

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

IDEA
UNIVERSIDAD GALILEO

UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS, INFORMÁTICA
Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN
INSTITUTO DE EDUCACION ABIERTA

SEMINARIO DE PROBLEMAS EMPRESARIALES

“Confección de vestidos de novia en diseños Daniisa”

Presentado por:

María Daniela Muralles Oliva

Carné IDE09129005

Previo a optar el grado académico de:

Licenciatura en Informática y Administración de Negocios

Guatemala, 19 de abril del 2023

7-190423

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	7
RESUMEN EJECUTIVO	9
ESTUDIO DE MERCADO.....	11
Determinación del mercado	11
Características del producto o servicio	12
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	13
Fases del diseño de investigación	13
Fuentes de información	13
Estacionalidad del Producto	15
Tamaño de la muestra.....	16
Cálculo de la muestra	18
Análisis de los resultados.....	19
ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO	33
Comercialización del producto	36
ANÁLISIS DE PRECIOS	38
IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	42
Propuesta de negocio.....	42
ANTECEDENTES DEL PRODUCTO	42
Vestido de Novia.....	42
Vestido de quince años	43
DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	44
Visión.....	44
Misión	44
Objetivo	44
Slogan	45
Logotipo	45
RESEÑA DEL EQUIPO PROMOTOR DEL PROYECTO.....	45

ESTUDIO LEGAL.....	47
Tipo de la sociedad	47
Objeto social.....	47
Número de socios.....	47
Capital social	47
Normativas gubernativas.....	48
Pasos para la constitución de una sociedad en Guatemala.....	48
Costos adjuntos al proceso.....	50
Registro en la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT	52
Acreditación de imprentas en el registro fiscal de imprentas	53
Normativa Municipal.....	54
Régimen Fiscal a Adoptar	54
Condiciones laborales de contratación de personal	55
Registro de patentes y marcas.....	56
Inscripción en el registro mercantil	57
Procedimiento para inscribirse como comerciante individual y empresa	57
ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	63
Matriz de verificación de impactos ambientales	64
Conclusión del estudio de Impacto Ambiental	66
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICA.....	67
Análisis del Producto.....	67
Cualidades de las principales telas para novia.....	68
Accesorios	69
Maquinaria necesaria.....	69
Productos.....	69
Tipos de Telas, Características y Colores Disponibles	70
Tamaño del Proyecto.....	73
Localización de la empresa	74
Aspectos Geográficos:.....	75

Población por Grupos de Edad	76
Concentración y densidad poblacional	76
Microlocalización	77
Factores que condicionan la mejor ubicación del proyecto	78
Distribución y diseño de las instalaciones	79
Procesos de producción	88
Diagrama de flujo de proceso.....	89
Descripción del proceso	90
Plan de consumo y compra de materia prima	91
Proveedores, materias primas a utilizar y sus marcas	96
Evaluación de Proveedores	97
Materias primas a utilizar	99
Sistema de Control.....	101
ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	105
Descripción del Grupo Empresarial	105
Relaciones externas.....	109
Actividad política.....	110
Relaciones Internas.....	111
Uso de activos, recursos o servicios de la empresa.....	111
Organizaciones de apoyo.....	114
PLAN DE MERCADEO	115
Estrategia de producto.....	115
Diferenciación.....	115
ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO.....	123
Políticas financieras	123
Determinación de la inversión inicial	124
Fuentes de Financiamiento.....	129
Proyección de Ingresos por ventas	131
Costos de operación	138

Punto de equilibrio.....	139
Estado de Resultado del proyecto.....	140
Balance General.....	146
Índices Financieros	147
Interpretación de Razones Financieras	148
Flujo neto de fondos.....	149
Cuadro Relación Beneficio/Costo	150
Análisis de Sensibilidad.....	151
Análisis de riesgo.....	157
Valor esperado del rendimiento del proyecto.....	157
Conclusiones.....	158
Referencias	160
ANEXOS.....	162

INTRODUCCIÓN

Este trabajo presenta el desarrollo del plan de negocios de una empresa de confección y venta de vestidos de novia y de quince años. El proyecto busca impulsar la implementación de la empresa a través de un estudio de mercado y así establecer la existencia real de clientes potenciales, determinar las características económicas del sector de influencia, evaluar financieramente la viabilidad del proyecto, posibilidades de proyección de ventas y posicionamiento del mercado.

Diseños Daniisa es una empresa la cual es dedicada exclusivamente a la confección y comercialización de vestidos de novia y de quince años. Esta busca el reconocimiento del mercado, espera satisfacer constantemente a sus clientes con vestidos de novia y de quince años con valor agregado por su innovación en diseño, utilización de materias primas de buena calidad y excelencia en la elaboración de sus prendas gracias a la calidad de la mano de obra con la que cuenta. Para el desarrollo del proyecto se realizó un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha en el sector de influencia, luego se identificó la oportunidad de negocio para desarrollar la propuesta del negocio. Se realizó un estudio legal para determinar los requerimientos legales para la constitución de una sociedad, el estudio de impacto ambiental, el cual nos permite identificar el posible impacto que tendría la actividad de la empresa en el medio ambiente. Se desarrolló un estudio administrativo, donde se da a conocer las características del grupo empresarial. Además, se realizó un plan de mercadeo, el cual nos sirve para asegurar el posicionamiento de Diseños Daniisa en el mercado y finalmente se realizó un estudio económico-financiero del proyecto para determinar la rentabilidad del proyecto. Con base a los resultados de cada uno de dichos estudios, se encuentra la posibilidad de implementar a la empresa en un futuro como un negocio viable y rentable.

RESUMEN EJECUTIVO

“Diseños Daniisa” es una empresa dinámica en el área de confección y venta de vestidos de novia y de quince años, que se encuentra preparada para captar una participación sustancial en el mercado de los vestidos de ocasión. Daniisa es una sociedad anónima que tiene como fecha de constitución el cinco de enero del año 2013, las propietarias de la empresa son María Daniela Muralles Oliva y Norma Isabel Muralles Oliva. Daniisa establecerá su base de operaciones en el municipio de Amatitlán, Guatemala. Tiene el propósito de ofrecer diseños de vestidos de novia y de quince años para la población amatitlanéca. Dichos diseños incluyen modelos básicos de vestidos de novia y de quince años. Cada uno de los diseños tiene la particularidad de poder ser adaptados a la talla y la creatividad de la clientela. Las propietarias y principales empleadas de la empresa, tienen una experiencia de doce años en la confección de prendas de vestir femeninas y dos años de experiencia en la administración de una pequeña empresa de comercialización productos femeninos. Daniisa tiene el potencial de lograr una buena reputación por ofrecer vestidos con materias primas de buena calidad a precios accesibles.

Daniisa fue creada con el objetivo de adaptar los más bellos diseños de vestidos de novia y de quince años con un presupuesto accesible y de buena calidad, para que todas las novias y quinceañeras puedan encontrar el vestido perfecto sin tener que invertir mucho dinero. La visión de Daniisa es ser una empresa líder en el diseño y confección de vestidos de novia y de quince años, brindar un servicio personalizado con diseños de la mejor calidad que garantice la satisfacción de la clientela. Las fortalezas del equipo promotor del proyecto serán utilizadas aprovechando la oportunidad de la demanda insatisfecha en el mercado de vestidos de novia y de quince años en el municipio de Amatitlán.

La información para diseñar el modelo se obtuvo mediante fuentes primarias y secundarias, las cuales fueron validadas mediante encuestas y entrevistas a personas ampliamente conocedoras en este mercado, de su problemática y sus potencialidades.

Luego de realizado el estudio de mercado y la situación del mercado en el sector de influencia, se decidió como mercado objetivo a mujeres de quince años en adelante, ubicadas en el sector socioeconómico medio-bajo y bajo. El canal de venta a utilizarse será mediante venta directa en un local comercial ubicado en el centro urbano de Amatitlán.

La evaluación financiera demuestra que el proyecto es rentable, habiéndose realizado un análisis de escenarios teniendo en cuenta las variables críticas que podrían afectar los volúmenes de ventas, los precios del producto y el crecimiento del mercado.

ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo principal de este estudio de mercado, es confirmar la factibilidad y la viabilidad de establecer una empresa de venta de vestidos de novia y 15 años, en el sector urbano del municipio de Amatitlán, Guatemala.

Determinación del mercado

Amatitlán es uno de los 17 municipios del departamento de Guatemala. Se localiza al sur de dicho departamento, a 28 kilómetros de la ciudad capital (distancia entre parques centrales). Tiene una superficie de 204 kilómetros cuadrados.

Etnia: Predomina el mestizaje con un 97% y sólo el 3% de ascendencia poqomam.¹

Población: 110,557 habitantes, conformado por 54699 Hombres y 55858 Mujeres. Para el año 2012.²

Economía: Las principales fuentes económicas son la industria, agroindustria, agricultura con productos como café, maíz, frijol, tabaco, maní, hortalizas y frutas, así como la ganadería, pesca, artesanías y turismo.

Mercado meta: La segmentación del mercado se realizó por edad, género y nivel socioeconómico.

Por edad ya que los vestidos se ofrecen a partir de jovencitas que están por cumplir quince años y mujeres que están comprometidas y/o próximas a casarse, entonces se abarcaran personas a partir de quince años en adelante³ que tengan

(Gil, 2020)
(2008-2020, 2020)
(Muralles, 2012).

ingresos o ahorros entre los Q.2,500.00 y Q.5,000.00 para adquirir este tipo de vestidos. Por esta razón, el nivel de ingresos donde se enfoca en producto para segmentar el mercado es el nivel medio-bajo y bajo, que representan un total del 71% de la población guatemalteca.⁴

Características del producto o servicio

Un vestido de novia, es la prenda utilizada por las novias durante la ceremonia de boda y un vestido de quince años es la prenda utilizada por las quinceañeras durante la fiesta de celebración de quince años.

La parte emotiva es de gran relevancia para este tipo de vestidos, ya que es una ocasión muy especial para la vida de una mujer, por ello debe ser único y que llene todas las expectativas de las festejadas. Además, debe ser elaborado con materiales de la mejor calidad ya que se trata de un vestido que más que ser un atuendo, es un sueño en la vida de una mujer. Debe ir acompañado con accesorios elegantes que resalten la belleza femenina.

(Dos, 2020)

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Fases del diseño de investigación

Para el estudio de mercado de una tienda de vestidos de novia y quince años en el municipio de Amatlán, el diseño de investigación de mercado a realizar es descriptivo, la cual será utilizado mediante el método de encuestas. Este estudio permitirá establecer de manera más detallada la situación del mercado de esta industria.

Estas encuestas fueron diseñadas a través de un cuestionario, con preguntas claras y concisas que se efectuaron a personas mayores de edad, que residen en el casco urbano del municipio de Amatlán. La muestra fue tomada siguiendo un tipo de muestreo probabilístico, el cual es detallado más adelante, donde se indica el tamaño de la muestra y todo lo referente al análisis cuantitativo estadístico.

Fuentes de información

Para este estudio de mercado se utilizaron dos fuentes de información para tener mayor exactitud en cuanto a los datos que se van a presentar. Dichas fuentes son fuentes primarias y fuentes secundarias.

1. Fuentes primarias:

Esta información fue realizada a través de entrevistas por encuestas, a las cuales se les aplico un análisis estadístico para poder tener datos más exactos. El método de encuestas utilizado, son encuestas personales, es decir que se realizaron directamente a las personas que representan el mercado objetivo.

2. Fuentes secundarias:

Esta información es generada por el entorno y se utilizaron fuentes de libre acceso, como información en línea, es decir visitando páginas web del INE, RENAP, Municipalidad de Amatitlán y solicitando información personalmente en cada una de las instituciones, que manejan información de utilidad para el estudio del proyecto.

La información recaudada por las fuentes secundarias fue la siguiente:

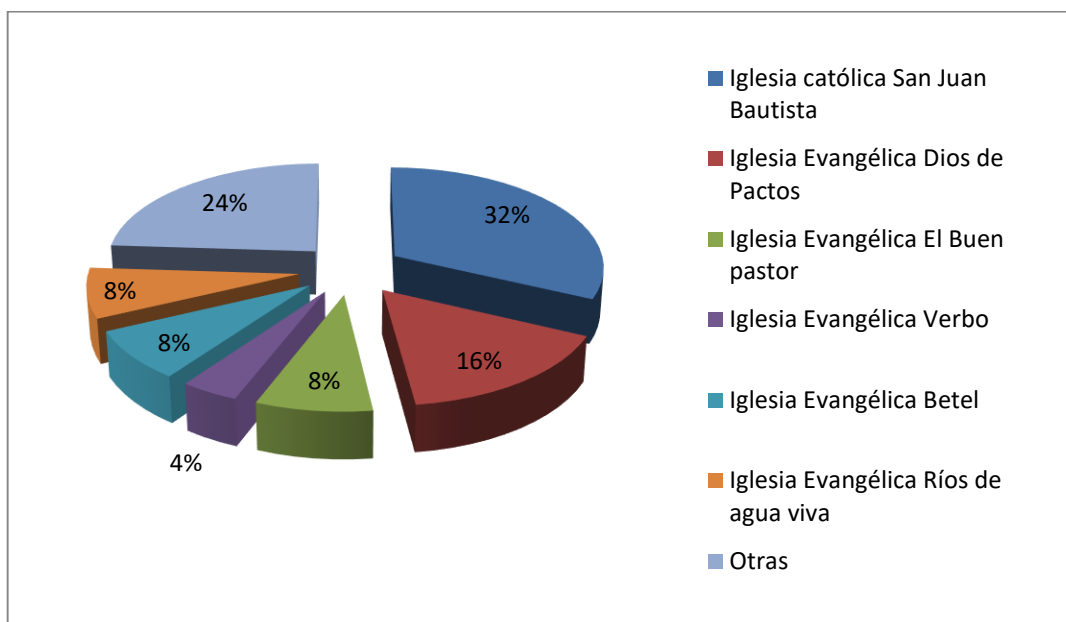
- a. En Amatitlán actualmente se registrar un promedio de 25 matrimonios mensuales en el Registro Nacional de Personas (RENAP)⁵, de las cuales se investigó en las iglesias de las diferentes denominaciones la cantidad de matrimonios que realizan mensualmente. Dando los siguientes resultados:

• Iglesia católica San Juan Bautista	8
• Iglesia Evangélica Dios de Pactos	4
• Iglesia Evangélica El Buen pastor	2
• Iglesia Evangélica Verbo	1
• Iglesia Evangélica Betel	2
• Iglesia Evangélica Ríos de agua viva	2
• Otras	6

- b. El resto se supone que no realizan ceremonia religiosa o bien están distribuidos en iglesia de menos influencia en Amatitlán)

⁵ Fuente: Registro Nacional De Personas (RENAP). (Este dato se registra en temporada baja, en los meses de marzo, abril y mayo. Los otros meses se detallan más adelante, donde se describe la estacionalidad del producto)

Ilustración 1 - Distribución de matrimonios mensuales por denominación AÑO 2,012



Fuente: Iglesias de diferentes denominaciones

Elaborado por: La autora

Estacionalidad del Producto

Temporada alta: los meses de temporada alta son noviembre, diciembre y enero. Registrándose un promedio de 48 bodas mensuales.

Temporada Normal: los meses de temporada normal son febrero, junio, julio, agosto, septiembre y octubre. Registrándose un promedio de 36 bodas mensuales.

Temporada Baja: los meses de temporada baja son marzo, abril y mayo. Registrándose un promedio de 25 bodas mensuales.

Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se obtuvo mediante la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= tamaño de la muestra

z² = Nivel de confianza (1.65² si la seguridad es del 90%)

p = probabilidad de ocurrencia (0.5)

q= probabilidad de no ocurrencia (0.5)

E= error de estimación (10%)

Para determinar el mercado objetivo se tomó en cuenta la distribución porcentual de la población total por sexo, según grupos quinquenales de edad año 2010 publicada por el INE.⁶

⁶ (INE, 2010)

República de Guatemala:
Distribución porcentual de la población total por sexo, según grupos quinquenales de edad
AÑO 2010

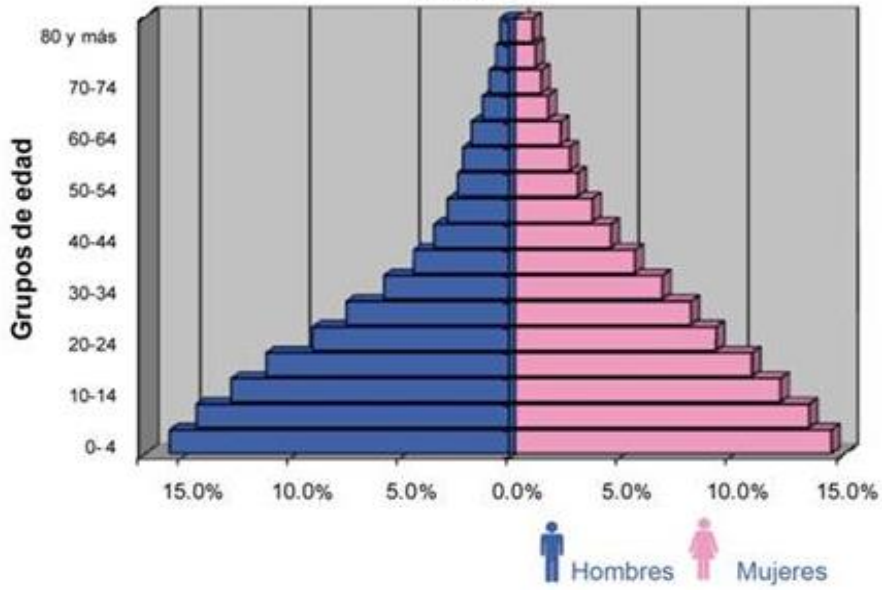


Tabla - Distribución de población por edad

Departament o y municipio	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Amatitlán	50,86 1	52,04 7	53,33 1	54,60 0	55,85 8	57,10 3	58,33 5	59,55 2	60,75 5	61,94 3	63,11 4	64,26 8	65,40 4

Edad	Porcentaje
10 a 14	14%
15 a 24	9 %
25 a 29	8%
30 a 34	6%
35 a 39	5%
40 a 44	4%
45 a 49	3.5%
50 a 54	3%
Total	52.5%

Fuente: elaboración propia

Tomando en cuenta que la población femenina para el año 2013 crecerá un 7% (resultado de dividir el total de la población femenina del año 2013/2010*100) por lo cual habrá que multiplicar los porcentajes de población por dicho factor (1.07072809)

Población para el año 2013 próximas a cumplir quince años sería:

$$57,103*(0.14* 1.07072809) = 8,560$$

Población para el año 2013 con posibilidades de contraer matrimonio sería:

$$57,103*(0.525* 1.07072809) = 32,099$$

Cálculo de la muestra

En este caso el tamaño del mercado objetivo es de 8,560 mujeres que están próximas a cumplir quince años.

El tamaño del mercado objetivo es de 32,099 mujeres con posibilidades de contraer matrimonio. Entonces:

Tamaño de muestra para Bodas.

$$n= \frac{(1.65)^2 (0.5)(0.5) (32,099)}{(32,099)0.01^2 + (1.65)^2 (0.5)(0.5)} = 68$$

Tamaño de muestra para quince años:

$$n = \frac{(1.65)^2 (0.5)(0.5) (8,560)}{(8,560)0.01^2 + (1.65)^2 (0.5)(0.5)} = 68$$

Por tal motivo se realizaron sesenta y ocho encuestas, de tal manera que se pueda constituir así parte del mercado objetivo y tamaño de la muestra, en este caso se utilizó el nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%.

Análisis de los resultados

Encuestas: para determinar la demanda de vestidos de Novia

PREGUNTA No.1

¿Actualmente se encuentra comprometida o tiene planes para casarse?

Esta pregunta se efectuó como filtro, para terminar de realizar la encuesta únicamente a aquellas personas que tengan planes de casarse y estén en disponibilidad de comprar un vestido de novia.



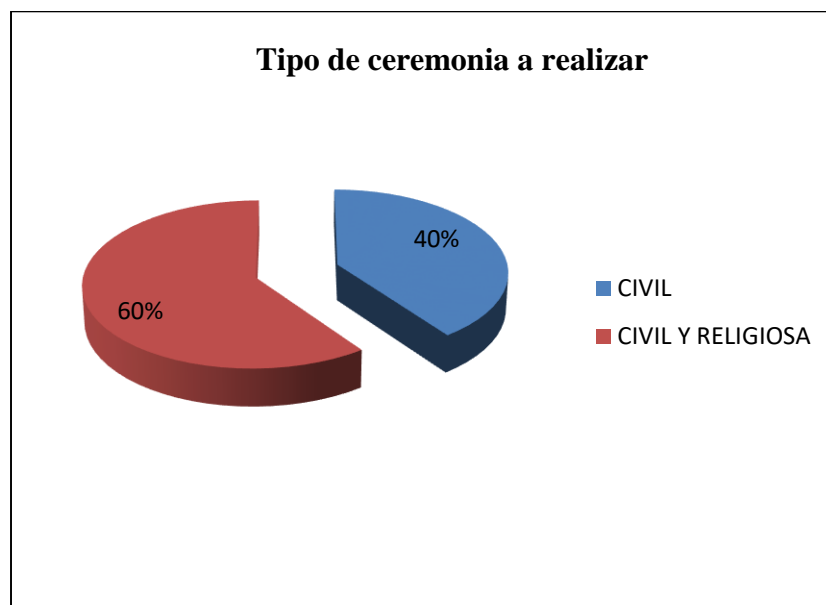
Fuente: La autora

En este caso como es una pregunta de filtro, se tomaron en cuenta sólo a aquellas personas que respondieron que si están comprometidas o tienen planes para casarse.

PREGUNTA No. 2

¿Su ceremonia se efectuará por la vía religiosa o únicamente por el civil?

Esta pregunta se hizo, para saber la cantidad de personas que comprarían vestidos de ceremonia religiosa o bien a aquellas que únicamente comprarían un vestido para la ceremonia del matrimonio civil.



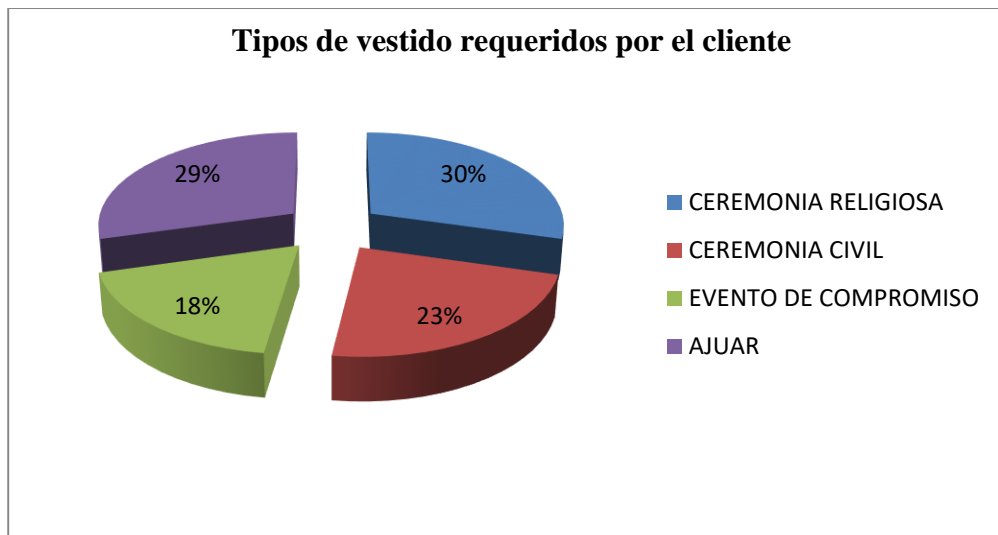
Fuente: La autora

De este gráfico podemos determinar que, el 60% de las mujeres tienen planeado casarse por la vía civil y religiosa, por tanto, se tiene la posibilidad de venderles dos vestidos (el de ceremonia civil y el de ceremonia religiosa), el otro 40% únicamente tienen planeado contraer matrimonio civil por lo que se tiene la posibilidad de venderle únicamente un vestido.

PREGUNTA No. 3

¿Al momento de elegir su atuendo, que tipos de vestidos requeriría?

Esta pregunta se efectuó con la finalidad de saber qué tipos de vestido requerirían las novias, si únicamente comprarían el de la ceremonia religiosa, el de la ceremonia civil, el de evento de compromiso y si adquirirán su ajuar de novia.



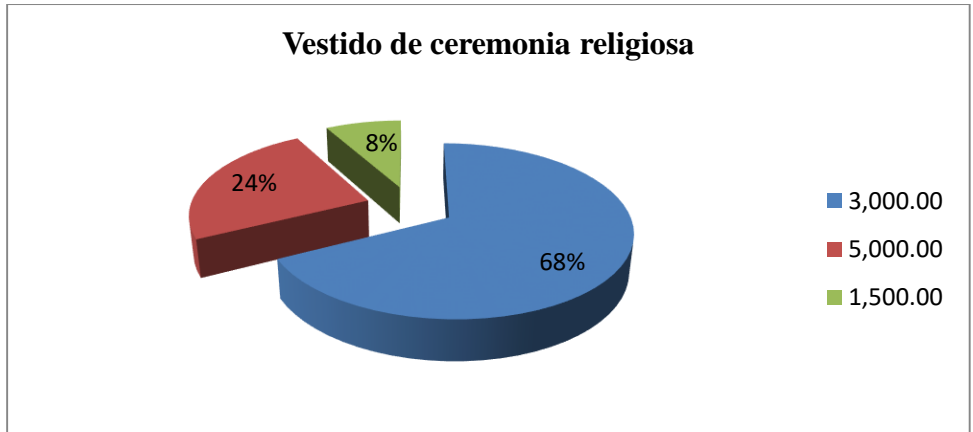
Fuente: La autora

Este gráfico muestra los porcentajes de productos que más adquieren las personas para casarse, siendo los productos con mayor demanda el vestido de ceremonia religiosa con un 30%, el ajuar de novia con un 29% y el vestido de ceremonia civil con un 23%.

