

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**INFORME FINAL DE PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y VENTA DE  
ROPA INTERIOR MASCULINA Y FEMENINA, EN EL CANTÓN DE  
CORREDORES**

**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN SOMETIDO A CONSIDERACIÓN DEL  
TRIBUNAL EXAMINADOR PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA  
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ENFASIS EN GESTIÓN  
FINANCIERA**

**RESPONSABLES**

**IVONNE PÉREZ JIMÉNEZ  
JESSICA MARÍA ROJAS PÉREZ  
TAYMI PAMELA PÉREZ QUIRÓS**

**CAMPUS COTO  
SEDE REGIONAL BRUNCA  
PASO CANOAS**

## **Dedicatoria**

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, por darme la oportunidad de vivir y estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente. A mi madre por ser la persona que me ha acompañado durante mi trayecto estudiantil y de vida, durante este arduo camino para convertirme en una profesional.

***Pamela Pérez Quirós.***

Dedico este logro a mi hijo Carlos Iván; por ese amor sincero e incomparable que existe entre una madre y un hijo que nos llena de fe, esperanza y amor para seguir adelante cada día.

***Ivonne Pérez Jiménez.***

A Dios por ser mi apoyo incondicional a lo largo de mi carrera universitaria, por acompañarme y orientarme en cada etapa de mi vida. A mi madre por estar a mi lado siempre, motivándome para seguir adelante en mi carrera profesional y poder superarme cada día más.

***Jessica Rojas Pérez.***

## **Agradecimientos**

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza y brindarme una vida llena de aprendizajes y experiencias, por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio, y a la Universidad Nacional por ser parte de largo trayecto de aprendizaje.

***Pamela Pérez Quirós.***

Poder dar gracias infinitas a Dios es solo una pequeña parte de la inmensa gratitud que siento por haberme permitido culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco a todas y cada una de las personas que en un momento determinado contribuyeron en este camino de conocimientos, experiencias y aprendizaje. A la Universidad Nacional, personal administrativo y docentes, a mis compañeros y amigos, pero sobre todo a mi familia por ser parte de este logro tan ansiado.

***Ivonne Pérez Jiménez.***

Agradezco a Dios por la sabiduría que me ha brindado en ésta importante etapa de mi vida; a mi madre por la ayuda y apoyo que me ha dado para poder cumplir mis metas; a la Universidad Nacional, sus funcionarios y todas aquellas personas que de una u otra manera me han brindado su apoyo durante mis años de estudio.

***Jessica Rojas Pérez***

## Contenido

Dedicatoria.....	02
Agradecimientos.....	03
Contenido.....	04
Lista de tablas.....	06
Lista de figuras.....	09
Lista de gráficos.....	11
Lista de anexos.....	13
Abreviaturas.....	14
Resumen Ejecutivo .....	15
Introducción .....	16
Capítulo I. Marco Introdutorio .....	17
1.1. Antecedentes de la industria textil en cantón Corredores .....	17
1.2. Planteamiento del problema.....	18
1.3. Delimitación de la investigación.....	20
1.4. Objetivos .....	21
Capítulo II. Marco Teórico .....	22
2.1. Aspectos generales del cantón de Corredores.....	22
2.2. Plan de negocios.....	23
2.3. Mercado actual .....	23
2.4. Mercado objetivo .....	24
2.5. Proceso técnico para la confección de ropa interior.....	25
2.6. Modelo organizacional.....	25
2.7. Estados financieros.....	25
2.8. Análisis financieros.....	27

Capítulo III. Marco Metodológico .....	29
3.1. Tipo de investigación .....	29
3.2. Sujetos y fuentes de información .....	30
3.3. Población y muestra .....	31
3.4. Operacionalización de variables .....	33
3.5. Técnicas para la recopilación de datos.....	39
3.6. Tipo de análisis de datos .....	40
3.7. Alcances y limitaciones.....	40
Capítulo IV. Plan de Negocios.....	42
4.1. Naturaleza de la empresa .....	42
4.2. Mercadotecnia.....	49
4.3. Producción .....	92
4.4. Análisis organizacional .....	117
4.5. Finanzas.....	123
4.6. Estudio legal.....	177
4.7. Impacto ambiental.....	178
Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones .....	179
5.1. Conclusiones .....	179
5.2. Recomendaciones.....	181
Bibliografía Citada.....	182

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b>	Matriz FODA.....	44
<b>Tabla 2</b>	Cantidad de mujeres que comprarían ropa íntima a Creaciones Jireh, frecuencia y consumo.....	59
<b>Tabla 3</b>	Cantidad de hombres que comprarían ropa íntima a Creaciones Jireh, frecuencia y consumo.....	60
<b>Tabla 4</b>	Intención de compra de la población femenina.....	76
<b>Tabla 5</b>	Intención de compra de la población masculina.....	77
<b>Tabla 6</b>	Consumo aparente población masculina.....	77
<b>Tabla 7</b>	Consumo aparente población femenina.....	78
<b>Tabla 8</b>	Ventas estimadas mensualmente por prenda.....	79
<b>Tabla 9</b>	Unidades de producción requeridas.....	80
<b>Tabla 10</b>	Costeo del producto.....	86
<b>Tabla 11</b>	Precio de venta de las prendas.....	87
<b>Tabla 12</b>	Equipo.....	96
<b>Tabla 13</b>	Capacidad del equipo.....	96
<b>Tabla 14</b>	Mobiliario y equipo.....	100
<b>Tabla 15</b>	Descripción del mobiliario y equipo.....	101
<b>Tabla 16</b>	Materiales de trabajo.....	104
<b>Tabla 17</b>	Herramientas de trabajo.....	104
<b>Tabla 18</b>	Materia prima.....	105
<b>Tabla 19</b>	Materia prima requerida en unidades por producto.....	106
<b>Tabla 20</b>	Materia prima requerida en moneda por producto.....	107
<b>Tabla 21</b>	Mano de obra directa por prenda en minutos.....	112
<b>Tabla 22</b>	Mano de obra directa por unidades de producción requerida.....	113
<b>Tabla 23</b>	Mano de obra requerida.....	114
<b>Tabla 24</b>	Manual de puestos de la empresa.....	119

<b>Tabla 25</b>	Promedio de salarios y cargas sociales.....	122
<b>Tabla 26</b>	Préstamo bancario.....	125
<b>Tabla 27</b>	Ingresos por ventas mensual y anual.....	127
<b>Tabla 28</b>	Costos de inversión resumidos.....	128
<b>Tabla 29</b>	Capital de trabajo.....	129
<b>Tabla 30</b>	Consumo de electricidad mensual del área administrativa.....	130
<b>Tabla 31</b>	Gastos de administración.....	131
<b>Tabla 32</b>	Depreciación año 1 al 3.....	132
<b>Tabla 33</b>	Depreciación año 4 al 10.....	132
<b>Tabla 34</b>	Depreciación mensual.....	133
<b>Tabla 35</b>	Consumo de electricidad mensual del área de producción, primer semestre.....	134
<b>Tabla 36</b>	Consumo de electricidad mensual del área de producción, segundo semestre.....	134
<b>Tabla 37</b>	Costo de insumos requeridos mensualmente.....	135
<b>Tabla 38</b>	Consumo de materia prima requerida mensualmente en moneda.....	136
<b>Tabla 39</b>	Salario mensual mano de obra directa primer semestre.....	137
<b>Tabla 40</b>	Salario mensual mano de obra directa segundo semestre.....	137
<b>Tabla 41</b>	Gastos de venta.....	138
<b>Tabla 42</b>	Egresos mensuales y anuales.....	140
<b>Tabla 43</b>	Flujo de caja mensual, primer semestre.....	141
<b>Tabla 44</b>	Flujo de caja mensual, segundo semestre.....	141
<b>Tabla 45</b>	Flujo neto de efectivo.....	143
<b>Tabla 46</b>	Estado de Resultados.....	145
<b>Tabla 47</b>	Balance general.....	147
<b>Tabla 48</b>	Tasa de rendimiento mínima aceptable.....	148
<b>Tabla 49</b>	Evaluación flujo de caja.....	148
<b>Tabla 50</b>	Indicadores financieros.....	149

<b>Tabla 51</b>	Préstamo bancario escenario optimista.....	150
<b>Tabla 52</b>	Ventas proyectadas escenario optimista.....	152
<b>Tabla 53</b>	Ingresos escenario optimista.....	153
<b>Tabla 54</b>	Egresos escenario optimista.....	154
<b>Tabla 55</b>	Flujo de caja del escenario optimista.....	155
<b>Tabla 56</b>	Flujo neto de efectivo del escenario optimista.....	156
<b>Tabla 57</b>	Estado de resultados del escenario optimista.....	157
<b>Tabla 58</b>	Balance general del escenario optimista.....	158
<b>Tabla 59</b>	Evaluación de los flujos netos del escenario optimista.....	159
<b>Tabla 60</b>	Préstamo bancario, escenario pesimista.....	160
<b>Tabla 61</b>	Ventas proyectadas escenario pesimista.....	161
<b>Tabla 62</b>	Ingresos escenario pesimista.....	162
<b>Tabla 63</b>	Egresos escenario pesimista.....	163
<b>Tabla 64</b>	Flujo de caja del escenario pesimista.....	164
<b>Tabla 65</b>	Flujo neto de efectivo del escenario pesimista.....	165
<b>Tabla 66</b>	Estado de resultados del escenario pesimista.....	166
<b>Tabla 67</b>	Balance general del escenario pesimista.....	167
<b>Tabla 68</b>	Evaluación de los flujos netos del escenario pesimista.....	168
<b>Tabla 69</b>	Razones financieras.....	169
<b>Tabla 70</b>	Costos fijos.....	172
<b>Tabla 71</b>	Costos variables.....	173
<b>Tabla 72</b>	Punto de equilibrio anual en moneda.....	173

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b>	Bikini para mujer.....	69
<b>Figura 2</b>	Tanga para mujer.....	69
<b>Figura 3</b>	Blúmer para señora.....	70
<b>Figura 4</b>	Blúmer para niñas.....	70
<b>Figura 5</b>	Cachetero femenino.....	71
<b>Figura 6</b>	Bóxer femenino.....	71
<b>Figura 7</b>	Bóxer de tela y encaje para niña.....	72
<b>Figura 8</b>	Bóxer de tela para niña.....	72
<b>Figura 9</b>	Ropa de dormir para mujer.....	72
<b>Figura 10</b>	Traje femenino para hacer ejercicios.....	73
<b>Figura 11</b>	Bóxer masculino.....	73
<b>Figura 12</b>	Bóxer para niño.....	74
<b>Figura 13</b>	Pijama para niñas.....	74
<b>Figura 14</b>	Calzoncillo para hombre.....	75
<b>Figura 15</b>	Calzoncillo para niño.....	75
<b>Figura 16</b>	Logotipo de Creaciones Jireh.....	82
<b>Figura 17</b>	Slogan de Creaciones Jireh.....	82
<b>Figura 18</b>	Mensaje publicitario de la empresa.....	82
<b>Figura 19</b>	Volante publicitario de Creaciones Jireh.....	83
<b>Figura 20</b>	Tarjeta de presentación.....	84
<b>Figura 21</b>	Empaque del producto.....	85
<b>Figura 22</b>	Etiqueta del producto.....	85
<b>Figura 23</b>	Diagrama de flujo de proceso.....	95
<b>Figura 24</b>	Máquina de coser industrial Jack Collareta JK 8569 Cover.....	97
<b>Figura 25</b>	Máquina overlock industrial marca Jack JK 768.....	97
<b>Figura 26</b>	Máquina sencilla marca brother VX-1435 color blanco.....	98

<b>Figura 27</b>	Máquina de coser marca Singer sencilla, modelo Promise, color blanco.	98
<b>Figura 28</b>	Máquina trespasos industrial marca Bobina, modelo BB 457 <sup>a</sup> .....	99
<b>Figura 29</b>	Máquina de coser marca Jack sencilla, modelo HF-07150.....	99
<b>Figura 30</b>	Distribución del equipo en el área de producción.....	103
<b>Figura 31</b>	Organigrama de la empresa.....	119

## Lista de Gráficos

<b>Gráfico 1</b>	Tipo de ropa interior que compra la población femenina.....	50
<b>Gráfico 2</b>	Tipo de ropa interior que compra la población masculina.....	51
<b>Gráfico 3</b>	Marca de ropa interior que compra la población femenina.....	52
<b>Gráfico 4</b>	Marca de ropa interior que compra la población masculina.....	52
<b>Gráfico 5</b>	Lugares donde la población femenina prefiere comprar ropa interior.....	53
<b>Gráfico 6</b>	Lugares donde la población masculina prefiere comprar ropa interior.....	54
<b>Gráfico 7</b>	Frecuencia de compra de ropa interior de la población femenina.....	56
<b>Gráfico 8</b>	Frecuencia de compra de ropa interior.....	57
<b>Gráfico 9</b>	Cantidad de prendas que compra la población femenina.....	57
<b>Gráfico 10</b>	Cantidad de prendas que compra la población masculina.....	58
<b>Gráfico 11</b>	Aspectos tomados en cuenta por la población femenina en la compra de ropa interior.....	62
<b>Gráfico 12</b>	Aspectos tomados en cuenta por la población masculina en la compra de ropa interior.....	63
<b>Gráfico 13</b>	Población femenina que ha comprado ropa interior elaborada a mano.....	63
<b>Gráfico 14</b>	Población masculina que ha comprado ropa interior elaborada a mano.....	64
<b>Gráfico 15</b>	Calificación otorgada por la población femenina a la experiencia vivida en la compra de ropa interior elaborada a mano.....	64
<b>Gráfico 16</b>	Calificación otorgada por la población masculina a la experiencia vivida en la compra de ropa interior elaborada a mano.....	65
<b>Gráfico 17</b>	Disposición de la población femenina para comprar ropa interior elaborada a mano a Creaciones Jireh.....	66
<b>Gráfico 18</b>	Disposición de la población masculina para comprar ropa interior elaborada a mano a Creaciones Jireh.....	66

<b>Gráfico 19</b>	Razones por las que la población femenina estaría dispuesta a comprar ropa elaborada a mano.....	67
<b>Gráfico 20</b>	Razones por las que la población masculina estaría dispuesta a comprar ropa elaborada a mano.....	67

## Lista de Anexos

<b>Anexo 1</b>	Encuesta.....	184
<b>Anexo 2</b>	Catálogo de Creaciones Jireh.....	192
<b>Anexo 3</b>	Facturas materia prima.....	205

## **Abreviaturas**

**CCSS:** Caja Costarricense de Seguro Social.

**EIA:** Evaluación de Impacto Ambiental.

**INEC:** Instituto Nacional de Estadística y Censos.

**INS:** Instituto Nacional de Seguros.

**MAG:** Ministerio de Agricultura y Ganadería.

**MEIC:** Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

**MINAE:** Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica.

**MOPT:** Ministerio de Obras Públicas y Transportes.

**PR:** Periodo de Recuperación.

**TIR:** Tasa Interna de Retorno.

**VAN:** Valor Actual Neto.

**IMAS:** Instituto Mixto de Ayuda Social.

**ICE:** Instituto Costarricense de Electricidad.

## **Resumen Ejecutivo**

El contenido de este documento consiste en un proyecto de índole financiero, orientado en la elaboración de un plan de negocios para una empresa costarricense ubicada en la Zona Sur del país, dedicada a la confección y comercialización de ropa interior femenina y masculina; que surge con la idea emprendedora de la señora Jenny Caballero Ramírez y su esposo, con el fin de solventar los gastos de su hogar.

Con la orientación y ayuda económica por parte del Instituto Mixto de Ayuda Social así como recursos propios, se establece desde hace ya ocho años la empresa "Creaciones Jireh", la cual se considera como una alternativa positiva de negocio en crecimiento, debido a sus tres características fundamentales: el diseño, servicio y la calidad que brinda a su mercado meta.

Para el desarrollo de este plan de negocios se realizó en primera instancia, un análisis de las variables externas e internas del proyecto; la descripción del problema nos indica que la falta de una técnica de mercadeo que permita promocionar los productos de la empresa, impiden que el negocio incremente sus ventas y se consolide de forma estable.

El plan de negocios está enfocado en la descripción e implementación de estrategias de mercado que le permitan a la empresa incrementar sus ventas a través de la publicidad, el proceso de producción correcto que permita a la empresa el máximo aprovechamiento de los recursos y las proyecciones financieras que la empresa tendría a futuro si se aplican correctamente estas estrategias de mercadeo.

## Introducción

Este trabajo consiste en el análisis y la descripción de los elementos fundamentales de un plan de negocios para la microempresa "Creaciones Jireh", dedicada a la confección y comercialización de ropa interior para damas, caballeros y niños, en el cantón de Corredores, Zona Sur.

Lo que se pretende es definir la imagen de la empresa y determinar la viabilidad económica y financiera de la misma, mediante el establecimiento del modelo de negocio y sus acciones estratégicas como mecanismo para aumentar los ingresos y beneficios. La empresa Creaciones Jireh, busca ampliarse a nuevos mercados garantizándole al cliente la opción de obtener ropa interior exclusiva, de calidad y en variados diseños, para hombres, mujeres y niños que desean sentirse cómodos y a la vez vestirse con estilo.

Este plan de negocios contempla diversos aspectos iniciando con la contextualización de los marcos de referencia, teórico y metodológico, así como la descripción del negocio, posteriormente se encuentra el análisis e interpretación de la información mediante los estudios de mercadotecnia, producción, organización, legal, finanzas e impacto ambiental.

En los primeros capítulos se identifica la necesidad de la empresa, se definen los objetivos, se establecen las políticas y estrategias, se describe el negocio, entre otras. Además, comprende los marcos conceptuales y los métodos de investigación y recopilación de la información.

El capítulo de mercadotecnia comprende el análisis del sector, el producto, los clientes, la competencia, el mercado potencial y objetivo, así como el plan de mercado para la empresa. El área técnica muestra los requerimientos de recursos físicos, tecnológicos y humanos, además, de las características del producto, los proveedores y la localización de la empresa. El estudio organizacional abarca las políticas y objetivos de cada departamento, el organigrama y salarios. En el análisis económico se evaluó la inversión total, las proyecciones de los estados financieros, el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la sensibilidad, los escenarios y los indicadores económicos. Por último, se describió el impacto social y ambiental del proyecto para la sociedad.

## **Capítulo I. Marco introductorio**

### **1.1. Antecedentes de la industria textil en el cantón Corredores**

La población de Costa Rica se caracteriza por la demanda de bienes y servicios de los diversos tipos de sectores productivos del país, en cuyas necesidades la industria textil se encuentra dentro de las principales, destacando la adquisición de artículos de vestimenta como los son las prendas de ropa interior. Costa Rica cuenta con una serie de empresas dedicadas a la confección y elaboración de ropa interior tanto masculina como femenina.

Actualmente el país busca, no solamente confeccionar las prendas de ropa interior, sino que además, producir la materia prima para la elaboración de estas prendas como por ejemplo los hilos, telas, encajes entre otros. Esto permite la reducción de costos en la confección de la prenda y asegurar una mayor calidad de la misma, lo cual genera fuentes de empleo a nivel social, lo que incrementa el desarrollo económico del país.

La actividad industrial de Costa Rica se considera una parte importante de las exportaciones que se realizan a nivel nacional, por lo que es un área que se encuentra en expansión, la cual debe fortalecerse y buscar nuevos mercados además de nuevas tecnologías para facilitar los procesos de producción. Específicamente el cantón de Corredores ubicado en la provincia de Puntarenas, se caracteriza por ser una zona de demanda comercial de ropa interior, tanto para hombre como para mujer; esto provoca la apertura de diversos comercios y la venta de dichas prendas. El cantón de Corredores es una zona rural donde predomina el desempleo, lo cual conlleva a que sus habitantes opten por iniciar su propio negocio, dedicado a la confección, comercialización y distribución de ropa interior.

Sin embargo, esta actividad se ha visto interferida por la presencia de negocios comerciales en la franja fronteriza con Panamá. Estos almacenes comenzaron a hacerse presentes en la zona afectando a la mayoría de comercios del cantón; el primero en aparecer fue el Almacén Wong Chang, posteriormente al ver el éxito de este primer almacén y aprovechando la diferencia entre la economía Costarricense y Panameña, se hicieron presentes los demás almacenes tales como: Almacén los Ángeles, Centro Comercial el Dólar, Jerusalén, Belén, Dólar Mall, y los más recientes City Mall y Jerusalén Dutty Free, entre otros.

Actualmente los almacenes mencionados anteriormente han tenido mucha popularidad en la zona y también en San José, ya que se dieron a conocer en Costa Rica de tal manera que, empresas organizan excursiones a Paso Canoas para comprar diversos artículos en estas tiendas, que a pesar de ubicarse en territorio Panameño y de existir restricción por parte del Ministerio de Hacienda, siguen siendo un atractivo para la población costarricense por la comodidad en precios.

