%	9%	5%	12%	5%	0%	0%

Precios	Abogada	Ingeniero	Contador	Administrador	Enfermería	Comunicación	Otros
De 600 a 800	0%	0%	11%	0%	75%	33%	50%
de 801 a 1000	67%	50%	44%	38%	13%	67%	25%
De 1001 a 1300	17%	50%	33%	50%	13%	0%	25%
De 1301 a 1500	17%	0%	11%	13%	0%	0%	0%

## **ANEXO IV: Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo**

### **I.-PRINCIPIOS DEL SISTEMA**

**Artículo 11.-** El sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo se rige por los siguientes principios:

- a) Asegurar un compromiso visible del empleador con la salud y seguridad de los trabajadores.
- b) Lograr una coherencia entre lo que planifica y lo que se realiza.
- c) Propender al mejoramiento continuo.
- d) Mejorar la autoestima y fomentar el trabajo en equipo a fin de incentivar la cooperación de los trabajadores.
- e) Fomentar la cultura de la prevención de los riesgos laborales para que toda la organización interiorice los conceptos de prevención y proactividad, promoviendo comportamientos seguros.
- f) Crear oportunidades para alentar una empatía del empleador hacia los trabajadores y viceversa.
- g) Asegurar la existencia de medios de retroalimentación desde los trabajadores al empleador en seguridad y salud en el trabajo.
- h) Disponer de mecanismos de reconocimiento al personal proactivo interesado en el mejoramiento continuo de la seguridad y salud laboral.
- i) Evaluar los principales riesgos que puedan ocasionar las mayores pérdidas a la salud y seguridad de los trabajadores, al empleador y otros.
- j) Utilizar una metodología que asegure el mejoramiento continuo en seguridad y salud en el trabajo.
- k) Fomentar la participación de las organizaciones sindicales, o en defecto de éstas, los representantes de los trabajadores, en las decisiones sobre la seguridad y salud en el trabajo.

**Artículo 12.-** La participación de los trabajadores es esencial en el sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo, debiendo darse en:

- a) La consulta, información y capacitación en todos los aspectos de la seguridad y salud en el trabajo.
- b) El funcionamiento del comité de seguridad y salud en el trabajo.

c) El reconocimiento de los representantes de los trabajadores a fin de que ellos estén sensibilizados y comprometidos con el sistema.

**Artículo 13.-** La metodología de mejoramiento continuo debe considerar:

- a) La identificación de las desviaciones de las prácticas y condiciones aceptadas como seguras.
- b) El establecimiento de estándares de seguridad.
- c) La medición periódica del desempeño con respecto a los estándares.
- d) La evaluación periódica del desempeño con respecto a los estándares.
- e) La corrección y reconocimiento del desempeño.

**Artículo 14.-** Las medidas de prevención y protección deben aplicarse en el siguiente orden de prioridad:

- a) Eliminación de los peligros y riesgos.
- b) Tratamiento, control o aislamiento de los peligros y riesgos, adoptando medidas técnicas o administrativas.
- c) Minimizar los peligros y riesgos, adoptando sistemas de trabajo seguro que incluyan disposiciones administrativas de control.
- d) En último caso facilitar equipos de protección personal adecuados, asegurándose que los trabajadores los utilicen y conserven en forma correcta.

### **12.1.3. ORGANIZACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN**

**Artículo 15.-** La gestión de la seguridad y salud en el trabajo es responsabilidad del empleador, quien asume el liderazgo y compromiso de estas actividades en la organización. El empleador delegará las funciones y la autoridad necesaria al personal encargado del desarrollo, aplicación y resultados del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo, quien rendirá cuentas de sus acciones al empleador y/o autoridad competente, ello no lo exime de su deber de prevención y, de ser el caso, de resarcimiento.

**Artículo 16.-** El empleador define los requisitos de competencia necesarios para cada puesto de trabajo y adopta disposiciones para que todo trabajador

de la organización esté capacitado para asumir deberes y obligaciones relativos a la seguridad y salud, debiendo establecer programas de capacitación y entrenamiento para que se logre y mantenga las competencias establecidas.