PREGUNTA No. 4

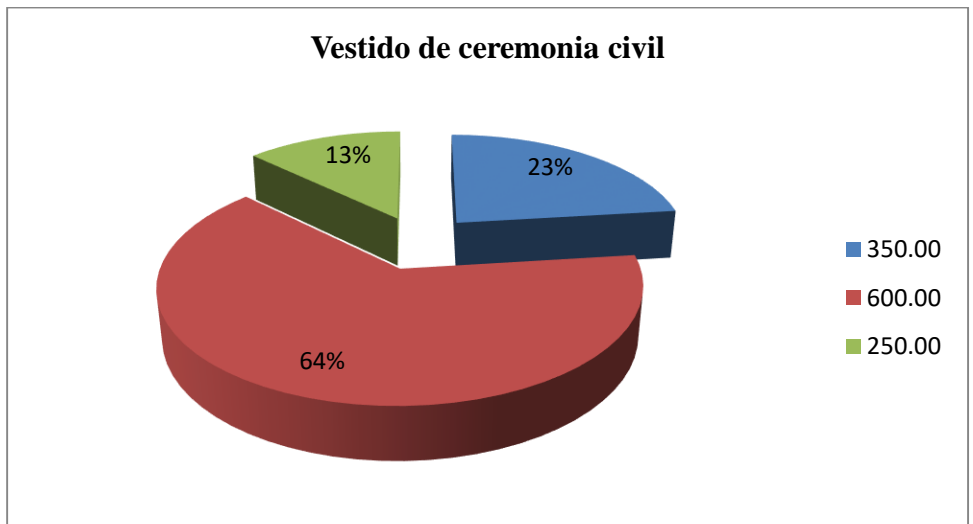
¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por cada uno de los vestidos?

Esta pregunta se realizó para poder determinar el precio que las personas están dispuestas a pagar por cada uno de los vestidos.



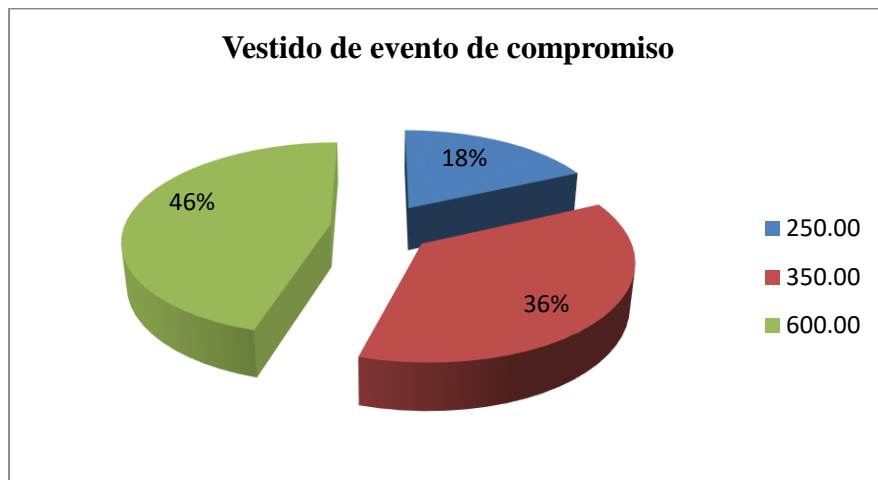
Fuente: La autora

En este gráfico se observa que el 68% de las personas encuestadas respondieron que estarían dispuestas a pagar Q.3,000.00 por un vestido de ceremonia religiosa, el 24% estarían dispuestas a pagar Q.5, 000.00 y el 8% estarían dispuestas a pagar 1,500.00. Esto nos da un índice que el precio más cotizado oscila entre Q.3, 000.00 y Q.5, 000.00.



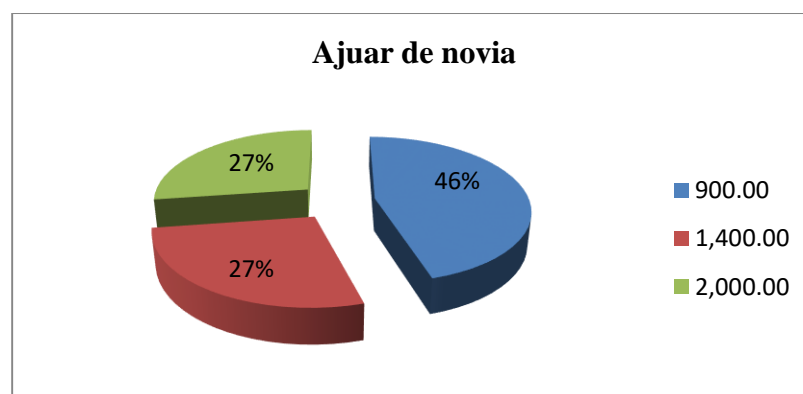
Fuente: La autora

Este gráfico muestra, que el 64% de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar Q, 600.00 por un vestido de ceremonia civil, el 23% están dispuestas a pagar Q.350.00 y el 13% están dispuestas a pagar Q.250.00. Esto nos da un índice que el precio más cotizado oscila entre los Q.600.00



Fuente: La autora

Este gráfico muestra que el 46% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar Q.600.00 por un vestido de evento de compromiso, un 36% están dispuestas a pagar Q.350.00 y un 18% están dispuestas a pagar Q.250.00. Esto nos da un índice que el precio más cotizado oscila entre los Q.600.00 Un ajuar de novia comprende: liga, medias, copas, azafate, arras, lazo, cojines y tiara.



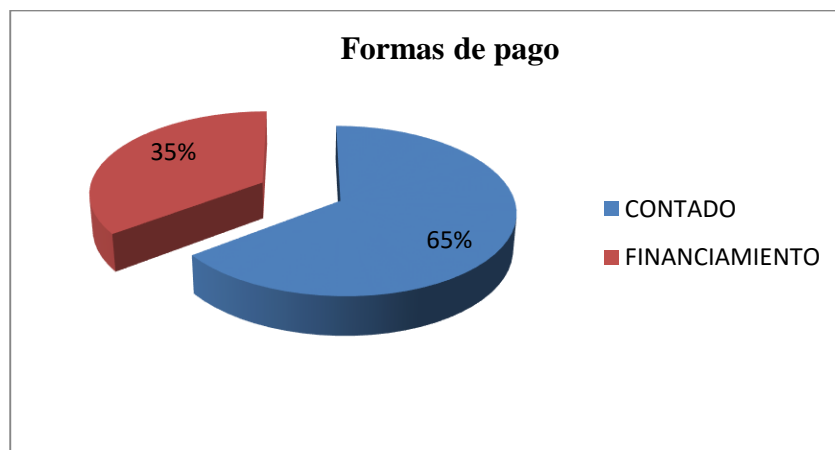
Fuente: La autora

Este gráfico muestra que el 46% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar por un ajuar de novia con un precio de Q.900.00, un 27% están dispuestas a pagar Q.1, 400.00 y el otro 27% están dispuestas a pagar Q.2, 000.00.

PREGUNTA No. 5

¿Al momento de realizar su compra, usted realizaría su pago de contado o adquiriría un plan de financiamiento de dos cuotas?

Esta pregunta se realizó para determinar las formas de pagos que los clientes están con mayor disponibilidad de adquirir. Se le dio dos opciones, las cuales se considera que podemos manejar en la empresa.



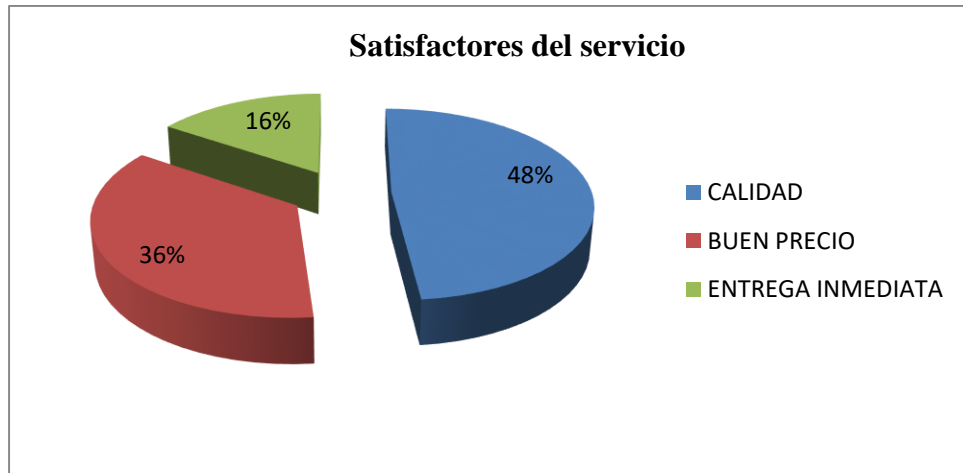
Fuente: La autora

Este gráfico muestra que el 65% de las encuestadas optarían por un plan de dos pagos y el 35% optarían por pago de contado.

PREGUNTA No.6

¿Qué tipo de satisfactores busca en el servicio?

Esta pregunta tiene el fin de determinar, que es lo que los clientes buscan en una tienda de vestidos de novia.

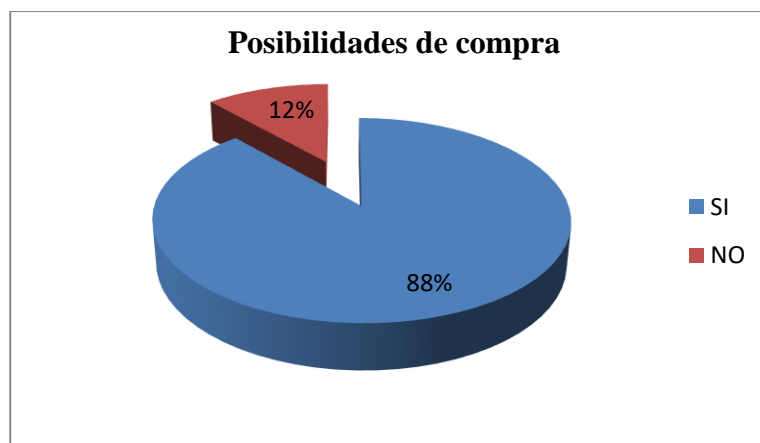


Fuente: La autora

Con esta gráfica se puede determinar, que los clientes le dan mayor prioridad a la calidad del producto, aún por encima del precio, por lo que esto indica que, al ofrecer materiales de buena calidad en la elaboración de los vestidos, se tendrá una mayor aceptación, sin dejar a un lado la importancia de ofrecer precios accesibles.

PREGUNTA No. 7

¿Al abrir una nueva tienda de vestidos de novia en Amatitlán, usted compraría allí su atuendo de ceremonia?



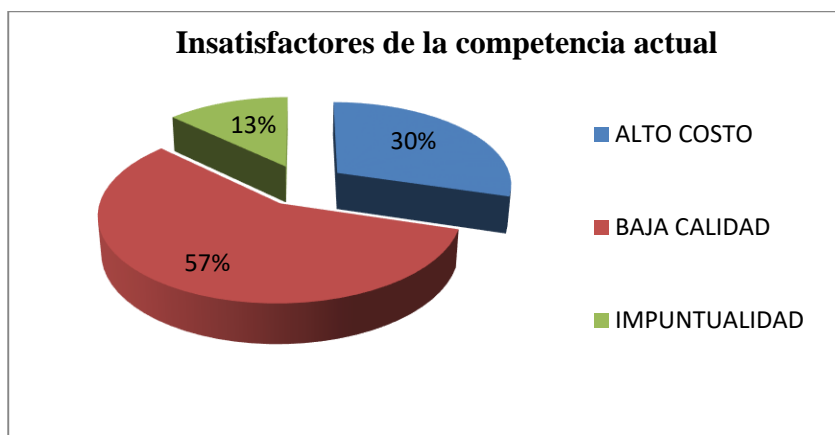
Fuente: La autora

Este gráfico indica que, si existe un buen porcentaje de personas que estarían dispuestas a comprar en Amatitlán sus vestidos de novia, el resto indica que No (12%).

PREGUNTA No. 8

¿Si le prestan este servicio actualmente, cuál sería la(s) razón (es) para cambiar dicho proveedor?

Esta pregunta se realizó con el fin de identificar, debilidades en la competencia y/o identificar necesidades insatisfechas en la clientela potencial.



Fuente: La autora

Este gráfico indica que la mayor demanda insatisfecha es la de la calidad, por lo que al igual que en la figura No.6 confirma se debe poner mucho énfasis en la calidad de los materiales a utilizar en la elaboración de los vestidos.

Encuestas para determinar la demanda de vestidos de quince años

PREGUNTA No. 1

¿Tiene Hija(s) que actualmente tengan entre 12 y 14 años de edad?

Esta pregunta es de filtro, para poder terminar de aplicar la encuesta únicamente a aquellas personas, que puedan pertenecer a nuestro mercado objetivo.



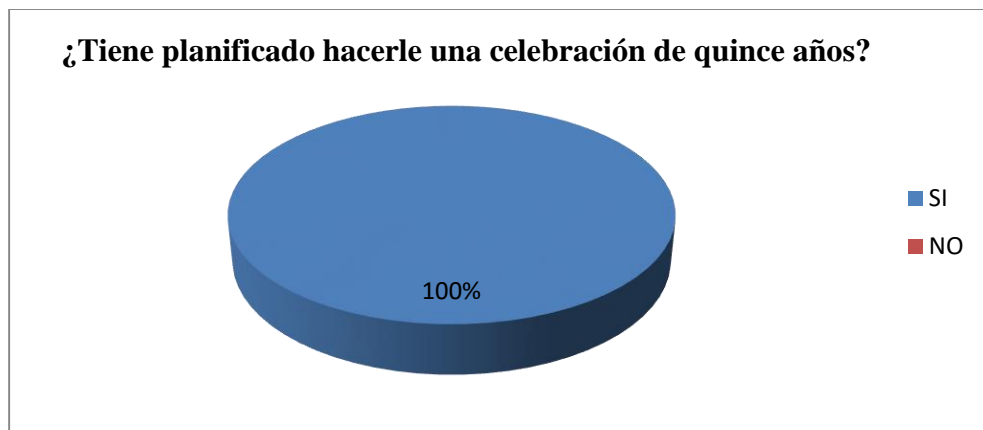
Fuente: La autora

Este gráfico muestra que se tomó en cuenta únicamente a aquellas personas que pueden pertenecer al mercado objetivo.

PREGUNTA No. 2

¿Tiene planificado hacerle una celebración de quince años?

Esta pregunta también se realizó como filtro, para tomar en cuenta a aquellas personas que, si están planificando hacer una celebración de quince años, ya que, a estas personas, se les puede ofrecer vestidos de quince años.

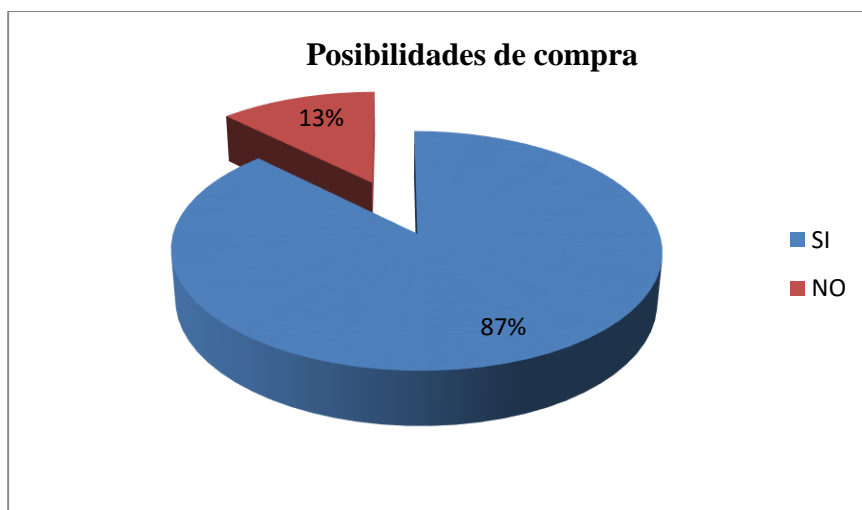


Fuente: La autora

Este gráfico al igual que el gráfico No. 1 muestra la población que se tomara en cuenta para ofrecer el servicio.

PREGUNTA No. 3

¿Al abrir una nueva tienda de vestidos de quince años en Amatitlán, usted compraría con allí el vestido de quince años de su hija?



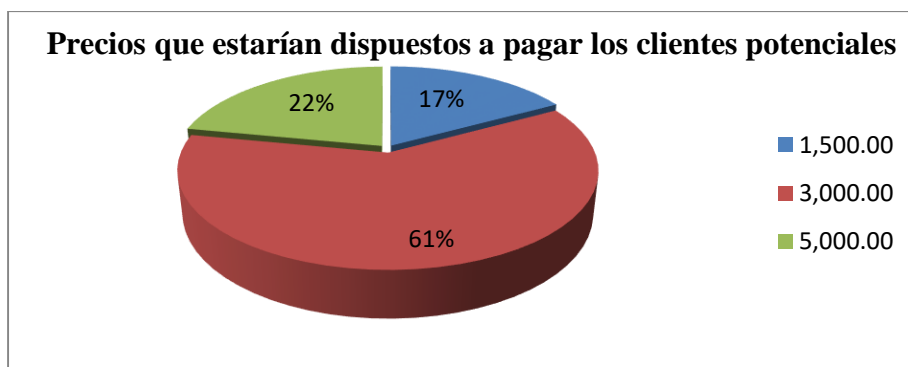
Fuente: La autora

Este gráfico muestra que el 87% de las personas si están interesados en comprar sus vestidos en una nueva tienda, el resto que respondió que No, aún tienen preferencia por la competencia.

PREGUNTA No. 4

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un vestido de quince años?

Esta pregunta se efectuó para determinar el precio promedio, que los clientes potenciales están dispuestos a pagar por un vestido y de esta manera determinar los precios que se les puede ofrecer.



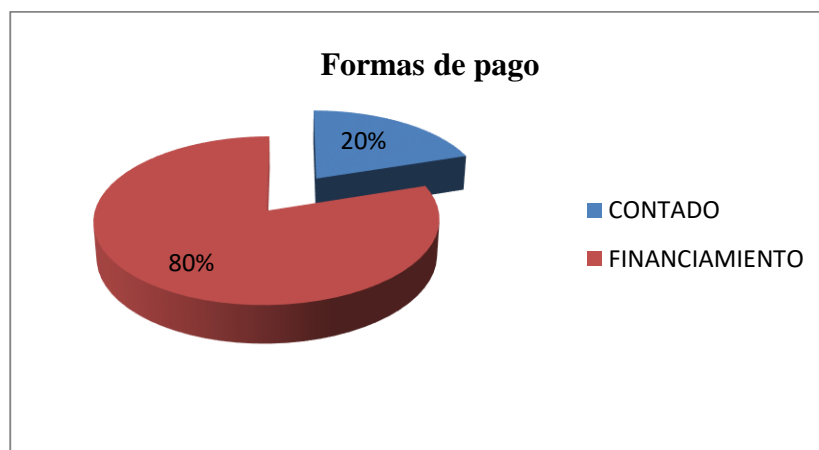
Fuente: La autora

Este gráfico muestra que el 61% de las personas encuestadas están dispuestos a pagar Q.3, 000.00 por un vestido de quince años, el 22% están dispuestos a pagar Q.5, 000.00 y el 17% están dispuestos a pagar Q.1, 500.00. Esto nos indica que el precio más cotizado se encuentra en el rango de Q.3, 000.00. A Q.5, 000.00

PREGUNTA No. 5

¿Al momento de realizar su compra que plan de pagos le sería más conveniente?

Esta pregunta se realizó para determinar las formas de pagos que los clientes están con mayor disponibilidad de adquirir. Se le dio dos opciones, las cuales se considera que se puede manejar en la empresa.



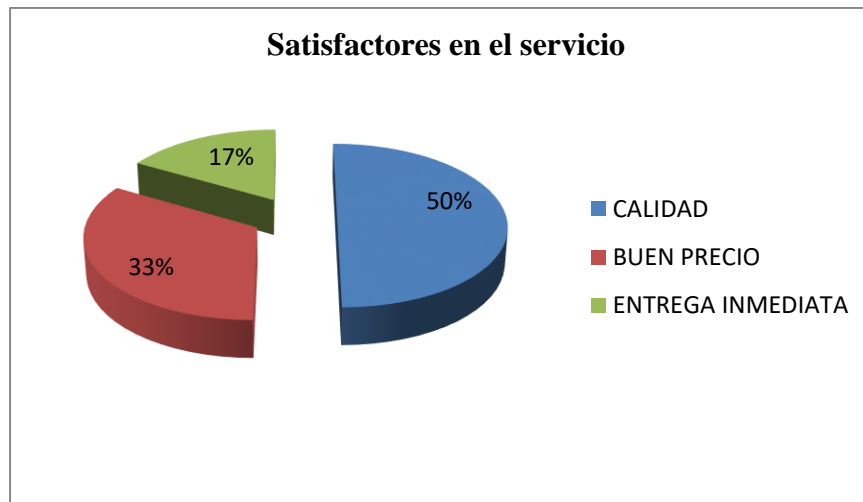
Fuente: La autora

Este gráfico muestra que el 80% de las encuestadas optarían por un plan de dos pagos y el 20% optarían por pago de contado.

PREGUNTA No. 6

¿Qué tipo de satisfactores busca en el servicio?

Esta pregunta tiene el fin de determinar, que es lo que los clientes buscan en una tienda de vestidos de novia.

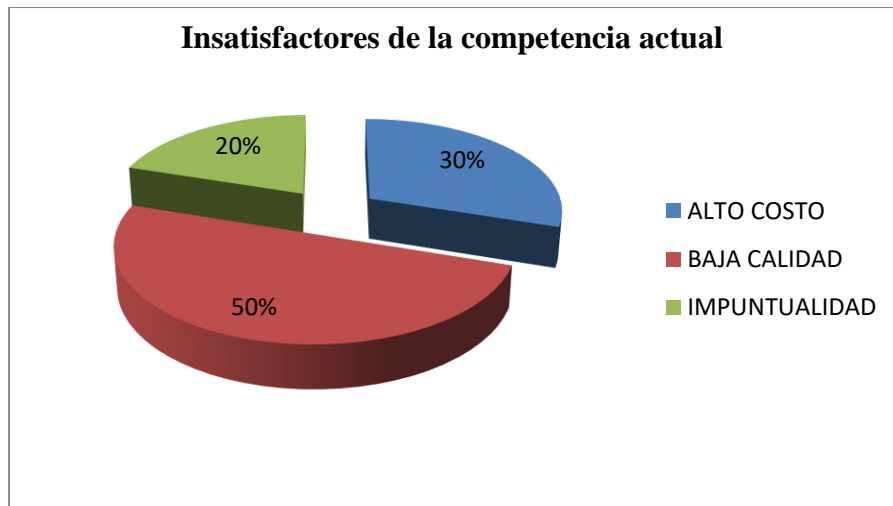


Fuente: La autora

Con esta gráfica se puede determinar, que los clientes le dan mayor prioridad a la calidad del producto, aún por encima del precio, por lo que esto indica que, al ofrecer materiales de buena calidad en la elaboración de los vestidos, se tendrá una mayor aceptación, sin dejar a un lado la importancia de ofrecer precios accesibles.

PREGUNTA No. 7

¿Si le prestan este servicio actualmente, cuál sería la(s) razón(es) para cambiar dicho proveedor?



Fuente: La autora

Este gráfico indica que la mayor demanda insatisfecha es la de la calidad, lo que confirma que se debe poner mucho énfasis en la calidad de los materiales a utilizar en la elaboración de los vestidos.

ANALISIS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO

Análisis de la oferta de plaza

Actualmente en el municipio de Amatitlán, únicamente existe una tienda donde se ofrecen vestidos de novia y de quince años.

Competencia Actual

Actualmente la principal empresa que es competencia directa, es “Novedades Gloria”

1. Oferta del producto

- a. Vestidos de novia
- b. Vestidos de quince años
- c. Vestidos de Damas
- d. Ajuar de novias y de quince años

2. Tiempo de entrega de los vestidos:

Quince días a un mes como mínimo después de la solicitud del vestido.

3. Oferta de Precio:

Los precios oscilan entre Q.2, 000.00 y Q.4, 000.00.

4. Formas de Pago:

- a. Contado
- b. Dos pagos del 50% cada uno

5. Oferta de promociones:

Actualmente no manejan ninguna promoción.

6. Tipo de publicidad que manejan:

No manejan ningún tipo de publicidad.

Número de Cotizaciones que manejan

Actualmente les cotizan 4 vestidos por semana, de los cuales sólo están en capacidad de elaborar dos.

Análisis de la demanda del producto

1. Demanda de productos:

- a. Vestidos de ceremonia religiosa
- b. Vestidos de Ceremonia Civil
- c. Vestido para evento de compromiso
- d. Ajuar de novia (complementos como: medias, ramo, arras, velo, copas, etc.)

2. Demanda de precio:

- a. **Vestido para ceremonia religiosa:** con base en los resultados de la pregunta No. 5, los precios más cotizados para un vestido de ceremonia religiosa oscilan en los Q.3, 000.00 con un resultado del 68%, Q.5, 000.00 con un resultado del 24% y Q.1, 500.00 con un resultado del 8%.
- b. **Vestido para ceremonia civil:** los resultados de la encuesta demuestran que los precios más cotizados para un vestido de ceremonia civil, oscilan en Q.600.00 con un resultado del 64%, Q.350.00 con un resultado del 23% y Q. 250.00 con un resultado del 13%.
- c. **Vestidos para eventos de compromiso:** los precios de los vestidos de compromiso más cotizados se establecen en Q.600.00 con un resultado del 46%, Q.350.00 con un resultado del 36% y 250.00 con un resultado del 18%.
- d. **Ajuar de novia:** los precios de los ajuares de novia que más cotizan por los clientes potenciales, están establecidos en Q.1, 400.00 con un resultado del 27%, Q.2, 000.00 con un resultado del 27% y Q.900.00 con un resultado del 46%.
- e. **Vestido de Quince años:** los precios de vestido de quince años más solicitados por los clientes potenciales se establecen en Q, 3000.00 con un resultado del 61%, Q. 5,000.00 con un resultado del 22% y Q. 1,500.00 con un resultado del 17%.