A pesar de la presencia de dichos comercios, algunas amas de casa se han dedicado a la confección de ropa íntima masculina y femenina, fabricándola y distribuyéndola personalmente en la comunidad donde habitan; actualmente en la zona existen diversas amas de casa que operan de esta manera y que lo utilizan como un medio para subsistir económicamente pero no han logrado trascender más allá de sus comunidades por falta de recursos y estrategias de mercado.

## **1.2. Planteamiento del problema**

Para lograr una mayor comprensión del problema de la investigación se hace necesario enfatizar en los antecedentes y la justificación del mismo.

### **1.2.1. Antecedentes del problema**

La empresa inició con un pequeño volumen de ventas, pero a medida que pasa el tiempo, los productos se han venido dando a conocer, causando así que personas de otros lugares deseen adquirir el producto, lo que ha ocasionado que las ventas incrementen cada vez más y que se comience a distribuir a nuevas comunidades de la zona.

El incremento de las ventas y la expansión a nuevos distritos, crea la necesidad de que los propietarios se vean en la obligación de pensar en canales de distribución, sistemas de compra de materia prima, estrategias de mercado para continuar con la expansión del negocio, recurso humano, políticas de cobro a clientes, pago a proveedores, distribución de la planta, sistema de registro contable, publicidad, aspectos legales y ambientales, así como todo lo relacionado a mercadeo, organización y finanzas; no obstante no se encuentran preparados profesionalmente para hacer frente a las nuevas exigencias de la empresa.

El negocio de confección y venta de ropa íntima que realiza la empresa Creaciones Jireh, representa el medio de subsistencia para la familia Solís Caballero y de continuar creciendo podría llegar a representar una fuente de empleo para muchas familias de la comunidad de La Cuesta.

Las estrategias estarán enfocadas en el área de mercadotecnia, con las cuales la empresa pueda expandirse al dar a conocer sus productos a la población; a su vez requiere la especialización y modernización de los procesos de producción; estableciendo pautas para el personal, con los cuales se definirá el proceso de producción a utilizar. Lo anterior pretende posicionar y consolidar a la empresa dentro del mercado de confección de ropa interior y así continuar siendo el medio de subsistencia para muchas de las familias del cantón de Corredores.

### **1.2.2. Justificación del problema**

La confección de ropa interior en el cantón de Corredores tiene una gran demanda caracterizada por venderse a un excelente precio y generar utilidades, por lo que se considera una oportunidad de negocio para los inversionistas, tanto a corto, mediano y largo plazo. Este plan de negocios sirve de herramienta para orientar a los propietarios en cuanto a las estrategias empresariales necesarias para fortalecer el mercado de confección de ropa interior. Con ello se busca consolidar a la empresa dentro del mercado actual, lo cual proporciona, que la misma, pueda crecer en infraestructura y producción, generando fuentes de empleo y contribuyendo al crecimiento económico de la región.

El Instituto de Ayuda Mixta Social (IMAS) es un organismo que ha beneficiado a cientos de microempresas de la Zona Sur, a través de la aprobación de financiamiento e inversión en proyectos que surgen como iniciativa de superación de la población. Es así como la familia Solís Caballero se ve beneficiada con el financiamiento de su microempresa, con lo cual logran contar con su primer establecimiento comercial y equiparlo con la maquinaria necesaria para la confección de ropa interior. El IMAS a través de estas ayudas sociales busca la creación de empresas originarias del cantón de Corredores, con lo cual surgen fuentes de trabajo para los pobladores, permitiendo un mayor crecimiento económico del lugar. A su vez este ente asegura a través del seguimiento y la capacitación que da a estas empresas, que cumplan con la normativa establecida a nivel nacional en cuanto a permisos y tramites del Ministerio de Hacienda, la Caja

Costarricense de Seguro Social, Municipalidad del cantón de Corredores entre otras instituciones públicas.

El estudio proporciona las estrategias de mercado y las técnicas de producción que consoliden la empresa. También se podrá determinar los costos y gastos en los que se deba incurrir y tratar de minimizarlos para lograr un mayor ingreso operacional. Este plan también determina la cantidad exacta de demanda requerida para evitar el desperdicio de materiales.

### **1.2.3. Problema de investigación.**

El planteamiento del problema está relacionado con los objetivos de la investigación, por cuanto a través de estos se desarrollará el plan de negocios de la empresa Creaciones Jireh.

Actualmente, se observa una gran demanda de productos de mayor calidad debido a los gustos, preferencias y exigencias de los consumidores, por lo que, a nivel nacional, existen empresas de confección de ropa interior con mercado competitivo. En el cantón de Corredores este mercado no se ha potencializado, ya que las empresas no tienen una visión donde los productores, intermediarios y comercializadores tengan una estrategia definida que les permita maximizar esta actividad, de ahí nace la necesidad o formulación del problema en estudio:

**¿Cuáles son las estrategias de negocios necesarias para posicionar y consolidar la empresa creaciones Jireh dentro del mercado de confección de ropa interior en el cantón de Corredores?**

### **1.3. Delimitación de la investigación**

El plan de negocios de la empresa Creaciones Jireh está dirigido a la comercialización de ropa interior masculina y femenina, lo que contribuye con fuentes de empleo para pobladores del cantón de Corredores.

Este estudio tiene una delimitación temporal y espacial que comprende aproximadamente tres años iniciando en el primer semestre del 2015 y finalizando en noviembre del 2017. Se aclara que este estudio tiene como base la actividad de confección y comercialización de ropa interior en el cantón de Corredores, por parte de una microempresa, que inicia por el mercado local, tiene la

visión de expandirse al mercado regional y nacional. Además, este plan sirve de modelo para futuras microempresas de la región considerado como un valor agregado.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Elaborar un plan de negocios para la microempresa Creaciones Jireh dedicada a la confección de ropa interior femenina y masculina, donde se describan las estrategias de comercialización necesarias para establecerse en el mercado actual, tomando en cuenta las áreas de producción, organización y finanzas.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Determinar características relacionadas con el nivel de demanda y oferta, así como del mercado meta de la empresa.
- Plantear estrategias de comercialización del producto referentes al precio, la promoción, la publicidad y la distribución.
- Realizar un análisis del proceso operativo que determine la infraestructura, la maquinaria, el equipo y la capacidad instalada de la empresa.
- Diseñar la estructura organizacional y administrativa de la empresa.
- Identificar los aspectos legales y ambientales que rigen el funcionamiento de la empresa.
- Evaluar la situación económica y financiera de la empresa a través de los métodos de valoración, las razones y los estados financieros.

## Capítulo II. Marco Teórico

### 2.1. Aspectos generales del cantón de Corredores

#### 2.1.1. Reseña histórica

La región sur del país se desarrolló con el cultivo del banano y la ganadería, lo cual atrajo migrantes de muchas partes, entre ellos don Ricardo Neilly Jop, un inmigrante libanés que en 1939 adquirió las tierras donde hoy esta Ciudad Neilly, fundando una zona comercial y de entretenimiento para los empleados de la zona bananera. Para 1953 el lugar tenía cañería y alumbrado eléctrico y desde 1955 su primera escuela. En 1961 formó parte del distrito La Cuesta, entonces parte de Golfito, en 1970 es formado el distrito Corredor de Golfito y a partir de 1973, la entonces llamada Villa Neilly adquirió categoría de ciudad al erigirse el cantón Corredores y al ser nombrada su ciudad cabecera. Es uno de los últimos cantones erigidos en el país.

Información tomada de Chinchilla Valenciano (IFAM, 1987)

“El territorio correspondiente al actual cantón Corredores fue poblado por los bruncas, lo cual fue corroborado por los conquistadores españoles Gil González Dávila y Andrés de Cereceda a su paso por la zona en 1522. Durante los siglos siguientes la zona continuó con poca población salvo los colonos chiricanos que trabajaban las tierras del valle de Coto, así como también fue lugar de paso del Camino de Mulas que comunicaba Cartago con la ciudad de Panamá.”

Para 1974 se dio su primera sesión de Concejo Municipal. El nombre de la ciudad cabecera es un tributo a su fundador y benefactor don Ricardo Neilly Jop. Corredores actualmente tiene unos 40,000 habitantes y se divide en cuatro distritos: Corredor, La Cuesta, Canoas y Laurel.

#### 2.1.2. Cantón de Corredores

El cantón de Corredores pertenece a la provincia de Puntarenas, y está conformado por cuatro distritos: Corredor, La Cuesta, Paso Canoas y Laurel, con una extensión de 620. 60Km<sup>2</sup>. La anchura máxima es de 46 Km en la dirección de noreste a suroeste, 300 mts este de la Quebrada salitre Frontera con Panamá, hasta 1100 mts. Al sur este del Río de la Vaca (límite con Panamá).

Localizado entre las coordenadas geográficas medidas entre latitud 08°32'10" norte y" longitud 82°56'25 oeste. La elevación en metros sobre el nivel del mar de cada uno de las ciudades principales, es la siguiente: Ciudad Neilly a 46 msnm, La Cuesta 38 msnm, Paso Canoas a 128 msnm. Posee características especiales que lo hacen vulnerable a sufrir algunos desastres naturales, sobre todo derrumbes e inundaciones.

Las principales actividades del cantón son comercio formal e informal (comunidades de ambos países), actividades agropecuarias (monocultivo de palma de aceite y otras de subsistencia); la palma provee todos los niveles de la producción desde la recolección del fruto y transporte, hasta todos los procesos de producción en la planta procesadora de Coopeagropal, lo que la ha constituido por muchos años como una de las principales fuentes de empleo; sin embargo la crisis que están afrontando los palmicultores y las plantas procesadoras de la zona, han obligado a estas últimas a realizar constantes recortes de personal, lo que se traduce en una disminución de ingresos para los productores y familias de la zona.

## **2.2.Plan de negocios**

El plan de negocio consiste en un conjunto de objetivos o ideas empleados para la planificación de las tareas, técnicas y estrategias con el fin de evaluar las necesidades de la empresa y así mejorar la gestión del negocio.

“Este proceso de estudio integral de la oportunidad empresarial se denomina, en forma genérica, evaluación del proyecto, estudio de factibilidad o, mejor aún, plan de empresa, algunas veces llamado plan de negocio.” (Varela, 2008, p. 316)

## **2.3.Mercado actual**

El mercado es el conjunto de los compradores y vendedores, en el cual el vendedor ofrece un producto o servicio a un determinado precio y el comprador responde a este según sus necesidades y su capacidad de pago.

Para Kohler, Arsmtrong, Camara y Cruz, un mercado es un “conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacer mediante una relación de intercambio” (p.10)

- **Oferta:** El termino oferta hace referencia tanto a un producto como a un servicio, actividad o beneficio el cual se ofrece a un determinado precio para el consumo de un mercado.
- **Demanda:** La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a un determinado precio y lugar.

#### 2.4.Mercado objetivo

Las empresas reconocen que no pueden atraer a todos los compradores de un mercado, debido a que estos son numerosos, con gustos y preferencias variadas; además, las empresas u organizaciones no siempre tienen la capacidad suficiente como para servir a los diferentes segmentos del mercado. Entonces, en lugar de tratar de competir en un mercado completo y en contra de competidores superiores, cada empresa debe identificar y seleccionar aquellos mercados meta o mercado objetivo a los que pueda servir mejor y con mayor provecho. La importancia de establecer un mercado meta u objetivo, servirá para poder tomar decisiones sobre los productos que ofrece, las estrategias de promoción, los canales de distribución y el precio fijado del producto, entre otras.

Kotler y Arsmtrong (2008) menciona que el mercado objetivo de una empresa esta: “compuesto por un conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes y al que la empresa decide atender” (p.244)

A continuación se da un concepto sobre las cuatro variables para determinar un mercado meta:

- **Producto:** Es el bien o servicio que ofrece una empresa a los consumidores de un mercado.
- **Precio:** Es la cantidad de dinero que los consumidores deben pagar por el producto ofrecido. En las ventas el precio se considera el ingreso y la fuente de utilidad de la empresa.
- **Promoción:** Son las estrategias de mercadeo empleadas por la empresa para incentivar y llamar la atención de los consumidores.
- **Plaza:** Se refiere a los canales de almacenamiento y distribución del producto el cual se intermedia hasta llegar al consumidor.

## 2.5. Proceso técnico para la confección de ropa interior

- **Área de producción:** Es el área donde se transforman los recursos e insumos (sean estos materia prima, mano de obra o capital) en bienes o servicios listos para ser ofrecidos al consumidor.
- **Capacidad instalada:** Consiste en el volumen máximo de producción que una empresa puede lograr durante un período de tiempo determinado, de acuerdo con sus recursos.
- **Maquinaria y equipo:** se refiere al conjunto de las máquinas, el mobiliario y el equipo necesario para realizar toda la actividad productiva de la empresa.
- **Insumos:** Son aquellos materiales semi producidos que se utilizan en la confección y elaboración de las prendas para obtener un producto terminado.
- **Mano de obra requerida:** Es el recurso humano empleado en cada una de las áreas de la empresa para lograr los objetivos de la misma.
- **Proveedores:** Son los encargados de abastecer de materiales e insumos a la empresa para elaborar los productos.

## 2.6. Modelo organizacional

Se refiere a la estructura, los puestos y funciones en que se divide cada departamento de la empresa tanto interna como externamente. Se le considera la imagen y la percepción para los consumidores y como consecuencia su posicionamiento en el mercado también dependen de ello.

## 2.7. Estados financieros

Un concepto claro de qué son los estados financieros se muestra en el libro Contabilidad general, de Díaz (2001), el cual menciona que son: “un conjunto de informes preparados bajo la responsabilidad de los administradores del negocio o empresa, con el fin de darles a conocer a los usuarios la situación financiera y los resultados operacionales del negocio en un periodo determinado” (p.331). Dentro de los principales estados financieros se encuentran: estado de posición financiera o balance general, estado de resultados o de pérdidas y ganancias, estado de cambios en el patrimonio, estado de flujo de efectivo y notas a los estados financieros, los cuales se interpretan a continuación.

- **Balance general:** Es un informe financiero contable que refleja la situación económica actual de una empresa. Este estado se compone de los activos, de los pasivos y del patrimonio.

Gitman y Zutter (2012) mencionan que este tipo de estado hace la presentación de:

Un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. El estado sopesa los activos de la empresa (lo que posee) contra su financiamiento, que puede ser deuda (lo que debe) o patrimonio (lo que aportan los dueños) (p.56).

- **Estado de resultados:** Es el informe financiero contable que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado. Se refiere a las ganancias y pérdidas que tuvo la empresa durante el año fiscal.

Gitman y Zutter (2012) mencionan que este estado: “proporciona un resumen financiero de los resultados de operación de la empresa durante un periodo específico.” (p.53).

- **Estado de cambios en el patrimonio:** Es el estado que muestra las variaciones del capital social de una empresa.

Díaz (2001) menciona que este estado tiene el objetivo de medir: “la variación, los aumentos y/o disminuciones del patrimonio, originada por las transacciones comerciales realizadas por la empresa durante un periodo contable” (p.336).

- **Estado de flujos de efectivo:** Es el informe financiero que registra las entradas y salidas de efectivo generado en las actividades de operación, inversión y financiación de la empresa.
- **Notas a los estados financieros:** Consiste en una breve explicación donde se aclaran políticas, procedimientos, cálculos y otros que pueden surgir de los estados financieros.

Estas notas de los estados financieros proporcionan información detallada sobre políticas contables, procedimientos, cálculos y transacciones subyacentes en los rubros de los estados financieros. Los asuntos habituales a los que se refieren estas notas son: el reconocimiento de ingresos, los impuestos sobre la renta, los desgloses de las cuentas de activos fijos, las condiciones de deuda y arrendamiento, y las contingencias. (Gitman y Zutter, 2012, p. 60)

## **2.8. Análisis financieros**

Consiste en evaluar la información proporcionada de los estados financieros a través de indicadores y razones contables. Este análisis es valioso para la toma de decisiones de la empresa así como para los inversionistas.

El conocimiento de las técnicas de un buen análisis financiero no solo le ayudará a tomar mejores decisiones financieras como consumidor, sino que también le ayudará a comprender las consecuencias financieras de las decisiones importantes de negocios que tomará independientemente de la carrera que usted elija. (Gitman y Zutter, 2012, p.3)

Para llevar a cabo el análisis existen dos métodos para su aplicación de comparación, Díaz (2001) se refiere a cada uno de ellos de la siguiente manera:

- **Comparación sectorial:** Los índices de una empresa se comparan con los de compañías similares o con promedios industriales o normas para determinar cómo está comportándose la empresa en relación con sus competidores.
- **Análisis de tendencias:** El índice actual se compara con sus promedios pasados y futuros para determinar si la condición financiera de la compañía está mejorando o deteriorándose a lo largo del tiempo. (p.372).

En esta investigación se utiliza el método de análisis de tendencias, ya que esta aplicado a un proyecto comercial y el acceso a la información financiera es limitado. Por su parte, el análisis financiero de este plan de negocios requiere de ciertos indicadores, razones financieras que a continuación se mencionan.

- **Índices de Actividad:** Estos índices de actividad, miden la rapidez con la que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo, es decir, en entradas o salidas. En cierto sentido,

los índices de actividad miden la eficiencia con la que opera una empresa en una variedad de dimensiones, como la administración de inventarios, gastos y cobros. (Gitman y Zutter 2012, p.68)

- Razones de endeudamiento: Gitman y Zutter (2012) menciona que este índice: “mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. Cuanto mayor es el índice, mayor es el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades” (p.72)
- Índices de Rentabilidad: Los autores Gitman y Zutter (2012) mencionan que los índices de rentabilidad: “permiten a los analistas evaluar las utilidades de la empresa respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios.” (p.73)

## **Capítulo III. Marco metodológico**

### **3.1. Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se desarrollará para este plan de negocios es de tipo cuantitativa, exploratoria y descriptiva; la cual consiste en la ejecución de un conjunto de procesos que parte de un problema que se pretende resolver basados en objetivos e interrogantes de la investigación, con los cuales se determinan variables e indicadores que son medibles cuantitativamente con el fin de analizar y mostrar los resultados de la información recolectada mediante encuestas, que permitan obtener datos reales para la elaboración del plan de negocios de la empresa Creaciones Jireh.

#### **3.1.1 Investigación cuantitativa**

Es secuencial y probatoria. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas; se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas, y se establece una serie de conclusiones. (Hernández Sampieri, 2010, p. 4)

#### **3.1.2 Investigación exploratoria**

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados. Esta clase de estudios son comunes en la investigación, sobre todo en situaciones donde existe poca información. (Hernández Sampieri, 2010, p. 79)

### **3.1.3 Investigación descriptiva**

Buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

### **3.2. Sujetos y fuentes de información**

Este punto consiste en determinar los sujetos y las fuentes para obtener la información necesaria en el desarrollo de los objetivos, las conclusiones y las recomendaciones para elaborar este plan de negocios.

Los sujetos seleccionados para la investigación del estudio de mercado, técnico, financiero, legal y organizacional para la empresa Creaciones Jireh, son sus propietarios Jenny Caballero Ramírez y Gabriel Solís Gutiérrez, así como proveedores y clientes distribuidoras e instituciones públicas como los son:

- Instituto Mixto de Ayuda Social, (IMAS).
- Caja Costarricense Seguro Social, (CCSS).
- Ministerio de Hacienda.

Las fuentes de información que se consultarán y utilizarán para este plan de negocios son las fuentes primarias y secundarias. Entre las fuentes primarias se encuentran encuestas a la población del cantón de Corredores de la provincia de Puntarenas y los propietarios del negocio. También se consultarán fuentes secundarias para obtener información recolectada por instituciones, tales como el Instituto Nacional de Estadística y Censo, quienes tienen información como lo es el número de mujeres y hombres mayores de edad que habitan en el cantón de Corredores; estas son instituciones que aplican encuestas a la población, las tabulan y ponen a disposición del público.

### 3.3. Población y muestra

La población utilizada son tanto hombres como mujeres, con edades entre veinte y sesenta y cuatro años, que habitan en el cantón de Corredores, perteneciente a la clase baja, media y alta, con o sin estudios profesionales, cuyos ingresos económicos varían y con diversas creencias religiosas.

Para recolectar la información es preciso establecer una muestra de la población a la que se pretende estudiar, debido a que no es posible aplicar los instrumentos de recolección de la información a toda la población del cantón de Corredores.

Para el diseño de la muestra se requiere delimitar la población existente en el cantón de Corredores, para así poder determinar la población de interés sobre la cual se recolectarán los datos, a este grupo de personas se le llamará población y será representada con la letra N; el tamaño de la muestra será representado por la letra n y corresponde al según (Hernández Sampieri, 2010, p. 173), “subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de esta.” También es necesario establecer un determinado nivel de error, el mismo será representado por la letra E; por último se debe otorgar una probabilidad de éxito y una de fracaso, estos se representarán con la letra p y q respectivamente.