**Artículo 17.-** El empleador debe implementar los registros y documentación del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo, en función de sus necesidades. Estos registros y documentos deben estar actualizados y a disposición de los trabajadores y de la autoridad competente, respetando el derecho a la confidencialidad, siendo éstos:

- a) Registro de accidentes y enfermedades ocupacionales.
- b) Registro de exámenes médicos.
- c) Registro de las investigaciones y medidas correctivas adoptadas en cada caso.
- d) Registro del monitoreo de agentes físicos, químicos, biológicos y factores de riesgo ergonómicos.
- e) Registro de inspecciones y evaluaciones de salud y seguridad.
- f) Estadísticas de seguridad y salud.
- g) Registro de incidentes y sucesos peligrosos.
- h) Registro de equipos de seguridad o emergencia.
- i) Registro de inducción, capacitación, entrenamiento y simulacros de emergencia.

**Artículo 18.-** Las empresas con 25 o más trabajadores deben constituir un Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, el cual estará constituido en forma paritaria, es decir, con igual número de representantes de la parte empleadora y de la parte trabajadora.

**Artículo 19. -** Las empresas con menos de 20 trabajadores deben capacitar y nombrar, entre sus trabajadores de las áreas productivas, cuando menos un Supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo.

**Artículo 20.-** Son funciones del Comité y del Supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo:

- a) Hacer cumplir el presente Reglamento, las normativas sectoriales y el Reglamento Interno de Seguridad y Salud de cada empresa.
- b) Aprobar el Programa Anual de Seguridad y Salud.
- c) Realizar inspecciones periódicas a las instalaciones de la empresa.
- d) Aprobar el Reglamento Interno de Seguridad y Salud.
- e) Reunirse mensualmente en forma ordinaria para analizar y evaluar el avance de los objetivos establecidos en el programa anual, y en forma extraordinaria para analizar los accidentes graves o cuando las circunstancias lo exijan.
- f) Analizar las causas y las estadísticas de los incidentes, accidentes y de las enfermedades ocupacionales emitiendo las recomendaciones respectivas.

**Artículo 21.-** Los trabajadores deben elegir a sus representantes o delegados de seguridad, quienes integran el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo.

**Artículo 22. -** Son funciones de los representantes o delegados de seguridad y salud en el trabajo:

- a) Reportar de forma inmediata cualquier incidente o accidente.
- b) Participar en las inspecciones de seguridad y salud.
- c) Proponer medidas que permitan corregir las condiciones de riesgo que podrían causar accidentes de trabajo y/o enfermedades ocupacionales.
- d) Velar por el cumplimiento de las normas y disposiciones internas de seguridad y salud vigentes.
- e) Participar en la investigación de accidentes y sugerir medidas correctivas.
- f) Realizar inducciones de seguridad y salud al personal.
- g) Participar en las auditorías internas de seguridad y salud.
- h) Asistir a las actividades programadas en materia de seguridad y salud en el trabajo.

Los representantes deben ser capacitados en temas relacionados a las funciones que van a desempeñar antes de asumir el cargo y durante el ejercicio del mismo.

**Artículo 23.** - El Comité de Seguridad y Salud, el Supervisor y todos los que participen en el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud, deben contar con la autoridad que requiera para llevar a cabo adecuadamente sus funciones.

**Artículo 24.-** Las empresas con 20 o más trabajadores deben elaborar su Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo, el mismo que debe contener:

- a) Objetivos y alcances.
- b) Liderazgo, compromisos y la política de seguridad y salud.
- c) Atribuciones y obligaciones del empleador, de los supervisores, del comité de seguridad y salud, de los trabajadores y de las empresas que les brindan servicios si las hubiera.
- d) Estándares de seguridad y salud en las operaciones.
- e) Estándares de seguridad y salud en los servicios y actividades conexas.
- f) Estándares de control de los peligros existentes y riesgos evaluados.
- g) Preparación y respuesta a emergencias.