Plaza

El lugar donde se requieren dichos productos es en el municipio de Amatitlán, Guatemala. Los clientes se acercan a la sala de venta de los vestidos para elegir el diseño, el precio y la talla que se ajuste a su necesidad.

Promoción

Las promociones que los clientes potenciales solicitan, es el conjunto de vestidos (ceremonia religiosa, ceremonia civil, evento de compromiso) por un precio por debajo de los de la competencia. Los clientes que requieren plan de financiamiento, solicitan descuentos por pronto pago.

Comercialización del producto

1. Publicidad en las redes sociales:

Consiste en crear una página en las redes sociales (Facebook, Twitter), que permitirá promocionar la empresa y tener bien informados a los clientes y amigos de una manera fácil y gratuita.

2. Tarjetas personales de presentación:

Una forma de dirigirse a los clientes potenciales, es elaborando tarjetas de presentación, las cuales en diseños sencillos suelen ser muy económicas en cualquier imprenta.

3. Clasificados Gratis en internet:

Utilizar sitios de clasificado gratis en línea en la ciudad. Por este medio se puede llegar a todos aquellos clientes potenciales que buscan opciones en la web.⁷

4. Anuncios publicitarios en el publimovil local:

Esta estrategia consiste en dar a conocer los productos al público amatitlanéco, a través de anuncios de voz que se reproducen de manera auditiva en un publimovil, en las zonas de mayor población de la localidad.

⁷ (anuncio, 2010)

5. Intercambio de Promociones con Negocios Cercanos:

Esta estrategia consiste en proponer a negocios cercanos que se acepte publicidad de ellos en la empresa a cambio de que ellos acepten publicidad de la empresa en el suyo. Para ellos se elaborarán afiches para colocarlos en zapaterías, cibercafés, salones de belleza, joyerías, salones de eventos, etc.

6. Elaboración de una página Web:

Se elaborará una página web, donde se darán a conocer los productos, precios y promociones. Actualmente el manejo de una página web tiene un costo de 40 dólares anuales y en el primer pago se incluyen dos años de servicio. ⁸

⁸ (Guatemala, 2010)

ANALISIS DE PRECIOS

Los precios que actualmente, se manejan en el área de influencia investigada son los siguientes:

Detalle de precios pro tipo de vestido

Tipo de vestido	Precio
Vestido de Novia estilo sirena:	Q.3,200.00
Vestido de Novia estilo Corset:	Q. 4,000.00
Vestido de Novia Corte Imperio:	Q. 3,000.00
Vestido de tiempos:	Q. 3,100.00
Vestido de Novia Tradicional	Q, 3,700.00
Vestido de Novia Entallado.	Q. 2,500.00
Vestidos para Matrimonio Civil.	Q.700.00

Fuente: elaboración propia

Los estilos de vestidos para novias, son los mismos utilizados para quinceañeras, la única variación, es el color de la tela. Por tal motivo se manejan los mismos precios.

Matriz FODA:

	Fortalezas	Debilidades
<p style="text-align: center;">Factores Internos</p>	<p>Doce años de experiencia en la confección de ropa para dama.</p> <p>Dos años de experiencia en administrar una pequeña empresa de comercialización de carteras y maletines.</p> <p>52 cursos aprobados de la carrera de la licenciatura en administración de negocios.</p> <p>Capital disponible para invertir en una nueva empresa.</p>	<p>Inexperiencia en la comercialización de vestidos de novia y de quince años.</p>
<p style="text-align: center;">Factores Externos</p>		

Oportunidades	(Fo)	(Do)
<p>En Amatitlán se realizan al mes un promedio de veinticinco matrimonios en temporada baja y un promedio de 48 en temporada alta. De los cuales el 76% realizan una ceremonia religiosa.</p> <p>La competencia actual, está en la capacidad de cubrir un 37.5% de la demanda en temporada alta y un 20% en temporada baja únicamente.</p>	<p>Abrir una tienda de confección y venta de vestidos de novia en el municipio de Amatitlán.</p>	<p>Fortalecer el dominio de la comercialización de vestidos de novia y de quince años, a través de capacitaciones y cursos acerca del tema.</p>
Amenazas	(Fa)	(Da)
<p>Tasa de desempleo de la población actual de 3.52% y de subempleo en 2%.⁹</p> <p>Índice de delincuencia en el departamento de Guatemala, del 51% del total a nivel nacional¹⁰.</p>	<p>Establecer precios accesibles a los consumidores de vestidos de novia y de quince años.</p> <p>Utilizar materias primas de la mejor calidad disponible para la elaboración de los vestidos.</p>	<p>Alianza estratégica con una empresa de comercialización de vestidos de novia ya existente, para minimizar nuestras debilidades y contrarrestar nuestras amenazas.</p>

⁹ (Veintiuno, 2010)

¹⁰ (Gobernación, 2010)

Preferencia de compra de los consumidores, fuera del sector de influencia, debido a la percepción de la calidad	Instalar un sistema de alarma de seguridad en las instalaciones de la empresa.	
---	--	--

Fuente: Elaboración propia

IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Con base en los resultados obtenidos de la investigación del entorno competitivo en el sector de influencia, se determinó que existe un 68% de demanda insatisfecha en la comercialización de vestidos de novia y de quince años, por lo que es una buena oportunidad de negocio, que se puede aprovechar a través de la creación de una nueva empresa de comercialización de vestidos de novia y de quince años en el municipio de Amatitlán, Guatemala.

Propuesta de negocio

1. **Nombre de la Sociedad:** Diseños Daniisa.
2. **Actividad de la empresa:** Confección y venta de vestidos de novia, vestidos para damas de honor, matrimonio civil, evento de compromiso y vestidos de quince años. Ofreciendo servicio al cliente personalizado y garantizado.
3. **Fecha de Planificada de constitución:** 05 de enero de 2013
4. **Productos o Servicios a Comercializar:**
 - a. Vestidos de novia
 - b. Vestidos para ceremonia civil
 - c. Vestidos para evento de compromiso
 - d. Vestidos para quince años

ANTECEDENTES DEL PRODUCTO

Vestido de Novia

Las tradiciones dictan que el color de los vestidos de boda es blanco. Aunque el tono puede variar entre color crema, marfil, champagne.

El origen del vestido de novia proviene de los tiempos de Roma, en el cual las novias se casaban con la misma túnica blanca que usaban a diario, aunque usaban un velo color púrpura, adornado con una corona de flores. Luego, en la época de los lombardos, las novias se vestían con una túnica negra larga, con un manto rojo.

En la época de la edad media se ponían vestidos rojos, con decoraciones doradas, que representaban la realeza y el poder. En épocas del Renacimiento el color no era tan importante, como que este fuera bordado con piedras preciosas, perlas y diamantes. Alrededor de los años 1700 se usaban mucho los colores pastel.

La popularidad del blanco se remonta a 1840 año en que se produjo la boda de la reina Victoria a Alberto de Saxe-Coburg. La reina eligió un vestido de color blanco para el acontecimiento. La fotografía oficial de la 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 del luto) o el rojo. El vestido blanco vino a simbolizar la pureza del corazón y la inocencia de la niñez.

Vestido de quince años

La celebración de los quince años, es un ritual de iniciación social, inspirado en los bailes para debutantes de presentación en sociedad, de la festejada, y oficialmente le da el carácter de "mujer".

La quinceañera es ataviada con un vestido inspirado en aquellos utilizados en los bailes europeos, aunque muchos son reminiscencias del vestuario las princesas de las películas de Walt Disney, diosas griegas o damas de la corte de Luis XV, el común denominador es la fastuosidad y originalidad del vestuario, así como resaltar

la "cándida sexualidad" antes mencionada; el vestuario es completado, normalmente, con zapatillas (las más populares son de chaquira, las de plástico transparente, imitando cristal o de raso blanco o rosa), guantes en conjunto y un collar con una imagen religiosa, obsequio del padrino que representa su pureza. Las damas de honor llevan vestidos similares, aunque menos llamativos, y los chambelanes con traje formal.

DESCRIPCION DEL MODELO DE NEGOCIO

Visión

Ser una empresa líder en el diseño, confección y comercialización de vestidos de novia y quince años, brindar un servicio personalizado con diseños de la mejor calidad que garantice la satisfacción de nuestros clientes.

Misión

Ofrecer diseños de vestidos de novia y quince años, a precios accesibles en el menor tiempo posible, satisfaciendo las expectativas del cliente.

Objetivo

Adaptar los más bellos diseños de vestidos de novia y de quince años con un presupuesto accesible y de buena calidad, para que todas las novias y quinceañeras puedan encontrar el vestido perfecto sin tener que invertir mucho dinero.

Slogan

¡Más que un vestido, Un sueño hecho realidad!

Logotipo



RESEÑA DEL EQUIPO PROMOTOR DEL PROYECTO

El equipo promotor del proyecto, esta conformado por dos hermanas de origen guatemalteco, que residen actualmente en el municipio de Amatitlan, sus nombres son Daniela e Isabel Muralles. De allí nace el nombre de diseños Daniisa, que es la fusión de los nombres de Daniela e Isabel.

Diseños Daniisa, surge como una sociedad entre dos hermanas. Isabel tiene doce años de experiencia en la confección y diseño de prendas de vestir para dama. Daniela es egresada de la escuela normal para maestras de educación para el hogar, Marion G. Bock, con el título de Maestra de educación para el hogar con especialidad en artesanías y actual estudiante de la Licenciatura en administración de Negocios. Por lo que deciden formar una sociedad, donde se puedan poner en práctica sus conocimientos y de esta manera generar utilidades económicas.

ESTUDIO LEGAL

Tipo de la sociedad

El tipo de la sociedad a constituir es una Sociedad Anónima (S.A)¹¹, la cual tiene una duración indeterminada, iniciará sus operaciones en la fecha del pacto social y adquirirá personalidad jurídica desde su inscripción en el registro mercantil.

Objeto social

La sociedad tiene como objeto dedicarse a la confección y venta de vestidos de novia y de quince años, se entiende incluidos en el objeto social los actos relacionados con el mismo, que coadyuven a la realización de sus fines para cumplir dicho objeto podrán realizar todos aquellos actos y contratos que sean lícitos, sin restricción alguna.

Número de socios

Los socios de la empresa son, María Daniela Muralles Oliva y Norma Isabel Muralles Oliva.

Capital social

Para la constitución legal de una Sociedad anónima en Guatemala, se solicita un aporte de capital mínimo de Q.5, 000.00. El capital social de Diseños Daniisa estará constituido por la inversión inicial en capital propio de Q. 52,552.00, el cual será aportado por las dos socias con un porcentaje del 50% cada una.

¹¹ (SA)

Normativas gubernativas

Los requisitos para establecer una empresa en Guatemala, ya sea individual o en sociedad, están estipulados en La Constitución Política de la República, en el Código Civil y Código de Comercio.

Las principales obligaciones fiscales son: Impuesto Sobre la Renta (ISR), Impuesto al Valor Agregado (IVA), Ley del Impuesto a las Empresas Mercantiles y Agropecuarias e Impuesto Único Sobre Inmuebles.

Pasos para la constitución de una sociedad en Guatemala

- 1. Verificación de disponibilidad de nombre:**
 - a. Opcional: Solicitar Búsqueda de nombre.
 - b. Opcional: pagar arancel de búsqueda de nombre.
 - c. Opcional: Retirar resultado de búsqueda de nombre.

- 2. Apertura de cuenta bancaria:**
 - a. Obtener carta de solicitud de apertura.
 - b. Abrir cuenta bancaria.

- 3. Preparación de documentos en el registro mercantil:**
 - a. Solicitar escritura pública de constitución.
 - b. Retirar escritura pública de constitución.
 - c. Obtener formularios.
 - d. Obtener timbres fiscales.

- 4. Inscripción provisional en el registro mercantil:**
 - a. Pagar arancel de inscripción provisional.
 - b. Solicitar inscripción provisional de sociedad.
 - c. Retirar inscripción provisional de sociedad.

- 5. Publicación de edicto de inscripción provisional:**
 - a. Solicitar publicación del edicto.
 - b. Pagar arancel del edicto.
 - c. Retirar diario con el edicto publicado.

- 6. Inscripción del representante legal:**
 - a. Solicitar nombramiento del representante.
 - b. Retirar nombramiento del representante.
 - c. Autenticar firma de la solicitud de inscripción de representante legal.
 - d. Pagar arancel de representante legal.
 - e. Solicitar inscripción de representante legal.
 - f. Retirar inscripción de representante legal y RTU.

- 7. Obtención de patente de sociedad:**
 - a. Solicitar patente de sociedad e inscripción de empresa.
 - b. Retirar inscripción definitiva.

- 8. Obtención de patente de empresa:**
 - a. Autenticar firma en solicitud de inscripción de empresa.
 - b. Pagar registro de inscripción de empresa.
 - c. Solicitar patente de empresa.
 - d. Obtener patente de empresa.

- 9. Preparación de documentos para la SAT.**
 - a. Obtener formularios.

- 10. Inscripción en la SAT.**
 - a. Obtener asignación de ventanilla.
 - b. Obtener constancia de inscripción y carnet NIT.

- 11. Habilitación de libros contables y corporativos SAT.**
 - a. Obtener asignación de ventanilla.
 - b. Solicitar habilitación de libros SAT.
 - c. Pagar habilitación de libros SAT.
 - d. Retirar habilitación de libros SAT.

- 12. Habilitación de libros contables y corporativos Registro Mercantil.**
 - a. Pagar habilitación de libros contables RMG.
 - b. Obtener calcomanías.

- 13. Autorización e impresión de facturas. Tramite BANCASAT.**
 - a. Obtener código de imprenta.
 - b. Solicitar acreditación de imprenta en BANCASAT.
 - c. Obtener facturas.

Costos adjuntos al proceso

Costo aproximado del procedimiento **GTQ 1,913.87** (más honorarios del abogado).

Monto	Concepto
Q 525.62	Por la publicación del edicto
Q 275.00	Honorarios del Registro Mercantil
Q 250.00	En timbres fiscales, del testimonio de la escritura pública de constitución
Q 250.00	Por la impresión de 1,000 facturas en original y copia
Q 200.00	Para la patente de sociedad: 2 timbres fiscales de 100Q
Q 100.00	En timbre fiscal para el acta de nombramiento
Q 100.00	Por la inscripción de una empresa mercantil
Q 75.00	Por la inscripción del representante legal
Q 104.00	Para la patente de empresa: 2 timbres fiscales de 25Q
Q 15.00	Por elaboración del edicto
Q 10.00	En timbre notarial
Q 6.00	Por millar del capital autorizado (hasta un máximo de Q.25,000)
Q 1.75	Por compra del diario
Q 1.00	Por cada copia
Q 0.50	Por hoja (en timbres fiscales)
Q 1,913.87	Total

Resumen de costos. Elaboración Propia

Al dato anterior se debe sumar los honorarios del abogado, que oscilan entre Q.5,000.000

La duración total estimada por la sumatoria de los tiempos invertidos:

	Min.	Max.
Duración total:	24 días	30 días
de la cual:		
Espera en fila:	2h. 25mn	6h. 50mn
Tiempo de atención:	3h. 15mn	6h. 45mn
Entre pasos:	24 días	29 días

Tiempos invertidos. Elaboración propia

Registro en la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT

Para registrar una empresa en Guatemala. Se debe presentar en cualquier Oficina o Agencia Tributaria del país y presentar la siguiente documentación:

1. Formulario SAT-15¹² con los datos que se le piden:

- a.** Original del documento de identificación (Cédula de Vecindad, DPI o Pasaporte, en caso de ser extranjero).
- b.** Original y fotocopia simple de la última factura por servicios recibidos de energía eléctrica, agua potable o teléfono (línea fija), para comprobar el domicilio fiscal indicado en el formulario SAT-15.
- c.** Original y fotocopia simple de la última factura por servicios recibidos de energía eléctrica, Agua potable o teléfono (línea fija), para comprobar la dirección comercial indicada en el Formulario SAT-15.

2. Habilitación o Autorización de libros SAT ¹³

- a.** Los comerciantes con activo total mayor de Q25, 000.00 deben llevar los libros siguientes:
 - Inventario
 - Diario
 - Mayor
 - Estados financieros
- b.** Cuando su activo total sea menor a Q25, 000.00 está obligado a llevar los libros siguientes:
 - Inventario

¹² Formulario adjunto en el anexo de este documento.

¹³ (SAT, 2010)

- Caja
3. Los libros deben mantenerse en el domicilio fiscal del contribuyente.
 4. La habilitación se lleva a cabo en la Superintendencia de Administración Tributaria - SAT -, siguiendo el procedimiento siguiente:
 - a. Llenar el formulario SAT-0052¹⁴. Adjuntar original o fotocopia legalizada y fotocopia simple de cédula de vecindad del propietario o Representante legal. Adjuntar original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del pasaporte del propietario o Representante Legal, en caso de ser extranjero.
 - b. Presentar lo anterior en la ventanilla correspondiente de la Agencia de la Superintendencia de Administración Tributaria SAT más cercana, donde se le entregará el Recibo de Ingresos Cobranza SAT-No.0811 con el monto a ser cancelado en las cajas de BANRURAL. El valor corresponde a Q0.50 por hoja habilitada.
 - c. Hacer efectivo el pago en cualquier agencia de BANRURAL para su presentación posterior en las ventanillas de la SAT.
 - d. La SAT hace entrega de los stickers que deberá adherir a los libros habilitados.

Acreditación de imprentas en el registro fiscal de imprentas

Llenar el formulario SAT 0162¹⁵ (Acreditación de Imprentas en el Registro Fiscal de Imprentas), para acreditar la nueva o nuevas imprentas o también si quieren desacreditar imprentas autorizadas lo pueden hacer con dicho formulario, junto con el formulario tienen que entregar una copia de su documento de identificación personal, al terminar el trámite la SAT les entregara una resolución la cual llevarán a la imprenta para que esta les imprima las facturas que necesiten.

¹⁴ Formulario adjunto en el anexo de este documento.

¹⁵ Formulario adjunto en el anexo de este documento.

Normativa Municipal

Presentar una solicitud para autorización y funcionamiento de establecimientos públicos y privados abiertos al público del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala. Se debe presentar el formulario¹⁶ para dicha solicitud, adjuntando los siguientes requisitos:

1. Fotocopia de cédula o DPI.
2. Fotocopia de Carné de NIT actualizado.
3. Fotocopia de Boleto de Ornato.
4. Solvencia municipal (extendida depto. De cobros)
5. Patente de comercio.
6. Nombramiento de representación legal.
7. Constancia de propiedad del local y/o contrato de arrendamiento.
8. Certificado de habitabilidad del inmueble extendida por el centro de salud (cuando aplique).

Régimen Fiscal a Adoptar¹⁷

El régimen fiscal a adoptar es contribuyente normal el cual, son personas individuales o jurídicas cuyo monto de venta de bienes o prestación de servicios excede de **Q150, 000.00** en un año calendario.

¹⁶ Formulario adjunto en el anexo de este documento.

¹⁷ En Guatemala, un contribuyente normal tiene dos opciones para pagar su ISR; la primera es el 5% sobre utilidad bruta y la otra el 31% de utilidad neta. Si las utilidades antes de los impuestos son menores del 16% de la utilidad bruta se utiliza el 31%, en caso contrario se utiliza el 5%.

Régimen Optativo del 31% sobre utilidades

1. Obligaciones de este régimen:¹⁸

- a.** Llevar la contabilidad completa en libros habilitados por la SAT de conformidad con lo impuesto en el artículo 46 de la ley del ISR.
- b.** Realizar pagos trimestrales a los que se refiere el artículo 61 de la ley del ISR, dentro del plazo de los primeros diez días hábiles, siguientes a la finalización del trimestre que corresponda.
- c.** Presentar declaración jurada anual a que se refiere el artículo 54, adjuntando estados financieros auditados, dentro de los primeros tres meses del año calendario siguiente.
- d.** Consignar en facturas la frase “Sujeto a pagos trimestrales”

Condiciones laborales de contratación de personal

Para el reclutamiento de personal, se utilizarán fuentes externas.

La formalización de la relación laboral, se realizará por medio de un contrato por servicios profesionales.¹⁹

Las jornadas de trabajo se establecerán de la siguiente manera: Jornada diurna de lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm y sábados de 8:00 am a 1:00 pm.

La hora de trabajo se pagará a un costo de Q.12.75 para los operarios y Q.15.30 para la modista.

¹⁸ Fuente: portal.sat.gob.gt/ impuesto sobre la renta, Régimen optativo.

¹⁹ Formato de contrato en el anexo de este documento.

Registro de patentes y marcas

1. Patentes:

El derecho a obtener la patente sobre la invención corresponde al inventor. Si la invención se hubiere realizado por dos o más personas conjuntamente, el derecho a patentarla les pertenecerá en común.

2. Solicitud de patente:

El solicitante de una patente podrá ser una persona individual o jurídica. La solicitud de patente de invención deberá presentarse al Registro de la Propiedad Intelectual y deberá contener:

- a. Los datos generales del solicitante o de su representante legal, acreditando dicha representación;
- b. Lugar de constitución, cuando fuese una persona jurídica; y
- c. El nombre de la invención y del inventor y su dirección.
- d. El solicitante de una patente podrá invocar la prioridad basada en una solicitud de registro anterior, presentada en regla en algún Estado que sea parte de un tratado o convenio al cual Guatemala estuviere vinculada. Tal prioridad deberá invocarse por escrito, indicando la fecha y el país de la presentación de la primera solicitud.
- e. La patente de invención tendrá vigencia por un plazo de veinte años, contado desde la fecha de presentación de la respectiva solicitud de patente.
- f. La patente de modelo de utilidad, serán patentables cuando sean susceptibles de aplicación industrial y tenga novedad.
- g. Se considerarán modelos de utilidad los utensilios, objetos, aparatos, instrumentos, herramientas y dispositivos, así como las partes de los mismos, que, como resultado de una modificación en su disposición, configuración, estructura o forma, presenten una función diferente respecto de las partes que lo integran o ventajas en cuanto a su utilidad.

- h.** La patente de modelo de utilidad tendrá vigencia por un plazo de diez años, contado a partir de la fecha de presentación de la respectiva solicitud de patente.

Inscripción en el registro mercantil

El Registro Mercantil examina los documentos para verificar el cumplimiento de los requerimientos legales y que no sean contrarios a las leyes guatemaltecas. Si los documentos están en orden, el Registro publica un aviso en el Diario Oficial y en otro periódico un mes después. De no haber oposición alguna, el Registro requiere la inscripción al Ministerio de Gobernación, el cual procede a extender la autorización oficial para que la entidad pueda operar en Guatemala. La documentación es devuelta al Registro, el que verificará que el capital asignado a la empresa sea pagado al contado o por abonos.

Procedimiento para inscribirse como comerciante individual y empresa

- 1.** Llenar formulario que es proporcionado en el Registro Mercantil²⁰, después de esto se entrega en el Registro Mercantil con los documentos siguientes:
 - a.** Adjuntar Balance o Certificación de Capital en Giro.
 - b.** Si es extranjero o ingresado con posterioridad al 1º. De enero de 1936; copia de autorización del Ministerio de Economía u otra dependencia del Ejecutivo para ejercer el comercio.
 - c.** Si es representante legal, adjuntar fotocopia legalizada del documento donde conste su representación.

²⁰Formulario adjunto en el anexo de este documento.

2. Libro de quejas

A efecto de garantizar el derecho de reclamo de los consumidores y usuarios, todo proveedor deberá poner a disposición de los mismos en un lugar visible, un libro de quejas o cualquier medio autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, el cual deberá ser de acceso irrestricto al público, el que debe contener como mínimo los espacios en los que se indique el nombre del consumidor o usuario afectado, el tipo de reclamo y la fecha en que quedó solucionado el mismo. Cuando el proveedor tenga agencias o sucursales deberá contar con un libro de quejas en cada una de ellas.



a. Procedimiento para la adquisición del Libro de Quejas:

En cumplimiento al artículo 17 de la Ley de Protección al consumidor y usuario, DECRETO 006-2003, se establece el siguiente procedimiento:

- Comprar el Libro de Quejas den los centros de distribución autorizados que tiene un costo de Q.50.00. (Acuerdo Gubernativo 31-2005)
- Llenar el formulario adjunto en la parte final del libro.

3. Requisitos:

a. Si es Sociedad Mercantil

- Formulario de Autorización (Inserto en el Libro de Quejas)
- Adjuntar Fotocopias simples legibles de:
- Patente de Empresa
- Patente de Sociedad
- Cedula de Vecindad del Representante Legal
- Nombramiento del Representante Legal
- Constancia de Inscripción del Nit, de la Sociedad, R.T.U.
- Si tiene sucursales o agencias adjuntar las fotocopias de las respectivas Patentes de Empresa, es un libro por cada sucursal o agencia.

4. Registro de una marca o signo distintivo en Guatemala:

- a.** Antes que nada, se debe elegir la marca que desea para sus productos o servicios. Elaborar con un diseñador gráfico, una compañía de publicidad, o por cuenta propia el signo distintivo de la marca. Es decir, la figura, los colores, el tipo de letra, la marca en sí, y procurar tener claro el mensaje que transmitirá su marca a través de dichos símbolos distintivos. Por ejemplo, una marca de una cafetería no debe proyectar el mismo mensaje que una marca de camisas.
- b.** Adquirir en las oficinas del Registro de la Propiedad Intelectual, un formulario de solicitud de búsqueda retrospectiva del distintivo (Q.5.00)²¹, completarlo con la información requerida, efectuar el pago respectivo en Caja (denominativos Q.100.00; gráficos Q.200.00; y mixtos Q.200.00).
- c.** Presentar el formulario y recibo de cancelación de la tasa en recepción, solicitando la búsqueda requerida.
- d.** Adquirir formulario solicitud de registro inicial de distintivo (Q.5.00), completarlo con la información requerida, anexando los documentos pertinentes, adhiriendo los ejemplares del signo

²¹ Formulario adjunto en el anexo de este documento.

solicitado en el formulario y las copias, firma del solicitante, firma y sello del Abogado Auxiliante, colocando el timbre forense respectivo.