La fórmula que se va a utilizar es la que se presenta a continuación:  $n = 4 N p q E^2 (N - 1) + 4 p q$

#### En donde:

**n** = Tamaño de la muestra.      **q** = Probabilidad de fracaso.      **E** = Grado de error máximo.

**p** = Probabilidad de éxito.      **N** = Población.

La información que se utiliza para el cálculo de esta fórmula se toma del censo realizado en el año 2012 por el Instituto Nacional de Estadística y Censo, el cual nos dice que el número de personas entre veinte y sesenta y cuatro años en el cantón de Corredores es de 22 896, donde 11 759 son mujeres y 11 137 son hombres. De esta forma, la sustitución de datos queda de la siguiente manera:

**Mujeres:**

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$N = 11\,759$$

$$E = 0,05$$

$$n = \frac{4 N p q}{E^2 (N - 1) + 4 p q}$$

$$n = \frac{4 * 11\,789 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (11\,789 - 1) + 4 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 387$$

**Hombres:**

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$N = 11\,137$$

$$E = 0,05$$

$$n = \frac{4 N p q}{E^2 (N - 1) + 4 p q}$$

$$n = \frac{4 * 11\ 137 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (11\ 137 - 1) + 4 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 386$$

La muestra representativa es de trescientos ochenta y siete hombres y trescientos ochenta y seis mujeres, la cual se distribuirá entre las personas que habitan en los distritos de Ciudad Neilly, Paso Canoas, La Cuesta, Laurel y Naranjo, para que la muestra sea homogénea. Se calcula la muestra por género para obtener información específica de ambos sectores.

Una vez calculada la muestra, es importante destacar que la aplicación de la encuesta está enfocada en determinar la cantidad de ropa íntima que demanda la población masculina y femenina del cantón de Corredores, los gustos y preferencias, así como la demanda potencial y los posibles competidores, por lo que se diseñó una encuesta para cada género, con una única diferencia en el tipo de prenda a ofrecer la cual varía entre hombres y mujeres (Ver Anexo 1).

### 3.4. Operacionalización de variables

**Objetivo:** Determinar características relacionadas con el nivel de demanda y de la oferta, así como del mercado meta de la empresa.

#### 3.4.1 Nivel de demanda

- **Definición conceptual:** La demanda: “es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.” (Urbina, Evaluacion de Proyectos, 2010, p.15)

- **Definición operacional:** La variable dependiente, nivel de demanda, se mide a través de la cantidad de clientes potenciales, del consumo potencial, del segmento de mercado y frecuencia de consumo. Con la determinación de estos indicadores se pretende, conocer el número de personas que adquieren el producto, la cantidad que compra cada cliente y la frecuencia con la que lo hace, decidir qué parte del mercado cubrirá la empresa y conocer el número de veces que compran los clientes en un tiempo determinado.
- **Definición instrumental:** Para conocer el nivel de demanda de la población actualmente en el mercado se aplicarán las preguntas número 5 y 6 de la encuesta. Para determinar el segmento de mercado se tomará en cuenta la cantidad de personas que estarían dispuestas a adquirir la ropa interior que ofrece la empresa, así como la frecuencia de compra, esta información se podrá obtener a través de la pregunta número 14 de la encuesta.

### 3.4.2 Nivel de oferta

- **Definición conceptual:** La oferta: “es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” (Urbina, Evaluacion de Proyectos, 2010, p.41)
- **Definición operacional:** La variable dependiente, nivel de oferta, se mide mediante la identificación de los indicadores, productos ofrecidos, cobertura de mercado y cantidad de competidores. La cual pretende conocer los productos ofrecidos por las demás empresas de la misma línea en términos de calidad y diseños, el segmento de mercado que abarca las empresas en términos de cantidad de clientes, así como saber la cantidad de empresas existentes en el mercado dedicadas a la venta de ropa íntima masculina y femenina.
- **Definición instrumental:** Para realizar la medición de la variable nivel de oferta y la obtención de la información de los indicadores de esta variable se aplicará una encuesta a la población masculina y femenina que compra ropa íntima, en donde las preguntas número 4,8 y 9 generará los datos necesarios.

### 3.4.3 Mercado meta

- **Definición conceptual:** El mercado meta: “es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado.”. (Valiñas, 2007, p. 30-31)

- **Definición operacional:** La variable independiente, mercado meta, se determina por medio de los indicadores segmento de mercado y cantidad de clientes a alcanzar. Mediante la identificación de estos indicadores se pretende conocer el grupo de personas a las cuales la empresa Creaciones Jireh vende sus prendas así como la cantidad de personas que compran los productos ofrecidos.
- **Definición instrumental:** Para desarrollar estos indicadores, se aplicara una encuesta conformada por preguntas como: ¿Estaría dispuesto a comprar ropa interior elaborada a mano?, ¿Cuáles aspectos tomaría en cuenta al momento de comprar ropa interior? Preguntas número 7, 10, 11, 12 y 13.

**Objetivo:** Plantear estrategias de comercialización del producto referentes al precio, la promoción, la publicidad y la distribución.

#### 3.4.4 Comercialización

- **Definición conceptual:** La comercialización es: “el arte y la ciencia de elegir mercados meta y diseñar relaciones beneficiosas con ellos. La meta del gerente de marketing es encontrar, atraer, mantener y cultivar clientes meta mediante la creación, la entrega y la comunicación de valor superior para el cliente”. (Kotler & Armstrong, 2009, p.8)
- **Definición operacional:** La variable dependiente, estrategia de comercialización, se mide mediante la identificación de los indicadores: características de productos ofrecidos, nivel de precio ofrecido, plaza de mercado cubierta, sistema de distribución, estrategias y medios de promoción. Con la identificación de los indicadores de esta variable se pretende establecer las características de las prendas que ofrece la empresa, el precio de venta al cliente, la plaza de mercado que se cubrirá con las ventas, el sistema de distribución que utilizará Creaciones Jireh, así como las estrategias y los medios usados para hacer la publicidad de las prendas.
- **Definición instrumental:** Para realizar la medición de la variable comercialización y obtener la información de sus indicadores, se tomara la opinión de las personas en cuanto a las observaciones que realicen durante la encuesta, así como los medios y estrategias que utilice la empresa para la venta de la ropa interior.

**Objetivo:** Realizar un análisis del proceso operativo que determine la infraestructura, la maquinaria, el equipo y la capacidad instalada de la empresa.

### 3.4.5 Infraestructura

- **Definición conceptual:** Es la estructura física (también llamada instalaciones) que cuenta con determinadas características necesarias para que una empresa pueda ejercer sus actividades productivas para el logro de los objetivos de la misma.
- **Definición operacional:** Esta variable dependiente se mide con base en los indicadores características y dimensiones de las instalaciones de la empresa. Las características de las instalaciones de la empresa se determina de acuerdo con las cualidades físicas y a la cantidad y el tipo de producto. Las dimensiones de las instalaciones se obtienen a través de las medidas según el tamaño y la cantidad de maquinaria y el número de empleados.
- **Definición instrumental:** El indicador, dimensiones de las instalaciones, nos dará la información sobre la cantidad de clientes que tendrá la empresa y la cantidad de productos que compraran al mes, lo cual permitirá saber las ventas en unidades de la empresa, esta información sirve para establecer las medidas que tendrán las instalaciones las cuales deben de ser aptas para fabricar la cantidad de productos que se venderán, así como para almacenar el producto terminado y la materia prima a utilizar, estas medidas serán plasmadas en los planos y diseños de la infraestructura.

### 3.4.6 Equipo

- **Definición conceptual:** El equipo es el conjunto de máquinas de trabajo que se utilizan en la elaboración del producto fabricado, y el que se emplea en las oficinas administrativas para facilitar las labores de los funcionarios del área organizacional.
- **Definición operacional:** La variable dependiente equipo, se obtiene a través de las características de la maquinaria y la cantidad de productos. El indicador características de la maquinaria se basa en las cualidades físicas y tecnológicas de las máquinas y equipos que se utilizan para la fabricación de los productos. La cantidad de productos se obtiene del proceso de producción, y se basa en las unidades de producción requeridas para cubrir las ventas mensuales de la empresa según la demanda de prendas.

- **Definición instrumental:** Para obtener la información sobre el primer indicador, características de la maquinaria, se tomarán los datos obtenidos en la investigación de mercado ya que se necesita conocer el producto a fabricar y la cantidad para poder elegir la maquinaria adecuada que cuente con la capacidad para fabricar las prendas que se requieren. El segundo indicador, cantidad de productos a producir se obtendrá también del estudio de mercado que es el que nos dirá el número de prendas que venderá la empresa y que es necesario fabricar.

### 3.4.7 Capacidad de planta

- **Definición conceptual:** La capacidad de planta “se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta, principalmente en cuanto a maquinaria, equipo e instalaciones físicas.” (Alcaraz Rodríguez, 2011, p. 135)
- **Definición operacional:** La variable dependiente capacidad de planta se establece a través de la cantidad de productos fabricados, cantidad de producto terminado y mano de obra requerida. La cantidad de producto elaborado se obtiene según el número de prendas que la empresa produzca en respuesta al número de personas dispuestas a comprar. La cantidad de producto almacenado depende de la cantidad de artículos producidos diariamente y al periodo en que tardan en salir al mercado. La mano de obra requerida se mide de acuerdo con el número de artículos por elaborar y a las horas hombre que requiera la prenda para su fabricación.
- **Definición instrumental:** Para los indicadores cantidad de producto a fabricar, cantidad de producto a almacenar y mano de obra requerida, se obtiene información de la investigación de mercado en la cual se pregunta cuáles de las personas encuestadas estarían dispuestas a comprar las prendas de la empresa Creaciones Jireh, esto nos indica la cantidad de prendas a producir, estableciendo la capacidad de la planta que debe ser apta para elaborar y almacenar los productos.

**Objetivo:** Determinar los aspectos legales y las normas ambientales que rigen el funcionamiento de la empresa

### 3.4.8 Aspectos legales

- **Definición conceptual:** Los aspectos legales se refiere a las leyes, normas y procedimientos a cumplir como por ejemplo el número de socios que desean iniciar el negocio, cuantía del capital social, responsabilidades que se adquieren frente a terceros, gastos de constitución de la empresa, trámites a realizar para implantarla legalmente, obligaciones fiscales que se deberán afrontar y diferentes responsabilidades laborales.
- **Definición operacional:** La variable aspectos legales se mide mediante indicadores como el tipo de sociedad, las leyes, los permisos y requisitos requeridos.
- **Definición instrumental:** Se busca asesoría en las diferentes instituciones para conocer los procesos que la microempresa tuvo que realizar para poder operar en el país, tales como la Municipalidad de Corredores para conocer el procedimiento para adquirir una patente municipal para el negocio, Tributación Directa para saber los trámites de inscripción necesarios para poder cumplir con lo establecido por el Sistema Tributario y mantenerse al día con sus impuestos; de igual manera ante la Caja Costarricense del Seguro Social para conocer los requisitos para la afiliación de la señora Jenny como Trabajador Independiente y por último al Instituto Nacional de Seguros para conocer el procedimiento a seguir para adquirir una póliza para los trabajadores de la empresa.

### 3.4.9 Aspectos ambientales

- **Definición conceptual:** La variable normas ambientales se refiere a los límites establecidos para una determinada actividad que pueda representar peligro para los recursos naturales del país.
- **Definición operacional:** La variable dependiente normas ambientales, se determina a través de los indicadores normas y procedimientos. Las normas consiste en el reconocimiento de las reglas que pueden delimitar el ejercicio de las actividades que realice la empresa para la fabricación de la prendas de ropa interior. Los procedimientos se basan en los documentos escritos con los que deberá cumplir la empresa para poder operar a fin de que la actividad no ocasione daños ambientales.
- **Definición instrumental:** La variable normas ambientales y sus indicadores se determina mediante el establecimiento y descripción de las normas y procedimientos que debe

cumplir la empresa para minimizar los efectos de sus actividades de operación en el medio ambiente, buscando información en las instituciones correspondientes.

**Objetivo:** Evaluar la situación económica y financiera de la empresa a través de los métodos de valoración, de las razones y los estados financieros.

#### **3.4.10 Estados financieros**

- **Definición conceptual:** Los estados financieros son informes que se utilizan para conocer la situación económica y financiera de una empresa en un periodo determinado.
- **Definición operacional:** Se determina por medio de indicadores de balance general, estado de resultados y flujo de efectivo.
- **Definición instrumental:** Se realiza mediante la aplicación de los estados financieros de acuerdo con las NIF, y con la información recopilada en la empresa.

### **3.5. Técnicas para la recopilación de datos**

#### **3.5.1 Documental**

Consiste en una estrategia para observar y reflexionar sobre las realidades teóricas o no teóricas, en donde se usan diversos documentos, se trata de indagar e interpretar la información sobre un tema determinado para obtener resultados coherentes. Los instrumentos utilizados para la recopilación de la información son seleccionados de acuerdo conl tema, a los objetivos de la investigación y al enfoque dado al tema. En esta investigación se utiliza la encuesta, entrevista y observación.

#### **3.5.2 Encuesta**

Dentro de la investigación descriptiva se encuentra la técnica de la encuesta con la cual el investigador recopila datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, donde se recoge la información y se analiza de forma gráfica. Consiste en una serie de preguntas dirigidas a una muestra representativa de la población.

### 3.5.3 Entrevista

La entrevista es una técnica esencial de la investigación. Con ella se obtienen resultados subjetivos a través de las preguntas que se realizan a la personas, por medio de aspectos que se consideran oportunos a lo largo de la entrevista. Tiene la facilidad de ser concreta, puesto que las preguntas son directas y no dejan al entrevistado consultar las respuestas.

### 3.5.4 Observación

Es una de las técnicas más antiguas utilizadas por excelencia en las investigaciones donde se observan los hechos, la realidad social y el comportamiento de las personas; la cual requiere un objetivo determinado basado en una serie de conocimientos.

## 3.6. Tipo de análisis de datos

Una vez recopilada los datos a través de las técnicas utilizadas se procede a interpretar la información de forma sencilla y entendible para el lector. Algunos tipos de análisis utilizados en la investigación son las siguientes:

- **Análisis Estadístico:** Consiste en interpretar de forma gráfica una gran cantidad de información recolectada a través de la encuesta.
- **Análisis de contenido:** Se basa en sintetizar la información consultada según la necesidad de los objetivos planteados. Esta investigación requiere de este análisis para generar información concisa y veraz.

## 3.7. Alcances y limitaciones

Los alcances en una investigación se refieren a la capacidad de lograr sobrepasar un obstáculo, mientras que las limitaciones consisten en aquellos puntos a los cuales no se logró acceder en la búsqueda de información.

- **Alcances**
  - a. Este plan de negocios pretende ser una fuente de recopilación de datos para posibles empresas relacionadas con el tema.

- b. Sirve de base informativa para la realización de nuevos proyectos dentro de la localización de la empresa.
- c. Consta de información relevante para la toma de decisiones del gerente.
- d. Se plantea la posibilidad de llevar a cabo el desarrollo e implementación de las diferentes estrategias planteadas y recomendadas en el plan de negocios.
- e. Contribuye como fuente de información sobre la confección de ropa interior en la Zona Sur de Costa Rica.

- **Limitaciones**

- a. Accesibilidad a información pública en las instituciones del estado.
- b. La empresa en estudio carece de información al tratarse de una microempresa.
- c. La base de datos incompletos y no actualizados del INEC de Costa Rica.
- d. El formato proporcionado no coincide con los utilizados en los planes de negocios consultados en las páginas web.

## **Capítulo IV. Plan de negocios**

En este capítulo se describirá brevemente la empresa y se establecerá las estrategias que conformarán la propuesta del presente plan de negocios.

### **4.1. Naturaleza de la empresa**

#### **4.1.1. Nombre de la empresa**

El nombre de la empresa objeto de estudio en el trabajo a desarrollar es “Creaciones Jireh”, que tiene por significado “Dios Provee”.

#### **4.1.2. Actividad de la empresa**

La empresa Creaciones Jireh se dedica a la confección, venta y distribución de ropa interior para hombres, mujeres, niñas y niños. La actividad que realiza esta empresa es confeccionar a partir de telas y materiales como hilos, encajes y elásticos, prendas de uso diario como lo son: tangas, bikinis, cacheteros, bóxeres, pijama, multiusos y juegos deportivos.

De acuerdo con la actividad que desarrolla el negocio, se clasifica como una empresa de tipo industrial manufacturera, enfocándose dentro del área de elaboración de ropa y prendas personales; ya que se dedica a la fabricación de productos mediante la transformación de materias primas.

#### **4.1.3. Ubicación y tamaño esperado de la empresa.**

La empresa Creaciones Jireh se encuentra ubicada en el distrito de la Cuesta, cantón de Corredores, de la provincia de Puntarenas. Cuenta con instalaciones propias localizadas en el barrio de la Cañaza, 100 metros Norte de la antigua arrocera, edificio color naranja, con teléfono número 8688-97-20.

La empresa es catalogada como una microempresa debido a que cuenta con dos empleados fijos y uno ocasional lo cuales son: Jenny Caballero Ramírez, José Gabriel Solís Gutiérrez y Madeleine Solís Gutiérrez quien labora en la empresa en los periodos con mayores ventas.

#### **4.1.4. Misión de la empresa**

Según consulta realizada a la propietaria de la microempresa, la misión de Creaciones Jireh es la siguiente: “Somos una empresa que confecciona y comercializa ropa interior masculina y femenina; proporcionando comodidad, diseños variados y precios accesibles, garantizando la satisfacción de nuestros clientes con un servicio de calidad.”

#### **4.1.5. Objetivos de la empresa**

- Darse a conocer en el mercado como una empresa de confección y venta de ropa íntima masculina y femenina de excelente calidad y al gusto del cliente, que procura la innovación constante de diseños y variedades de las prendas mediante la adaptación al cambio de las tendencias, gustos y preferencias de las personas.
- Obtener los recursos económicos, materiales y humanos necesarios para posicionarse y consolidarse en el mercado como la primera empresa exitosa de línea de ropa íntima, generadora de fuentes de empleo para las familias de la zona Sur del país.
- Crecer en infraestructura, maquinaria y equipo de la empresa, en aspectos como tamaño, calidad y tecnología, para así consolidarse como la mejor empresa de confección de ropa interior de larga duración en el cantón de Corredores y poder expandirse a otros cantones del país.
- Incrementar las ventas mensuales de ropa íntima, logrando así un aumento en la cartera de clientes fijos y en los ingresos recibidos, elaborando prendas de ropa íntima acorde a los gustos y preferencias de los clientes, procurando la satisfacción de las personas.

#### **4.1.6. Análisis FODA.**

A continuación se presenta la evaluación para el diagnóstico de la empresa basado en la aplicación de la matriz FODA, empleado para analizar los factores internos y externos con la finalidad de formular e implementar estrategias que contribuyan al crecimiento de la empresa.

**Tabla 1. Matriz FODA.**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
1. Personal especializado y capacitado en el diseño de ropa íntima masculina y femenina.	1. Cuenta con accesibilidad para la obtención de materia prima e insumos de excelente calidad a buenos precios.
2. Elaboración de ropa interior con materia prima e insumos que cumplen con altos estándares de calidad, lo cual hace que sea un producto competitivo.	2. Posibilidad de obtener créditos con mejores tasas de interés, mediante el sistema de Mujer Emprendedora del Banco Popular y BN Banca Mujer.
3. Cuenta con la capacidad técnica, maquinaria, mobiliario y equipo especializado para la fabricación de ropa íntima masculina y femenina.	3. Existe apoyo por parte de instituciones del gobierno para los microempresarios, a quienes se les facilita las capacitaciones y ayudas económicas para laborar en su propio negocio.
4. Los propietarios cuentan con siete años de experiencia en la fabricación y venta de ropa íntima, por lo que han adquirido conocimientos en producción y comercialización, además de contar con un grupo importante de clientes fijos, lo cual les permite competir apropiadamente en el mercado.	4. Actualmente las redes sociales son una herramienta poderosa para promocionar la empresa y sus productos, a un bajo costo y con resultados efectivos.
5. La empresa cuenta con ingresos necesarios para cubrir los costos de producción y generar ingresos a los propietarios, además de contar con el financiamiento necesario para el crecimiento de la empresa.	5. En la zona existe la empresa Colosal, la cual ofrece dos medios publicitarios que son efectivos para promocionar la marca, como lo son la radio y televisión, a través de su emisora Colosal F.M. y su televisión por cable "Cable Centro".
6. Se encuentra legalmente constituida y cuenta con todos los permisos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.	6. A nivel regional se organizan ferias para microempresas que le permiten promocionar sus productos.