**Artículo 25.-** Para mejorar el conocimiento sobre la seguridad y salud en el trabajo, el empleador deberá:

- a) Facilitar a todo trabajador una copia del Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- b) Capacitar al trabajador.
- c) Asegurarse que lo ponga en práctica.
- d) Elaborar un Mapa de Riesgos del centro de trabajo y exhibirlo en un lugar visible.

## **PLANIFICACIÓN Y APLICACIÓN DEL SISTEMA**

**Artículo 26.-** Para establecer un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, se debe realizar una evaluación inicial o estudio de línea base como diagnóstico del estado de la salud y seguridad en el trabajo. Los resultados

obtenidos serán comparados con lo establecido en este Reglamento y otros dispositivos legales pertinentes, y servirán de base para planificar, aplicar el sistema y como referencia para medir su mejora continua.

**Artículo 27.** - La planificación, desarrollo y aplicación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo debe permitir a la empresa:

- a) Cumplir con las normas legales nacionales vigentes.
- b) Mejorar el desempeño laboral en forma segura.
- c) Mantener los procesos productivos y/o de servicios de manera que sean seguros y saludables.

**Artículo 28.-** Los objetivos de la seguridad y salud en el trabajo deben centrarse en el logro de resultados, específicos, realistas y posibles de aplicar por la empresa. La gestión de los riesgos debe comprender:

- a) Medidas de identificación, prevención y control.
- b) La mejora continua de los procesos, la gestión del cambio, la preparación y respuesta a situaciones de emergencia.
- c) Las adquisiciones y contrataciones.

#### **12.1.5. EVALUACIÓN DEL SISTEMA**

**Artículo 29.-** La vigilancia y control de la seguridad y salud en el trabajo comprende procedimientos internos y externos a la empresa, que permitan evaluar con regularidad los resultados logrados en materia de seguridad y salud.

**Artículo 30.-** La supervisión debe permitir:

- a) Identificar las fallas o deficiencias en el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo.
- b) Adoptar las medidas preventivas y correctivas necesarias para eliminar o controlar los peligros asociados al trabajo.

**Artículo 31.-** La investigación de los accidentes, enfermedades e incidentes relacionados con el trabajo y sus efectos en la seguridad y salud, debe permitir identificar los factores en la organización, las causas inmediatas (actos y



condiciones subestándares), las causas básicas (factores personales y factores del trabajo) y cualquier deficiencia del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud, para la planificación de la acción correctiva pertinente.

**Artículo 32.-** El empleador realizará auditorías periódicas a fin de comprobar si el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo ha sido aplicado y es adecuado y eficaz para la prevención de riesgos laborales y la seguridad y salud de los trabajadores. La auditoría debe ser realizada por auditores independientes. En la consulta sobre la selección del auditor y en todas las fases de la auditoría, incluido el análisis de los resultados de la misma, se requerirá la participación de los trabajadores o sus representantes.

**Artículo 33.-** Las investigaciones y las auditorías a las que se refieren los artículos 31 y 32 de este Reglamento deben permitir a la dirección de la empresa que la estrategia global del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo logre los fines previstos y determinar, de ser el caso, cambios en la política y objetivos del Sistema. Sus resultados deben ser comunicados al Comité de Seguridad y Salud, a los trabajadores y a sus representantes.

## **DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS EMPLEADORES**

**Artículo 37.** El empleador debe ejercer un firme liderazgo y manifestar su respaldo a las actividades de su empresa en materia de seguridad y salud en el trabajo; asimismo, debe estar comprometido a fin de proveer y mantener un ambiente de trabajo seguro y saludable en concordancia con las mejores prácticas y con el cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo.

**Artículo 38.-** La política en materia de seguridad y salud en el trabajo, debe ser específica y apropiada para la empresa. Los objetivos fundamentales de esa política deben ser los siguientes:

- a) El cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo.
- b) La protección de la seguridad y salud de todos los trabajadores.