- e. Efectuar el pago de Q.110.00 por presentación de la solicitud, adjuntar copia del recibo correspondiente al expediente.

5. Adjuntar a la solicitud los siguientes documentos:

- a. Si es persona individual, fotocopia legalizada de documento de identificación;
- b. Si se tratare de persona jurídica, fotocopia legalizada del documento que acredite la representación.
- c. Si se tratare de persona individual o jurídica extranjera no domiciliada en Guatemala, deberá acompañar copia legalizada del mandato con cláusula especial otorgado a un abogado guatemalteco colegiado activo.
- d. Original o fotocopia legalizada del recibo que acredite el pago de la tasa de Q.110.00 por ingreso de la solicitud.
- e. Cuatro reproducciones de la marca si fuera mixta o figurativa.
- f. Si fuera figura tridimensional, las reproducciones deberán consistir en una vista única o varias vistas diferentes, bidimensionales.
- g. De toda solicitud y documentos que se presenten deberán adjuntarse una copia para efectos de reposición.
- h. Ingresar la solicitud en la recepción, donde efectúa un examen de los documentos adjuntos previo a la solicitud, quienes al aceptarlo sellan de recibido la solicitud y las copias. Presentada la solicitud, el Registro anotará la fecha y hora de su presentación, asignará un número de expediente y entregará al solicitante un recibo de la solicitud y de los documentos presentados. Se tendrá como fecha de presentación de la solicitud la fecha de su recepción por el Registro, siempre que, al tiempo de recibirse, la misma hubiera contenido al menos los siguientes requisitos:

- Que contenga información que permita identificar al solicitante o su representante e indique dirección para recibir notificaciones en el país;
 - Que indique la marca cuyo registro se solicita o, tratándose de marcas denominativas con grafía, forma o color especiales, o de marcas figurativas, mixtas o tridimensionales con o sin color, se acompaña una reproducción de la marca;
 - Que indique los nombres de los productos o servicios para los cuales se usa o se usará la marca; y que acompañe el comprobante de pago de la tasa establecida.
- i. El expediente es trasladado a la Sección de forma y Fondo para su examen, si la solicitud cumple con todos los requisitos, se emite resolución declarando con lugar la solicitud y se extiende el edicto correspondiente, por el cual se deben cancelar Q.50.00.
 - j. El solicitante, debe efectuar 3 publicaciones del edicto, en el término de quince días en el Diario Oficial, debiendo presentar los ejemplares originales al registro dentro del mes siguiente a la fecha de la última publicación. El edicto deberá contener: El nombre y domicilio del solicitante; El nombre del representante del solicitante, cuando lo hubiere; La fecha de presentación de la solicitud; El número de la solicitud o expediente; La marca tal como se hubiere solicitado; La clase a que corresponden los productos o servicios que distinguirá la marca; y La fecha y firma del Registrador o el funcionario del Registro que éste designe para el efecto.
 - k. Si no presentan oposición a la inscripción, el solicitante requiere se emita la orden de pago de Q.90.00 para que se efectúe la anotación que corresponde y presentarla al Registro para que se inscriba el signo distintivo solicitado.

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

La evaluación de impacto ambiental es un procedimiento de advertencia temprana que permite asegurarse de que las variables ambientales potencialmente afectadas por una determinada actividad humana se reconozcan en las etapas más tempranas de su planificación y se protejan a través de decisiones pertinentes, permitiendo así compatibilizar la protección ambiental y el desarrollo de la comuna.²²

La revisión de la Aplicabilidad de la Evaluación del Impacto Ambiental para proyectos pequeños se debe enfocar hacia los siguientes aspectos:

Análisis rápido de sus potenciales impactos ambientales. Este paso tiene como objetivo identificar si el proyecto en cuestión puede beneficiarse de un análisis detallado de la Evaluación de Impacto Ambiental mediante la aplicación de Cuestionarios de Descripción y Caracterización Ambiental del Proyecto, o si el proyecto no presenta impactos ambientales potenciales, por lo que la aplicación de estas herramientas no conlleva a la prevención y mitigación de los impactos sobre el medio ambiente local y al uso racional de la Evaluación del Impacto Ambiental a nivel local.

Uso de la Matriz de Verificación de Impactos Ambientales, en base a preguntas claves y específicas sobre acciones del proyecto en cuestión.

Al igual que las otras herramientas diseñadas para la Evaluación del Impacto Ambiental de proyectos pequeños, esta Matriz ha sido ordenada en base a variables ambientales tales:

1. Calidad Ambiental (agua, aire, ruido, vibraciones, residuos sólidos)
2. Flora Y Fauna

²² (CEH.CL, 2010)

3. Valores Ambientales Especiales
4. Costumbres y Estilos de Vida.

Matriz de verificación de impactos ambientales

Matriz de verificación

1.	Sobre la Calidad Ambiental (agua, aire, ruido, vibraciones, residuos sólidos)		
1.1.	¿El proyecto genera descargas líquidas, sólidas o gaseosas, en cuerpos o cursos de agua, superficiales o subterráneos?	Sí:	No: X
1.2.	¿El proyecto emite sustancias líquidas, gaseosas o combinaciones, que se consideren inflamables, tóxicas, corrosivas o inertes (polvo) al aire?	Sí:	No: X
1.3.	¿El proyecto produce ruidos y/o vibración?	Sí:	No: X
1.4.	¿El proyecto maneja y/o genera residuos sólidos, domésticos o industriales?	Sí:	No: X
1.5.	¿El proyecto vierte sustancias líquidas o sólidas directamente al suelo?	Sí:	No: X
2.	Sobre la Flora y Fauna		
2.1.	¿El proyecto se emplaza sobre un área de hábitat de especies de flora y fauna consideradas vulnerables, raras, insuficientemente conocidas o en peligro de extinción?	Sí:	No: X

2.2.	¿El proyecto se emplaza sobre un área de hábitat de especies de flora y fauna consideradas especiales por la población local?	Sí:	No:
2.3.	El proyecto introduce especies exóticas de flora y fauna, que no forman parte del hábitat presente, generando alteraciones en el ecosistema local?	Sí:	No:
3.	Sobre los Valores Ambientales Especiales		
3.1.	¿El proyecto altera el valor recreacional y paisajístico del área?	Sí:	No:
3.2.	¿El proyecto afecta, modifica o deteriora físicamente algún monumento histórico, monumento público, monumento arqueológico, zona típica o santuario de la naturaleza?	Sí:	No:

3.3.	¿El proyecto se emplaza o extrae materiales de una zona con lugares, vestigios o piezas con valor arqueológico?	Sí:	No:
4.	Sobre las Costumbres y Estilos de Vida de la Población		
4.1.	¿El proyecto obstruye en forma permanente o temporal el acceso a recursos que sirven de base para alguna actividad económica o de subsistencia de las comunidades locales?	Sí:	No:
4.2.	¿El proyecto efectúa transformaciones físicas o de conducta que alteran las actividades sociales o culturales (ruptura de redes o alianzas sociales) del grupo o comunidad humana local?	Sí:	No:

Fuente: elaboración propia

Conclusión del estudio de Impacto Ambiental

En base al resultado de la evaluación de la Matriz de verificación de impactos ambientales, debido a que a cada uno de los cuestionamientos fueron respondidos en forma negativa, se concluye que no existe impacto ambiental, al momento de poner en marcha el proyecto.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICA

Análisis del Producto

1. **El público objetivo:** el segmento del mercado al que va dirigido el producto son mujeres, entre las edades de quince años en adelante.
2. **Beneficios que aporta:** este producto satisface la necesidad de adquirir un vestido de novia o de quince años, de buena calidad a un precio accesible, además de brindar un servicio de adquisición inmediata, puesto que se ofrece venta de vestidos prediseñados que se ajustan a las medidas de la clientela.
3. **Tipo de Producto:** el tipo de producto que se ofrecerá, es de consumo fina.
4. **Nivel de precios:** este será un producto con un costo que se mantendrá en la media del sector competitivo, (entre Q.2,500.00 y Q4, 500.00) por lo que se puede ofrecer variedad de precios de los vestidos, dependiendo de la preferencia y disponibilidad de pago de la clientela.
5. **Forma de utilización o consumo:** el producto a comercializar lo utilizan las jóvenes quinceañeras en las fiestas de quince años y las novias en las ceremonias de matrimonio civil y religioso.
6. **Integración del producto.** Los vestidos de novia y de quince años, es la línea de producto central de la empresa. Los vestidos se confeccionarán con telas de buena calidad, la mano de obra a utilizar está calificada para brindar un producto confiable, con acabados especiales que garantizan la satisfacción del cliente.
7. **Materiales:** Tejidos que no dejan de usarse. Para vestidos de novia y de quince años ciertos tejidos y telas son verdaderos clásicos entre los que puedes elegir: la seda, el tul, la organza y el raso, shantung, guipure, tafetán, encaje, crepé, chiffon, entre otras.
 - a. **Telas para el verano:** Telas de fibras naturales como el algodón.

- b. **Telas de Invierno:** Terciopelo, entre las telas estrella para vestidos de novia en invierno.
- c. **Telas para acentuar la figura:** telas suaves y poco pesadas que se ajusten al cuerpo.
- d. **Telas para moldar la figura:** Telas más duras y por supuesto pesadas.

Cualidades de las principales telas para novia

1. **Tafeta:** muy usado para vestidos de novia. Con acabado brillante o mate.
2. **Terciopelo:** telas a puro lujo y suavidad, es la apropiada para vestidos de novia en bodas de invierno.
3. **Satén Nupcial:** es brillante y resiste fácilmente a las arrugas. A la cabeza entre las telas más populares para vestidos de boda.
4. **Shantung de Seda:** generalmente en color natural, crema claro o marfil. Importante conseguir la mejor calidad de esta tela para evitar arrugas.
5. **Satén Italiano.** brillante y de mayor peso.
6. **Satén de Seda.** Es más cara, pero de alta calidad. Casi entre las telas perfecta para cualquier vestido de novia.
7. **Organza.** similar a telas como el Chifón, aunque menos suave.
8. **Organza Brillante.** Telas a todo brillo y belleza.
9. **Charmeuse.** De peso medio, reversible. Es también conocida como Satén de Fondo Crepé.
10. **Chifón.** Tela apropiada para velos y para recubrir el vestido de novia.

Accesorios

Los escotes en “V” dan un toque distintivo y atractivo. Con este tipo de diseño pueden utilizarse accesorios cortos y largos, delgados o anchos, brillantes, etc., siempre combinando con el estilo del vestido que se lleva. Si el escote es ovalado o redondo, los accesorios deberán ser medianos o cortos, pero siempre delgados. Finalmente, si el vestido de novia tiene un cuello tipo halter, alto o de cisne, definitivamente no se debe llevar accesorios en el cuello, se puede optar solo por unos lindos aretes y algún hermoso detalle en el cabello.

Maquinaria necesaria

La maquinaria necesaria para la confección de vestidos de novia y de quince años son máquina de coser plana industrial, máquina overlock industrial y tijeras para cortar tela.

Productos²³

Los siguientes productos serán los que se confeccionen en “Diseños Daniisa”.

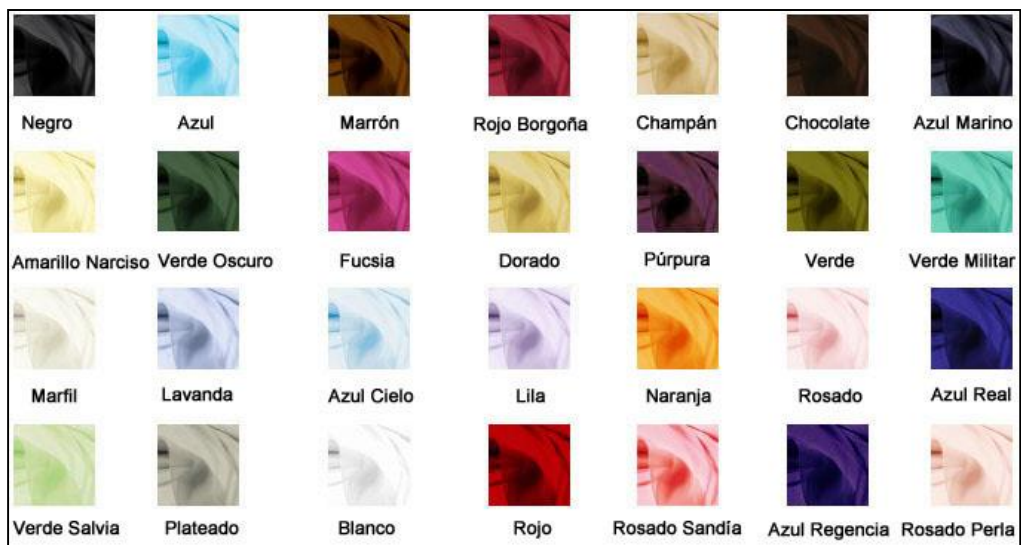
1. **Vestido estilo sirena:** Con precio de Q.2,600.00
2. **Vestido estilo corset con falta campana:** Con precio de 3,500.00
3. **Vestido estilo corte imperio:** Con precio de Q.2,600.00
4. **Vestido estilo princesa con pedrería:** Con precio de Q.4,500.00
5. **Vestido estilo de tiempos:** Con precio de Q.2,600.00
6. **Vestido estilo tradicional:** Con precio de Q.3,600.00
7. **Vestido estilo entallado:** Con precio de Q.2,500.00
8. **Vestido para ceremonia civil:** Con precio de Q.375.00

²³ Anexos: productos a confeccionar

Tipos de Telas, Características y Colores Disponibles

1. **Chiffon:** de textura muy suave y hecho de seda, algodón o terciopelo. Ideal para vestidos de novia con faldas lánguidas o en capas. Este tipo de telas son muy comunes en los vestidos de novia y de quince años.

a. Detalle de colores de telas a utilizar



Fuente: elaboración propia

2. **Tafetán:** tela fina ligeramente armada, este tipo de telas la encuentras en acabados mates y brillantes. Estas telas son muy comunes a la hora de confeccionar un vestido de novia y de quince años.

a. Detalle de colores de telas a utilizar



Fuente: elaboración propia

3. **Satén o raso:** este tejido 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.

a. Detalle de colores de telas a utilizar



Fuente: elaboración propia

4. **Satén sedoso:** saten con muchissima fluidez, muy suave tacto seda, caída muy ligero, aspecto sedoso.

a. Detalle de colores de telas a utilizar



Fuente: elaboración propia

5. **Organza:** entramado de hilos de seda muy finos, de delicada textura y casi transparente, es ideal para bordarles figuras, algunas tienen calado, esta tela se utiliza para el talle y mangas.

a. Detalle de colores de telas a utilizar



Fuente: elaboración propia

6. Satén/Charmeuse elástico

a. Detalle de colores de telas a utilizar



Fuente: elaboración propia

Tamaño del Proyecto

1. **El tamaño del proyecto y la demanda:** La empresa tiene una capacidad para elaborar un total de quince vestidos de novia y/o quince años y quince vestidos de ceremonia civil mensualmente.
2. **El tamaño del proyecto y los suministros:** El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto, por lo que a continuación se muestra un listado de proveedores de materias primas e insumos:

a. Telas:

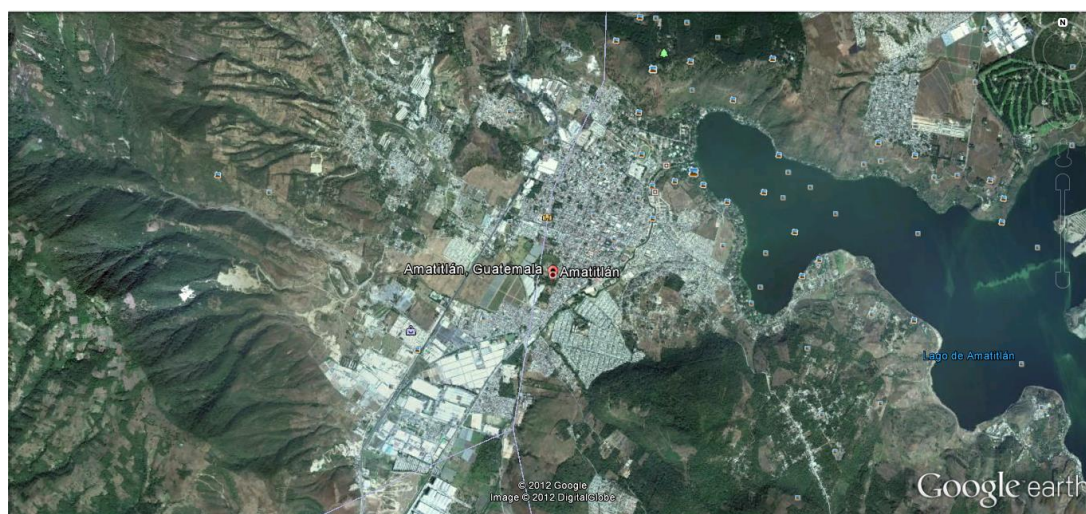
- Distribuidora el Alba, 8 calle 9-38 zona 1, Guatemala Tel. 2230-3926
- Modatelas, 11 calle 5-17 Zona 1, Guatemala, Tel. 2232-2318
- El Mundo de las Telas, 5 Av. 12-82 Zona 1, Guatemala, Tels. 2253-3723 2232-5325

- Almacén Neva, 8 calle Zona 1, Guatemala, Tel. 2232-1659
2238-3061
- b. Hilo, elástico, Zippers, Etiqueta:**
- Almacén Jonathan, 20 calle Local “A” 1-07 Zona 1 Guatemala, Cel. 5809-0019. Dichos proveedores hacen entrega a domicilio a partir de la quinta compra de materiales.
- 3. El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos:** Los proveedores de la tecnología a utilizar en la empresa son los siguientes:
- 4. Máquinas de coser industriales:**
- a.** Almacén Tamys, 5 av. 13-01 Zona 1, Guatemala. Tel. 2251-6490 2230-5744.
- b.** La Casa de las Máquinas, 5 av. 13-26 Zona 1, Guatemala, Tel. 2251-0747

Localización de la empresa

- 1. Macro-localización:** La empresa Diseños Daniisa, estará ubicada dentro del departamento de Guatemala y en particular en el municipio de Amatitlán, como se muestra en el siguiente mapa:

Localización confecciones Daniisa



Fuente: Google earth.com

Aspectos Geográficos:²⁴

El municipio de Amatitlán tiene una topografía irregular, quebrada en un 65%; con pequeños valles, el mayor de los cuales es ocupado por la cabecera municipal. Las alturas van desde 1,150 hasta 2,565 msnm.

Según la clasificación taxonómica de suelos de Simmons (1959), los suelos de la cuenca y el Lago Amatitlán corresponden a las categorías taxonómicas III, V y VII, de vocación forestal.

La mayor parte del municipio es montañoso, solo la ciudad y el caserío El Rincón ocupan terreno plano, los demás poblados quedan sobre estribaciones montañosas. De las catorce aldeas, doce quedan en el margen oriental del Lago de Amatitlán y únicamente dos sobre el margen occidental: Las Trojes y Agua de las Minas.

Sierra: Monterrico; Montañas: Limón, Santa María, El Filón, La Cerra, La Mujer dormida, Mal Paso, Silla de los Órganos; Cerros: El Morlón, Cardona, La Mariposa, El Limón, Corado, La Pipa, Palencia y Hoja de Queso.

Clima: El municipio de Amatitlán se localiza en la zona de bosque subtropical templado húmedo (Holdridge), que varía según las estaciones de invierno y verano, e influye en la dirección e intensidad de las corrientes eólicas. Los vientos predominantes en el día son Nor-Noreste, y en las madrugadas el viento Sur. Su clima es seco en los meses de verano y húmedo en los meses de invierno, con temperaturas promedio de 26 a 30 grados centígrados.

²⁴ Fuente: [es.wikipedia.org/wiki/Amatitlán_\(Guatemala\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Amatitlán_(Guatemala))

La época más lluviosa es en los meses de junio a Septiembre; la precipitación pluvial se establece dentro del rango de 650 a 1500 mm al año.

Población por Grupos de Edad

La estructura etaria del municipio presenta las características de estar compuesta en un alto porcentaje por población joven, y la distribución es dada por grupos comprendidos dentro del rango de 1 a 19 años que representa la base de la pirámide con el 42.80%.

El rango de la población entre 20 a los 49 años de edad, representan el 43.05% considerándose como la población adulta en edad de trabajar y el 14.15% corresponde a la población entre el rango de los 50 a los 80 años de edad, grupo de la tercera edad.

Al realizar la comparación de los tres indicadores anteriores, se interpreta que el mayor porcentaje de la población se encuentra concentrada en los primeros dos grupos, reflejando en equilibrio entre la población comprendida entre un año y los 19 y el otro grupo entre los 20 y los 49 años. El primero grupo corresponde a la edad estudiantil y el segundo a la edad productiva.

Concentración y densidad poblacional

La concentración y densidad poblacional, al realizar el análisis con base a los datos del censo de población y vivienda del año 2002, proyecta el crecimiento de la población del municipio de Amatlán para el año 2010 en 105,737 habitantes y se estima una extensión territorial de 204 kilómetros con una densidad de 518 habitantes por kilómetro cuadrado, de los cuales las tres cuartas partes de su población están ubicados en áreas urbanas, generando concentración característica de este tipo de este asentamiento.

Población según área
Amatitlán, Guatemala

ÁREA	Personas	Porcentaje
Rural	21,946	26.5%
Urbana	60,924	73.5%

FUENTE: INE, 2002

Microlocalización

Para la instalación de la empresa **Diseños Daniisa**, en la cual se venderán vestidos de novia y de quince años en el municipio de Amatitlán, se dispone de un local de 60 metro cuadrados, (6 metros de ancho por 10 metros de largo), que se encuentra ubicado en la 5ta. Avenida y 5ta. Calle del centro de Amatitlán, edificio empresarial Guzmán Mejicanos. La localización del local se puede apreciar en la siguiente toma aérea.

Vista aérea de la microlocalización donde se ubicará el proyecto.



. Fuente: Google eart.com

Vista de Frente del local donde se ubicará el proyecto



Fotografía: Propia

Factores que condicionan la mejor ubicación del proyecto

Como se señaló en el estudio de Microlocalización, se dispone de un local en la 5ta, avenida y 5ta. Calle del municipio de Amatitlán, cuya zona de influencia está caracterizada por los siguientes aspectos:

1. El entorno donde se encuentra localizado el local, cuenta con infraestructura y servicios públicos necesarios como los son servicios de agua entubada, electricidad, pavimentación, drenaje, teléfono, correo, transporte terrestre, bancos, iglesias, centro de salud, colegios y escuelas, parque, viviendas, entre otros.
2. Por otra parte, uno de los aspectos que podría causar un impacto favorable al proyecto, se refiere a que el lugar donde se sitúa el local se encuentra en una zona donde existe mucha transitabilidad alrededor del mismo, ya que se ubica en una de las avenidas principales de la zona, al ser una arteria vial importante que conduce a otras colonias cercanas y a la ciudad capital. Además, en esta zona se encuentran ubicados otras empresas y negocios de bienes y servicios varios.

De tal modo que estos factores condicionan la mejor ubicación del proyecto, al encontrarse en una zona comercial ampliamente concurrida, lo que permitirá que un mayor número de personas se percate de la existencia de la empresa y facilitara la captación de demandantes de este tipo de servicio.

Por lo tanto, el local cumple con las especificaciones legales y de mercado necesarias para su instalación, al no existir impedimento por las autoridades municipales que de una u otra forma prohíban el uso comercial que se dará al mismo.

Distribución y diseño de las instalaciones

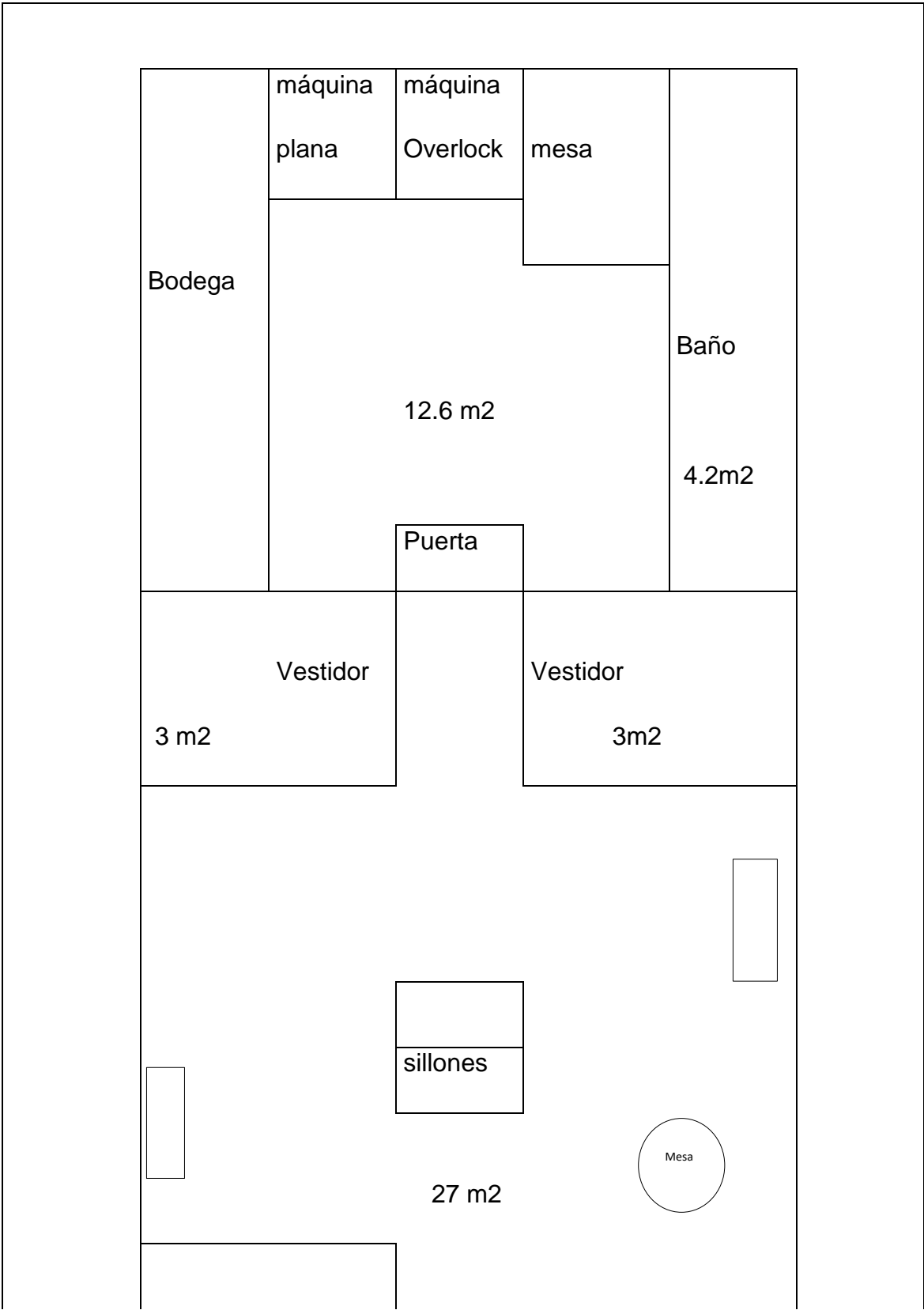
Dada la magnitud del local disponible para la instalación de la empresa. A continuación, se proponen las dimensiones de cada una de sus áreas, que en conjunto permitan la operación más económica y eficiente para aprovechar de la mejor manera posible los espacios y recursos que se disponen.