<p>7. La calidad del servicio que el empresario le ofrece a los clientes, el cual procura y garantiza la comodidad y satisfacción del cliente con la empresa.</p>	<p>7. En la actualidad existe un mercado con diversidad de gustos y preferencias que buscan los mejores artículos a los mejores precios, por lo que están anuentes a comprarle a las empresas que les otorguen mayores beneficios.</p>
	<p>8. Por la cultura y economía de la zona, actualmente existe una cantidad considerable de personas que buscan como percibir un ingreso económico, lo cual le permite a la empresa aprovecharlo como un medio de distribución.</p>
<p><b>Debilidades</b></p>	<p><b>Amenazas</b></p>
<p>1. A pesar de tener siete años de existir, aún sigue siendo una empresa nueva en el mercado que todavía no posee una cartera de clientes fijos amplios, lo que dificulta su crecimiento en el mercado.</p>	<p>1. Existe un alto nivel de competencia nacional e internacional de empresas que se dedican a la compra venta de prendas de ropa interior masculina y femenina.</p>
<p>2. Carece de una campaña publicitaria que le permita promocionarse en el mercado y con la cual pueda darse a conocer al público, para atraer e incrementar la cartera de clientes.</p>	<p>2. Los competidores ofrecen artículos a un menor costo, mayor cantidad y variedad.</p>
<p>3. La empresa no cuenta con un logotipo y slogan con los cuales pueda promocionarse en el mercado y darse a conocer a la población.</p>	<p>3. La situación económica y social de la zona y sus familias, afecta la capacidad adquisitiva de los ciudadanos.</p>
<p>4. No cuenta con ingresos suficientes que le permitan a la empresa reinvertir para lograr continuar creciendo en el mercado.</p>	<p>4. Las empresas competidoras lanzan fuertes campañas publicitarias para promocionarse.</p>
<p>5. No existe una correcta distribución y organización de las tareas que debe realizar el personal, lo que dificulta hacer un mejor uso del tiempo.</p>	<p>5. Fácil falsificación de los productos con los mismos diseños, a un menor precio, pero con materia prima e insumos de baja calidad.</p>

6. Carece de un proceso de producción, correctamente establecido, que permita minimizar los tiempos de espera y cuellos de botella que disminuyen la productividad de la empresa.	6. Las empresas competidoras tienen un mejor reconocimiento y posicionamiento en el mercado.
7. La marca de la empresa no se encuentra patentizada, por lo que corre el riesgo de que sea utilizada por otra empresa.	

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

#### **4.1.7. Estrategias basadas en el análisis FODA**

A partir de este análisis se plantearon actuaciones y estrategias para que la empresa pueda utilizar sus fortalezas para contrarrestar las debilidades y aprovechar las oportunidades para minimizar las amenazas.

- **Acciones defensivas para contrarrestar las debilidades utilizando fortalezas**
  - Aprovechar el personal especializado y capacitado para que en combinación con la materia prima e insumos de excelente calidad utilizados y la capacidad técnica con la que cuenta la empresa, se elabore prendas con altos estándares de calidad altamente competitivas y del gusto de los clientes; que le permita a la empresa atraer cada vez más compradores, incrementando así su cartera de clientes y favoreciendo su crecimiento en el mercado.
  - Utilizar la experiencia adquirida por los propietarios para adquirir clientes a lo largo de los años, con el fin de lograr que la empresa continúe incrementando sus ventas a través de la fabricación de prendas altamente competitivas, que le permita generar los ingresos suficientes para reinvertir en el negocio y realizar fuertes campañas publicitarias para promocionarse en el mercado.
  - Emplear los permisos y patentes como respaldo y garantía para negociar con los dueños de almacenes y supermercados, la formalización de un convenio o contrato para la venta de ropa íntima en sus establecimientos.

- La calidad del trato que los propietarios le frecen a sus clientes, constituye una herramienta importante para la empresa, ya que fortalece los lazos entre ambos y crea clientes satisfechos que a su vez recomendaran los productos a otras personas, construyendo así una excelente técnica de publicidad que atraerá nuevos clientes.
- Diseñar un logotipo y slogan para la empresa con el cual se pueda dar a conocer al público y que le permita a la empresa atraer clientes, incrementar las ventas y percibir mayores ingresos con los cuales la empresa pueda invertir.
- Diseñar el proceso de producción de la fabricación de ropa íntima y realizar una asignación y distribución de las tareas del personal, para que en combinación con la experiencia y capacitación del personal, la elaboración de las prendas sea más eficaz y productiva.
- Patentizar la marca de la empresa para que culmine el proceso de legalización y así promocionar sus productos sin temor a que otra empresa utilice su nombre.
- **Acciones para aprovechar las oportunidades minimizando las amenazas.**
  - Aprovechar la accesibilidad que tiene la empresa para adquirir materia prima e insumos de excelente calidad y a un buen precio, para fabricar prendas altamente competitivas contra las que se ofrecen actualmente en el mercado, en términos de calidad y variedad a precios accesibles para las familias de la zona, procurando así un incremento en las ventas.
  - Aprovechar la necesidad que tiene la población de percibir ingresos, para emplearlo como un medio de distribución en donde las personas desempleadas tendrán la oportunidad de laborar como vendedores, adquiriendo las prendas al por mayor en la empresa y revendiéndolas en sus pueblos, de hogar en hogar, obteniendo un margen de ganancia, beneficiándose así la población al conseguir una oportunidad de negocio y la empresa al poder hacer llegar sus productos hasta el consumidor final, en la comodidad de su hogar, a través de esta estrategia de distribución, la cual le permite competir contra la gran cantidad de empresas nacionales e internacionales de la misma industria.

- Realizar fuertes campañas publicitarias a través de las redes sociales como Facebook e Instagram, para promocionar la empresa y los productos que ofrece, dándolos a conocer al público por este medio, e implementando la técnica de ventas por internet en donde la empresa publique a través de su cuenta, las prendas que tienen a la venta y las personas por este mismo medio puedan adquirirlas y solicitar el envío hasta su hogar, cancelándolas por medio de depósito o transferencia. Este tipo de publicidad le permitirá a la empresa promocionarse en el mercado y competir contra aquellas que cuentan con fuertes campañas publicitarias, ya que actualmente las redes sociales son un excelente medio para hacer publicidad y llegar a toda la población al menor costo.
- Participar en las ferias ofrecidas a las microempresas, para dar a conocer los productos que fabrican y así poder atraer más clientes e incrementar sus ventas a un bajo costo.
- Asistir a las capacitaciones y cursos impartidos por empresas como el Instituto Nacional de Aprendizaje, para así poder adquirir nuevos conocimientos y contar con una mejor preparación académica que le permita a los trabajadores mantenerse actualizados.
- Aprovechar las fuentes de financiamiento con las que cuenta la empresa, para reinvertir en el negocio y poder realizar campañas publicitarias para radio y televisión a través de la empresa “Colosal” que permitan promocionar la marca y sus productos, dándola a conocer a la mayoría de la población del Cantón de Corredores, procurando así ser una empresa reconocida en la zona y posicionarse en el mercado para poder competir con las empresas actualmente posicionadas.

#### **4.1.8. Implementación de acciones**

La implementación de las estrategias derivadas del análisis FODA iniciará con la propuesta del plan de negocios, el cuál una vez finalizado se entregará a los propietarios de la empresa que inicien su puesta en marcha.

## **4.2.Mercadotecnia**

### **4.2.1. Objetivos**

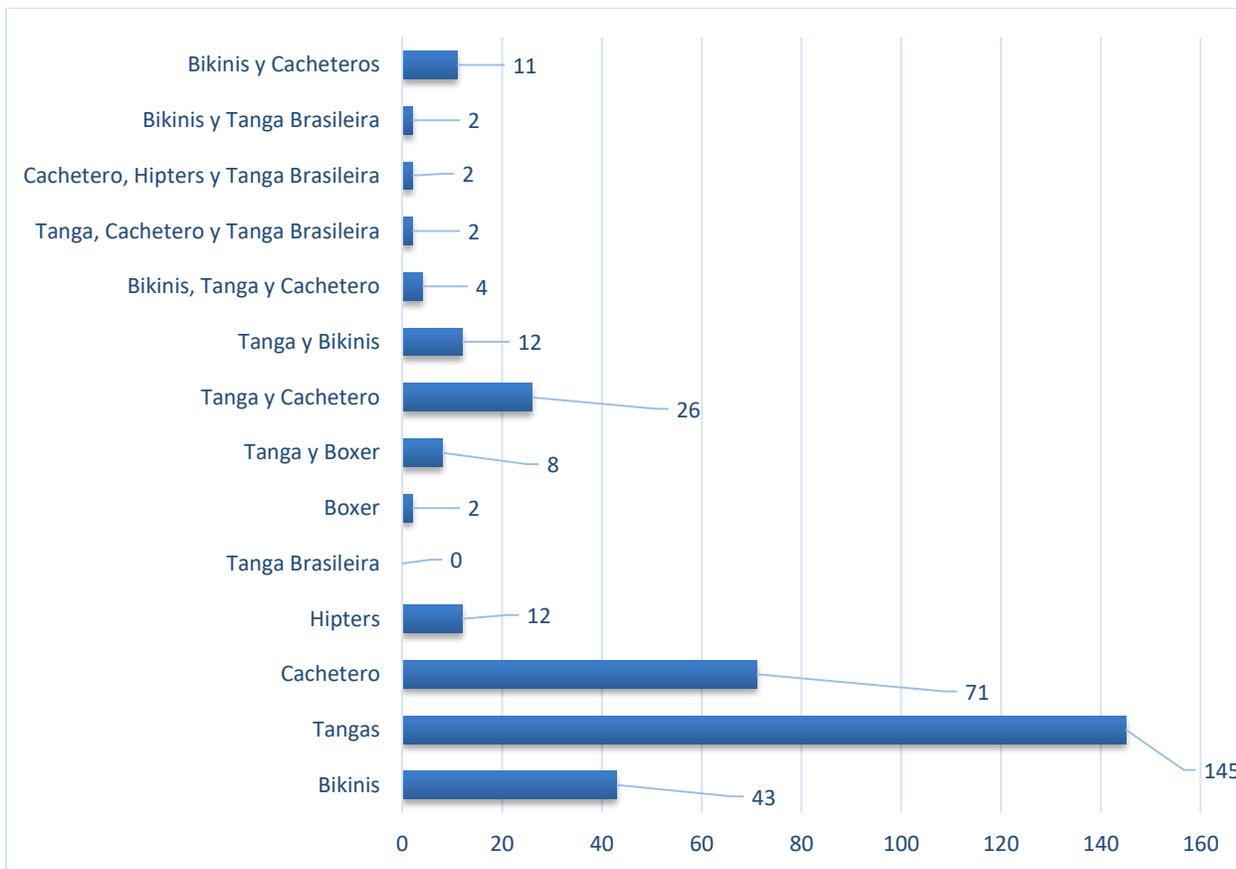
- Identificar la oferta de productos de la misma clase existente en el mercado del cantón de Corredores.
- Determinar la cantidad de prendas de ropa íntima masculina y femenina que la población del cantón de Corredores estaría dispuesta a comprar a la microempresa Creaciones Jireh; así como el mercado meta que la empresa pretende cubrir.
- Conocer, mediante la aplicación de encuestas, los gustos y preferencias de los posibles clientes potenciales, así como la ubicación y debilidades de la competencia, con el fin de detectar oportunidades para que la microempresa Creaciones Jireh pueda posicionar sus productos en el mercado.
- Diseñar el logo, slogan, etiqueta y empaque de la microempresa Creaciones Jireh, así como los anuncios publicitarios que formarán parte de las estrategias publicitarias que se utilizarán para promocionar las prendas.
- Establecer las estrategias de distribución y comercialización que utilizará, Creaciones Jireh, para hacer llegar los productos hasta la población.
- Diseñar un catálogo para la exhibición y venta de las prendas de ropa íntima masculina y femenina de la empresa.

### **4.2.2. Oferta**

Para que la empresa pueda introducir sus productos en el mercado del cantón de Corredores, es necesario que primero conozca el entorno en el que se va a incursionar, en términos de economía, productos existentes en el mercado, marcas ofrecidas y canales de distribución, que le permitan a la empresa medir el mercado en el cual quiere poner a disposición sus prendas.

En la actualidad, las prendas de ropa íntima que ofrecen en el mercado las empresas competentes son variadas en términos de calidad y precio, sin embargo la más utilizada por las

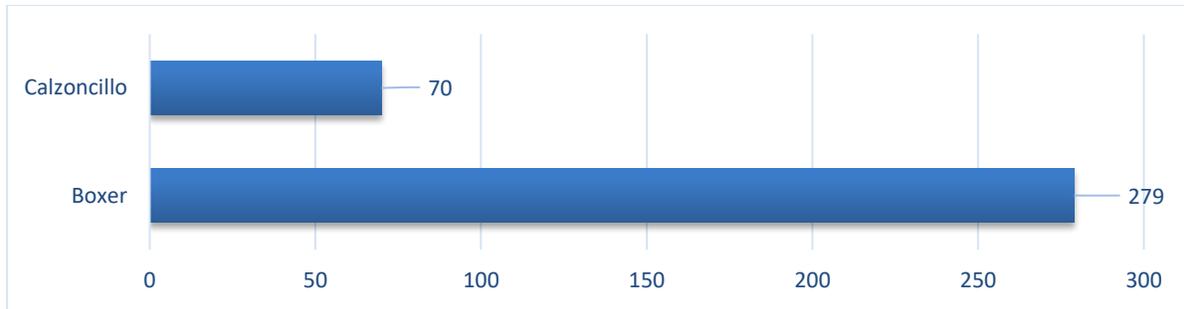
mujeres es la tanga, ya que es la que presenta un mayor porcentaje de compra, seguido por el cachetero y el bikini, los cuales; a pesar de no contar con la misma demanda que las tangas, también son utilizadas por un grupo importante de mujeres. Por otra parte, existe un grupo considerable que tienen preferencia tanto por tanga como por el cachetero, ya que son mujeres que acostumbran a utilizar ambas prendas; por lo que, al momento de la compra, eligen llevar de los dos diseños a la vez. Por último, las prendas restantes son las que cuentan con menor demanda, tal y como se puede apreciar en el Gráfico N° 1.



**Gráfico N° 1. Tipo de ropa interior que compra la población femenina**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

En el caso de los hombres, se observa que los bóxer son la prenda de mayor preferencia, mientras que los calzoncillos son menos demandados por población masculina, ya que actualmente los únicos que hacen uso de esta prenda son los adultos mayores, quienes la utilizan desde que son pequeños y por ende se acostumbraron a utilizarlos, por lo que usar un bóxer es incómodo para ellos.



**Gráfico N° 2. Tipo de ropa interior que compra la población masculina.**

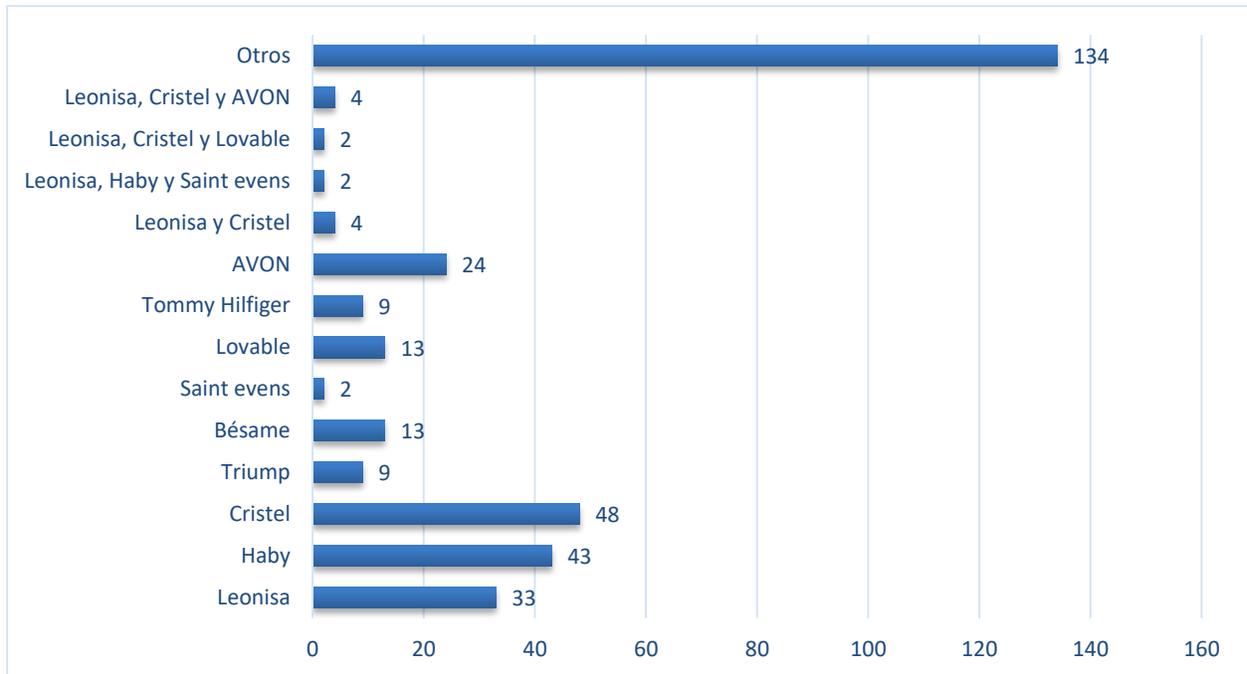
*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

El mercado de prendas de ropa íntima del cantón de Corredores cuenta con una variedad de marcas que se ajustan a la condición económica, gustos y preferencias de cada persona.

La mayoría de la población femenina muestra preferencia por comprar ropa interior de otras marcas, estas pueden ser las menos reconocidas pero más baratas o la ropa elaborada a mano; a su vez, una cantidad considerable de mujeres pero no mayor a la anterior, compra ropa de la marca Cristel, seguido de cerca por otro grupo que tiene referencia por la marca Haby y otro que prefiere la marca Leonisa, también existe un grupo más pequeño de mujeres que se inclinan por la ropa íntima de la marca Avon.

Por otro lado las marcas Triumph, Besame, Saint Evens, Lovable y Tommy Hilfiger, son preferidas solamente por un pequeño sector de la población femenina. Seguido por una minoría de la población femenina, no tienen preferencia por una única marca ya que muestra tendencia por comprar ropa íntima de dos o tres marcas a la vez.

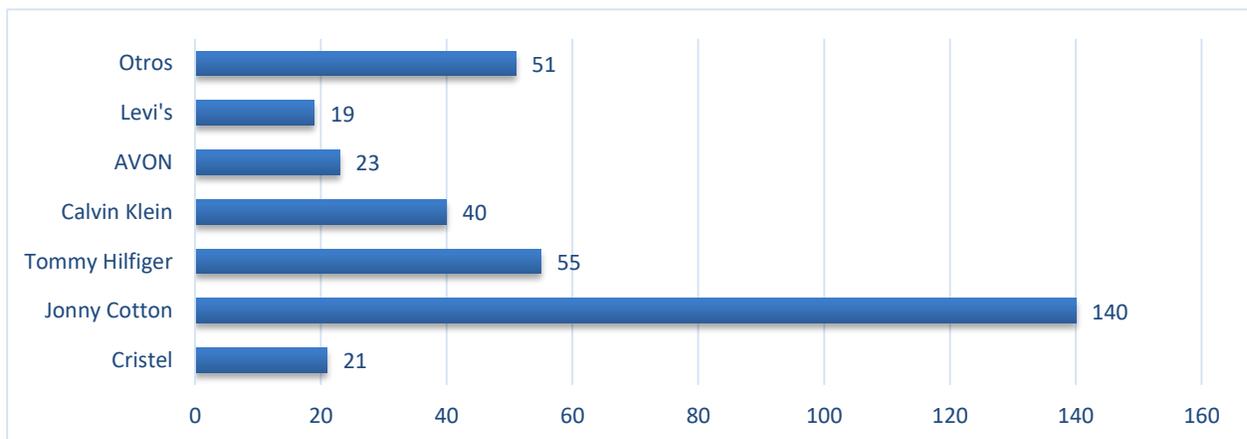
Como se aprecia, una gran cantidad de mujeres no tienen preferencia por las prendas de una marca en específico, lo cual constituye una gran oportunidad para que la empresa pueda introducir sus productos.



**Gráfico N° 3. Marca de ropa interior que compra la población femenina**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

Por otra parte, la marca de ropa interior preferida por la mayoría de la población masculina es Jonny Cotton, mientras que una pequeña cantidad de hombres muestran preferencia por la ropa de la marca Tommy Hilfiger, seguido de cerca por otro grupo pequeño que prefieren otras marcas que no son las mencionadas en la encuesta. Por último la marca Calvin Klein es preferida por un grupo minoritario de hombres, mientras que las marcas menos preferidas por ellos son Levi's, Avon y Cristel.