- c) La mejora continua del desempeño del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo; y
- d) La integración del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo con otros sistemas.

**Artículo 39.-** El empleador, entre otras, tiene las obligaciones de:

- a) Garantizar la seguridad y la salud de los trabajadores en el desempeño de todos los aspectos relacionados con su labor, en el centro de trabajo o con ocasión del mismo.
- b) Desarrollar acciones permanentes con el fin de perfeccionar los niveles de protección existentes.
- c) Identificar las modificaciones que puedan darse en las condiciones de trabajo y disponer lo necesario para la adopción de medidas de prevención de los riesgos laborales.
- d) Practicar exámenes médicos antes, durante y al término de la relación laboral a los trabajadores, acordes con los riesgos a que están expuestos en sus labores.

**Artículo 40. -** El empleador debe aplicar las siguientes medidas de prevención de los riesgos laborales:

- a) Gestionar los riesgos, sin excepción, eliminándolos en su origen y aplicando sistemas de control a aquellos que no se puedan eliminar.
- b) El diseño de los puestos de trabajo, ambientes de trabajo, la selección de equipos y métodos de trabajo, la atenuación del trabajo monótono y repetitivo, deben estar orientados a garantizar la salud y seguridad del trabajador.
- c) Eliminar las situaciones y agentes peligrosos en el centro de trabajo o con ocasión del mismo, y si no fuera posible, sustituirlas por otras que entrañen menor peligro.
- d) Integrar los planes y programas de prevención de riesgos laborales a los nuevos conocimientos de las ciencias, tecnologías, medio ambiente, organización del trabajo, evaluación de desempeño en base a condiciones de trabajo.
- e) Mantener políticas de protección colectiva e individual.

f) Capacitar y entrenar anticipada y debidamente a los trabajadores.

**Artículo 41.-** El empleador debe considerar las competencias personales y profesionales de los trabajadores, en materia de seguridad y salud en el trabajo, al momento de asignarles las labores.

**Artículo 42.-** El empleador debe transmitir a los trabajadores, de manera adecuada y efectiva, la información y los conocimientos necesarios en relación con los riesgos en el centro de trabajo y en el puesto o función específica; así como las medidas de protección y prevención aplicables a tales riesgos.

**Artículo 43.-** El empleador debe impartir a los trabajadores, oportuna y apropiadamente, capacitación y entrenamiento en seguridad y salud, en el centro y puesto de trabajo o función específica tal como se señala a continuación:

- a) Al momento de su contratación, cualquiera sea su modalidad o duración de ésta.
- b) Durante el desempeño de su labor.
- c) Cuando se produzcan cambios en la función y/o puesto de trabajo y/o en la tecnología.

La capacitación y entrenamiento se imparten dentro o fuera de la jornada de trabajo, según acuerdo entre el empleador y los trabajadores.

**Artículo 44.-** El empleador debe controlar y registrar que sólo los trabajadores, adecuada y suficientemente capacitados y protegidos, accedan a los ambientes o zonas de riesgo grave y específico.

**Artículo 45.-** El empleador debe prever que la exposición a los agentes físicos, químicos, biológicos, ergonómicos y psicosociales concurrentes en el centro de trabajo, no generen daños en la salud de los trabajadores.

**Artículo 46.-** El empleador debe planificar la acción preventiva de riesgos para la seguridad y salud en el trabajo, a partir de una evaluación inicial, que se

realizará teniendo en cuenta: las características de los trabajadores, la naturaleza de la actividad, los equipos, los materiales y sustancias peligrosas, y el ambiente de trabajo.

**Artículo 47.-** El empleador debe actualizar la evaluación de riesgos una vez al año como mínimo o cuando cambien las condiciones de trabajo o se hayan producido daños a la salud y seguridad. Si los resultados de la evaluación de riesgos lo hicieran necesario, se realizarán:

- a) Controles periódicos de la salud de los trabajadores y de las condiciones de trabajo para detectar situaciones potencialmente peligrosas.
- b) Medidas de prevención, incluidas las relacionadas con los métodos de trabajo y de producción, que garanticen un mayor nivel de protección de la seguridad y salud de los trabajadores.