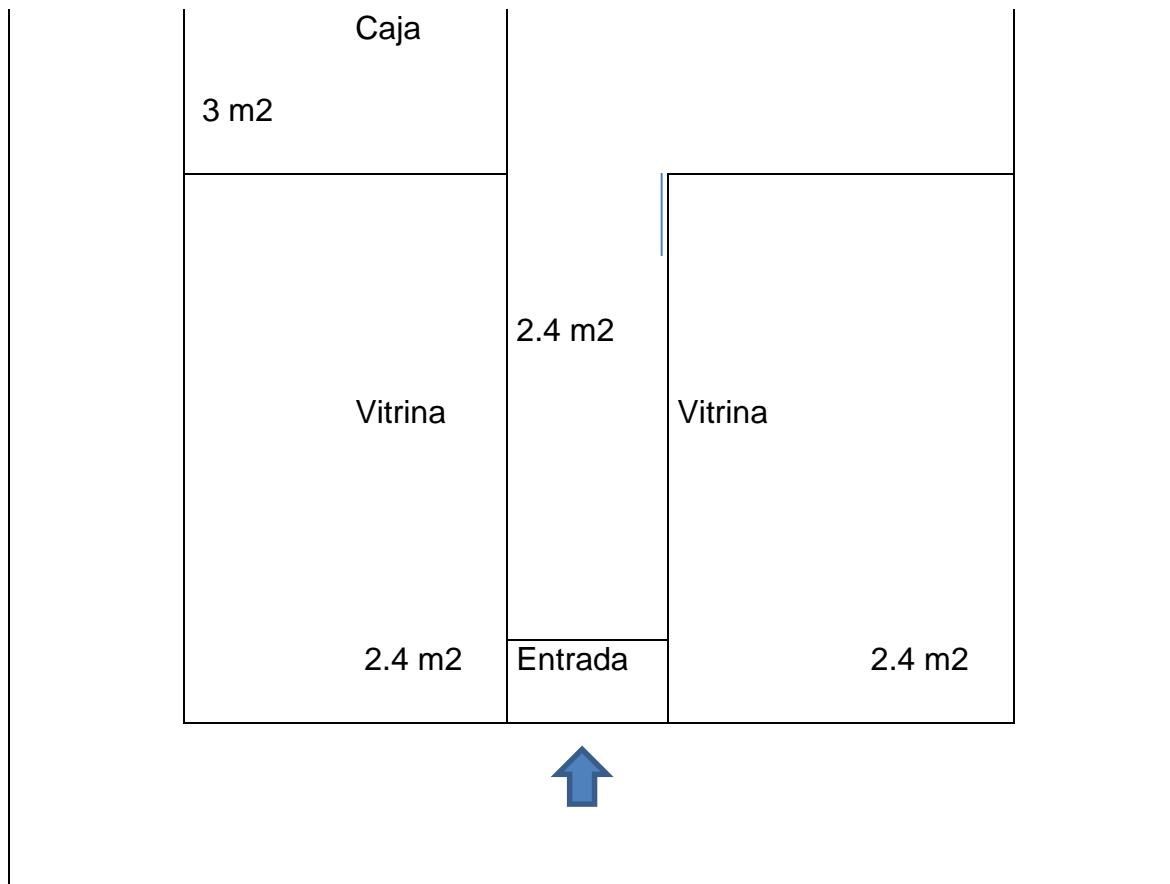
Distribución de las instalaciones de la sala de ventas
(Unidad de medida en metro cuadrado)

No.	ÁREAS	MEDIDAS
1	Vitrinas	4.8 m ²
2	Caja	3 m ²
3	Vestidores	6 m ²
4	Recepción	27 m ²
5	Baño	4.2 m ²
6	Área de empleados	12.6 m ²
7	Entrada	2.4 m ²

Fuente: Elaboración propia en base a la capacidad máxima del local.

Plano de la distribución de las instalaciones de la Sala de Ventas





Fuente: Elaboración propia

En las instalaciones descritas anteriormente, sólo se consideran la sala de ventas y un espacio de máquinas, únicamente para arreglos en el momento del tallarse el vestido.

Adicional al local descrito con anterioridad, se cuenta con una planta de producción, ubicada en un cuarto de la vivienda de las propietarias de la empresa.

La dimensión de la planta de producción es de 12 metros cuadrados (3 metros de ancho por cuatro de largo). El cual se encuentra situado en la 5ta. Avenida 1-29 colonia lomas del capitán Amatlán. (A 10 minutos de la sala de ventas).

A continuación, se proponen las dimensiones de cada una de sus áreas:

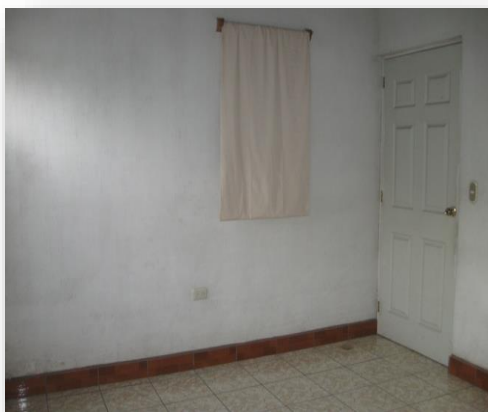
Distribución de las instalaciones de la planta de producción

(Unidad de medida en metro cuadrado)

No.	ÁREAS	MEDIDAS
1	Área de confección	1.84 m ²
2	Área de Corte	2.97 m ²
3	Sercheros	1.56 m ²
4	microondas	0.61 m ²
5	Mesa para comedor	0.79 m ²
6	Pasillos y espacios libres	4.23 m ²

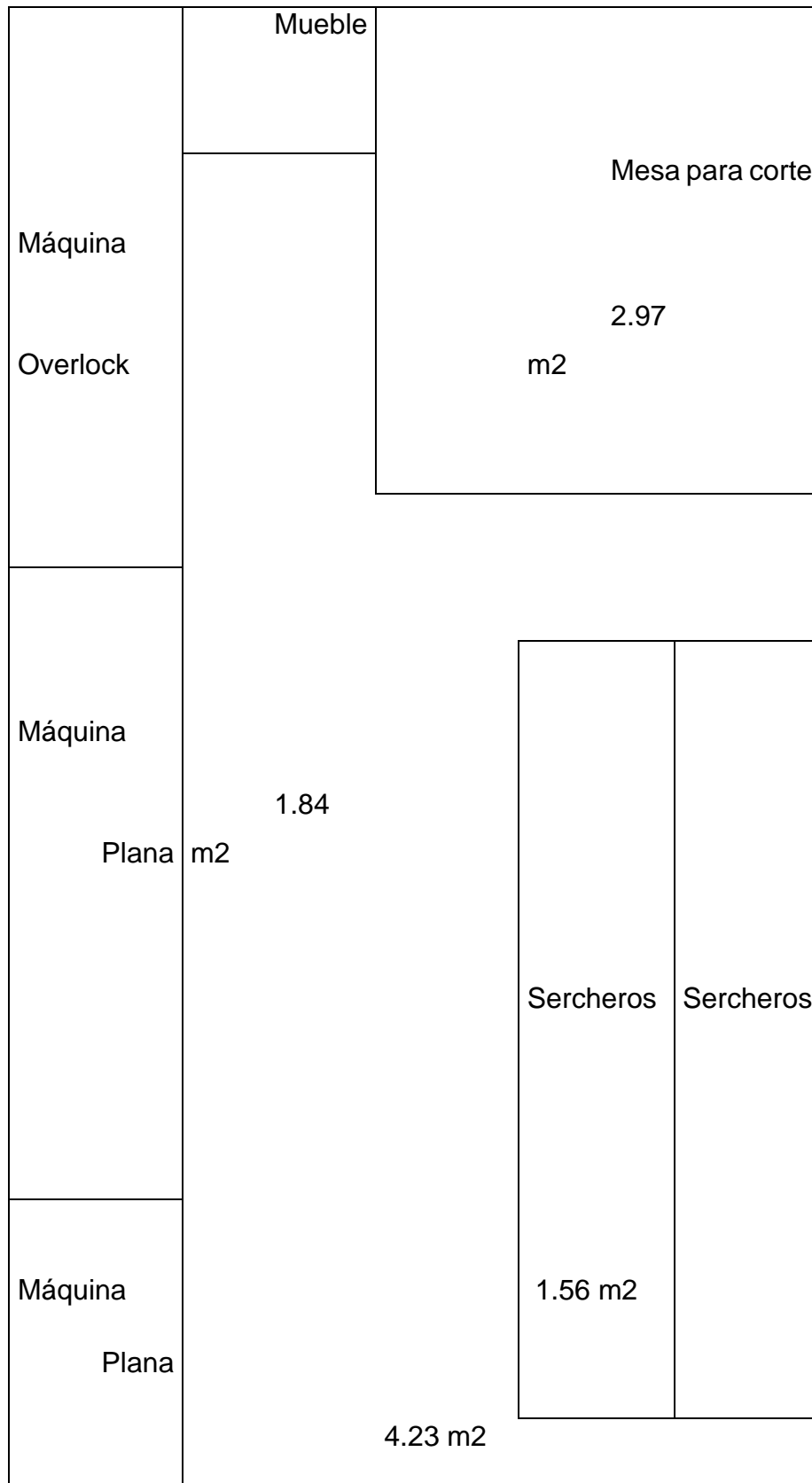
Fuente: Elaboración propia en base a la capacidad máxima del local.

Vista Interior de donde se ubicará la planta de producción



Fuente: fotografías propias

Plano de la distribución de las instalaciones de la planta de producción



	Microondas	0.79 m ²	
	0.61 m ²	Mesa Comedor	Puerta

Fuente: elaboración propia

Especificaciones generales de las áreas de la sala de ventas y de la planta de producción

1. Sala de ventas:

La dimensión del local es de 6 metros de ancho por 10 metros de largo, cuya área total es de 60 metros cuadrados. Por lo tanto, el establecimiento contará con las siguientes instalaciones:

- a. La entrada del local, tiene un espacio de 2 x 1.2 metros.
- b. Las vitrinas se localizan en la parte frontal de la entrada, con medidas de 2 por 1.20 metros cuya área total por vitrina es de 2.4 metros cuadrados. Son dos vitrinas con estas medidas.
- c. El área de caja se encuentra situada al lado de una de las vitrinas, con un espacio de 2 x 1.5 metros, que en total suman 3 metros cuadrados.
- d. Se contarán con dos vestidores, con medidas de 1.5 x 2 metros, que en total suman 6 metros cuadrados.
- e. En el área de recepción, se creará un ambiente como el de una sala de una casa, que estará situada en el centro del local. La cual tendrá una dimensión total de 27 metros cuadrados. En dicho espacio se colocarán cuatro sillones pequeños y una mesa redonda, para atender a nuestros clientes.
- f. Al fondo del local se cuenta con un baño, con medidas de 1.5 x 2.8 metros, el cual suma una dimensión de 4.2 metros cuadrados.

- g.** Al fondo del local y a un costado del baño, se tendrá un área de empleados, la cual estará dividida por tabla yeso, que tendrá medidas de 2.8 x 4.5 metros, que en total hacen una dimensión de 12.6 metros cuadrados. En dicha área se situará una máquina industrial plana y una máquina industrial overlock, una mesa con un microondas para las dos personas que atenderán la sala de ventas, y un serchero para colocar producto terminado, próximo a ser entregado.

2. Planta de producción:

La dimensión del cuarto para la planta de producción es de 3 metros de ancho por 4 de largo, haciendo un total de 12 metros cuadrados. Por lo que estará distribuida de la siguiente manera:

- a.** El área de confección que estará constituida por dos máquinas planas industriales y una máquina Overlock ubicadas en la parte izquierda de la planta, las cuales ocuparan un espacio de 0.52 x 3.54 metros, los cuales suman una dimensión de 1.84 metros cuadrados.
- b.** El área de corte estará conformada por una mesa con medidas de 1.80 x 0.94 metros, se estimará también un área de espacio alrededor de la mesa, para que la modista pueda desplazarse y realizar su trabajo con comodidad. El total del área a utilizar para este espacio es de 2.97 metros cuadrados.
- c.** Se colocarán dos sercheros, para colocar producto en proceso y producto terminado. El espacio a utilizar por los sercheros es de 1.56 x 1 metro, el cual suma una dimensión de 1.56 metros cuadrados.
- d.** Se contará con una mesa para comedor y a un costado un microondas para uso de la modista y los operarios. La dimensión que suma el espacio de la mesa y el microondas es de 1.4 metros cuadrados.
- e.** Los pasillos y espacios libres, para desplazamiento de los empleados suman un total de 4.23 metros cuadrados.

3. Tecnología a adoptar:

a. Máquina de coser plana industrial marca “Juki”:

Características Principales:

Marca: Juki. Modelo: DDL-8300N.

Tipo: Industrial. Motor: 3/4 hp.

Cabezal: Color blanco.

No. Agujas: 1.

Energía: 220 voltios.

Potencia: 600watts.

Fabricación: japonesa.

La velocidad de coser: 5,500 rpm.

El largo de la puntada es de 5 mm. Elevación del prénsatelas: 13 mm. Cose todo tipo de tela liviana y pesada.

Nueva, viene en caja.

Posee certificación Iso 9001.

Viene con Mesa de Fórmica color blanca.

Accesorios completos y manuales.

Revoluciones por minuto. 5,500. Peso: 82 kilos.



b. OVERLOCK SIRUBA Modelo 757

Cinco hilos, lubricación automática, arrastre diferencial, ancho cadeneta 6.0 mm, altura prensa-tela 4.0 mm, 6000 puntadas por minuto, agujas del 11# - 16#.



c. Computadora Intel Pentium Dual Core 2.6 GHz

- **Modelo:** Intel Pentium E5300 2.6 GHz
- Una computadora bastante potente y fiable, con un microprocesador Intel Pentium a 2.6 GHz, 500Gb de disco duro y 2Gb de RAM.
- Sistema operativo: Windows XP
- **Procesador:**
- Procesador: Intel® Pentium® Processor for Desktop E5300
- P/N: BXC80571E5300
- Velocidad del núcleo: 2.60 GHz
- PCG: 6
- Velocidad del Bus: 800 MHz
- Bus/Core Ratio: 13
- Tamaño del cache L2: 2 MB
- Velocidad del cache L2: 2.6 GHz
- Socket: LGA775
- Tecnología de Fabricación: 45 nm
- Core Stepping: R0
- CPUID String: 1067Ah
- Consumo: 65W
- Temperatura Máxima: 74.1°C
- Voltaje: 0.85V – 1.3625V (117 Voltios)



- d. Tijeras de metal para cortar tela
- e. Regla de metal de 1.5 metros
- f. Alfileres
- g. Agujas manuales y para máquina industrial
- h. Despitador

Procesos de producción

1. Flujo del proceso productivo

El proceso de confección de los diferentes tipos de ropa es similar, pues la maquinaria que se emplea para coser ropa hecha en serie es básicamente la misma: se obtienen prendas de vestir como producto final.

En cuanto al grado de actualización tecnológica se destaca lo siguiente:

a. Pequeña empresa:

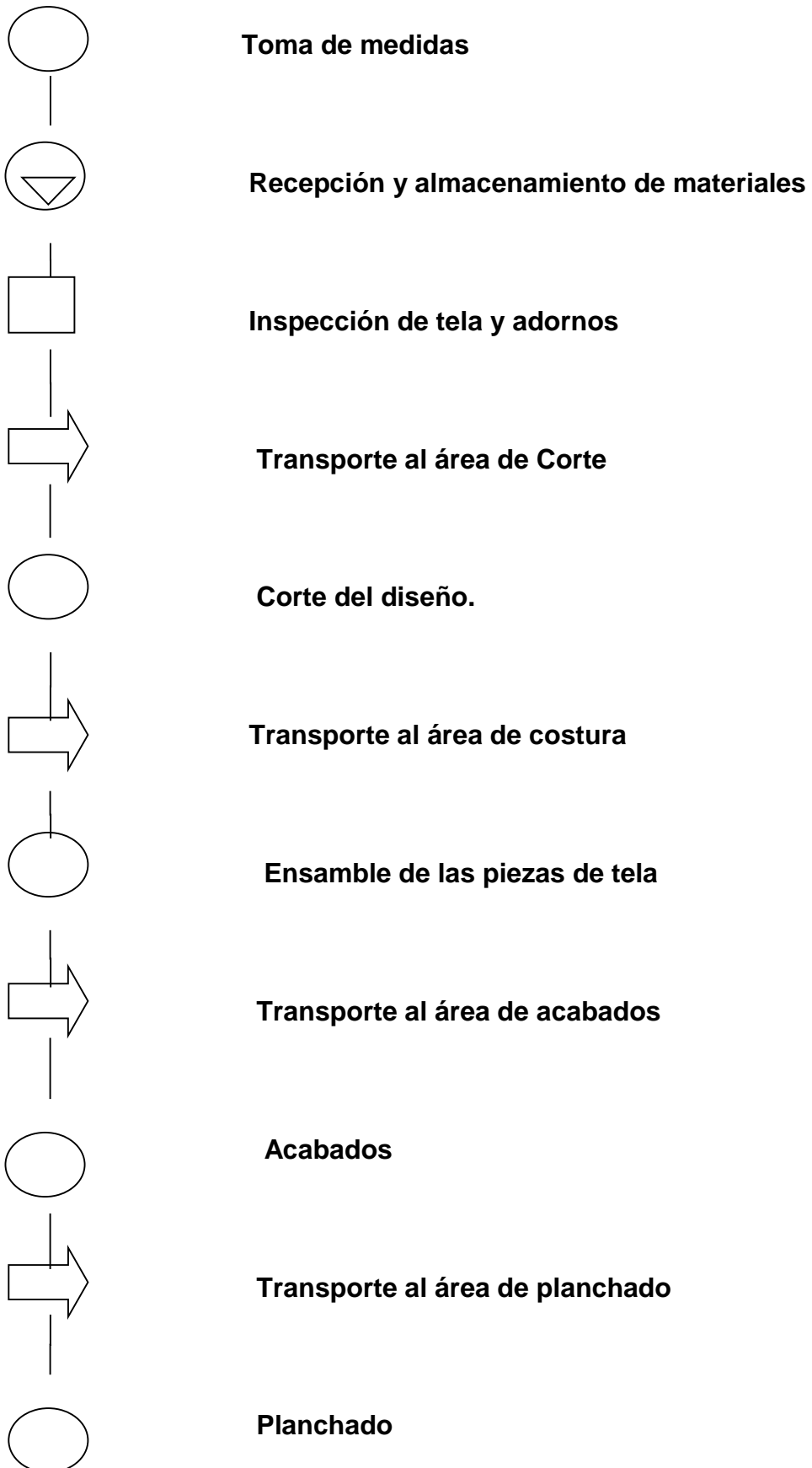
El proceso continúa siendo tradicional, pero se ha mejorado al utilizar en su mayoría máquinas eléctricas especializadas para cada una de las fases del proceso; se obtienen prendas de mayor calidad en su terminado.

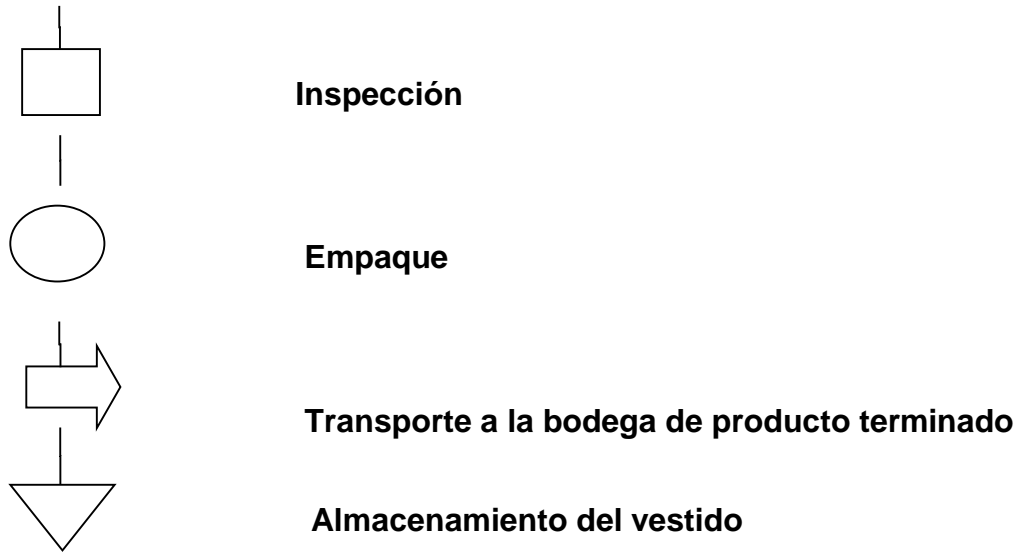
b. Referencia tipos de vestido



Diseños de vestido, “Daniisa S.A.”

Diagrama de flujo de proceso





Fuente: Elaboración propia

Descripción del proceso

1. Toma de medidas:

Se toman las medidas a la persona a quien se le va a confeccionar el vestido.

2. Recepción y almacenamiento de materiales:

Se recibe la tela y todos los materiales necesarios para la elaboración del vestido (adornos, cierres, botones, resortes, entre otros)

3. Inspección de tela y adornos:

Se inspecciona la tela y sus adornos (que todos sean los requeridos para la elaboración del vestido y que estén en buenas condiciones)

4. Transporte al área de corte:

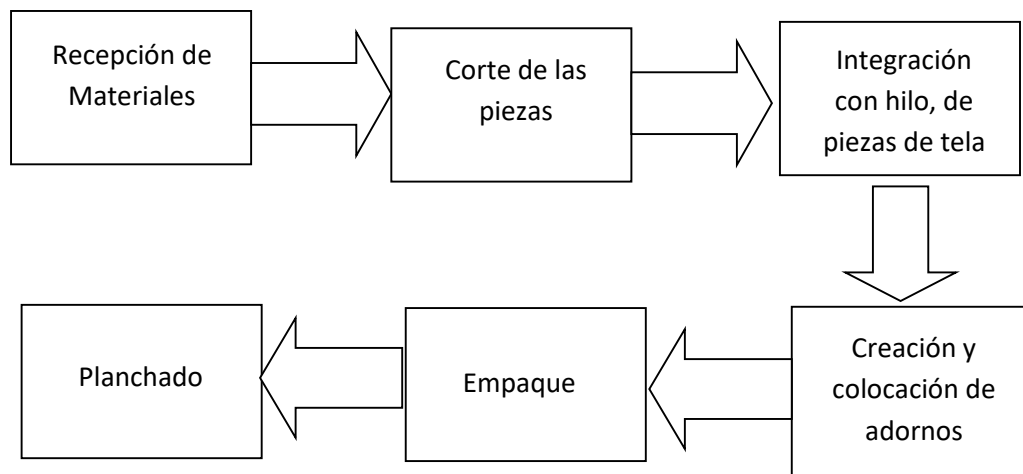
La tela se transporta al área de corte.

5. Corte del diseño:

Se corta cada una de las partes de la tela, correspondientes para la elaboración del vestido.

6. Transporte al área de Costura:

Las piezas de tela se transportan al área de costura.



Plan de consumo y compra de materia prima

Daniisa se dedicará a la confección y venta de vestidos de novia y quince años. En el caso de bodas abarca tanto los vestidos para matrimonio civil como para matrimonio religioso. Actualmente se registra un promedio de cuarenta matrimonios civiles, teniendo un pico de cuarenta y ocho bodas en los meses de noviembre, diciembre y enero; así como una baja en los meses de marzo, abril y mayo, con tan solo veinticinco matrimonios por mes.

En el caso de los quince años, se mantiene un requerimiento de cincuenta vestidos por mes y es estable a lo largo del año calendario.

La demanda que no se logra cubrir en la actualidad por el único proveedor en Amatlán es:

Datos representados en porcentajes:

	Temporada alta		Temporada baja	
	Demanda Satisfecha %	Demanda Insatisfecha %	Demanda Satisfecha %	Demanda Insatisfecha %
Vestidos de novia	37.5	62.5	20	80
Vestidos para boda civil	37.5	62.5	20	5
Vestidos de 15 años	18	82	18	82

Datos representados en unidades:

	Temporada alta		Temporada baja	
	Demanda Satisfecha	Demanda Insatisfecha	Demanda Satisfecha	Demanda Insatisfecha
Vestidos de novia	18	30	5	20
Vestidos para boda civil	18	30	5	20
Vestidos de 15 años	9	41	9	41

En función de los datos anteriores, el plan de desarrollo de Daniisa contempla el siguiente crecimiento basado en la demanda insatisfecha.