**Gráfico N° 4. Marca de ropa interior que compra la población masculina.**

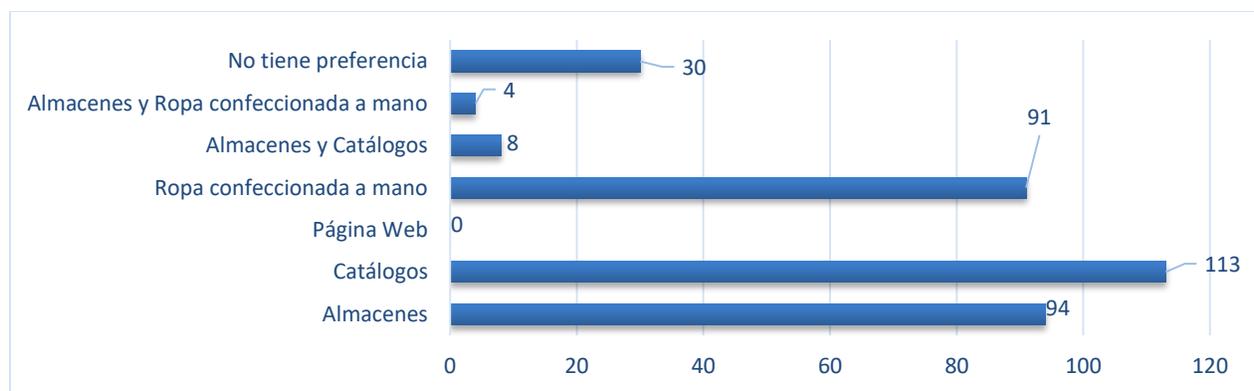
*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

En relación a los lugares preferidos, por la población de éste cantón, para realizar sus compras de ropa íntima, se logró determinar mediante la encuesta aplicada que las mujeres prefieren adquirir sus prendas en catálogos, ya que les gusta seleccionarlas desde la comodidad de su casa sin la necesidad de trasladarse a otros lugares o caminar y hacer largas filas durante horas para pagar, por lo que prefieren comprar por catálogo, porque los vendedores hacen la entrega del producto en la puerta de la casa a cada cliente y cobran en el mismo lugar, lo que significa un ahorro de tiempo.

Seguido de cerca se encuentra una gran cantidad de mujeres que, a diferencia de las mencionadas anteriormente, prefieren comprar su ropa interior en almacenes; porque les gusta ver y tocar la prenda que van adquirir para así elegir con mayor certeza la talla y el diseño perfectos para su cuerpo.

Por otro lado, existe una gran cantidad de féminas que tiene preferencia por la ropa confeccionada a mano, porque la pueden elegir desde su hogar, pero a su vez tienen la posibilidad de ver y tocar la prenda, pues poseen así la posibilidad de elegir con mayor certeza la talla y diseño. Este porcentaje elevado de preferencia por la ropa elaborada a mano, es de gran importancia ya que revela que las mujeres sí muestran preferencia por este tipo de prendas, lo que es una ventaja para Creaciones Jireh por que le presenta una oportunidad de competir en el mercado.

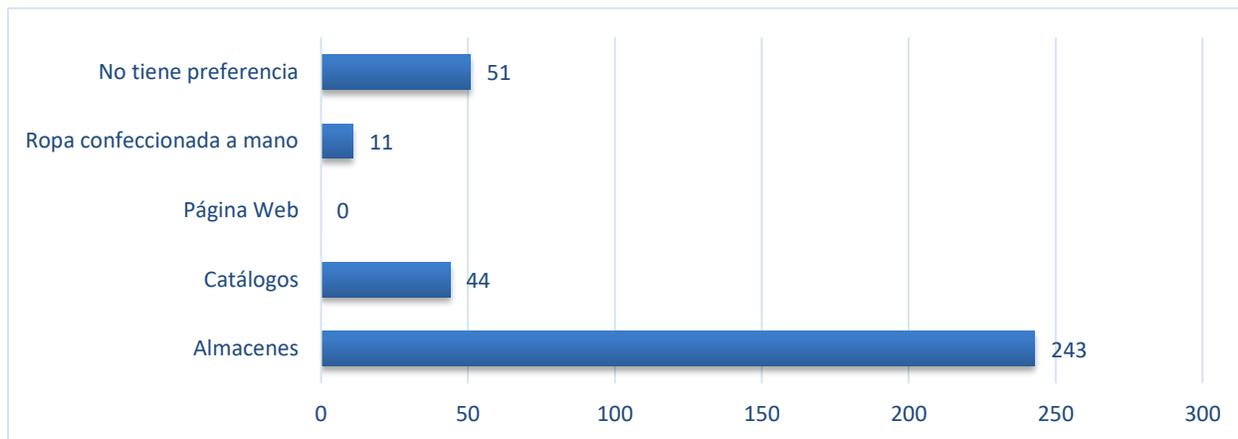
Por último son pocas las mujeres que no tienen preferencia por un lugar específico para la compra de su ropa interior o que prefieren comprar en dos o más de los lugares mencionados a la vez.



**Gráfico N° 5. Lugares donde la población femenina prefiere comprar ropa interior**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

El lugar de preferencia, por los hombres, para comprar ropa íntima es los almacenes, mientras que una pequeña parte de la población no muestra preferencia por un lugar en específico, seguido de cerca por otro grupo que prefiere realizar sus compras por catálogo. El lugar menos preferido por los hombres es la ropa elaborada a mano y por ultimo las páginas web no son un lugar utilizado por los hombres para adquirir sus prendas.



**Gráfico N° 6. Lugares donde la población masculina prefiere comprar ropa interior.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

La población del cantón de Corredores cuenta con diversas opciones en el mercado a través de los cuales puede adquirir sus prendas de ropa íntima, sin embargo; la calidad, el precio y el servicio que éstas ofrezcan al consumidor son los que determinan la decisión de compra.

#### **4.2.3. Referencias de la Competencia.**

La participación de la competencia en el mercado que la empresa desea incursionar es múltiple, ya que son diversas empresas las que se encuentran participando en el mercado.

Los principales competidores que se han identificado son los almacenes como City Mall, Dólar Mall, Mall Jerusalén, Wong Chang, Belén, Novedades el Dólar y Centro Comercial el Dólar, quienes venden ropa íntima de diversas marcas a precios bajos las cuales tienen mucha ventaja por ser económicos, también venden ropa interior de la marca Johnny Cotton, Tommy Hilfiger entre otros a precios muchos más caros pero que tienen venta por ser de mejor calidad.

Estos almacenes se encuentran ubicados en Paso Canoas en la zona fronteriza con Panamá y por encontrarse en territorio panameño se encuentran sujetos a la economía de ese país, por lo

que venden a precios más baratos que en Costa Rica, razón por la cual son preferidos en el cantón de Corredores, sin embargo las marcas baratas que son las más compradas no son de buena calidad y tienen poca duración, además las personas de Ciudad Neyli, la Cuesta, Laurel y Naranjo para poder comprar deben desplazarse hasta paso Canoas, lo cual lo convierte en una desventaja para los almacenes y una oportunidad para Creaciones Jireh.

Las marcas como Leonisa, Haby, Cristel, Triump, Bésame, Saint Evens Lovable y Avon también forman parte de la competencia, estas marcas trabajan en la zona a través de vendedoras de catálogos.

Estas marcas tienen sus instalaciones en San José y sus alrededores, pero trabajan por medio de catálogos los cuales venden a sus vendedores en el cantón de Corredores, quienes se encargan de mostrar los catálogos a las personas para que estas hagan sus pedidos, las vendedoras mandan a traer las prendas y a cambio se ganan una comisión, y sin embargo las personas cuando piden ropa íntima por catálogo deben esperar al menos 22 días para que se les entregue, los precios son elevados y no pueden ver la prenda para saber si le gusta la tela, el color, y si la talla es la correcta, esto constituye una desventaja para las marcas y una ventaja para la empresa Creaciones Jireh.

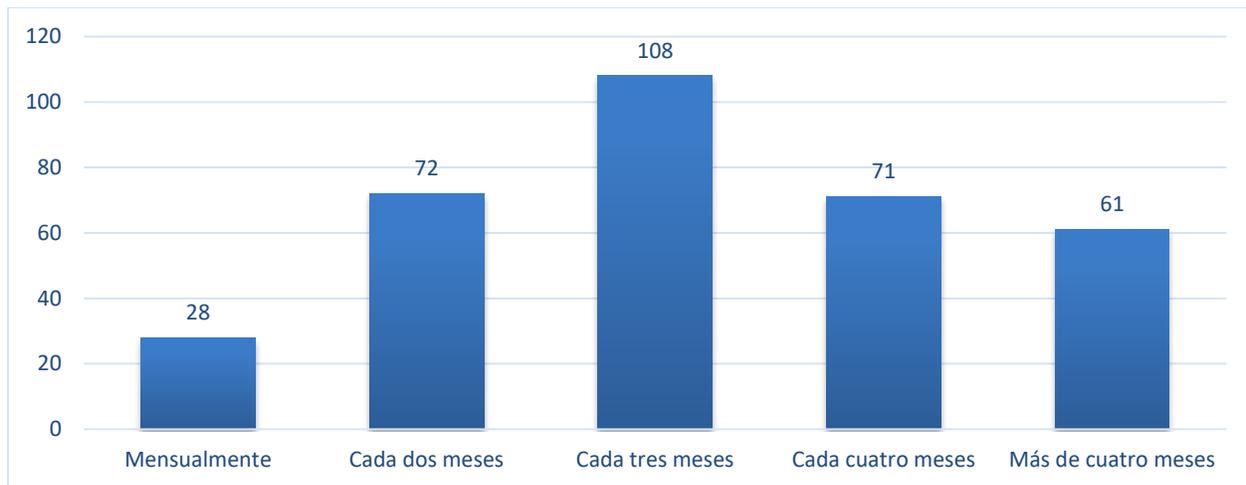
Para que la microempresa pueda posicionarse se llevará a cabo una fuerte campaña publicitaria que permita que los productos sean conocidos por toda la población, también se desarrollará un diseño adecuado de los productos que permita destacar las ventajas del mismo y lo haga atractivo a la vista de las personas, para así ir creando una buena imagen comercial.

#### **4.2.4. Demanda Potencial.**

Para cuantificar la demanda de ropa íntima masculina y femenina de la empresa Creaciones Jireh, los gustos y preferencias de la población, así como aspectos relacionados con el producto, se utilizaron dos fuentes. La primera es el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo en el año 2011, el cual arroja información sobre la cantidad de habitantes en el cantón de Corredores; y la segunda es la aplicación de encuestas a los hombres y mujeres del cantón de Corredores, la cual permitirá obtener datos sobre las preferencias del consumidor y determinar la demanda potencial.

Antes de conocer la demanda que tienen sus productos, es necesario primero conocer el comportamiento del mercado en términos de prendas que demanda la población actualmente a las empresas posicionadas, así como su frecuencia de compra.

Actualmente en el mercado de ropa íntima del cantón de Corredores la frecuencia de compra de la población es variable, no existe un patrón definido, sin embargo, según la encuesta realizada la mayoría de las mujeres compran ropa interior trimestralmente, mientras que un grupo menor al anterior pero importante de la población, prefiere realizar sus compras de ropa íntima cada dos meses y cada cuatrimestre, seguido de cerca por un grupo considerable que realiza sus compras en un periodo mayor a los cuatro meses; por otra parte una minoría de la población femenina indica que compran su ropa íntima mensualmente.



**Gráfico N° 7. Frecuencia de compra de ropa interior población femenina.**

*Fuente:* Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.

La frecuencia de compra de la mayoría de los hombres es de cada cuatro meses, seguido de cerca por un grupo importante de hombres que realizan sus compras trimestralmente.

Por otro lado existe una pequeña parte de la población que compra su ropa interior con una frecuencia de más de cuatro meses; por último una minoría de la población realizan sus compras mensualmente o cada dos meses.

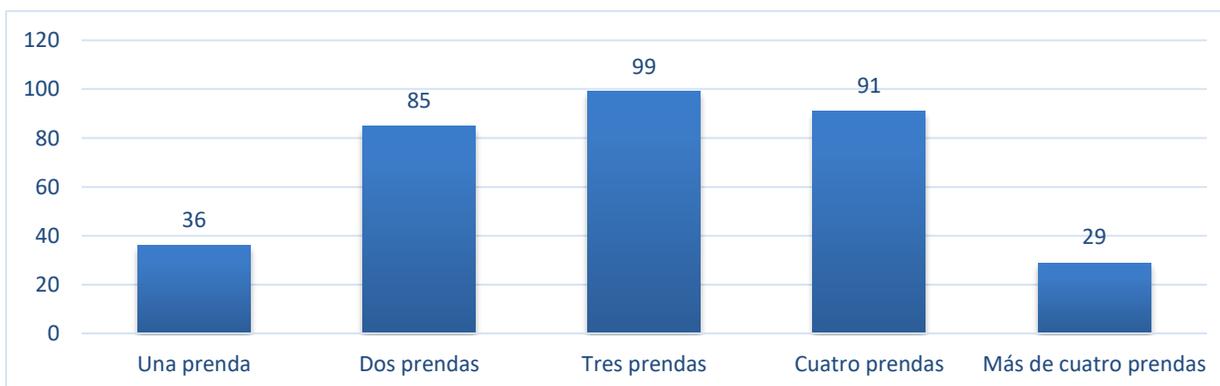


**Gráfico N° 8. Frecuencia de compra de ropa interior población masculina.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

La cantidad de prendas de ropa íntima que demanda la población a las diferentes empresas competentes del mercado es variable y depende específicamente de los canales de distribución y la capacidad económica de cada comprador, por lo que la cantidad de prendas de ropa interior que adquieren con determinada frecuencia, no está concentrada en una cantidad específica de prendas.

Según la encuesta aplicada se pudo apreciar que la mayor parte de la población femenina tiende a adquirir tres prendas cuando realizan sus compras, seguido de una cantidad importante de mujeres que prefieren adquirir cuatro prendas ya que la ropa interior no es un artículo que la población acostumbre a comprar mensualmente. Por otra parte, se encuentra un grupo considerable de mujeres que prefieren comprar solamente dos prendas, mientras que una minoría compra una o cuatro prendas al momento de adquirirlas. Como se puede apreciar la población prefiere comprar bastantes prendas y comprarlas en un lapso prolongado de tiempo.

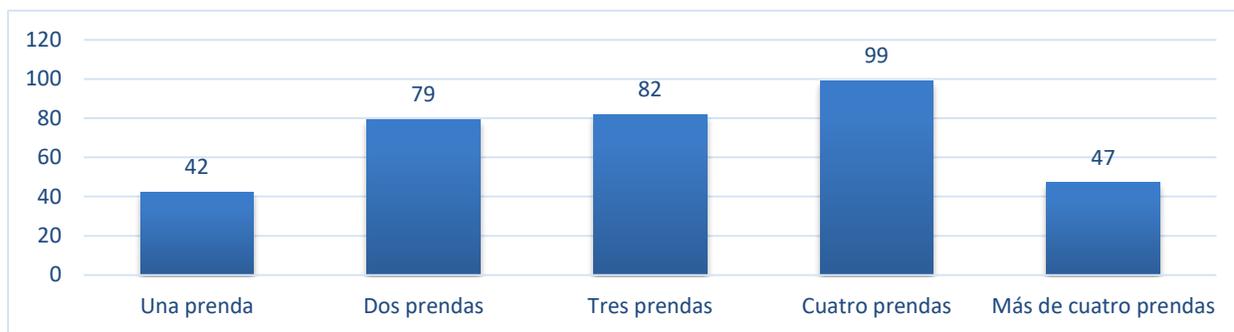


**Gráfico N° 9. Cantidad de prendas que compra la población femenina.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

En el caso de la población masculina se puede decir que la cantidad de prendas que compran es variable, ya que la mayoría prefiere comprar cuatro prendas, seguido de cerca por un grupo importante de hombres que prefieren comprar tres prendas y otro que cuando adquiere su ropa interior compra únicamente dos prendas. Por último, un grupo pequeño de hombres prefieren comprar más de cuatro prendas y otro con una cantidad similar de hombres prefiere comprar una prenda.

Lo anterior se debe a que los hombres a diferencia de las mujeres, realizan sus compras en un lapso prolongado de tiempo por lo que cuando realizan la compra de su ropa interior prefieren comprar grandes cantidades para no tener que realizar compras tan seguidas.



**Gráfico N° 10. Cantidad de prendas que compra la población masculina.**

*Fuente:* Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.

Una vez analizada la cantidad de prendas de ropa íntima que la población demanda a las empresas de la competencia, la frecuencia de compra y el tipo de prenda preferida, es necesario determinar la demanda que tiene las prendas de ropa íntima que ofrece la empresa Creaciones Jireh en el mercado del cantón de Corredores.

La proyección de la demanda de ropa interior de Creaciones Jireh en el cantón de Corredores, es determinante para el desarrollo del plan de negocios y sus proyecciones financieras, ya que permitirá conocer la cantidad de prendas según diseño que las mujeres comprarían a la microempresa Creaciones Jireh, así como la frecuencia de compra y la cantidad de prendas a adquirir.

Se puede observar, que de las prendas que ofrece Creaciones Jireh, la que tuvo mayor aceptación por las mujeres fue la tanga, lo cual confirma lo mencionado en las preguntas previas

de manera que se determinó esta prenda es la más utilizada por las mujeres; seguidamente se encuentran el bikini para dama y calzón para señora como el segundo producto más preferido por las damas; de cerca se encuentra el cachetero de encaje que también fue preferido por un grupo considerable de mujeres y el cachetero de punto.

Por último un pequeño grupo de mujeres indicaron que de las prendas que ofrece esta microempresa, el bóxer de punto para dama sería el artículo que ellas comprarían, al igual que un grupo de la misma magnitud que indicó que el bóxer de encaje y punto para dama sería la prenda que ellas comprarían. En la tabla 2 se muestran los resultados así como la distribución de la cantidad de prendas a adquirir y la frecuencia según el diseño.

**Tabla 2. Cantidad de mujeres que comprarían ropa íntima a Creaciones Jireh, frecuencia y consumo.**

Prenda	FA	IR	FA	IR	Cantidad	Frecuencia
Tanga	138	43%	36	26%	4	Cada 3 meses
			29	21%	2	Cada 3 meses
			48	35%	3	Cada 4 meses
			10	7%	1	Mensualmente
			15	11%	3	Cada 2 meses
Bikini para dama	42	13%	15	36%	2	Cada 4 meses
			17	40%	1	Cada 3 meses
			10	24%	1	Cada 2 meses
Cachetero de encaje	39	12%	19	49%	1	Cada 3 meses
			6	15%	1	Cada 2 meses
			14	36%	2	Cada 4 meses
Cachetero de punto	29	9%	8	28%	2	Cada 3 meses
			9	31%	1	Cada 4 meses
			12	41%	2	Cada 4 meses
Bóxer de punto para dama	16	5%	7	44%	1	Cada 3 meses
			5	31%	1	Cada 4 meses
			4	25%	1	Cada 2 meses
Bóxer de encaje y punto para dama	16	5%	3	19%	2	Cada 4 meses
			9	56%	1	Cada 3 meses
			4	25%	1	Cada 2 meses
Blúmer para señora	42	13%	14	33%	3	Cada 4 meses
			10	24%	2	Cada 3 meses
			18	43%	4	Cada 4 meses
<b>TOTAL</b>	<b>322</b>	<b>100%</b>	<b>322</b>			

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

En el caso de población masculina, y de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se puede observar que de los productos ofrecidos por Creaciones Jireh, la prenda más comprada es el bóxer, esto confirma también los resultados obtenidos en las preguntas previas en donde se demostró que la prenda más usada por los hombres era ésta. Sin embargo, también se puede observar que, aunque en menor cantidad, el calzoncillo también sería un producto comprado por la población masculina.

En la tabla 3 se muestran los resultados así como la distribución de la cantidad de prendas a adquirir y la frecuencia según el diseño.

**Tabla 3. Cantidad de hombres que comprarían ropa íntima a Creaciones Jireh, frecuencia y consumo.**

Prenda	FA	IR	FA	IR	Cantidad	Frecuencia
Bóxer	203	78%	26	13%	5	Cada 4 meses
			98	48%	3	Cada 4 meses
			23	11%	4	Cada 3 meses
			11	5%	1	Mensualmente
			16	8%	3	Cada 2 meses
			29	14%	2	Cada 3 meses
Calzoncillo	57	22%	35	61%	3	Cada 4 meses
			5	9%	1	Mensualmente
			17	30%	2	Cada 3 meses
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>	<b>260</b>			

*Fuente:* Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.

Una vez determinada la demanda de las prendas de Creaciones Jireh, se debe establecer, si se pretende cubrir su totalidad o si solamente a un porcentaje de la población a efecto de obtener datos conservadores para la proyección de los ingresos; en esta ocasión la empresa pretende cubrir solamente un porcentaje de esa demanda descubierta con la investigación de mercado.

Según la encuesta aplicada, a una muestra de la población masculina y femenina del cantón de Corredores, del total de las personas encuestadas, un 88% de la población total femenina y un 90% de la población total masculina compra ropa íntima, de los cuales, el 95% de las mujeres y el

74% de los hombres que compran ropa íntima, dijeron estar dispuestas a comprar ropa elaborada a mano por la empresa Creaciones Jireh.

De acuerdo con esta información, la demanda potencial de la empresa Creaciones Jireh se establece en un 5% de la población femenina y un 5% de la población masculina, es decir: 492 mujeres y 371 hombres, con lo cual se podrá calcular el consumo aparente.

Se espera que para el largo plazo se incremente la demanda potencial para la empresa, de modo que se expanda a otros cantones del país.