**Artículo 48.-** El empleador debe realizar una investigación, cuando se hayan producido daños en la salud de los trabajadores o cuando aparezcan indicios de que las medidas de prevención resultan insuficientes, a fin de detectar las causas y tomar las medidas correctivas al respecto.

**Artículo 49.-** El empleador debe modificar las medidas de prevención de riesgos laborales cuando resulten inadecuadas e insuficientes para garantizar la seguridad y salud de los trabajadores.

**Artículo 50.-** El empleador debe proporcionar a sus trabajadores equipos de protección personal adecuados, según el tipo de trabajo y riesgos específicos presentes en el desempeño de sus funciones, cuando no se puedan eliminar en su origen los riesgos laborales o sus efectos perjudiciales para la salud; éste verifica el uso efectivo de los mismos.

**Artículo 51.-** El empleador debe adoptar las medidas necesarias, de manera oportuna, cuando se detecte que la utilización de ropas y/o equipos de trabajo o de protección personal representan riesgos específicos para la seguridad y salud de los trabajadores.

**Artículo 52.-** El costo de las acciones, decisiones y medidas de seguridad y salud ejecutadas en el centro de trabajo o con ocasión del mismo, no será asumido de modo alguno por los trabajadores.

**Artículo 53.-** El empleador deberá establecer las medidas y dar instrucciones necesarias para que, en caso de un peligro inminente que constituya un riesgo importante o intolerable para la seguridad y salud de los trabajadores, éstos puedan interrumpir sus actividades, e inclusive, si fuera necesario, abandonar de inmediato el domicilio o lugar físico donde se desarrollan las labores. No se podrán reanudar las labores mientras el riesgo no se haya reducido o controlado.

**Artículo 54.-** El empleador debe informar por escrito a la Autoridad Administrativa de Trabajo, los daños a la salud de sus trabajadores, los hechos acontecidos y los resultados de la investigación practicada.

**Artículo 55.-** El empleador debe garantizar la protección de los trabajadores que por su situación de discapacidad sean especialmente sensibles a los riesgos derivados del trabajo. Estos aspectos deberán ser considerados en las evaluaciones de los riesgos, en la adopción de medidas preventivas y de protección necesarias.

**Artículo 56.-** En las evaluaciones del plan integral de prevención de riesgos, debe tenerse en cuenta los factores de riesgo que puedan incidir en las funciones de procreación de los trabajadores, en particular por la exposición a los agentes físicos, químicos, biológicos, ergonómicos y psicosociales, con el fin de adoptar las medidas preventivas necesarias.

**Artículo 57.-** El empleador debe adoptar medidas necesarias para evitar la exposición de las trabajadoras en período de embarazo o lactancia a labores peligrosas de conformidad a la ley de la materia.

**Artículo 58.** - El empleador no debe emplear a niños y adolescentes para la realización de actividades insalubres o peligrosas, que puedan afectar su normal desarrollo físico y mental, teniendo en cuenta las disposiciones legales sobre la materia.

**Artículo 59.-** El empleador debe realizar una evaluación de los puestos de trabajo que van a desempeñar los adolescentes previamente a su incorporación laboral, a fin de determinar la naturaleza, el grado y la duración de la exposición al riesgo, con el objeto de adoptar las medidas preventivas necesarias.

**Artículo 60.** - El empleador practicará exámenes médicos antes, durante y al término de la relación laboral a los adolescentes trabajadores.

**Artículo 61.-** El empleador en cuyas instalaciones sus trabajadores desarrollen actividades conjuntamente con trabajadores de contratistas, subcontratistas, empresas especiales de servicios y cooperativas de trabajadores; o quien asuma el contrato principal de la misma, es quien garantiza:

- a) La coordinación eficaz y eficiente de la gestión en prevención de riesgos laborales.
- b) La seguridad y salud de los trabajadores.
- c) La verificación de la contratación de los seguros de acuerdo a la normatividad vigente efectuada por cada empleador durante la ejecución del trabajo, sin perjuicio de la responsabilidad de cada uno por la seguridad y salud de sus propios trabajadores.