Datos representados en porcentajes:

Proyección de Participación en el mercado	Año				
	2013	2014	2015	2016	2017
Vestidos de novia	23%	28%	34%	42%	51%
Vestidos para boda civil	23%	28%	34%	42%	51%
Vestidos de 15 años	29%	34%	40%	48%	57%

Datos representados en unidades:

Proyección de Participación en el mercado	Año				
	2013	2014	2015	2016	2017
Vestidos de novia	7	9	11	13	15
Vestidos para boda civil	7	9	11	13	15
Vestidos de 15 años	12	14	16	20	23

Presupuesto de producción en unidades²⁵

Presupuesto de producción (Unidades)	VESTIDO DE NOVIA							VESTIDO QUINCE AÑOS					
	Estilo Sirena	Corset con falda campana	Corte Imperio	Vestido con Pedrería	Vestido Tradicional	Vestido de Tiempos	Vestido para matrimonio civil	Estilo Sirena	Corset con falda campana	Corte Imperio	Vestido con Pedrería	Vestido Tradicional	Vestido de Tiempos
	Ventas en unidades presupuestadas	2	1	2	2	1	0	7	2	3	0	2	3
+ Inventario final meta producto terminado	1	1	1	1	1	1	2	0	0	0	0	0	0
Requerimiento total	3	2	3	3	2	1	9	2	3	0	2	3	0
- Inventario inicial de producto terminado	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Unidades a producir	2	1	2	2	1	0	8	2	3	0	2	3	0

Presupuesto de utilización de materiales directos

Presupuesto de utilización de materiales directos

Presupuesto en unidades físicas

	Estilo Sirena	Corset con falda campana	Corte Imperio	Vestido con Pedrería	Vestido Tradicional	Vestido entallado	Vestido de tiempos	Vestido para matrimonio civil	Estilo Sirena	Corset con falda campana	Corte Imperio	Vestido con Pedrería	Vestido de tiempos	Vestido Tradicional	vestido de tiempos	Totales
Tela (razo, seda, tafeta)	4				9	5			4					9		52
Tela (chifón bordado)		4								4						16
Tela (chifón liso)			8				8				8					16
Tela (razo americano)				6								6				24
Tela para vestido matrimonio civil								3								24
Tela para forro sedanova	3	2.5	3	5	6	3	6	2	3	2.5	3	5	6	6		88
Zipper	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		26
Broche	1		1						1		1					6
Razo		1.5								1.5						6
Bipiur yarda				1	1							1		1		1

Nota: la columna de totales, representa la sumatoria del total de unidades a producir por la cantidad de material respectivo.

²⁵ Los datos presentados en los presupuestos están basados en los meses con demanda alta. Este dato tiende a variar en los meses de temporada normal y baja, la estacionalidad del producto.

Presupuesto de compras de materiales

Costos (presupuesto de compras de materiales)				
	<u>Cantidad</u>	<u>Unidades</u>	<u>Costo</u>	<u>total</u> ^I
Tela (razo, seda, tafeta)	52	yarda	22	1144
Tela (chifón bordado)	16	yarda	33	528
Tela (chifón liso)	16	yarda	33	528
Tela (razo americano)	24	yarda	33	792
Tela para vestido matrimonio civil	24	yarda	25	600
Tela para forro sedanova	88	yarda	15	1320
Zipper yarda	26	yarda	5	130
Broche yarda	6	yarda	50	300
Razo para la blusa	6	yarda	22	132
Bipiur yarda	1	yarda	200	200
			Costo Materiales =	5,674.00

Proveedores, materias primas a utilizar y sus marcas

Una vez elegidas las materias primas y los insumos requeridos para la operación de la empresa, se procede a elaborar un plan de compras teniendo en cuenta las características y condiciones de la oferta actual del mercado. En base a esto se seleccionaron a los proveedores más adecuados para la empresa. Para ello se realizaron visitas a varias distribuidoras de diferentes proveedores y se solicitaron cotizaciones de los diferentes materiales; todo esto para lograr el mayor número de ofertas que permitieran analizar, clasificar y finalmente elegir a los proveedores de la empresa de acuerdo a los criterios que se definieron para su evaluación, los cuales se presentan a continuación:

CRITERIO	CONDICIONES
CALIDAD	Debe ser la mejor y siempre la misma
PRECIO	Quien me pueda dar el más bajo
CAPACIDAD DE DESPACHO	Debe estar en capacidad de despachar un porcentaje mayor de materiales en caso de eventos o ventas mayores a las esperadas.
TIEMPOS DE ENTREGA	Debe estar en disposición de cumplir con la entrega de las cantidades requeridas en el tiempo y con la frecuencia estipulada
SERVICIO POST VENTA	Debe dar garantía de la entrega de los materiales y en caso de fallas el cambio de los mismos

Fuente: elaboración propia

Evaluación de Proveedores

1. Almacén Neva:

Factor relevante	Peso asignado	Calificación	Calificación ponderada.
Calidad	0.4	8	3.2
Precio	0.3	6	1.8
Capacidad de despacho	0.1	8	0.8
Tiempo de entrega	0.1	5	0.5
Servicio Post-Venta	0.1	5	0.5
suma	1.00	32	6.8

2. Almacén Modatelas:

Factor relevante	Peso asignado	Calificación	Calificación ponderada
Calidad	0.4	7	2.8
Precio	0.3	8	2.4

Capacidad de despacho	0.1	4	0.4
Tiempo de entrega	0.1	6	0.6
Servicio Post-Venta	0.1	4	0.4
suma	1.00	29	6.6

3. El Mundo de las telas:

Factor relevante	Peso asignado	Calificación	Calificación ponderada
Calidad	0.4	6	2.4
Precio	0.3	6	1.8
Capacidad de despacho	0.1	3	0.3
Tiempo de entrega	0.1	2	0.2
Servicio Post-Venta	0.1	3	0.3
suma	1.00	20	5

4. Distribuidora el Alba:

Factor relevante	Peso asignado	Calificación	Calificación ponderada
Calidad	0.4	7	2.8
Precio	0.3	5	1.5
Capacidad de despacho	0.1	4	0.4
Tiempo de entrega	0.1	2	0.2
Servicio Post-Venta	0.1	4	0.4
suma	1.00	22	5.3

En base a la evaluación aplicada a los proveedores, se selecciona a almacén Neva como el proveedor principal. Los otros almacenes se tomarán en cuenta, cuando el proveedor principal no tenga disponible la materia prima necesaria para la producción.

Materias primas a utilizar

1. Telas:

- a. Bipiures
- b. Crepe satín
- c. Encajes
- d. Fail Liso
- e. Organza Bordada

- f. Organza Brillante
- g. Organza Cristal
- h. Organza Embroyde
- i. Organza Metálica
- j. Organza Normal
- k. Organza Piedra y Holograma
- l. Organza Tokio
- m. Podesua americano
- n. Podesua Normal
- o. Podesua Strech
- p. Razo Brillante
- q. Razo de Novia
- r. Razo Kim
- s. Razo Mate
- t. Razo satín Cristal
- u. Satín
- v. Satín Cristal Spandex
- w. Seda Labrada
- x. Shantung de Seda
- y. Shantung Tornasol
- z. Tafeta Normal
- aa. Tafeta Strech
- bb. Tul Brillante
- cc. Tul Diamante
- dd. Tul Glitter
- ee. Tul Normal
- ff. Tul Novia

2. Hilos:

- a. Hilos Omega

3. Zippers:

- a. Zipper YKK
- b. Campana

4. Botones Forrados

Personal técnico a contratar:

Una operaria de máquina plana industrial

Una modista

Sistema de Control

El control permite verificar si la empresa está cumpliendo con las metas propuestas en la planeación y programación. Este control se realiza a través de órdenes de producción, reportes de trabajo y control de materias primas.

El control de la producción permite:

1. Organización de la producción
2. Control del consumo de materias primas
3. Control del tiempo trabajado por operario
4. Verificación de las cantidades producidas

Los formatos a utilizar para realizar el control son los siguientes:²⁶

1. **Elaboración de reportes de trabajo:** el reporte de trabajo es la información que el operario suministra al supervisor o dueño de la empresa.

²⁶ (PYME, 2010)

EMPRESA: <u>Diseños Daniisa</u>			
REPORTE DE TRABAJO No. _____			
OPERARIO : _____		PERIODO : _____	
ORDEN DE PRODUCCION OPERAC. REALIZADA	No.	No.	No.
	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD



2. **Control de la producción:** La información de los reportes de trabajo debe compararse con las órdenes de producción.

EMPRESA: <u>Diseños Daniisa</u>						
CONTROL DE PRODUCCIÓN						
OPERARIO : _____			PERIODO : _____			
ORDEN DE PRODUCCION OPERACIONES	No.		No.		No.	
	PROG.	REAL	PROG.	REAL	PROG.	REAL
TOTAL						



- a. **Análisis del cuadro de control de producción:** Al llenar el cuadro de control de producción se pueden presentar las siguientes situaciones:
- Lo realizado es igual a lo programado. Se está trabajando bien y existe una planificación cuidadosa y realista.
 - Lo realizado es mayor a lo programado. Analizar las causas por las que se sobrepasó lo programado.

- Lo realizado es menor que lo programado. Determinar las causas por las que no se pudo cumplir e implementar los correctivos necesarios.

3. Control de Materias Primas:

Consiste en el registro de materias primas que se entregan para la producción. Al entregar las materias primas se debe indicar la orden de producción en la que se va a utilizar, la cantidad entregada, la cantidad devuelta y la persona que recibe.

EMPRESA Diseños Daniisa PARA ORDEN DE PRODUCCION No. _____ FECHA DE ENTREGA _____			
MATERIALES	CANTIDAD ENTREGADA	CANTIDAD DEVUELTA	CANTIDAD UTILIZADA
RECIBO:			

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Descripción del Grupo Empresarial

1. Equipo directivo:

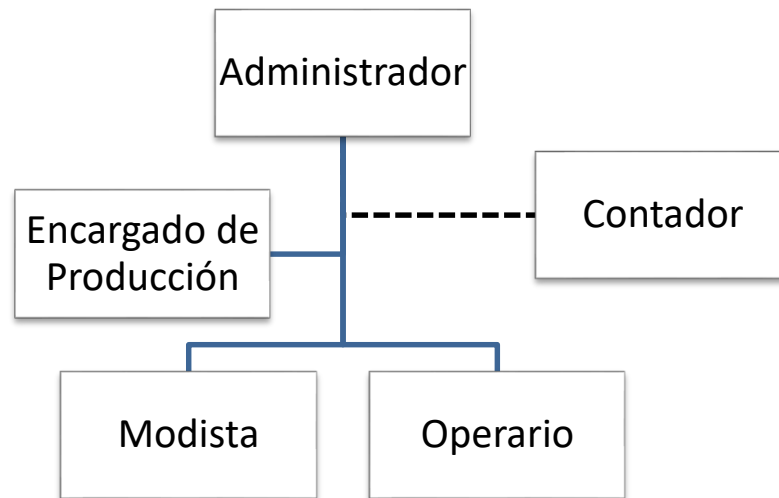
El equipo directivo estará conformado por los dos socios accionistas principales, un gerente accionista y un suplente. Cada socio tendrá voz y voto de acuerdo a su porcentaje de participación.

El representante legal será elegido entre los dos accionistas principales y constará en el acta de constitución. El gerente (representante legal) será quien transmita información y decisiones a los colaboradores del establecimiento siempre y cuando su carácter confidencial lo permita.

A continuación, se presentan las características que definirán al equipo directivo y que serán vitales para el logro de una dirección eficiente:

- a. Aptitudes y valores complementarios.
- b. Visión compartida y deseo por conseguir el objetivo común.
- c. Flexibilidad en el enfoque de los problemas.
- d. Actuación unida en situaciones difíciles.
- e. Entereza frente a las adversidades.

2. Organigrama:



3. Personal Ejecutivo y sus Políticas:

- a. **Área Directiva:** es el encargado de direccionar los objetivos de la empresa, estableciendo metas y objetivos claros y bien definidos junto con el diseño de planes de acción para el cumplimiento de los mismos.
- b. **Área Administrativa:** es el encargado de gestionar todo el funcionamiento de la empresa, de la selección del personal, manejo de inventarios, contabilidad, gestión de compras y tesorería.
- c. **Área Operativa:** es el encargado de toda la operación de la empresa en corte y confección y de la investigación y desarrollo de nuevos estilos de productos.
- d. **Políticas del personal ejecutivo:**
 - **Dedicación:** El personal ejecutivo deberá dedicar a Diseños Daniisa, todo el esfuerzo y la capacidad necesarios para el mejor ejercicio de sus funciones.
 - No se aportará colaboración alguna de carácter profesional a clientes o proveedores del Diseños Daniisa, salvo las colaboraciones que sean de consecuencia de la relación entre

éstos y Diseños Dannisa, que deberán ser autorizadas en cada caso por el superior jerárquico.

- No se prestará, ni directa ni indirectamente, servicio retribuido alguno, de carácter laboral o profesional, fuera del ámbito de Diseños Daniisa, sin autorización previa y expresa del director ejecutivo.

4. Conflictos de intereses:

- a. En el desarrollo de su actividad profesional, el ejecutivo atenderá solo los intereses de la empresa. En este sentido, no tomará decisión ni realizará operación alguna, actuando en representación de Diseños Daniisa, que pueda implicar o implique cualquier beneficio o ventaja para sí mismo o para sus familiares y amigos.
- b. Cuando el ejecutivo utilice sus facultades de decisión sobre adquisición de suministros o servicios, o sobre fijación de condiciones económicas en operaciones realizadas en nombre de Diseños Daniisa, evitara cualquier clase de interferencia de clientes, proveedores, intermediarios, competidores o terceros que pudiera afectar a su imparcialidad y objetividad.
- c. El ejecutivo no podrá, por sí o por persona interpuesta, tomar dinero a préstamo ni recibir trato de favor de clientes, proveedores o competidores de Diseños Daniisa, ni de cualquier otra persona o entidad relacionada con Diseños Daniisa. Se excepcionan expresamente de la presente prohibición las entidades financieras y las entidades cuya principal rama de actividad consista en la actividad crediticia o prestamista.
- d. El ejecutivo no podrá, por si o por persona interpuesta, aceptar regalos, invitaciones o cualquier tipo de compensaciones que procedan de clientes, proveedores o competidores.
- e. No se incluye dentro de la regulación anterior:
 - Objetos de publicidad de valor inferior a Q.50.00

- f. Atenciones ocasionales por causas concretas o excepcionales, como regalos de Navidad, Día del cariño, Fiestas patrias, etc. Y siempre que estén dentro de los límites módicos y razonables y cuyo importe sea en todo caso inferior a Q.100.00
- g. Invitaciones normales que no excedan los límites considerados razonables en los usos sociales (desayunos informativos, exposiciones de materias primas, ferias comerciales) y cuyo importe total sea inferior a Q.100.00
- h. Toda invitación o regalo de cualquier clase que, por su carácter, frecuencia o naturaleza no se ajuste a las excepciones o a los límites definidos anteriormente deberá ser puesto en conocimiento de su inmediato superior.
- i. El ejecutivo no ofrecerá trabajo, ni adjudicará contratos de suministros o prestación de servicios, a persona o sociedad alguna con la que tenga relación familiar o de amistad, salvo autorización del director ejecutivo.

5. Confidencialidad:

- a. A los efectos del presente código, se considerarán información confidencial de la empresa, todos aquellos datos, noticias, informes, estados financieros, objetivos y demás información de Diseños Daniisa, que no hayan sido hechos públicos previamente por dirección administrativa o accionistas de la empresa.
- b. La sociedad considera que la información confidencial, de la que es propietaria, es un activo esencial para el desarrollo de sus operaciones y prohíbe, en consecuencia, el uso no autorizado de dicha información.
- c. El ejecutivo deberá guardar absoluto secreto profesional respecto a la información confidencial de Diseños Daniisa, y no podrá facilitarla a terceros ajenos al normal desarrollo de sus funciones, ni usarla para ventaja personal o de personas relacionadas.

- d. Esta obligación de confidencialidad se mantendrá con carácter de indefinido incluso después de que el ejecutivo se haya retirado de la empresa.

Relaciones externas

1. Criterios generales:

Solamente el personal ejecutivo específicamente autorizado podrá comprometer al Diseños Daniisa, ante terceros. La autorización apropiada, en función del tipo de compromiso a adquirir, debe haber sido dada, de manera concreta, por un supervisor jerárquico que tenga capacidad para hacerlo.

El ejecutivo no podrá realizar negocios u obtener beneficios mediante actividades ilegales, inmorales o que transgredan las normas establecidas en el presente código.

2. Relaciones con autoridades:

Los ejecutivos mantendrán con las autoridades de la empresa una actitud de colaboración en el marco de sus competencias.

Los requerimientos de información, así como de órdenes de ejecución, recibidas por las autoridades en el ejercicio de sus competencias, serán registradas puntualmente, recabando de parte de la Dirección de la empresa el asesoramiento legal oportuno.

En sus relaciones con las autoridades o administradores, el ejecutivo será especialmente escrupuloso en el cumplimiento de la legalidad vigente, evitando actuaciones que puedan poner en entredicho la moralidad o integridad de la empresa.

3. Relaciones con los medios de comunicación:

Las relaciones con los medios de comunicación se canalizarán, con criterio general, a través del director ejecutivo. El personal ejecutivo se abstendrá de suministrar información o de hacer declaraciones públicas si autorización previa.

Cuando un ejecutivo tenga conocimiento de un hecho que pueda afectar negativamente a la imagen de la empresa deberá ponerlo en conocimiento inmediato de su superior jerárquico.

Actividad política

Los ejecutivos que, en uso de sus legítimos derechos, pertenezcan o colaboren con alguna opción política cuidarán especialmente de no involucrar el nombre o la imagen de Diseños Daniisa. La aceptación de cualquier cargo político, por parte del personal ejecutivo, deberá ser comunicada previamente al director ejecutivo.

Los ejecutivos no podrán comprometer fondos o activos de la empresa que puedan ser utilizados para respaldar una opción política o la campaña de un candidato a un puesto público.

Los ejecutivos no ejercerán ningún tipo de presión, ni directa ni indirectamente, sobre sus subordinados para promover contribuciones económicas o cualquier otro tipo de respaldo a una opción política.

Relaciones Internas

1. Relaciones con los empleados:

- a.** El ejecutivo hará uso apropiado de su influencia, autoridad y de sus relaciones con los empleados de la empresa; y procurará siempre transmitir a sus subordinados un modelo ejemplar de honestidad, fidelidad a la empresa y profesionalidad.
- b.** El ejecutivo aplicará un trato igual a todos sus empleados, sin distinción de raza, color, sexo, creencias o ideas políticas.
- c.** El ejecutivo facilitará a sus subordinados opciones razonables de formación y desarrollo de su carrera profesional.
- d.** El ejecutivo permitirá e impulsará la libre opinión y las sugerencias de sus subordinados, acerca de las políticas y prácticas de la empresa, y los mantendrá suficientemente informados de los acontecimientos que sean de su interés.

Uso de activos, recursos o servicios de la empresa

Los activos de la empresa, tanto tangible como intangible, se utilizarán solamente con propósitos profesionales al servicio de la empresa y siempre dentro de las autorizaciones que hayan sido establecidas por el director administrativo.

Cualquier adquisición por un ejecutivo de recursos o activos de la empresa deberá ser autorizada previa y expresamente por el director Administrativo.

1. Número de Empleados y Sus Cualidades:

- a. **Una Modista:**²⁷ La ocupación de la modista comprende todos los aspectos en el campo de la costura. La modista confecciona las prendas sobre medidas, además de hacer modificaciones.

Tareas de la Modista: La modista tiene una serie de tareas que desempeñar como parte de su ocupación:

- Seleccionar, comprar y operar el equipo y materiales relacionados con la confección de los vestidos.
- Almacenar materiales, enseres y equipos de costura.
- Confeccionar vestidos de novia y quince años completos.
- Alterar y reparar piezas de vestidos de novia y quince años.
- Realizar trabajos de pedrerías a mano
- Diseñar

Requisitos personales para trabajar como modista son:

- Poseer cualidades personales deseables.
- Tener un adiestramiento en el campo de la costura.
- Tener una preparación académica.

Cualidades personales que debe poseer una modista:

- Apariencia personal deseable
- Hábitos de higiene
- Ser honesta, puntual, respetuosa y cooperadora
- Tener una actitud positiva
- Que sepa seguir instrucciones
- Que pueda adaptarse a nuevas situaciones
- Que pueda trabajar en equipo
- Que tenga buenas relaciones interpersonales

²⁷ Fuente: juacortes.pbworks.com

- Que tenga iniciativa
 - Mostrar interés y buena voluntad hacia su ocupación
 - Poseer conocimientos y ser diestra en las tareas a realizar
- b. Un operario:** El operario, trabaja con máquinas especiales para la confección de modo industrial. Realiza costuras de producción industrial. Cosen piezas de prendas por medio de la máquina.

Tareas del operario:

- Seleccionar insumos para realizar cada operación según secuencia de trabajo.
- Identificar el producto final de acuerdo a lo solicitado.
- Ordenar los insumos preservando la seguridad propia y de terceros.
- Enhebrar la maquina aplicando procedimiento de uso específico de la misma.
- Verificar el funcionamiento normal de la máquina, considerando parámetros solicitados.
- Identificar los accesorios requeridos para cada operación.
- Organizar las piezas de los vestidos teniendo en cuenta la secuencia de trabajo evitando cortes en la línea de producción.
- Verificar la condición de la costura del proceso previo de acuerdo con los requerimientos establecidos.
- Elegir los insumos para realizar cada operación según secuencia de trabajo, respetando los estándares de producción.

Requisitos personales para trabajar como operario son:

- Poseer cualidades personales deseables.
- Tener un adiestramiento en el manejo de máquinas de coser industriales.
- Tener una preparación académica.

Cualidades personales que debe poseer un operario:

- Apariencia personal deseable
- Hábitos de higiene
- Ser honesto, puntual, respetuoso y cooperador
- Tener una actitud positiva
- Que sepa seguir instrucciones
- Que pueda adaptarse a nuevas situaciones
- Que pueda trabajar en equipo

Organizaciones de apoyo²⁸

1. Municipalidad de Amatitlán

2. INTECAP: Capacitación administrativa y técnica, consultoría, formación a distancia para hombres y mujeres del sector micro, pequeña y mediana empresa.

3. FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO ECONOMICO SOCIAL: asesoría y capacitación empresarial, hombres y mujeres del área rural y urbana.

4. FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA: Apoyo a microempresas en producción de bienes y servicios, capacitación empresarial, asistencia técnica, crédito. Hombres y mujeres del sector microempresa.

5. FUNDACIÓN DE ASISTENCIA PARA LA PEQUEÑA EMPRESA: Desarrollo económico, asesoría en comercialización, proyectos productivos artesanales, manufactureros e industrial, microcrédito, capacitación. Mujeres de área rural y urbana.

²⁸ Fuente: infomipyme.com

PLAN DE MERCADEO

Estrategia de producto

“crear una experiencia única para el consumidor”

Dicha estrategia se basa en conseguir que el cliente viva una experiencia excepcional, única, diferente y eso hará que esté dispuesto incluso a pagar más dinero por un producto o servicio similar al que pueda encontrar en la competencia.

Diferenciación

Además de la estrategia anterior la empresa se enfocará en la diferenciación, ya que se ofrecerán vestidos con precios iguales o parecidos a los de la competencia, pero los productos estarán enfocados en dos aspectos que se diferencian de la misma, estos aspectos son: mejor calidad de la materia prima y de los acabados del producto se realizaran a mano.

1. Análisis de cada uno de los factores de diferenciación

- a. **Calidad en materia prima:** Indudablemente la calidad de la materia prima con la que se confeccionará el vestido de novia o quince años es muy importante, ya que el diseño del vestido depende en gran medida de la textura y calidad de la tela. Por lo que se les recomienda a las novias o quinceañeras que sean generosas con la elección de su vestido, ya que, aunque parezca irónico y solo se use unas cuantas horas, hay que recordar que estos eventos son únicos en la vida de una mujer y que todas las miradas de la gente estarán alrededor de

ella. Si en realidad quiere lucir como una reina, es necesario utilizar materiales de buena calidad.

Puesto que no todos los vestidos requieren del mismo tipo de tela, Daniisa ofrecerá, utilizar la tela más adecuada para elaborar cada estilo de vestido. A continuación, se presentan un listado de telas que estarán disponibles y las características de cada una:

- **Seda:** ideal para los vestidos de novia de noche y es muy utilizada por la caída y adapte al cuerpo.
- **Satén o raso:** hay brillante y mate. Es una tela lisa y con cuerpo.
- **Satén de seda:** es una tela gruesa.
- **Shantung:** hay en color natural, marfil y crema.
- **Organza:** es una tela tejida con finos hilos de seda, es transparente y delicada.
- **Tul:** ideal para velos y faldas amplias y en varias capas.
- **Encaje:** es una tela muy elegante puede ser la pura tela o tener pedrería.
- **Chifón:** es perfecto para los vestidos en capas y con caída pesada.
- **Crepé:** es liso con doble vista: opaca y brillante.
- **Tefeta:** es lisa. Muy usado para vestidos de novia. Con acabado brillante o mate.
- **Tafetán:** es liso y delgado, perfecto para vestidos que caen en A.
- **Shantung de Seda.** Generalmente en color natural, crema claro o marfil. Importante conseguir la mejor calidad de esta tela para evitar arrugas.

- b. Acabados a mano:** Del buen acabado de las prendas depende la presentación final de estas. Varios de los acabados de las prendas en modistería deben de ser realizados en forma manual. La elaboración de puntadas a mano es siempre necesaria en alta costura. En la elaboración de vestidos de novia y de quince años con mucha frecuencia, se deben realizar puntadas a mano para preparar

las piezas que van a ser cocidas a máquina o para dar los acabados finales a la prenda.