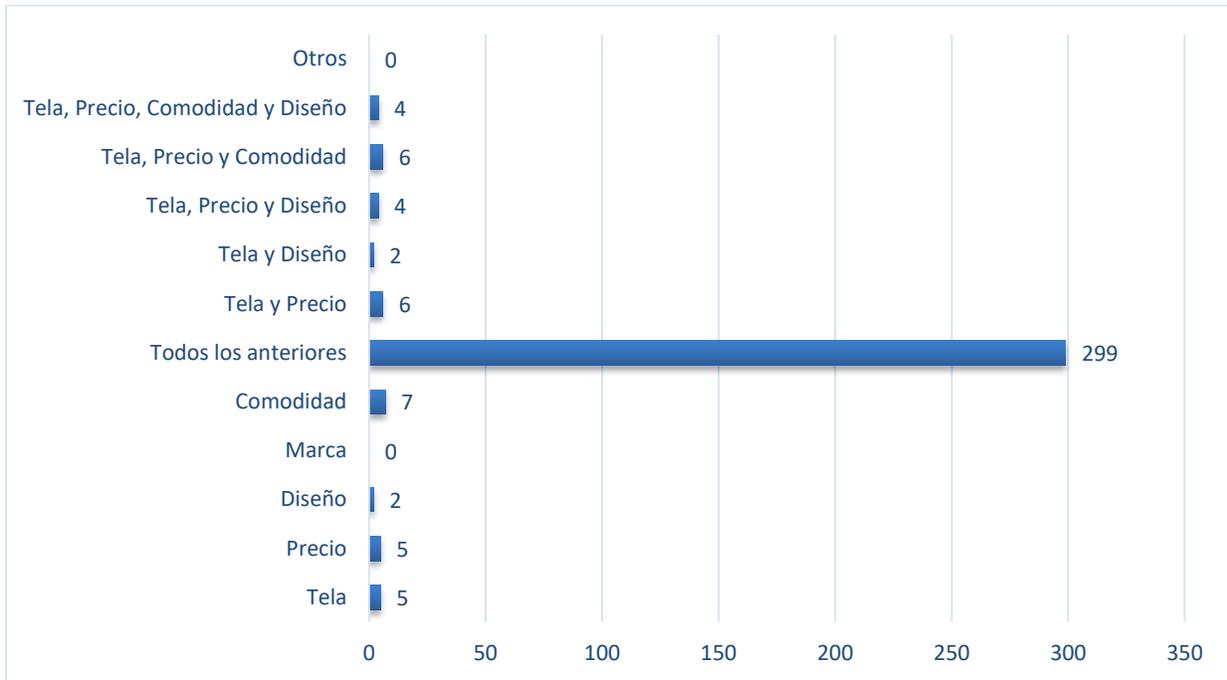
#### **4.2.5. Mercado meta.**

El mercado meta de la empresa Creaciones Jireh está conformado por un porcentaje de la población masculina y femenina del cantón de Corredores que dijo estar dispuestos a comprar sus prendas de ropa interior. Para que la empresa pueda dirigir sus estrategias de mercado a este grupo de personas, es necesario conocer los gustos y preferencias de la población.

Según la encuesta aplicada, los factores más importantes tomados en cuenta por las mujeres al momento de comprar sus ropa interior son tela, precio, diseño, marca y comodidad, ya que la mayoría busca que la prenda las haga sentir cómodas y a gusto con su cuerpo, pero que esté al alcance de su economía; todos estos factores fueron agrupados en la respuesta “Todos los anteriores” y fue elegida por la mayoría de la población.

Por otro lado, se puede observar que los factores que menos influyen para algunas mujeres en la compra de prendas son solamente la tela por la comodidad que brinda, para otras solo el precio porque son personas de escasos recursos y solamente buscan prendas con precios accesibles; otro pequeño grupo se interesa por el diseño de la prenda para que favorezca los atributos y apariencia de su cuerpo, para otras solamente toman en cuenta la marca porque tienen preferencia por los beneficios que les brinda, y por otro lado tenemos que son pocas las mujeres que buscan que la ropa íntima sea únicamente cómoda, dejando de lado los demás aspectos. Por último, la menor parte de la población femenina muestra preferencia por las opciones restantes.

Como se puede apreciar pocas mujeres son las que toman en cuenta unos, dos, tres y hasta cuatro de los aspectos presentados, la mayoría toma en cuenta todos los factores mencionados con la finalidad de adquirir la mejor prenda del mercado y la que le ofrezca los mayores beneficios.

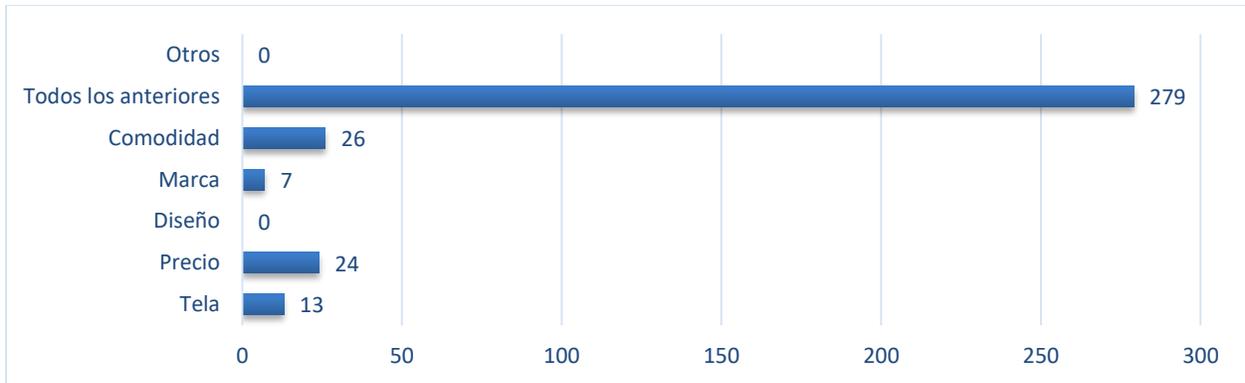


**Gráfico N° 11. Aspectos tomados en cuenta por la población femenina en la compra de ropa interior.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

Para la población masculina es importante la combinación de los factores tela, precio, diseño, marca y comodidad al momento de comprar ropa interior, razón por la cual la opción seleccionada por la mayoría de los hombres fue “Todos los anteriores” la cual agrupa los cinco aspectos mencionados anteriormente.

Por otro lado, un grupo pequeño de hombres toman en cuenta la comodidad, seguido de cerca por otro pequeño grupo que toma en cuenta el factor precio al momento de comprar. En contra posición se puede apreciar que los factores que menos influyen en los hombres al momento de comprar son la tela y la marca, mientras que el diseño no es un factor que influya en la decisión de compra para los hombres.

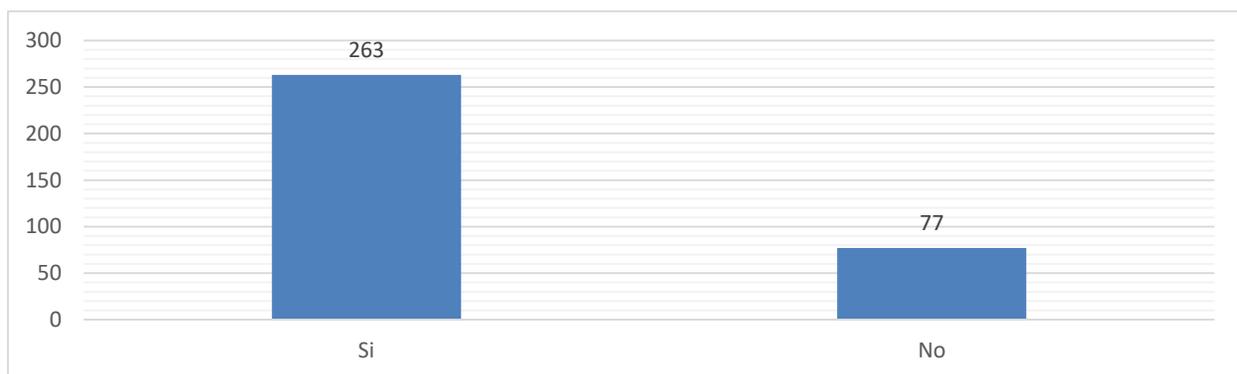


**Gráfico N° 12. Aspectos tomados en cuenta por la población masculina en la compra de ropa interior.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

También es necesario conocer la población que ha adquirido ropa interior elaborada a mano y su experiencia con la ropa que ha adquirido, para que así Creaciones Jireh entre sus estrategias busque atraer a los clientes que no han adquirido este tipo de prendas y les ofrezca una experiencia satisfactoria y mejore la de aquellos que adquirieron alguna que no fue de su entero agrado.

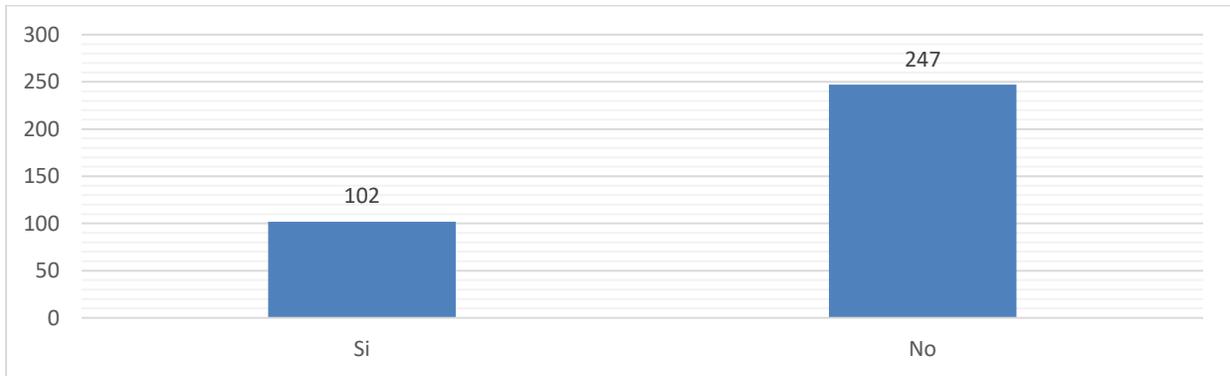
Según la encuesta aplicada, la mayoría de la población femenina ha comprado ropa íntima elaborada a mano, esto se debe a que el cantón de Corredores por ser una zona rural y existir escasez de empleo, es común que se dé la venta de este tipo de ropa, por lo que existe gran cantidad de mujeres que han comprado estas prendas al menos una vez. Por el contrario, existe una minoría de mujeres que indican nunca han comprado ropa íntima elaborada a mano.



**Gráfico N° 13. Población femenina que ha comprado ropa interior elaborada a mano.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

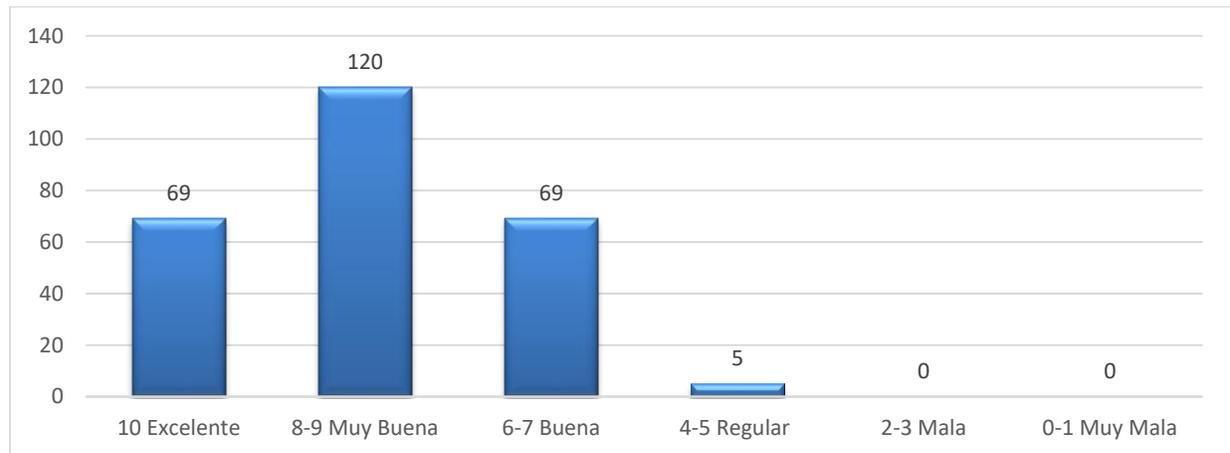
La mayoría de la población masculina si han comprado ropa interior elaborada a mano al menos una vez, mientras que una pequeña cantidad de hombres indicaron nunca haber comprado ropa interior de este tipo.



**Gráfico N° 14. Población masculina que ha comprado ropa interior elaborada a mano.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

De la población que ha comprado ropa interior elaborada a mano, la mayoría de las mujeres califica como muy buena su experiencia de compra de ropa íntima elaborada a mano, seguido de un grupo importante de mujeres que califican su experiencia como excelente y otro grupo de igual tamaño la califica como buena; solamente un pequeña parte de la población la califica como regular.

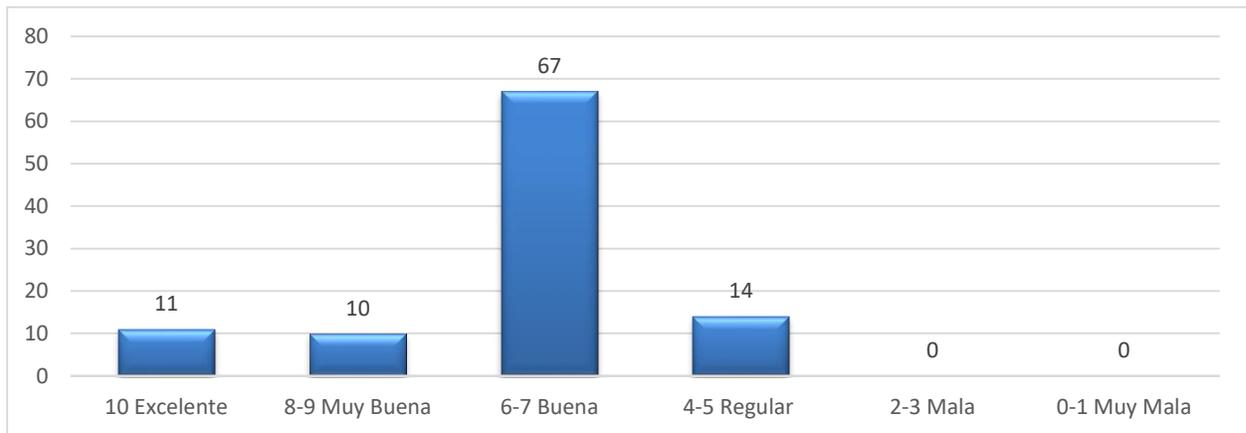


**Gráfico N° 15. Calificación otorgada por la población femenina a la experiencia vivida en la compra de ropa interior elaborada a mano.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

La mayoría de los hombres encuestados que han comprado ropa elaborada a mano, califican su experiencia como buena, mientras que grupos pequeños de la población la califican como excelente, muy buena o regular. Por último, ningún hombre considera su experiencia como mala o muy mala.

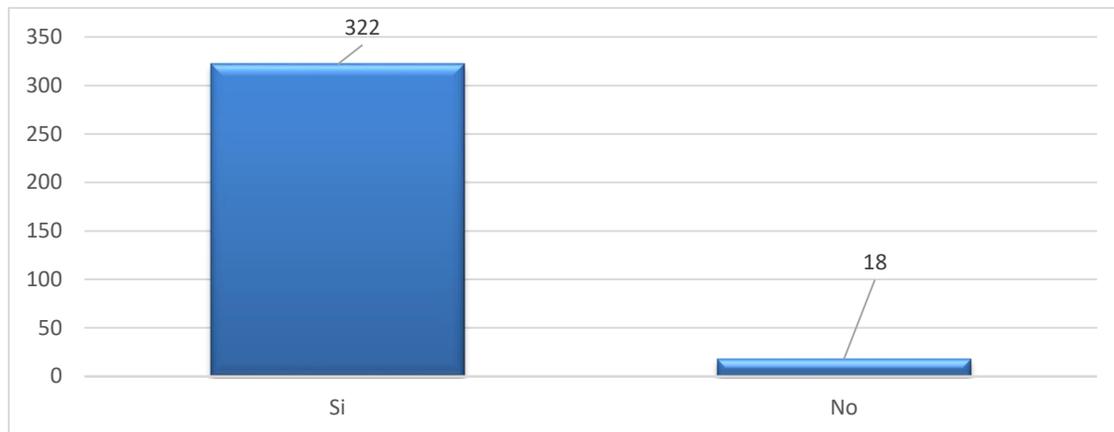
Como se puede apreciar, a pesar de que la ropa elaborada a mano es poco preferida por la población masculina, la mayoría de los hombres que han comprado este tipo de prenda al menos una vez, califican su experiencia como buena y ninguno la califica como mala, lo que significa que si se les ofreciera un producto que cuente con todos los aspectos que ellos toman en cuenta al momento de elegir su ropa interior, este sería un mercado que se puede atraer con una prenda de excelente calidad.



**Gráfico N° 16. Calificación otorgada por la población masculina a la experiencia vivida en la compra de ropa interior elaborada a mano.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

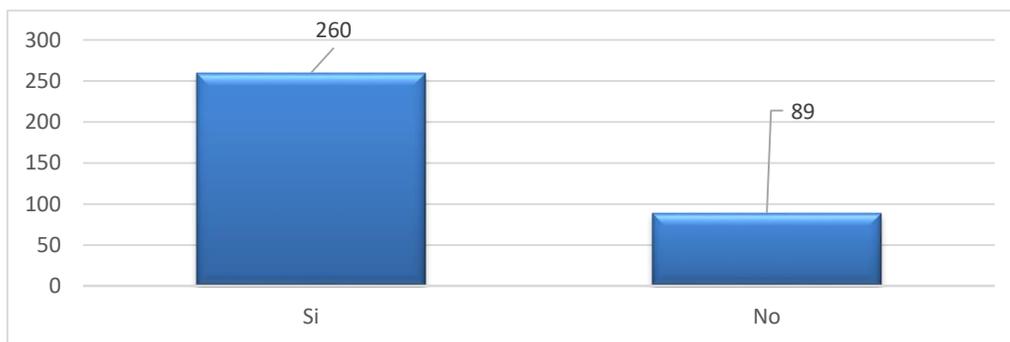
Como se indicó anteriormente, el mercado meta de la empresa es aquel que esté dispuesto a adquirir las prendas que ofrecen. Según los datos recolectados en la encuesta aplicada, la mayoría de la población femenina sí está dispuesta a comprar ropa elaborada a mano y que solamente una pequeña parte de la población no compraría ropa de este tipo. Estos datos permiten conocer que la población realmente está dispuesta a darle una oportunidad a la ropa interior elaborada a mano y comprar prendas de este tipo, lo que le abre las puertas a Creaciones Jireh.



**Gráfico N° 17. Disposición de la población femenina para comprar ropa interior elaborada a mano a Creaciones Jireh.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

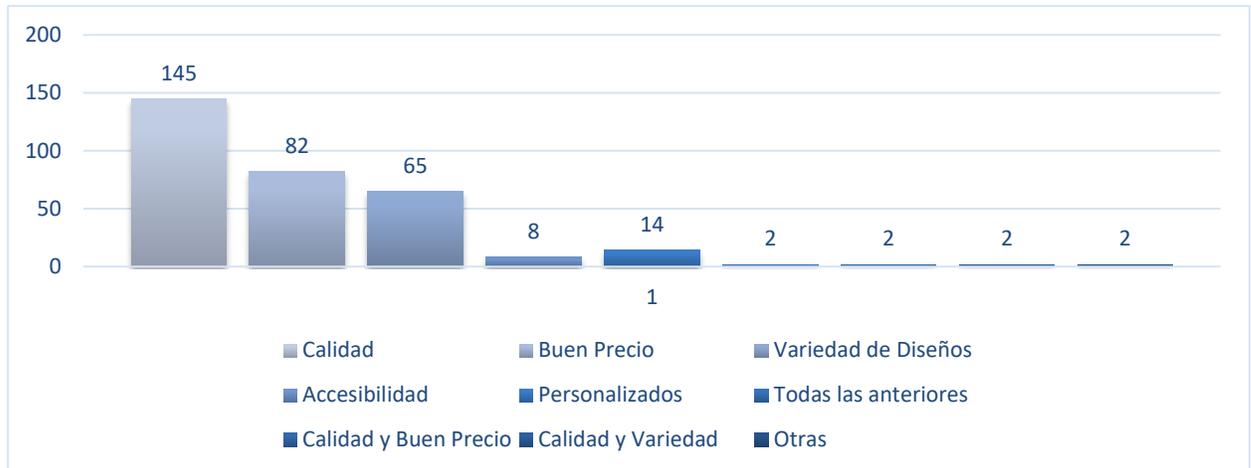
La mayoría de la población masculina si está dispuesta a comprar ropa interior elaborada a mano, mientras que una pequeña parte de la población no comprarían ropa interior de este tipo.