Asimismo, el empleador vigilará el cumplimiento de la normatividad legal vigente en materia de seguridad y salud en el trabajo por parte de sus contratistas, subcontratistas, empresas especiales de servicios o cooperativas de trabajadores que desarrollen obras o servicios en el centro de trabajo o con ocasión del trabajo correspondiente del principal.

**Artículo 62.-** Las empresas que diseñen, fabriquen, importen, suministren o cedan máquinas, equipos, sustancias, productos o útiles de trabajo, dispondrán lo necesario para que:

- a) Las máquinas, equipos, sustancias, productos o útiles de trabajo no constituyan una fuente de peligro ni pongan en riesgo la seguridad o salud de los trabajadores.
- b) Se proporcione información y capacitación sobre la instalación, adecuada utilización y mantenimiento preventivo de las maquinarias y equipos.
- c) Se proporcione información y capacitación para el uso apropiado de los materiales peligrosos a fin de prevenir los peligros inherentes a los mismos y monitorear los riesgos.
- d) Las instrucciones, manuales, avisos de peligro u otras medidas de precaución colocadas en los equipos y maquinarias, así como cualquier otra información vinculada a sus productos, estén o sean traducidos al idioma castellano y estén redactados en un lenguaje sencillo y preciso con la finalidad que permitan reducir los riesgos laborales; y, e) Las informaciones relativas a las máquinas, equipos, productos, sustancias o útiles de trabajo sean facilitadas a los trabajadores en términos que resulten comprensibles para los mismos.

## **DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES**

**Artículo 63.-** Los trabajadores serán consultados, antes que se ejecuten cambios en las operaciones, procesos y en la organización del trabajo, que puedan tener repercusiones en la seguridad y salud de los trabajadores y las trabajadoras. A falta de acuerdo entre las partes decidirá el empleador.

**Artículo 64.-** Todo trabajador tiene derecho a comunicarse libremente con los inspectores del trabajo.

**Artículo 65.-** Los trabajadores, sus representantes y/o miembros de los comités o comisiones de seguridad y salud ocupacional, están protegidos contra cualquier acto de hostilidad y otras medidas coercitivas por parte del empleador que se originen como consecuencia del cumplimiento de sus funciones en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo.

**Artículo 66.-** Los trabajadores o sus representantes tienen derecho a revisar los programas de capacitación y entrenamiento, y formular recomendaciones al empleador con el fin de mejorar la efectividad de los mismos.

**Artículo 67.-** Los representantes de los trabajadores en Seguridad y Salud en el Trabajo tienen derecho a participar en la identificación de los peligros y en la evaluación de los riesgos en el trabajo, solicitar al empleador los resultados de las evaluaciones, sugerir las medidas de control y hacer seguimiento de las mismas. En caso de no tener respuesta satisfactoria podrán recurrir a la Autoridad Competente.

**Artículo 68.-** Los trabajadores tienen derecho a ser informados:

- a. A título grupal, de las razones para los exámenes de salud ocupacional e investigaciones en relación con los riesgos para la seguridad y salud en los puestos de trabajo.
- b. A título personal, sobre los resultados de los informes médicos previos a la asignación de un puesto de trabajo y los relativos a la evaluación de su salud. Los resultados de los exámenes médicos al ser confidenciales, no son pasibles de uso para ejercer discriminación alguna contra los trabajadores en ninguna circunstancia o momento.

**Artículo 69.-** Los trabajadores tienen derecho a ser transferidos en caso de accidente de trabajo o enfermedad ocupacional a otro puesto que implique menos riesgo para su seguridad y salud, siempre y cuando éste exista, debiendo ser capacitados para ello.