- c. Estrategia de precio orientada hacia la competencia:** La estrategia de precios de la empresa, se basa en los resultados de la investigación realizada a través de fuentes primarias y secundarias. De acuerdo con esto los precios de los vestidos se establecieron para que los consumidores paguen un precio justo por el vestido que van a adquirir. Los precios de venta de los vestidos se fijaron entre Q.2, 500.00 y Q.5, 000.00 por ser este el precio promedio más cotizado según encuestas aplicadas en este proyecto. Además, porque permite generar un buen flujo de consumidores que le dan crecimiento y rentabilidad a la empresa. Cabe resaltar que los precios de la competencia se ubican en este rango, pues no se desea distanciar mucho los precios ya que el valor agregado de Diseños Daniisa es la calidad de las materias primas utilizadas y los acabados a mano de los vestidos. Así si el consumidor piensa en las materias primas utilizadas por Diseños Daniisa, que son un tanto por ciento más caras por ser de mejor calidad y por tener un costo de mano de obra más cara, le parecerá razonable comprar en esta tienda con un costo igual o un poco más que en la competencia.
- d. Estrategia de plaza o distribución:** Estrategia de distribución exclusiva:
- Ubicar los vestidos solamente en un solo punto de venta que sea exclusivo.
- e. Ofrecer Calidad:** en la estrategia de venta a utilizar, es fundamental disponer de una oferta de calidad. Esto se traduce como, ofrecer vestidos con diseños modernos, la utilización de materias primas de la buena calidad y la introducción de novedades con respecto a las nuevas tendencias de vestidos de ocasión.

- f. **Adaptación continúa a las nuevas tendencias:** en este sector de comercio, es indispensable estar siempre al día, siguiendo la evolución de las tendencias de los vestidos de ocasión. Para ello, es recomendable acudir a ferias, seminarios y capacitaciones, donde se den a conocer las nuevas tendencias de cada temporada, tanto en diseños de vestidos como en el surgimiento de nuevas materias primas.
- g. **Cuidar la Imagen del negocio:** se debe establecer un criterio de confiabilidad y exposición de los artículos para asegurar una buena imagen y lograr un ambiente agradable que favorezca la compra. Es importante que la empresa sepa transmitir que es lo que ofrece. En este sentido es necesario, no solo cuidar la imagen interna del establecimiento, sino también del personal de la empresa. Debe cuidarse la accesibilidad de todos los elementos del local de modo que este sea accesible para toda persona. Para ello debe evitarse todo tipo de barreras.
- h. **Preparación del personal:** para esto, es muy importante que el personal de la empresa esté motivado y sean flexibles y capaces de a los cambios tratando de mejorar cada día la calidad y el servicio.

2. Estrategia de promoción

- a. La imagen o marca de la empresa fue concebida para transmitirles a los consumidores, la idea básica de una tienda de vestidos de ocasión: ofrecer un servicio de confección, venta y renta de vestidos de novia y de quince años bellos y de buena calidad, que satisface las necesidades del consumidor actual de adquirir un vestido de ocasión lindo, presentable y de buena calidad.
- b. Para transmitir la ventaja competitiva de la empresa, se diseñó el slogan que dice *“Mas que un vestido, un sueño hecho realidad”*.

3. Estrategia Publicitaria:

- a.** La principal estrategia publicitaria de la empresa es la de alcanzar una máxima satisfacción del cliente, para que luego ellos nos recomienden con otros clientes potenciales, es decir la publicidad voz a voz. Sin embargo, por ser un sistema de comunicación más lento, se utilizarán otros medios de publicidad que se consideran eficaces y de bajo costo como:
- Diseño de una página web en internet, (costo \$40 anuales)
 - Publicidad en las principales redes sociales (Facebook, Twitter)
 - Clasificados gratis en internet.
 - Elaboración de tarjetas personales de presentación.
 - Anuncios publicitarios en publimovil local. (costo Q.500.00 mensuales)
 - Anuncios publicitarios en el canal de televisión local. (Costo Q. 800 mensuales)
 - Intercambio de promociones con negocios cercanos.

4. Política de Servicio:

- a.** Para la confección de los vestidos de novia y de quince años, se seleccionarán las telas de mejor calidad y de precios accesibles. Las telas deben ser adecuadas al diseño del vestido que se va a confeccionar y los materiales indirectos utilizados deben cumplir con las características de durabilidad y presentación acordes a un vestido de novia y/o de quince años.
- b.** Se garantiza la calidad del producto mediante el control estricto del gerente de producción de cada uno de los procedimientos de corte y confección de los vestidos.
- c.** Los vestidos deben ser elaborados exclusivamente por el personal de la empresa.

- d. El estilo de la sala de ventas de los vestidos, será concebido para que el cliente se sienta cómodo desde el primer momento. Para ello los espacios de la sala de ventas, serán amplios, originales, funcionales y acogedores.
5. **Estrategia competitiva: “Mas por lo mismo”.** La estrategia competitiva es ofrecer al cliente “más por lo mismo”. Esto quiere decir que se ofrecerá “mas”, en relación a que los materiales utilizados serán de mejor calidad, mejores acabados, mejor tiempo de entrega, más diseños, mejor ambiente, por un precio similar al de la competencia.
6. **Servicio al cliente:**
- a. **Actitud de Servicio:** al momento de atender al cliente, se debe evitar presionarlo o incomodarlo, pero, a la vez, no se debe dejar pasar la oportunidad para inducirlo a comprar o para hacerle saber nuestra intención de ayudarlo.
 - b. **Ser Asesor:** Antes que ser un vendedor, se debe ser un asesor, es decir, asesorar al cliente en su compra y recomendarle los productos que podría estar buscando. Uno de los requisitos para ser asesor es ser sincero con el cliente, y no recomendarle, por ejemplo, un vestido que en realidad no sea acorde a su figura.
 - c. **Rapidez en atención:** cuando el cliente haga una consulta o solicite algún producto, se debe atender inmediatamente.
7. **Plan de contingencia:** Diseños Daniisa ha estimado un plan de contingencia diseñado para superar una situación negativa específica y poco habitual. Dicho plan contiene las medidas técnicas, humanas y organizativas necesarias para garantizar la continuidad del negocio.

Los sucesos a los que potencialmente la empresa se puede enfrentar en un futuro son:

- Ingreso de nuevos competidores en el mercado de influencia.
- Ampliación de la capacidad de producción de la competencia directa.

Los pilares básicos del plan de contingencia son los siguientes:

- Reducción de costos de producción
- Optimización de compras y gastos externos
- Flexibilidad como estrategia de ventas y no reducción drástica de precios
- Las inversiones destinadas a mejorar la atención al cliente no se verán afectadas.
- Diversificación de los productos en temporada baja como: ofrecer vestidos para primeras comuniones, vestidos para eventos de belleza e implementar la renta de vestidos de noche.

ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

Políticas financieras

1. Políticas de egresos:

- a. El pago de las cuentas a los proveedores se debe realizar en el plazo máximo otorgado por los mismos.
- b. Los pagos a los proveedores se deben efectuar con cheque o tarjeta de débito, para resguardar la seguridad de los compradores de materia prima.

2. Fondos fijos de caja:

- a. El efectivo que se podrá tener en la caja de la sala de ventas, no excederá de Q.1,500.00
- b. Las prohibiciones para la operación del fondo preestablecido en caja son:
 - Cambiar cheques personales.
 - Efectuar préstamos personales.
 - Realizar pagos en efectivo mayores a 1,000.00

Asimismo, no deben efectuarse pagos por concepto de:

- Labores extraordinarias ni viáticos.
- Alimentación de socios o funcionarios.
- Gastos personales de cualquier naturaleza.

3. Políticas de ingresos:

- a. Para la cancelación de los vestidos, se debe solicitar a los clientes un adelanto o anticipo del 50% del pago total del vestido. El otro 50% restante se puede dar un plazo máximo de 30 días para efectuar el pago correspondiente.

- b. El anticipo solicitado a los clientes será utilizado para cubrir el 100% del costo total para la confección del vestido.
- c. El pago de los vestidos se debe efectuar en efectivo o bien con un depósito bancario en la cuenta monetaria de la empresa. El cliente debe presentar la boleta de pago original para que se le sea entregado el producto.

Determinación de la inversión inicial

1. Capital de trabajo:

- a. **Caja y bancos (efectivo disponible):** **Q. 20,000.00**
Se determinaron Q. 20,000.00 en caja y bancos, que es el fondo suficiente para cubrir costos fijos los primeros meses, antes de llegar al punto de equilibrio.
- b. **Inventario de mercadería:** **Q.9, 555.00**
Este inventario está conformado por ocho vestidos, que se colocaran en la sala de venta al momento de abrir el negocio. Se colocarán un modelo de cada vestido.
- c. **Inventario de insumos/materia prima:** **Q. 3,000.00**
Este inventario está conformado por un fondo de telas básicas para la elaboración de vestidos de ocasión, esto debido a que en la localidad no se encuentran cercana una venta de telas de esta calidad, por lo que al momento de requerir un vestido y no contar con tela de inmediato, esto podría elevar el costo de producción o retardos en la entrega del vestido.

2. Activos fijos

- a. **Mobiliario y equipo:** **Q. 13,060.00**
Este rubro está conformado por todo el mobiliario y e l equipo necesario para el inicio de operaciones de la empresa. Los cuales se detallan a continuación:

Detalle mobiliario y equipo

Monto	Concepto
Q 5,000.00	Dos Vitrinas
Q 185.00	Mueble para computadora
Q 150.00	Silla giratoria
Q 600.00	Dos Vestidores
Q 300.00	Una mesa de comedor para cuatro personas
Q 750.00	Un juego de comedor para cuatro personas
Q 900.00	Un amueblado de sala estilo vikingo
Q 200.00	Una mesa de sala redonda
Q 450.00	Tres percheros
Q 500.00	Una mesa para corte
Q 600.00	Dos hornos microondas
Q 200.00	Un mueble con puertas pequeño
Q 3,000.00	Seis maniqués
Q 125.00	Un ciento de serchas de plástico
Q 100.00	Dos teléfonos de planta
Q 13,060.00	Total

b. Equipo de cómputo: Q. 3,975.00

La adquisición de equipo de cómputo está conformada por los siguientes valores:

Monto	Concepto
Q 3,650.00	Una computadora de escritorio Pentium
Q 325.00	Una impresora Epson lx 300
Q 3,975.00	Total

c. Herramientas: Q.216.00

Las herramientas que se deben adquirir son las siguientes:

Monto	Concepto
Q 130.00	Dos tijeras de metal para corte de tela
Q 50.00	Dos reglas graduadas de metal
Q 36.00	3 despitadores
Q 216.00	Total

d. Maquinaria: Q.14, 500.00

La maquinaria necesaria para operar es la siguiente:

Monto	Concepto
Q 6,000.00	Dos máquinas industriales marca Juki
Q 1,000.00	Una maquina industrial marca Sunstar
Q 6,500.00	Una maquina industrial Overlock marca Siruba
Q 1,000.00	Una maquina manual Overlock marca Brother
Q 14,500.00	Total

e. Mejoras a propiedades arrendadas: Q. 875.00

Para mejorar la seguridad del local donde se situará la sala de ventas, se instalará una alarma, la cual tiene un costo de Q.875.00 ya instalada.

3. Otros activos:

a. Gastos de constitución legal de la empresa: Para la constitución legal de la empresa se deben incurrir a los siguientes gastos:

Monto	Concepto
Q 1,915.00	Trámites y papeleo de inscripción legal de la empresa
Q 3,000.00	Honorarios del abogado
Q 4,915.00	Total

b. Papelería inicial y facturas: Q.350.00

Monto	Concepto
Q 300.00	Impresión de facturas
Q 50.00	Libro de quejas
Q 350.00	Total

c. **Depósitos en garantía de alquiler:** **Q.1,600.00**

Como requisito de arrendamiento del local de la sala de ventas, el arrendatario solicita un depósito de Q.1, 600.00

d. **Gastos de lanzamiento publicitario:** Para el lanzamiento publicitario se estiman los siguientes gastos:

Monto	Concepto
Q 400.00	Anuncios en publimovil local
Q 100.00	Página web
Q 300.00	Afiches
Q 200.00	Anuncio en inter-guia
Q 1,000.00	Total

DETERMINACION DE LA INVERSION INICIAL

CAPITAL DE TRABAJO	MONTO A INVERTIR	
Caja y Bancos (Efectivo Disponible)	Q	20,000.00
Inventario por mercaderia	Q	9,555.00
Inventario de insumos, materia prima, utiles	Q	3,000.00
Total a Invertir	Q	32,555.00

ACTIVOS FIJOS	MONTO A INVERTIR	
Mobiliario y equipo	Q	13,060.00
Equipo de computo	Q	3,975.00
Herramientas	Q	216.00
Maquinaria	Q	14,500.00
Mejoras a propiedades arrendadas	Q	875.00
Total a Invertir	Q	32,626.00

ACTIVOS FIJOS	MONTO A INVERTIR	
Gastos de constitucion legal	Q	4,915.00
Papeleria inicial y facturas	Q	350.00
Deposito en garantia de alquiler o servicios	Q	1,600.00
Gastos de lanzamiento publicitario inicial	Q	1,000.00
Total a Invertir	Q	7,865.00

TOTAL INVERSION INICIAL	Q	73,046.00
--------------------------------	----------	------------------

Fuentes de Financiamiento

	PLAZO EN AÑOS	TASA DE INTERES	FRECUENCIA DE AMORTIZACION	METODO DE PAGO DE PRESTAMO	MONTO	% INVERSION A INICIAL A FINANCIAR
PRESTAMO BANCARIO						
Cooperativa UPA	2	15%	12	2	Q.20,088.00	28%
Total de financiamiento externo					Q.20,088.00	28%
FINANCIAMIENTO INTERNO						
CAPITAL PROPIO					Q.52,958.00	
Total Financiamiento Interno					Q.52,958.00	
Total Financiamiento Requerido					Q.73,046.00	
Total de inversion					Q.73,046.00	

CALCULO DE TREMA

FACTORES CONSIDERADOS

	%
Inflacion	6%
Tasa Activa Bancaria	15%
Premio por riesgo	<u>20%</u>
<hr/>	
Tasa de rendimiento minima aceptada por los inversionistas	<u>41%</u>

Año	Regimen a Utilizar	Tasa Impositiva
2013	Sobre utilidades	31%
2014	Sobre utilidades	28%
2015	Sobre utilidades	25%
2016	Sobre utilidades	25%
2017	Sobre utilidades	25%

Para determinar el porcentaje de la tasa de rendimiento mínima aceptada por los inversionistas, se tomó como base la tasa de inflación para año 2012, la cual se encuentra en 5% (tomada de la página web de la cámara de construcción), ya que la tasa de inflación se puede utilizar un punto arriba o un punto abajo. Se determinó la tasa de inflación 2012 un punto arriba para obtener el porcentaje del 6%.

Para determinar el porcentaje de la tasa activa bancaria se tomó como referencia la tasa de interés que se pagara a cooperativa Upa por el préstamo de Q.20, 000.00 que se necesitan para iniciar el proyecto, la cual es del 15% anual.

Para el porcentaje de premio por riesgo, se tomó como referencia la tasa de interés del 7% que ofreció el banco Industrial, por hacer un depósito en la cuenta futuro programado de dicha institución, por un monto igual al de la inversión inicial.

Tomando estos tres porcentajes expresados con anterioridad, se determinó que la tasa mínima de rendimiento aceptada por los inversionistas asciende a un 35%.

Proyección de Ingresos por ventas

Para determinar la proyección de ingresos de vestidos de novia y de quince años para Daniisa, se tomó como base el porcentaje de demanda insatisfecha del producto el cual es un 62.5% en la temporada alta y un 80% en temporada baja, que traducido en número representan 30 vestidos en temporada alta y 20 vestidos en temporada baja. La demanda insatisfecha de vestidos de quince años representa un 82% que se mantiene a lo largo del año, este porcentaje traducido a números equivale a 41 vestidos mensuales.

La cantidad de vestidos vendidos reflejados en la proyección de ventas de la página siguiente, muestra la estacionalidad del producto la cual se distribuye en temporada alta para los meses de noviembre, diciembre y enero. Temporada baja, para los meses de marzo, abril y mayo y el resto de los meses se mantienen como temporada normal.

Con base en los datos de la estacionalidad del producto y la demanda insatisfecha, se proyectó vender un 50% de la misma, tomando en cuenta que una empresa necesitara un tiempo razonable para poder acreditar.

Meses		Cuota mensual	Intereses	Amortizaciones	Amortizado	Pendiente
0						Q 20,087.65
1	Q	1,088.08	Q 251.10	Q 836.99	Q 836.99	Q 19,250.66
2	Q	1,077.62	Q 240.63	Q 836.99	Q 1,673.98	Q 18,413.67
3	Q	1,067.16	Q 230.17	Q 836.99	Q 2,510.96	Q 17,576.69
4	Q	1,056.69	Q 219.71	Q 836.99	Q 3,347.95	Q 16,739.70
5	Q	1,046.23	Q 209.25	Q 836.99	Q 4,184.93	Q 15,902.72
6	Q	1,035.77	Q 198.78	Q 836.99	Q 5,021.92	Q 15,065.73
7	Q	1,025.31	Q 188.32	Q 836.99	Q 5,858.90	Q 14,228.75
8	Q	1,014.84	Q 177.86	Q 836.99	Q 6,695.89	Q 13,391.76
9	Q	1,004.38	Q 167.40	Q 836.99	Q 7,532.87	Q 12,554.78
10	Q	993.92	Q 156.93	Q 836.99	Q 8,369.86	Q 11,717.79
11	Q	983.46	Q 146.47	Q 836.99	Q 9,206.84	Q 10,880.81
12	Q	973.00	Q 136.01	Q 836.99	Q 10,043.83	Q 10,043.82
13	Q	962.53	Q 125.55	Q 836.99	Q 10,880.82	Q 9,206.84
14	Q	952.07	Q 115.09	Q 836.99	Q 11,717.80	Q 8,369.85
15	Q	941.61	Q 104.62	Q 836.99	Q 12,554.79	Q 7,532.86
16	Q	931.15	Q 94.16	Q 836.99	Q 13,391.77	Q 6,695.88
17	Q	920.68	Q 83.70	Q 836.99	Q 14,228.76	Q 5,858.89
18	Q	910.22	Q 73.24	Q 836.99	Q 15,065.74	Q 5,021.91
19	Q	899.76	Q 62.77	Q 836.99	Q 15,902.73	Q 4,184.92
20	Q	889.30	Q 52.31	Q 836.99	Q 16,739.71	Q 3,347.94
21	Q	878.83	Q 41.85	Q 836.99	Q 17,576.70	Q 2,510.95
22	Q	868.37	Q 31.39	Q 836.99	Q 18,413.68	Q 1,673.97
23	Q	857.91	Q 20.92	Q 836.99	Q 19,250.67	Q 836.98
24	Q	847.45	Q 10.46	Q 836.99	Q 20,087.65	-Q 0.00

Amortizacion de préstamos

Importe	Q 20,088.00
años	2
Comision de apertura	
Interes nominal	15.00%
Periodo de pago	12
Coste efectivo	16.08%
Tipo de amortizacion	2
Cuotas constantes	

PRESTAMOS BANCARIOS

	Banco	Acciones	
	Cooperativa Upa	Preferentes	Total
Monto Original	Q20,088	Q0	Q20,088
Tasa inicial	15%	0%	
Intereses año 1	Q2,323.00	Q0.00	Q2,323.00
Amortización a capital en año 1	Q10,044.00	Q0.00	Q10,044.00
Saldo de capital al termino de año 1	Q10,044.00	Q0.00	Q10,044.00
Intereses año 2	Q816.00	Q0.00	Q816.00
Amortización a capital en año 2	Q10,044.00	Q0.00	Q10,044.00
Saldo de capital al termino de año 2	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Intereses año 3	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Amortización a capital en año 3	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Saldo de capital al termino de año 3	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Intereses año 4	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Amortización a capital en año 4	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Saldo de capital al termino de año 4	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Intereses año 5	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Amortización a capital en año 5	Q0.00	Q0.00	Q0.00
Saldo de capital al termino de año 5	Q0.00	Q0.00	Q0.00
TOTAL DE INTERESES PAGADOS			Q3,139

"Diseños Daniisa S.A			
RESUMEN			
Costos de Operación			
CLASIFICACIÓN DE COSTOS			
COSTOS FIJOS	Referencia	Promedio Mensual	Total primer año
Alquileres		3,000.00	36,000.00
Energía Eléctrica		250.00	3,000.00
Teléfono		300.00	3,600.00
Agua		25.00	300.00
Reparación y mantenimiento de equipo		25.00	300.00
Reparación y mantenimiento de maquinaria		75.00	900.00
Honorarios profesionales		18,500.00	222,000.00
Papeles y útiles		50.00	600.00
Útiles de limpieza		50.00	600.00
Depreciación de Activos Fijos		574.24	6,890.88
Amortización de Gastos de Organización		104.42	1,253.04
Intereses Pagados		192.71	2,312.52
Fletes y gastos de distribución		100.00	1,200.00
Publicidad y promoción (monto o cuota fija)		1,314.00	15,768.00
Gastos de caja chica		400.00	4,800.00
TOTAL DE COSTOS FIJOS	0.00	24,960.37	299,524.44

COSTOS VARIABLES	Referencia	Promedio Mensual	Total primer año
Coso de la mercadería vendida o servicios prestados	47%	27,746.65	332,959.78
Comisiones sobre ventas	0%	-	-
Comisiones sobre cobro	0%	-	-
Publicidad y promoción variable (% sobre ventas)	0%	-	-
Otros costos variables	0%	-	-
TOTAL COSTOS VARIABLES	47%	27,746.65	332,959.78
GRAN TOTAL DE COSTOS DE OPERACIÓN		52,707.02	632,484.22

Costos de operación

1. Estimación de gastos fijos:

- a. **Alquileres:** El rubro de alquileres está conformado por el alquiler de la sala de ventas con un costo de Q.2, 000.00 mensuales y el alquiler de la planta de producción con un costo de Q.1, 000.00 mensuales, para hacer un total de gasto de alquiler de Q.3, 000.00 mensuales y Q.36, 000.00 anuales.
- b. **Energía eléctrica:** El gasto de energía eléctrica está conformado por el gasto de energía tanto de la planta de producción como de la sala de venta, haciendo un estimado de Q.250.00 mensuales y Q.3, 000.00 anuales.
- c. **Teléfono:** Para el gasto de teléfono, se contratarán dos plantas telefónicas, una para la planta de producción y una para la sala de ventas, cada una con un costo mensual de Q.150.00 la cual tendrá llamadas gratis para los teléfonos celulares de los dueños y llamadas gratis entre sí. Esto para hacer un costo total mensual de Q.300.00 y un costo total anual de 3.600.00
- d. **Agua:** La cuota de agua es pagada a la municipalidad de Amatitlán, debido a que la actividad de la empresa no alude a un uso excesivo de agua, más que la utilizada para el personal de operación. El costo mensual asciende únicamente a la cuota fija base de Q.25.00 mensuales, haciendo un total anual de Q.300.00

Punto de equilibrio

"Diseños Daniisa" S.A. PUNTO DE EQUILIBRIO		
ELEMENTOS	Promedio mensual	Total primer año
A.Costos fijos	24,960	299,520
B.Costos variables	27,747	332,964
C.Ventas	58,464	701,568
D. Contribución marginal (C-B)	30,718	368,616
E.Margen de contribución (D/C)	53%	53%
F.Punto de equilibrio en valores (A/E)	47,507	570,084
G.Precio de venta unitario sin IVA (Un producto)	2,582.36	2,582.36
H.Punto de equilibrio en unidades (F/G)	18	221

PRECIO PROMEDIO PONDERADO	Precio unit sin IVA	% particip de ventas	Ponderación
Estilo Sirena	2,340.40	7.6%	177.87
Corset	3,127.80	10.3%	322.16
Corte Imperio	2,324.40	6.3%	146.44
Estilo Princesa con Pedreria	4,017.00	9.7%	389.65
Estilo entallado	2,324.40	5.0%	116.22
Estilo tradicional	3,213.60	5.5%	176.75
15 años	2,256.00	55.6%	1,254.34
Vestido para matrimonio civil	335.40	0.0%	0.00
		100.0%	2,583.42

Estado de Resultado del proyecto

ESTADO DE RESULTADOS							
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total Primer Semestre
Ventas o ingresos por servicios	Q45,275	Q44,472	Q49,856	Q52,112	Q52,112	Q56,692	Q300,519
(-) Costos variables	Q21,487	Q21,106	Q23,661	Q24,732	Q24,732	Q26,906	Q142,624
(=) Contribución marginal	Q23,788	Q23,366	Q26,195	Q27,380	Q27,380	Q29,786	Q157,895
(-) Gastos de operación							
(-) Costos fijos (sin depreciaciones)	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q144,534
(-) Gastos por depreciaciones	Q574	Q574	Q574	Q574	Q574	Q574	Q3,444
(-) Gastos por amortizaciones	Q104	Q104	Q104	Q104	Q104	Q104	Q624
(-) Intereses pagados	Q193	Q193	Q193	Q193	Q193	Q193	Q1,158
Total de gastos de operación	Q24,960	Q24,960	Q24,960	Q24,960	Q24,960	Q24,960	Q149,760
Utilidad antes de impuestos (UAI)	-Q1,172	-Q1,594	Q1,235	Q2,420	Q2,420	Q4,826	Q8,135
(-) ISR	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Utilidades netas después de impuestos	-Q1,172	-Q1,594	Q1,235	Q2,420	Q2,420	Q4,826	Q8,135