**Gráfico N° 18. Disposición de la población masculina para comprar ropa interior elaborada a mano a Creaciones Jireh.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

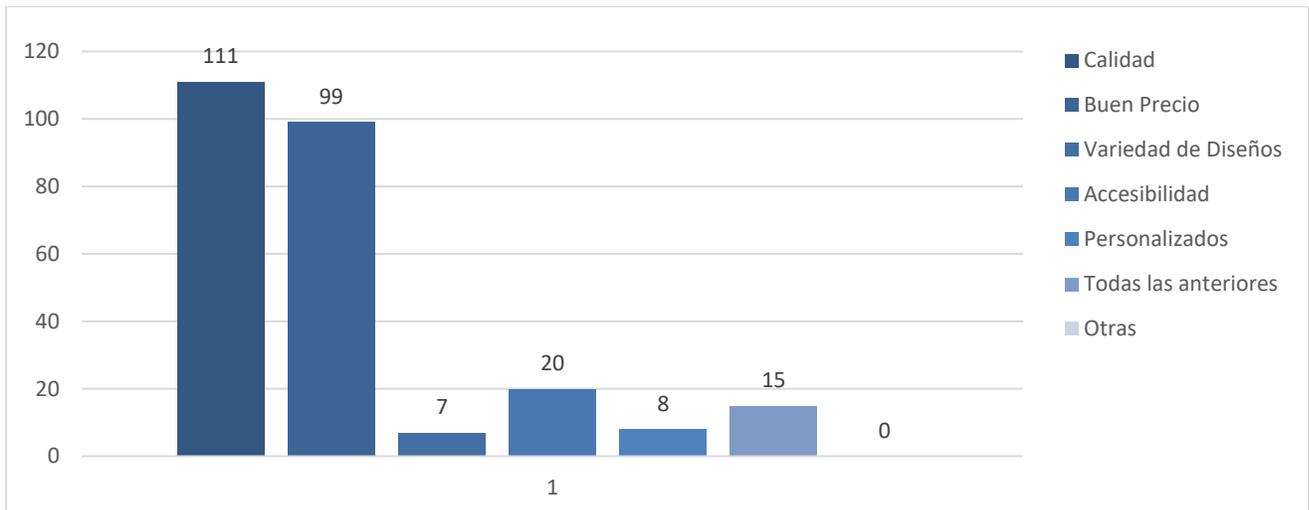
La mayoría de las mujeres encuestadas estaría dispuesta a comprar ropa elaborada a mano porque considera que son prendas de calidad, mientras que otro grupo menor que el anterior está dispuesto a comprar porque consideran que son prendas que se venden a un buen precio, seguido de cerca por un grupo considerable de mujeres que están dispuestas porque considera que la ropa elaborada a mano ofrece una gran variedad de diseños en sus prendas. Por último, las opciones restantes, que fueron presentadas, son las razones menos seleccionadas por las que la población compraría este tipo de ropa interior.



**Gráfico N° 19. Razones por las que la población femenina estaría dispuesta a comprar ropa elaborada a mano.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

En el caso de los hombres la mayoría de los encuestados manifiestan que estarían dispuestos a comprar ropa íntima elaborada a mano por la calidad de las prendas, seguidos de cerca por un grupo importante de hombres que manifiestan que estarían dispuestos a comprar por que las prendas son vendidas a un buen precio. Mientras tanto por otro lado, las opciones restantes presentadas son las menos seleccionadas por la población masculina como la razón de compra.



**Gráfico N° 20. Razones por las que la población masculina estaría dispuesta a comprar ropa elaborada a mano.**

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

Una vez analizada la información recolectada con la encuesta y con base en los datos obtenidos se logró determinar las características del segmento de mercado, la demanda potencial las referencias de la competencia, las cuales se desarrollaron en los siguientes apartados.

#### **4.2.6. Características del segmento del mercado.**

El segmento de mercado de la empresa de Creaciones Jireh es la población masculina y femenina del Cantón de Corredores, Puntarenas, cuya edad fluctúa entre los 20 y 64 años de edad, pertenecientes a la clase baja, media alta, con o sin estudios profesionales, con ingresos económicos de diversa índole, de diversas culturas, creencias religiosas, que utilicen ropa íntima, la cual independientemente del nivel económico es una necesidad que la población debe satisfacer.

Las características del segmento del mercado son:

- Población masculina que utiliza bóxer.
- Población femenina que usan hilos, tangas, cacheteros, bóxer, ropa para dormir y para hacer ejercicios.
- Población que toma en cuenta tela, precio, diseño y comodidad al momento de comprar la ropa íntima.
- Prefieren prendas que son duraderas y resistentes.
- Acostumbran a comprar ropa íntima cuando tienen la necesidad de adquirir una nueva prenda que no tienen en su ropero o cuando ven una prenda que les gusta y desean adquirirla.

Personas que independientemente de si su ingreso es propio o depende económicamente de otra persona, tienen la necesidad de comprar ropa interior.

#### **4.2.7. Definición del producto que ofrece la empresa.**

Las prendas de Creaciones Jireh están confeccionadas con materias primas de excelente calidad y durabilidad, la variedad de ropa interior que ofrece la empresa está conformada por hilos, tangas, cacheteros, bóxer para hombre y mujer, ropa femenina de dormir y trajes para hacer ejercicio; los mismos se detallan a continuación:

➤ **Bikini**

Los materiales con los que está elaborada esta prenda son elástico y tela, la tela que se utiliza para su elaboración es tela de punto de diversos colores y estampados, en tallas S-M-L-XL. A continuación en la figura 1 se presenta una imagen del producto:



**Figura 1. Bikini para mujer**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Tanga**

Los materiales utilizados para la elaboración de esta prenda es el elástico, tela de punto de distintos colores, retazos de telas de colores para los estampados en los lados de la tanga y aplicaciones para adornar, en tallas S-M-L-XL. En la figura 2 se muestra una imagen del producto:



**Figura 2. Tanga para mujer**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Calzón para señora**

Los materiales utilizados para la elaboración de esta prenda es el elástico, tela de punto de distintos colores, retazos de telas de colores para los estampados en los lados del calzón y aplicaciones para adornar, en tallas S-M-L-XL. En la figura 3 se muestra una imagen del producto:



**Figura 3. Blúmer para señora**  
*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Blúmer para niñas**

Los materiales utilizados para la elaboración de esta prenda son los mismos que el de calzón para dama, el elástico, tela de punto de distintos colores, retazos de telas de colores para los estampados en los lados del blúmer y aplicaciones para adornar, en tallas 2-4-6-8-10-12. En la figura 4 se muestra una imagen del producto:



**Figura 4. Blúmer para niñas.**  
*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Cachetero de encaje**

Los materiales utilizados para elaborar este tipo de cachetero son el elástico, las telas lisas de punto, estampadas y retazos de telas de flores, se encuentran en tallas S-M-L-XL. En la figura 5 se muestra una imagen del producto:



**Figura 5. Cachetero femenino.**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Bóxer femenino**

El material utilizado para la elaboración de esta prenda es el elástico, encaje y tela punto licra en colores lisos y estampados, en tallas S-M-L-XL. También se elaboran bóxer únicamente de tela punto licra en colores estampados y lisos. En la figura 6 se muestra una imagen del producto:



**Figura 6. Bóxer Femenino.**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Bóxer para niña**

Esta prenda se confecciona en dos diseños, el primero es elaborado en tela y el segundo es en tela y encaje. El material que se utiliza para la elaboración de esta prenda es el elástico, encaje y la tela de punto en colores lisos y estampados, en tallas 2-4-6-8-10-12. En la figura 7 y 8 se muestran las imágenes del producto:



**Figura 7. Bóxer de tela y encaje para niña.**  
*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*



**Figura 8. Bóxer de tela para niña.**  
*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Ropa de dormir para mujer**

Los materiales utilizados para la elaboración de este producto son la tela y el elástico, la tela de punto en diferentes colores lisas y telas de punto con estampados, en tallas S-M-L. En la figura 9 se muestra una imagen del producto:



**Figura 9. Ropa de dormir para mujer.**  
*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Trajes femeninos para hacer Ejercicios**

Los materiales para la elaboración de este tipo de prenda será la tela y el elástico, la tela que se utiliza es tela de lycra en colores lisos, con retazos de telas estampadas en los costados del traje de ejercicios, en talla S-M-L-XL. En la figura 10 se muestra una imagen del producto:



**Figura 10. Traje femenino para hacer ejercicios**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Bóxer de Hombre**

El material que se utiliza para la elaboración de esta prenda es el elástico y la tela de punto en colores lisos, en tallas S-M-L-XL. En la figura 11 se muestra una imagen del producto:



**Figura 11. Bóxer masculino.**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Bóxer para niños**

El material que se utiliza para la elaboración de esta prenda es el elástico y la tela de punto lycra en colores lisos, en tallas S-M-L-XL. En la figura 12 se muestra una imagen del producto:



**Figura 12. Bóxer para niño.**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Pijama para niñas**

Los materiales utilizados para la elaboración de este producto son la tela y el elástico, la tela de punto en diferentes colores lisas y telas de punto con estampados, en tallas S-M-L. En la figura 13 se muestra una imagen del producto:



**Figura 13. Pijama para niñas.**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Calzoncillo para hombre**

Los materiales utilizados para la elaboración de este producto son la tela y el elástico, la tela de punto lisa en diferentes colores, en tallas S-M-L. En la figura 14 se muestra una imagen del producto:



**Figura 14. Calzoncillo para hombre.**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

➤ **Calzoncillo para niño**

Los materiales utilizados para la elaboración de este producto son la tela y el elástico, la tela de punto lisa en diferentes colores, en tallas 2-4-6-8-10-12. En la figura 15 se muestra una imagen del producto:



**Figura 15. Calzoncillo para niño.**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

#### **4.2.8. Consumo aparente.**

De conformidad con los resultados de la encuesta aplicada e información brindada por la microempresa Creaciones Jireh; se determinó que: el consumo aparente de prendas de ropa íntima está constituido por la población masculina y femenina del cantón de Corredores, así como de los niños y niñas del cantón.

El consumo aparente de prendas elaboradas por la microempresa Creaciones Jireh, que tendrá la población masculina y femenina del cantón, se estableció de acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta número 14 de la encuesta, en donde se logró determinar que del total de la población femenina y masculina de Corredores, 9,831 mujeres y 7,417 hombres sí comprarían

ropa íntima a esta microempresa. Para determinar la intención de compra de la población, en las tablas 4 y 5 se presenta la distribución de los resultados obtenidos con la muestra, entre la población total:

**Tabla 4. Intención de compra de la población femenina.**

<b>Prenda</b>	<b>FA</b>	<b>FA</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total Prendas</b>
Tanga	4227	1099	4	Cada 3 meses	4396
		888	2	Cada 3 meses	1775
		1479	3	Cada 4 meses	4438
		296	1	Mensualmente	296
		465	3	Cada 2 meses	1395
Bikini para dama	1278	460	2	Cada 4 meses	920
		511	1	Cada 3 meses	511
		307	1	Cada 2 meses	307
Cachetero de encaje	1180	578	1	Cada 3 meses	578
		177	1	Cada 2 meses	177
		425	2	Cada 4 meses	849
Cachetero de punto	885	248	2	Cada 3 meses	495
		274	1	Cada 4 meses	274
		363	2	Cada 4 meses	725
Bóxer de punto para dama	492	216	1	Cada 3 meses	216
		152	1	Cada 4 meses	152
		123	1	Cada 2 meses	123
Bóxer de encaje y punto para dama	492	93	2	Cada 4 meses	187
		275	1	Cada 3 meses	275
		123	1	Cada 2 meses	123
Blúmer para señora	1278	422	3	Cada 4 meses	1265
		307	2	Cada 3 meses	613
		550	4	Cada 4 meses	2198
<b>TOTAL</b>	<b>9831</b>	<b>9831</b>			

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

**Tabla 5. Intención de compra de la población masculina.**

<b>Prenda</b>	<b>FA</b>	<b>FA</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total Prendas</b>
Bóxer	5.785	752	5	Cada 4 meses	3761
		2.777	3	Cada 4 meses	8331
		636	4	Cada 3 meses	2546
		289	1	Mensualmente	289
		463	3	Cada 2 meses	1389
		868	2	Cada 3 meses	1736
Calzoncillo	1.632	995	3	Cada 4 meses	2986
		147	1	Mensualmente	147
		490	2	Cada 3 meses	979
<b>TOTAL</b>	<b>7.417</b>	<b>7.417</b>			

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

De acuerdo con esta información se determinó que para efectos de obtener datos conservadores para los cálculos financieros, se contemplará solamente un 5% de la intención de compra, lo cual equivale a 492 mujeres y a 371 hombres. Basados en estos cálculos se determinó la cantidad de prendas a adquirir por las personas a las que la empresa venderá sus productos, así como la frecuencia de compra según diseño; estos datos se muestran en las tablas 6 y 7:

**Tabla 6. Consumo aparente población masculina.**

<b>Prenda</b>	<b>FA</b>	<b>FA</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total Prendas</b>
Bóxer	289	38	5	Cada 4 meses	188
		139	3	Cada 4 meses	417
		32	4	Cada 3 meses	127
		14	1	Mensualmente	14
		23	3	Cada 2 meses	69
		43	2	Cada 3 meses	87
Calzoncillo	82	50	3	Cada 4 meses	149
		7	1	Mensualmente	7
		24	2	Cada 3 meses	49
<b>TOTAL</b>	<b>371</b>	<b>371</b>			

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

**Tabla 7. Consumo aparente población femenina.**

<b>Prenda</b>	<b>FA</b>	<b>FA</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total Prendas</b>
		55	4	Cada 3 meses	220
		44	2	Cada 3 meses	89
Tanga	211	74	3	Cada 4 meses	222
		15	1	Mensualmente	15
		23	3	Cada 2 meses	70
Bikini para dama	64	23	2	Cada 4 meses	46
		26	1	Cada 3 meses	26
		15	1	Cada 2 meses	15
Cachetero de encaje	59	29	1	Cada 3 meses	29
		9	1	Cada 2 meses	9
		21	2	Cada 4 meses	42
Cachetero de punto	44	12	2	Cada 3 meses	25
		14	1	Cada 4 meses	14
		18	2	Cada 4 meses	36
Bóxer de punto para dama	25	11	1	Cada 3 meses	11
		8	1	Cada 4 meses	8
		6	1	Cada 2 meses	6
Bóxer de encaje y punto para dama	25	5	2	Cada 4 meses	9
		14	1	Cada 3 meses	14
		6	1	Cada 2 meses	6
Blúmer para señora	64	21	3	Cada 4 meses	63
		15	2	Cada 3 meses	31
		27	4	Cada 4 meses	110
<b>TOTAL</b>	<b>492</b>	<b>492</b>			

*Fuente: Encuesta realizada por las estudiantes, del 05 al 10 de Agosto del 2015.*

En el caso de los niños y niñas del cantón, el consumo aparente de ropa íntima se estableció con base en las ventas reales de la microempresa Creaciones Jireh para el año 2015. Adicional a lo mencionado anteriormente, se estimó también una compra en ropa deportiva y pijamas para dama, así como pijamas para niñas, basados, igualmente, en las ventas reales de la microempresa para el año 2015.

En la tabla 8 se presentan las ventas mensuales por producto, que tendrá la empresa, en las cuales se estima un incremento de un 10% respecto a las ventas del mes, en las ventas del mes de Junio para las prendas para caballero por la celebración del día del padre; un 10% en las ventas de ropa para dama del mes de Agosto, por la celebración del día de la madre, y un 10% en las ventas generales para el mes de Diciembre, por las celebraciones de Navidad.

Como se puede apreciar, tomando en cuenta el consumo aparente obtenido con base en los resultados de la encuesta y sumando la estimación de compra en ropa deportiva y pijamas para dama y niñas, las ventas de ropa íntima para dama y caballero es fluctuante durante los meses del año, solamente las ventas mensuales de ropa para niñas y niños es constante.

**Tabla 8. Ventas estimadas mensualmente por prenda**

Producto	Ventas proyectadas												Total
	Mes												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Tanga para dama	15	85	323	306	15	393	15	337	323	85	15	677	2,588
Bikini para dama	0	15	26	61	0	41	0	67	26	15	0	96	347
Cachetero de encaje	0	9	29	51	0	38	0	56	29	9	0	88	309
Cachetero de punto	0	0	25	50	0	25	0	55	25	0	0	82	262
Boxer de punto para dama	0	6	11	14	0	17	0	15	11	6	0	27	107
Boxer de encaje y punto para dama	0	6	14	15	0	20	0	17	14	6	0	32	124
Blummer para señora	0	0	31	173	0	31	0	190	31	0	0	224	680
Ropa deportiva	25	25	25	25	25	25	25	28	25	25	25	28	305
Pijama de short para dama	15	15	15	15	15	15	15	17	15	15	15	17	183
Pijama de mangano para dama	10	10	10	10	10	10	10	11	10	10	10	11	122
Pijama de pantalón para dama	8	8	8	8	8	8	8	9	8	8	8	9	98
Blummer para niña talla 0-4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	8	85
Blummer para niña talla 6-12	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	22	242
Boxer para niña talla 0-4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Boxer para niña talla 6-12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	61
Cachetero para niña talla 0-4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Cachetero para niña talla 6-12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Pijama para niña talla 0-4	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	13	145
Pijama para niña talla 6-12	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	11	121
Boxer para hombre	14	84	229	688	14	328	14	688	229	84	14	993	3,380
Calzoncillo para hombre	7	7	56	157	7	62	7	157	56	7	7	226	758
Boxer para niño talla 0-4	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	11	121
Boxer para niño talla 6-12	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	33	363
Calzoncillo para niño 0-4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	8	85
Calzoncillo para niño 6-12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
<b>Total</b>	<b>208</b>	<b>383</b>	<b>914</b>	<b>1.688</b>	<b>208</b>	<b>1.125</b>	<b>208</b>	<b>1.761</b>	<b>914</b>	<b>383</b>	<b>208</b>	<b>2.633</b>	<b>10.630</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

En la tabla 9, se muestra la cantidad de unidades de producción requeridas mensualmente según el diseño, basadas en los resultados de la encuesta aplicada. Las unidades de producción requeridas están calculadas para que, el primer mes, se fabrique las unidades requeridas para las ventas estimadas de ese periodo, más un porcentaje de las unidades requeridas de las ventas del mes siguiente y así sucesivamente todos los meses, según los porcentajes mencionados en la sección de inventarios, de forma que la empresa no tuviera personal ocioso unos meses y que, en los meses con mayor demanda, tuviese que contratar más personal para poder cumplir con la producción, si no que se distribuyó de manera que, la empresa tuviera que contratar solamente una persona por mes que se encargue de la completa elaboración de las prendas

**Tabla 9. Unidades de producción requeridas**

Producto	Unidades de Producción Requeridas												Total
	Mes												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Tanga para dama	99	259	218	161	283	133	202	264	270	23	474	203	2588
Bikini para dama	15	20	36	31	29	12	40	37	29	2	67	29	347
Cachetero de encaje	9	23	31	26	26	11	34	34	25	1	62	26	309
Cachetero de punto	0	20	30	25	17	7	33	32	15	0	58	25	262
Boxer de punto para dama	6	9	9	7	12	5	9	10	12	1	19	8	107
Boxer de encaje y punto para dama	6	11	10	8	14	6	10	12	14	1	23	10	124
Blummer para señora	0	25	93	87	21	9	114	88	18	0	157	67	680
Ropa deportiva	50	20	18	25	30	33	17	21	38	28	19	8	305
Pijama de short para dama	30	12	11	15	18	20	10	13	23	17	12	5	183
Pijama de mangano para dama	20	8	7	10	12	13	7	8	15	11	8	3	122
Pijama de pantalón para dama	16	6	6	8	10	10	5	7	12	9	6	3	98
Blummer para niña talla 0-4	14	6	5	7	8	9	4	6	11	8	5	2	85
Blummer para niña talla 6-12	40	16	14	20	24	26	12	16	30	22	15	7	242
Boxer para niña talla 0-4	6	2	2	3	4	4	2	2	5	3	2	1	36
Boxer para niña talla 6-12	10	4	4	5	6	7	3	4	8	6	4	2	61
Cachetero para niña talla 0-4	6	2	2	3	4	4	2	2	5	3	2	1	36
Cachetero para niña talla 6-12	6	2	2	3	4	4	2	2	5	3	2	1	36
Pijama para niña talla 0-4	24	10	8	12	14	16	7	10	18	13	9	4	145
Pijama para niña talla 6-12	20	8	7	10	12	13	6	8	15	11	8	3	121
Boxer para hombre	98	183	390	351	237	113	413	367	213	23	695	298	3380
Calzoncillo para hombre	15	45	90	82	47	26	94	85	40	8	158	68	758
Boxer para niño talla 0-4	20	8	7	10	12	13	6	8	15	11	8	3	121
Boxer para niño talla 6-12	60	24	21	30	36	39	18	24	45	33	23	10	363
Calzoncillo para niño 0-4	14	6	5	7	8	9	4	6	11	8	5	2	85
Calzoncillo para niño 6-12	6	2	2	3	4	4	2	2	5	3	2	1	36
<b>Total</b>	<b>591</b>	<b>731</b>	<b>1027</b>	<b>948</b>	<b>891</b>	<b>545</b>	<b>1056</b>	<b>1070</b>	<b>893</b>	<b>246</b>	<b>1843</b>	<b>790</b>	<b>10630</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### **4.2.9. Selección del sistema de distribución.**

El objetivo principal de comercialización de la microempresa se basa en la distribución de ropa íntima para hombres, mujeres y niños en el cantón de Corredores, especialmente en los distritos de Ciudad Neily, Paso Canoas, La Cuesta, Naranjo, Laurel y lugares aledaños, directamente con el distribuidor que estaría dispuesto a comprar para posteriormente hacerle llegar el producto al consumidor final.