ESTADO DE RESULTADOS							
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Primer año
Ventas o ingresos por servicios	Q58,948	Q62,965	Q65,221	Q69,802	Q72,058	Q72,058	Q701,571
(-) Costos variables	Q27,976	Q29,883	Q30,953	Q33,127	Q34,198	Q34,198	Q332,959
(=) Contribución marginal	Q30,972	Q33,082	Q34,268	Q36,675	Q37,860	Q37,860	Q368,612
(-) Gastos de operación							
(-) Costos fijos (sin depreciaciones)	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q289,068
(-) Gastos por depreciaciones	Q574	Q574	Q574	Q574	Q574	Q574	Q6,888
(-) Gastos por amortizaciones	Q104	Q104	Q104	Q104	Q104	Q104	Q1,248
(-) Intereses pagados	Q193	Q193	Q193	Q193	Q193	Q193	Q2,316
Total de gastos de operación	Q24,960	Q24,960	Q24,960	Q24,960	Q24,960	Q24,960	Q299,520
Utilidad antes de impuestos (UAI)	Q6,012	Q8,122	Q9,308	Q11,715	Q12,900	Q12,900	Q60,957
(-) ISR	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q21,417	Q21,417
Utilidades netas después de impuestos	Q6,012	Q8,122	Q9,308	Q11,715	Q12,900	-Q8,517	Q47,675

ESTADO DE RESULTADOS										
	Año 1	Porcentaje	Año 2	Porcentaje	Año 3	Porcentaje	Año 4	Porcentaje	Año 5	Porcentaje
Ventas o ingresos por servicios	Q701,571	100.0%	Q701,571	100.0%	Q701,571	100.0%	Q701,571	100.0%	Q701,571	100.0%
(-) Costos variables	Q332,959	47.5%	Q332,959	47.5%	Q332,959	47.5%	Q332,959	47.5%	Q332,959	47.5%
(=) Contribución marginal	Q368,612	52.5%	Q368,612	52.5%	Q368,612	52.5%	Q368,612	52.5%	Q368,612	52.5%
(-) Gastos de operación										
(-) Costos fijos (sin depreciaciones)	Q289,068	41.2%	Q289,068	41.2%	Q289,068	41.2%	Q289,068	41.2%	Q289,068	41.2%
(-) Gastos por depreciaciones	Q6,888	1.0%	Q6,891	1.0%	Q6,891	1.0%	Q5,566	0.8%	Q5,512	0.8%
(-) Gastos por amortizaciones	Q1,248	0.2%	Q1,253	0.2%	Q1,253	0.2%	Q1,253	0.2%	Q1,253	0.2%
(-) Intereses pagados	Q2,316	0.3%	Q812	0.1%	Q0	0.0%	Q0	0.0%	Q0	0.0%
Total de gastos de operación	Q299,520	42.7%	Q298,024	42.5%	Q297,212	42.4%	Q295,887	42.2%	Q295,833	42.2%
Utilidad antes de impuestos (UAI)	Q69,087	9.8%	Q70,587	10.1%	Q71,399	10.2%	Q72,724	10.4%	Q72,778	10.4%
(-) ISR	Q21,417	3.1%	Q19,764	2.8%	Q17,850	2.5%	Q18,181	2.6%	Q18,194	2.6%
Utilidades netas después de impuestos	Q47,675	6.8%	Q50,822	7.2%	Q53,549	7.6%	Q54,543	7.8%	Q54,583	7.8%
(-) Rendimiento garantizado acc.preferentes	Q0	0.0%	Q0	0.0%	Q0	0.0%	Q0	0.0%	Q0	0.0%
Utilidad neta después de impuestos y pref.	Q47,675	6.8%	Q50,822	7.2%	Q53,549	7.6%	Q54,543	7.8%	Q54,583	7.8%

"Diseños Daniisa S.A."						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Saldo inicial	Q20,000	Q563	Q3,321	Q7,524	Q12,010	Q16,495
(+) Ingresos						
Ventas al contado	Q27,165	Q26,683	Q29,913	Q31,267	Q31,267	Q34,015
Cobros de ventas al crédito	Q0	Q22,296	Q23,065	Q23,065	Q23,065	Q23,065
Préstamos	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Aportes adicionales de socios	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
TOTAL DE INGRESOS	Q27,165	Q48,979	Q52,978	Q54,332	Q54,332	Q57,080
TOTAL DISPONIBLE	Q47,165	Q49,542	Q56,299	Q61,856	Q66,342	Q73,575
(-) Egresos						
Costos Fijos (sin depreciaciones y amortizaciones)	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089
Costos variables	Q21,487	Q21,106	Q23,661	Q24,732	Q24,732	Q26,906
Inversión	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Impuestos	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Amortización de préstamos bancarios	Q833	Q833	Q833	Q833	Q833	Q833
Intereses	Q193	Q193	Q193	Q193	Q193	Q193
Otros egresos	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
TOTAL DE EGRESOS	Q46,602	Q46,221	Q48,776	Q49,847	Q49,847	Q52,021
SALDO FINAL	Q563	Q3,321	Q7,523	Q12,009	Q16,495	Q21,554

"Diseños Daniisa S.A."						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	Q21,555	Q26,898	Q32,745	Q38,874	Q45,578	Q52,565
(+) Ingresos						
Ventas al contado	Q35,369	Q37,779	Q39,133	Q41,881	Q43,235	Q43,235
Cobros de ventas al crédito	Q23,065	Q23,065	Q23,065	Q23,065	Q23,065	Q27,678
Préstamos	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Aportes adicionales de socios	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
TOTAL DE INGRESOS	Q58,434	Q60,844	Q62,198	Q64,946	Q66,300	Q70,913
TOTAL DISPONIBLE	Q79,989	Q87,742	Q94,943	Q103,820	Q111,878	Q123,478
(-) Egresos						
Costos Fijos (sin depreciaciones y amortizaciones)	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089	Q24,089
Costos variables	Q27,976	Q29,883	Q30,953	Q33,127	Q34,198	Q34,198
Inversión	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Impuestos	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q21,417
Amortización de préstamos bancarios	Q833	Q833	Q833	Q833	Q833	Q833
Intereses	Q193	Q193	Q193	Q193	Q193	Q193
Otros egresos	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
TOTAL DE EGRESOS	Q53,091	Q54,998	Q56,068	Q58,242	Q59,313	Q80,730
SALDO FINAL	Q26,898	Q32,744	Q38,875	Q45,578	Q52,565	Q42,748

"Diseños Daniisa S.A."						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	Q53,046	Q20,000	Q42,748	Q91,714	Q153,408	Q214,770
(+) Ingresos						
Ventas al contado	Q0	Q420,942	Q420,942	Q420,942	Q420,942	Q420,942
Cobros de ventas al crédito	Q0	Q257,563	Q280,628	Q280,628	Q280,628	Q280,628
Préstamos	Q20,000	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Aportes adicionales de socios	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
TOTAL DE INGRESOS	Q20,000	Q678,505	Q701,570	Q701,570	Q701,570	Q701,570
TOTAL DISPONIBLE	Q73,046	Q698,505	Q744,318	Q793,284	Q854,978	Q916,340
(-) Egresos						
Costos Fijos (sin depreciaciones y amortizaciones)	Q0	Q289,068	Q289,068	Q289,068	Q289,068	Q289,068
Costos variables	Q0	Q332,960	Q332,960	Q332,960	Q332,960	Q332,960
Inversión	Q53,046	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Impuestos	Q0	Q21,417	Q19,764	Q17,850	Q18,181	Q18,194
Amortización de préstamos bancarios	Q0	Q10,000	Q10,000	Q0	Q0	Q0
Intereses	Q0	Q2,312	Q812	Q0	Q0	Q0
Otros egresos	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
TOTAL DE EGRESOS	Q53,046	Q655,757	Q652,604	Q639,878	Q640,209	Q640,222
SALDO FINAL	Q20,000	Q42,748	Q91,714	Q153,406	Q214,769	Q276,118

Balance General

"Diseños Daniisa S.A."				
BALANCE GENERAL				
	Año 0	%	Año 1	%
ACTIVO				
Activo circulante				
Caja y bancos	Q20,000	27.4%	Q21,118	25.3%
Cuenta por cobrar	-	0.0%	Q17,313	20.8%
Inventario de mercadería	Q9,555	13.1%	Q9,555	11.5%
Inventario de insumos	Q3,000	4.1%	Q3,000	3.5%
Total Activo circulante	Q32,555	44.6%	Q50,986	61.1%
Activo fijo				
Mobiliario y equipo	Q13,060	17.9%	Q13,060	15.7%
Equipo de computo	Q3,975	5.4%	Q3,975	4.8%
Herramientas	Q216	0.3%	Q216	0.3%
Maquinaria	Q14,500	19.9%	Q14,500	17.4%
Vehículos	-	0.0%	-	0.0%
Mejoras a propiedades arrendadas	Q875	1.2%	Q875	1.1%
Edificios y construcciones	-	0.0%	-	0.0%
Terrenos	-	0.0%	-	0.0%
(-)Depreciación Acumulada		0.0%	Q6,891	8.3%
Total Activo Fijo	Q32,626	44.7%	Q25,735	47.6%
Otros activos				
Otros activos	Q7,865	10.8%	Q7,865	9.4%
(-)Amortización acum.Gtos.Organizac.		0.0%	Q1,253	1.5%
Total Otros Activos	Q7,865	10.8%	Q6,612	7.9%
TOTAL ACTIVO	Q73,046	100.1%	Q83,333	116.6%
PASIVO				
Corto Plazo				
Proveedores	Q0	0.0%	Q0	0.0%
Préstamo Bancario C.P.	Q10,044	13.8%	Q10,044	12.1%
Largo Plazo				
Préstamo Bancario L.P.	Q10,044	13.8%	Q0	0.0%
TOTAL PASIVO	Q20,088	27.6%	Q10,044	12.1%
Patrimonio				
Acciones Preferentes	Q0	0.0%	Q0	0.0%
Capital Inicial	Q52,958	72.5%	Q52,958	63.6%
Utilidad del Ejercicio	Q0	0.0%	Q20,331	24.4%
Total de patrimonio	Q52,958	72.5%	Q73,289	87.9%
SUMA DE PASIVO Y CAPITAL	Q73,046	100.0%	Q83,333	100.0%

Índices Financieros

INDICE DE SOLVENCIA	
AÑO 0	AÑO 1
3.25550085	7.83686215

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	
AÑO 0	AÑO 1
27.4%	9.0%

RENDIMIENTO SOBRE VENTAS AÑO 1
6.8%

PRUEBA DEL ACIDO	
AÑO 0	AÑO 1
2.00000052	6.58136182

ROTACIÓN DE ACTIVOS AÑO 1
6.336684845

RENDIMIENTO SOBRE INVERSIÓN AÑO 1
89.9%

Interpretación de Razones Financieras

1. **Índice de solvencia:** Este índice muestra la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que llegan a su vencimiento. El resultado obtenido significa que por cada quetzal que la empresa debe tiene 3.86 quetzales para responder a sus obligaciones de corto plazo.
2. **Nivel de endeudamiento:** este índice indica que el 14.2% del total de activos de la empresa, está funcionando con recursos externos.
3. **Rendimiento sobre ventas:** este índice muestra que por cada quetzal que se invirtió en el proyecto se obtiene una ganancia de 1.5.
4. **Prueba del Ácido:** este índice indica la capacidad inmediata de la empresa para saldar sus obligaciones. Por cada quetzal que la empresa adeuda, tiene 2.60 quetzales para saldar sus cuentas.
5. **Rotación de Activos:** este índice indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas, el cual en este proyecto es de 7.46 veces por año.
6. **Rendimiento sobre la inversión: (ROE) este** índice muestra la capacidad de la empresa para obtener utilidades de la inversión de los accionistas. Indica que por cada quetzal que han invertido los accionistas se obtuvieron 15.2 quetzales de utilidades.

Flujo neto de fondos

FLUJO NETO DE FONDOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=)Utilidad neta después ISR		Q47,670	Q50,822	Q53,549	Q54,543	Q54,583
Inversión	Q73,046					
Préstamo	Q20,000					
Fondos propios	Q53,046					
(+) Ajustes por gastos no desembolsables (las depreciaciones y las amortizaciones)		Q8,144	Q8,144	Q8,144	Q6,819	Q6,765
(-)Amortización a capital de préstamos		Q10,000	Q10,000	Q0	Q0	Q0
Valor residual o de rescate				Q0		
(=)Flujo Neto de efectivo	-Q53,046	Q45,814	Q48,966	Q61,693	Q61,362	Q61,348

Cuadro Relación Beneficio/Costo

"Diseños Daniisa S.A."					
CUADRO RELAIÓN BENEFICIO/COSTO					
TREMA	41%			Actualizados	
Año	Ingresos	Gasto	FA	Ingresos	Gastos
0	0	53,056	1.0000	0	53,046
1	701,571	655,757	0.7092	497,568	465,076
2	701,571	652,605	0.5030	352,885	328,255
3	701,571	639,878	0.3567	250,273	228,265
4	701,571	640,209	0.2530	177,499	161,974
5	701,571	640,222	0.1794	125,886	114,878
VALOR PRESENTE				1,404,111	1,351,494
RBC				1.04	

Análisis de Sensibilidad

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas o ingresos por servicios	Q701,571	Q701,571	Q701,571	Q701,571	Q701,571
(-) Costos variables	Q332,960	Q332,960	Q332,960	Q332,960	Q332,960
(=) Contribución marginal	Q368,611	Q368,611	Q368,611	Q368,611	Q368,611
(-) Gastos de operación					
(-) Costos fijos (sin depreciaciones)	Q289,068	Q289,068	Q289,068	Q289,068	Q289,068
(-) Gastos por depreciaciones	Q6,891	Q6,891	Q6,891	Q5,566	Q5,512
(-) Gastos por amortizaciones	Q1,253	Q1,253	Q1,253	Q1,253	Q1,253
(-) Intereses pagados	Q2,312	Q812	Q0	Q0	Q0
Total de gastos de operación	Q299,524	Q298,024	Q297,212	Q295,887	Q295,833
Utilidad antes de impuestos (UAI)	Q69,087	Q70,587	Q71,399	Q72,724	Q72,778
(-) ISR	Q21,417	Q19,764	Q17,850	Q18,181	Q18,194
Utilidades netas después de impuestos	Q47,670	Q50,823	Q53,549	Q54,543	Q54,584
(-) Rendimiento garantizado acc.preferente	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Utilidad neta después de impuestos y preferente	Q47,670	Q50,823	Q53,549	Q54,543	Q54,584

FLUJO NETO DE FONDOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=)Utilidad neta después ISR		Q47,670	Q50,822	Q53,549	Q54,543	Q54,583
Inversión	Q73,046					
Préstamo	Q20,000					
Fondos propios	Q53,046					
(+) Ajustes por gastos no desembolsables (las depreciaciones y las amortizaciones)		Q8,144	Q8,144	Q8,144	Q6,819	Q6,765
(-)Amortización a capital de préstamos		Q10,000	Q10,000	Q0	Q0	Q0
Valor residual o de rescate				Q0		
(=)Flujo Neto de efectivo	-Q53,046	Q45,814	Q48,966	Q61,693	Q61,362	Q61,348

TREMA	41%					
CALCULO DE TIR	91%					
FACTOR DE DESCUENTO		0.70922	0.50299	0.35673	0.25300	0.17943
Valor Actual	Q105,662	Q32,492	Q24,630	Q22,008	Q15,525	Q11,008
Valor Actual Neto	Q52,616					

PORCENTAJE A REDUCIR EN VENTAS	5%	ESPERADO
--------------------------------	----	----------

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas o ingresos por servicios	Q666,492	Q666,492	Q666,492	Q666,492	Q666,492
(-) Costos variables	Q316,312	Q316,312	Q316,312	Q316,312	Q316,312
(=) Contribución marginal	Q350,180	Q350,180	Q350,180	Q350,180	Q350,180
(-) Gastos de operación					
(-) Costos fijos (sin depreciaciones)	Q289,068	Q289,068	Q289,068	Q289,068	Q289,068
(-) Gastos por depreciaciones	Q6,891	Q6,891	Q6,891	Q5,566	Q5,512
(-) Gastos por amortizaciones	Q1,253	Q1,253	Q1,253	Q1,253	Q1,253
(-) Intereses pagados	Q2,312	Q812	Q0	Q0	Q0
Total de gastos de operación	Q299,524	Q298,024	Q297,212	Q295,887	Q295,833
Utilidad antes de impuestos (UAI)	Q50,656	Q52,156	Q52,968	Q54,293	Q54,347
(-) ISR	Q15,703	Q12,664	Q13,242	Q13,573	Q13,587
Utilidades netas después de impuestos	Q34,953	Q39,492	Q39,726	Q40,720	Q40,760
(-) Rendimiento garantizado acc.preferente	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Utilidad neta después de impuestos y preferente	Q34,953	Q39,492	Q39,726	Q40,720	Q40,760

FLUJO NETO DE FONDOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=)Utilidad neta después ISR		Q34,953	Q39,492	Q39,726	Q40,720	Q40,760
Inversión	Q73,046					
Préstamo	Q20,000					
Fondos propios	Q53,046					
(+) Ajustes por gastos no desembolsables (las depreciaciones y las amortizaciones)		Q8,144	Q8,144	Q8,144	Q6,819	Q6,765
(-)Amortización a capital de préstamos		Q10,000	Q10,000	Q0	Q0	Q0
Valor residual o de rescate				Q0		
(=)Flujo Neto de efectivo	-Q53,046	Q33,097	Q37,636	Q47,870	Q47,539	Q47,525

TREMA	41%					
CALCULO DE TIR	67%					
FACTOR DE DESCUENTO		0.70922	0.50299	0.35673	0.25300	0.17943
Valor Actual	Q80,035	Q23,473	Q18,931	Q17,077	Q12,027	Q8,528
Valor Actual Neto	Q26,989					

PORCENTAJE A REDUCIR EN VENTAS	10%	PESIMISTA
--------------------------------	-----	-----------

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas o ingresos por servicios	Q631,414	Q631,414	Q631,414	Q631,414	Q631,414
(-) Costos variables	Q299,664	Q299,664	Q299,664	Q299,664	Q299,664
(=) Contribución marginal	Q331,750	Q331,750	Q331,750	Q331,750	Q331,750
(-) Gastos de operación					
(-) Costos fijos (sin depreciaciones)	Q289,068	Q289,068	Q289,068	Q289,068	Q289,068
(-) Gastos por depreciaciones	Q6,891	Q6,891	Q6,891	Q5,566	Q5,512
(-) Gastos por amortizaciones	Q1,253	Q1,253	Q1,253	Q1,253	Q1,253
(-) Intereses pagados	Q2,312	Q812	Q0	Q0	Q0
Total de gastos de operación	Q299,524	Q298,024	Q297,212	Q295,887	Q295,833
Utilidad antes de impuestos (UAI)	Q32,226	Q33,726	Q34,538	Q35,863	Q35,917
(-) ISR	Q9,990	Q9,443	Q8,634	Q8,966	Q8,979
Utilidades netas después de impuestos	Q22,236	Q24,283	Q25,904	Q26,897	Q26,938
(-) Rendimiento garantizado acc.preferente	Q0	Q0	Q0	Q0	Q0
Utilidad neta después de impuestos y preferente	Q22,236	Q24,283	Q25,904	Q26,897	Q26,938

FLUJO NETO DE FONDOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=)Utilidad neta después ISR		Q22,236	Q24,283	Q25,904	Q26,897	Q26,938
Inversión	Q73,046					
Préstamo	Q20,000					
Fondos propios	Q53,046					
(+) Ajustes por gastos no desembolsables (las depreciaciones y las amortizaciones)		Q8,144	Q8,144	Q8,144	Q6,819	Q6,765
(-)Amortización a capital de préstamos		Q10,000	Q10,000	Q0	Q0	Q0
Valor residual o de rescate				Q0		
(=)Flujo Neto de efectivo	-Q53,046	Q20,379	Q22,426	Q34,047	Q33,716	Q33,702

TREMA	41%					
CALCULO DE TIR	40%					
FACTOR DE DESCUENTO		0.70922	0.50299	0.35673	0.25300	0.17943
Valor Actual	Q52,457	Q14,454	Q11,280	Q12,146	Q8,530	Q6,047
Valor Actual Neto	-Q589					

Análisis de riesgo

Los tipos de riesgo a los que la empresa se enfrenta son los siguientes:

1. **Riesgos de Tasas de Interés:** este riesgo existe por la posibilidad que ocurra un incremento en la tasa de interés del préstamo que se realizó para la inversión inicial de la empresa, y este afecte de manera negativa el valor de la inversión.
2. **Riesgo de mercado:** este tipo de riesgo se refiere a que el valor de la inversión disminuye debido a factores de mercado independientes del proyecto como acontecimientos económicos, políticos y sociales en el país.
3. **Riesgo de poder de compra:** este riesgo se ocasiona por el aumento de precios ocasionados por la inflación o deflación, los cuales afecten en forma negativa los flujos de efectivo de la empresa.
4. **Riesgo Fiscal:** este riesgo es ocasionado por la posibilidad que ocurran cambios desfavorables en las leyes fiscales.

Valor esperado del rendimiento del proyecto

Resultados Posibles	Probabilidad	Rendimientos	Valor Ponderado
Optimista	.25	48	12
Más Probable	.50	42	21
Pesimista	.25	33	8.25
TOTAL	1.00	Rendimiento esperado	41.25%

Cálculo de la desviación estándar del rendimiento del proyecto

J	kj	k	Kj-k	(kj-k) ²	Prj	(kj-k) ² x Prj
1	48%	41.25%	6.75%	45.5%	0.25	11.37
2	42	41.25	0.75	0.56	0.50	0.28
3	33	41.25	-8.25	68	0.25	17
						28.65

$$\sqrt{28.65} = 5.35\% \quad \text{Coeficiente de Variación:} \quad 5.35/41.25 = 0.13$$

Conclusiones

1. El estudio de mercado permitió identificar que existe un alto potencial de crecimiento en ventas, puesto que existe un 62.5% de demanda insatisfecha en el sector de influencia.
2. En consecuencia, a lo demostrado en el estudio económico financiero del proyecto, se demuestra que el proyecto tiene una tasa de rentabilidad del 48%, la cual es mayor que la tasa de rendimiento mínima aceptada por los inversionistas del 31%.
3. En concreto, el plan de negocios, desde el punto de vista legal, ambiental, técnico, económico y financiero tiene viabilidad.

Recomendaciones

1. Poner en marcha un plan de mercadeo estratégico propuesto para la captación de la demanda insatisfecha. Realizar proyecciones de venta con porcentajes de crecimiento de manera escalonada para que a través del crecimiento llegar a cubrir el total de la demanda insatisfecha.
2. Para lograr posicionar el producto en los segmentos mencionados en el proyecto, se recomienda impulsar y promover la apertura de una tienda de vestidos de novia y de quince años en el municipio de Amatitlán, Guatemala.

Referencias

- 2008-2020, I. (2020). *Estimaciones de la población total por municipio*.
- anuncio, O. M. (2010). *OLX tuanunciosgratis.com*.
- CEH.CL. (2010). *Guía para la evaluación de impacto ambiental*. Obtenido de www.ceh.cl
- Dos, M. S. (2020). *Tabla de niveles socioeconómicos, áreas urbanas metropolitanas*. Guatemala.
- Gil, O. F. (2020). *Tierra de Amatlés - Monografías del Municipio de Amatitlán*.
- Gobernación, M. d. (2010). *Área de transparencia GAM*. Guatemala.
- Guatemala, U. d. (2010). *Servicios UVG*. Obtenido de www.uvg.edu.gt/servicios
- INE. (2010). *Población total por sexo*. Guatemala.
- Muralles, D. (2012). Entrevista a mujeres de 15 años y próximas a casarse. (D. Muralles, Entrevistador) Amatitlán.
- PYME, I. (2010). *Principios de producción*. Obtenido de www.infomipyme/principiosdeproducción
- SA, S. A. (s.f.). Sociedad Anónima. *Es la que tiene el capital dividido y representado por acciones. La responsabilidad de cada accionista está limitada al pago de las acciones que hubiere suscrito, según el Código de Comercio de Guatemala*. Guatemala.
- SAT. (2010). *Formularios SAT*. Obtenido de www.sat.gob.gt
- Varela, R. (s.f.). *Innovación empresarial, Arte y Ciencia en la creación de empresas*. Prentice Hall Edición 2.
- Veintiuno, S. (2010). *Artículo Nacional Siglo Veintiuno*. Obtenido de <http://www.s21.com.gt/node/26897>

ANEXOS

Productos a confeccionar:



Vestido estilo de tiempos

Tallas: S, M, L, X, L, sobre medidas

Precio: 2,600.00



Vestido estilo corset con falda campana

Tallas: S, M, L, X, L, sobre medidas

Precio: 3,500.00



Vestido estilo corte imperio

Tallas: S, M, L, X, L, sobre medidas

Precio: 2,600.00



Vestido estilo princesa con pedrería

Tallas: S, M, L, X, L, sobre medidas

Precio: 4,500.00



Vestido estilo de tiempos

Tallas: S, M, L, X, L, sobre medidas

Precio: 2,600.00



Vestido estilo tradicional

Tallas: S, M, L, X, L, sobre medidas

Precio: 3,600.00



Vestido estilo entallado

Tallas: S, M, L, X, L, sobre medidas

Precio: 2,500.00



Vestido para ceremonia civil

Tallas: S, M, L, X, L, sobre medidas

Precio: 375.00

Logotipo:





Guatemala, 19 de abril de 2,023

Señores

Universidad Galileo

IDEA

Presente.

Por este medio de la presente YO Maria Daniela Muralles Oliva que me identifico con número de carné 09129005 y con DPI 1573937470509 actualmente asignado (a) en la carrera:

Licenciatura en Tecnología y Administración de Empresas

"Autorizo al Instituto de Educación Abierta (IDEA) a la publicación, en el Tesario virtual de la Universidad, de mi proyecto de Graduación titulado:"

"Confeción de vestidos de novia en diseños Daniisa"

Como autor (a) del material de la investigación sustentada mediante el protocolo de IDEA. Expreso que la misma es de mi autoría y con contenido inédito, realizado con el acompañamiento experto del coordinador de área y por tanto he seguido los parámetros éticos y legales respecto de las citas de referencia y todo tipo de fuentes establecidas en el Reglamento de la Universidad Galileo

Sin otro particular, me suscribo.

F.