El sistema de distribución seleccionado que se utilizara para hacer llegar las prendas de ropa íntima desde el centro de producción será el del productor al mayorista y luego al consumidor final, se empleara cuando las señoras que se dedican a vender las prendas de ropa íntima de puerta en puerta, desean adquirirlas con Creaciones Jireh para su posterior venta. En este caso la empresa no incurre en ningún costo por el intermediario, sino que venden las prendas al por mayor y de contado a estas personas, razón por la cual les hace un descuento por la compra de la prenda.

Con base en lo anterior el canal de distribución que se propone es el siguiente:

FABRICANTE ----- MAYORISTA ----- CONSUMIDOR

Esta técnica es conveniente y también ventajoso para la empresa, porque las ventas serán en mayor cantidad, los vendedores llegarán hasta la casa del cliente con las prendas para que ellas elijan las de sus gustos y les hace entrega de las mismas sin necesidad de que el cliente salga de la casa y se desplace a largas distancias o espere mucho tiempo para recibirlas, serán personas de confianza para los cliente por lo que se sentirán a gusto y la empresa no deberá gastar dinero en sus distribuidores ni pagar comisión a los vendedores.

#### **4.2.10. Publicidad.**

La publicidad de los artículos de ropa íntima, masculina y femenina de Creaciones Jireh, se hará mediante anuncios en la radio, volantes publicitarios, tarjetas de presentación y páginas web. Los anuncios en la radio serán, dos anuncios publicitarios por día, durante tres días a la semana, el valor de cada anuncio es de ₡3,750.00.

- **Isotipo de la empresa**

El isotipo representativo con el que se dará a conocer la empresa se muestra en la figura 16.



**Figura 16. Isotipo de Creaciones Jireh**

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

- **Slogan de la empresa**

El slogan que representará a la empresa, se muestra en la figura 17.

**Comodidad a tu gusto**

**Figura 17. Slogan de Creaciones Jireh**

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

- **Mensaje Publicitario.**

El mensaje publicitario que la empresa utilizará para promocionar sus productos será el que se muestra en la figura 18:

**Creaciones Jireh**

Ropa íntima masculina y femenina de calidad, en variedad de diseños y colores.



**Creaciones Jireh S.A.**  
**Dirección:** Puntarenas, Corredores, La Cuesta, Barrio de la Cañaza, 100 metros Norte de la antigua arrocera.  
**Teléfono:** 8688-97-20

**Comodidad a tu gusto**

**Figura 18. Mensaje publicitario de la empresa**

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

### • Spot de Radio.

El spot de radio que usará la empresa para promocionar sus productos por medio de la estación y atraer clientes es el siguiente:

“¿Le gusta la excelente calidad, la comodidad y la variedad en ropa íntima? Creaciones Jireh le ofrece prendas en distintos diseños, tamaños y colores a un buen precio y con la comodidad que usted desea, sin largos periodos de entrega, y lo mejor, usted podrá ver personalmente el producto que está comprando. Y si le gustan los diseños personalizados, nosotros se lo confeccionamos. Contáctenos al 8688-97-20, o puede localizarnos en La Cuesta, Barrio de la Cañaza, 100 metros Norte de la antigua arrocera. Creaciones Jireh, comodidad a tú gusto.”

### • Volante Publicitario.

El volante publicitario que la empresa utilizará contempla un mensaje con el cual se promociona las prendas que la empresa elabora y donde incluye nombre de la empresa, la dirección y el número de teléfono para contactar a la empresa. El volante publicitario que la empresa Creaciones Jireh utilizará para promocionarse ante la población y dar a conocer sus productos es el que se muestra en la figura 19.

  
Creaciones Jireh

Si busca ropa íntima cómoda, variada, a buen precio y de calidad.

**Creaciones Jireh le tiene la solución.**

Le ofrecemos ropa íntima para damas caballeros y niños, en variedad de diseños, colores y tallas que te brindarán comodidad a un buen precio. También elaboramos diseños personalizados.

Dirección: La Cuesta, Barrio de la Cañaza, 100 metros Norte de la antigua arrocera.  
Teléfono: 8688-97-20.

**Comodidad a tu gusto**

**Figura 19. Volante publicitario de Creaciones Jireh**

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

- **Tarjeta de presentación.**

Las tarjetas de presentación de la empresa Creaciones Jireh que se utilizarán como parte de la campaña publicitaria, se muestran en la figura 20, la misma consiga el nombre de la empresa, teléfono, dirección, correo electrónico y página de Facebook, también contiene información sobre las prendas que se ofrecen en la empresa.



**Figura 20. Tarjeta de presentación.**

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

- **Sistema de promoción y publicidad.**

El objetivo es dar a conocer el servicio a nuestros clientes, en cuanto a lo que es publicidad utilizaremos la repartición de volantes, anuncios por la radio, tarjetas de presentación en alusión a los servicios ofrecidos por la empresa, así como una página en Facebook (Facebook, Creaciones Jireh) y en Instagram (Instagram, Creaciones Jireh) en donde los usuarios puedan conocer acerca de las nuevas colecciones.

- **Diseño del empaque del producto.**

Se utilizarán bolsas transparentes de 20 cm de alto x 20 cm de ancho con el nombre de Creaciones Jireh impreso en la esquina de la bolsa, la cual vendrá en diferentes tonos o colores, se doblará técnicamente para proteger su forma, ingresarlo a la bolsa y cerrarlo, entregando al cliente un producto con excelente presentación.

Este empaque brindará protección al producto, comodidad y recordación del producto por parte del consumidor. En la figura 21 se muestra la imagen del empaque del producto:



**Figura 21. Empaque del producto.**

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

• **Etiqueta del Producto.**

La etiqueta con la información del producto, que la empresa utilizará en los empaques de sus prendas contempla el logo, el tipo de prenda, talla y color de la misma. La etiqueta del producto se muestra en la figura 22.



**Prenda: Tanga**  
**Talla: S**  
**Color: Blanco**

**Figura 22. Etiqueta del producto**

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### 4.2.11. Costeo del producto.

Los costos del producto que ofrecerá la empresa están conformados por los costos de producción que contemplan, la materia prima, la mano de obra directa, los insumos y la electricidad, la suma de todos ellos dan como resultado lo que le cuesta a la empresa la fabricación de cada prenda.

Los costos de materia prima, mano de obra directa y electricidad fueron calculados con base en la información brindada por la señora Jenny Caballero en cuanto a la cantidad de materia prima que se requiere para cada prenda y los tiempos de duración para la elaboración, los cuales sirvieron como base para calcular la mano de obra y el consumo de energía eléctrica. El desglose de los costos de cada producto se muestra en la tabla 10, donde en la última columna que indica costo unitario se muestra el costo total de cada prenda.

**Tabla 10. Costeo del producto**

Productos	Costo unitario por producto				
	Materia prima	Mano de obra directa	Insumos	Electricidad	Costo unitario
Tanga para dama	₡365,90	₡212,91	₡15,75	₡1,84	<b>₡596,40</b>
Bikini para dama	₡365,90	₡212,91	₡15,75	₡1,84	<b>₡596,40</b>
Cachetero de encaje	₡405,32	₡217,37	₡15,75	₡1,84	<b>₡640,28</b>
Cachetero de punto	₡602,93	₡217,37	₡15,75	₡1,84	<b>₡837,90</b>
Boxer de punto para dama	₡602,93	₡217,37	₡15,75	₡1,84	<b>₡837,90</b>
Boxer de encaje y punto para dama	₡710,02	₡256,39	₡15,75	₡2,05	<b>₡984,20</b>
Blummer para señora	₡639,58	₡217,37	₡15,75	₡1,84	<b>₡874,55</b>
Ropa deportiva	₡3.248,38	₡869,48	₡15,75	₡6,15	<b>₡4.139,76</b>
Pijama de short para dama	₡3.248,07	₡869,48	₡15,75	₡6,15	<b>₡4.139,45</b>
Pijama de manguito para dama	₡3.838,38	₡869,48	₡15,75	₡6,15	<b>₡4.729,76</b>
Pijama de pantalón para dama	₡4.723,38	₡994,33	₡15,75	₡7,17	<b>₡5.740,64</b>
Blummer para niña talla 0-4	₡260,74	₡189,50	₡15,75	₡1,64	<b>₡467,63</b>
Blummer para niña talla 6-12	₡303,88	₡217,37	₡15,75	₡1,84	<b>₡538,84</b>
Boxer para niña talla 0-4	₡265,48	₡189,50	₡15,75	₡1,64	<b>₡472,37</b>
Boxer para niña talla 6-12	₡285,48	₡217,37	₡15,75	₡1,84	<b>₡520,45</b>
Cachetero para niña talla 0-4	₡265,48	₡189,50	₡15,75	₡1,64	<b>₡472,37</b>
Cachetero para niña talla 6-12	₡285,48	₡217,37	₡15,75	₡1,84	<b>₡520,45</b>
Pijama para niña talla 0-4	₡1.676,58	₡793,68	₡15,75	₡6,15	<b>₡2.492,16</b>
Pijama para niña talla 6-12	₡2.326,90	₡838,27	₡15,75	₡6,15	<b>₡3.187,07</b>
Boxer para hombre	₡742,30	₡236,32	₡15,75	₡1,84	<b>₡996,21</b>
Calzoncillo para hombre	₡622,01	₡231,86	₡15,75	₡1,84	<b>₡871,47</b>
Boxer para niño talla 0-4	₡230,58	₡190,62	₡15,75	₡1,64	<b>₡438,58</b>
Boxer para niño talla 6-12	₡230,86	₡216,26	₡15,75	₡1,84	<b>₡464,71</b>
Calzoncillo para niño 0-4	₡221,06	₡190,62	₡15,75	₡1,64	<b>₡429,07</b>
Calzoncillo para niño 6-12	₡226,24	₡216,26	₡15,75	₡1,84	<b>₡460,09</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### 4.2.12. Definición del precio del producto incluyendo canales de distribución.

El precio de venta de cada una de las prendas que ofrecerá la empresa Creaciones Jireh se definirá a partir de los precios existentes actualmente en el mercado para los productos con características similares a los que ofrece la empresa en estudio.

El precio de venta establecido para las prendas que elaborará la empresa se muestra en la tabla 11.

**Tabla 11. Precio de venta de las prendas**

Precio de los productos	
Producto	Precio al por mayor
Tanga para dama	¢1.850,00
Bikini para dama	¢1.850,00
Cachetero de encaje	¢2.500,00
Cachetero de punto	¢2.500,00
Boxer de punto para dama	¢2.500,00
Boxer de encaje y punto para dama	¢2.500,00
Blummer para señora	¢2.500,00
Ropa deportiva	¢6.000,00
Pijama de short para dama	¢5.000,00
Pijama de mangano para dama	¢6.000,00
Pijama de pantalón para dama	¢7.000,00
Blummer para niña talla 0-4	¢1.550,00
Blummer para niña talla 6-12	¢1.850,00
Boxer para niña talla 0-4	¢1.650,00
Boxer para niña talla 6-12	¢2.000,00
Cachetero para niña talla 0-4	¢1.650,00
Cachetero para niña talla 6-12	¢2.000,00
Pijama para niña talla 0-4	¢4.000,00
Pijama para niña talla 6-12	¢4.500,00
Boxer para hombre	¢3.000,00
Calzoncillo para hombre	¢2.500,00
Boxer para niño talla 0-4	¢1.500,00
Boxer para niño talla 6-12	¢1.700,00
Calzoncillo para niño 0-4	¢1.550,00
Calzoncillo para niño 6-12	¢1.850,00

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### **4.2.13. Establecer acciones para introducir el producto en el mercado.**

Las acciones que se implementaran para introducir las prendas de ropa íntima en el mercado que generen un impacto en el consumidor son las siguientes:

- Diseñar un logo, slogan y empaque que sea atractivo para el cliente, que atraiga su atención y permita mostrar las virtudes del producto que se está lanzando al mercado.
- Promocionar los productos que ofrece la empresa, mediante una fuerte campaña publicitaria que contenga un mensaje claro, conciso y atractivo a la vista de los clientes.
- Diseñar un canal de distribución que permita que el producto llegue al consumidor de la manera más rápida y accesible, eliminando los tiempos de espera.
- Mostrar el producto al cliente cuando se le esté ofreciendo las prendas para que este pueda apreciar las virtudes de la ropa interior que se está ofreciendo.

Con estas acciones se pretende dar a conocer los nuevos productos a los clientes, procurando que este muestre una excelente imagen con la finalidad de que sea atractivo y que tanto hombres como mujeres deseen adquirirlos.

#### **4.2.14. Lista de posibles riesgos y oportunidades del proyecto.**

Los posibles riesgos y oportunidades que el proyecto puede tener son los siguientes:

##### **Riesgos**

- Los posibles clientes prefieran las prendas que se venden en Catálogos y Almacenes.
- Resistencia de las personas a adquirir un producto nuevo por temor a que este sea de mala calidad por ser elaborado a mano.
- Las personas prefieran comprar prendas a un menor precio sin importar la calidad.
- Las personas a pesar de la calidad de las prendas que ofrece la empresa, decidan seguir comprando la ropa íntima donde siempre la han adquirido.

## **Oportunidades**

- La población ha mostrado disposición de adquirir las prendas de ropa íntima de Creaciones Jireh.
- Actualmente la empresa cuenta con clientes fijos lo cual brinda la oportunidad de expandirse a otros mercados y ampliar la cartera de clientes.
- Los actuales clientes se encuentran satisfechos con las prendas que han comprado a la empresa.
- Los clientes que compran las prendas en la empresa al por mayor y al detalle aumentan día con día.
- La empresa ofrece sus prendas directamente en el hogar a los clientes y muestra el producto para que ellos puedan observar la calidad de los mismos, ofreciendo así mayor accesibilidad y disminuyendo los tiempos de espera.
- La empresa ofrece el servicio de elaborar las prendas al gusto de los clientes, personalizando cada una de las prendas que ellos adquieren.

### **4.2.15. Conclusiones del Estudio de Mercado.**

Para el estudio de mercado de este plan de negocios se planteó como objetivos principales, investigar aspectos de mercado relacionados con el nivel de demanda potencial, nivel de oferta y las características del mercado meta del proyecto, y definir una estrategia de comercialización del proyecto que incluya las decisiones de producto, precio, distribución, promoción y publicidad.

Para lograr los objetivos se realizó una encuesta que fundamentó la proyección de las ventas mensuales de la empresa con las cuales se realizaron los cálculos financieros. Las variables que fueron medidas en el estudio de mercado abarcan los elementos claves para cumplir con las estrategias planteadas en el Análisis FODA.

El primer objetivo analiza las variables nivel de demanda y mercado meta, con las cuales se demostró que con la aplicación de la encuesta se identificó el mercado meta al cual la empresa

debe dirigir las estrategias de mercado, concluyendo este como 492 mujeres y 371 hombres de la población total del Cantón. De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada a la población, se puede concluir que si existe mercado potencial para los productos elaborados por la empresa Creaciones Jireh, con el cual se proyectará las posibles ventas de la empresa.

Con el estudio de mercado se logró constatar en relación al segundo objetivo, que la frecuencia de compra de la población es variable, ya que oscila entre los dos y cinco meses; que el número de prendas que comprarían es entre dos y cuatro, pero que este puede variar según la necesidad y economía de la persona; que la población tanto masculina como femenina, prefiere comprar ropa de excelente calidad, a un precio cómodo sin importar el tipo de marca, si es una prenda que reúne estas características, la población en su mayoría está dispuesta a adquirirla.

La mayoría de las personas adquieren sus prendas en catálogos y almacenes, pero un grupo importante compra ropa elaborada a mano y otro no tiene preferencia por lo que adquieren el producto donde le ofrezcan mayor satisfacción.

Otro aspecto importante obtenido de la encuesta es que la mayoría de la población en especial la femenina, han comprado alguna vez ropa interior elaborada a mano y se muestran satisfechas con los productos, ya que los consideran como de buena calidad y durabilidad, sin embargo existe poca información respecto a la existencia de este producto en la zona, por lo que con una fuerte campaña publicitaria puede llegar a tener una mayor participación en el mercado.

También se logró determinar que el segmento de mercado que la empresa pretende cubrir, está constituido por las mujeres y hombres del cantón de Corredores, entre los veinte y sesenta y cuatro años de edad, con ingresos de diferente índole, raza y creencia religiosa que usan ropa interior. Para hacer llegar los productos de la empresa hasta el consumidor final se empleará el sistema de distribución fabricante-consumidor final y el de fabricante-mayorista-consumidor final, para brindar un mejor servicio.

La aplicación de la encuesta también permitió conocer quiénes son los principales competidores en el mercado y cuáles son las prendas más adquiridas por la población, información que sirvió de base para tener conocimiento del mercado en el que participa la empresa. En este estudio se pudo conocer también que la ubicación de las empresas competidoras es en la zona

fronteriza de Costa Rica con Panamá, específicamente en Paso Canoas en el caso de los almacenes y en el caso de las ventas por catálogo, las oficinas administrativas se encuentran en el gran área metropolitana y los vendedores se ubican en los distintos distritos del cantón. Por otra parte las debilidades de estas empresas se resumen en las estrategias de comercialización y distribución utilizada, las cuales servirán a la empresa como una oportunidad para ofrecer un mejor servicio.

El canal de distribución que ha venido empleando la microempresa le ha permitido llevar sus productos hasta la población que podría ser una de las más difíciles de alcanzar por la ubicación geográfica donde habitan. Por esta razón se tomó la decisión de mantener el canal de distribución y complementarlo con publicidad en radio, televisión, volantes publicitarios y redes sociales como Facebook e Instagram, para así llevar el producto a toda la población.

Para promocionar los productos y lograr que la empresa se posicione en el mercado y en la mente del consumidor, se creó un logotipo para que sea reconocida la marca y la empresa pueda ser identificada; también se diseñó una etiqueta y un empaque para que los productos se vean distinguidos y sean claramente identificados,

Por último, como estrategia se diseñó un catálogo de ventas con las prendas que la empresa ofrece, como propuesta para que la empresa sea competente en el mercado y sea vendido al mayorista cuando este lo desee. (Ver Anexo 2)

También se puede concluir que con una buena estrategia de mercado y el mejor canal de distribución, las prendas de ropa íntima elaborada a mano podrían posicionarse con mayor fuerza en el mercado y ofrecería un mejor tiempo de entrega y una mejor calidad y durabilidad.

### **4.3.Producción**

#### **4.3.1. Objetivos de producción y ventas.**

- Determinar la maquinaria, equipo y materia prima necesaria para la elaboración de las prendas de ropa íntima masculina y femenina.
- Determinar la cantidad de materia prima requerida para la fabricación de cada prenda de ropa interior.
- Establecer los pasos del proceso de producción de las prendas de ropa íntima y plasmarlos en un diagrama de flujo.
- Diseñar la distribución del mobiliario, equipo y maquinaria que se requiere en el área de producción.
- Identificar la capacidad instalada de la planta de producción de la empresa.
- Establecer los materiales y herramientas de trabajo requeridos para cada una de las áreas de la empresa.
- Identificar la cantidad de mano de obra requerida para la producción de las prendas que ofrece la empresa.
- Establecer los inventarios de producto terminado con los que contará la empresa.

#### **4.3.2. Localización óptima de la planta.**

La ubicación de la empresa Creaciones Jireh es en la provincia de Puntarenas, cantón Corredores, distrito La Cuesta, barrio la Cañaza 100 metros norte de la antigua arrocera carretera la Palma. El punto donde se encuentra localizada la empresa está cerca del mercado, comunicación y transporte por lo que cuenta con disponibilidad de servicios públicos, materia prima, y mano de obra.

#### **4.3.3. Descripción del proceso de producción.**

El proceso de producción que utilizará la empresa Creaciones Jireh para la fabricación de las prendas de ropa íntima se detalla a continuación:

- **Recepción y almacenamiento de materia prima e insumos**

Los proveedores de insumos y materias primas se encargarán de realizar la entrega directamente a la puerta de la empresa. Al momento de recibir el material se hará una inspección de control de calidad para verificar que lo recibido concuerde con el pedido realizado y que se encuentre en excelentes condiciones. Una vez efectuada la revisión se traslada los artículos desde el área de recepción hasta los estantes de almacenamiento y son ordenados de acuerdo con el tipo de artículo, utilizando una ubicación fija donde se le asigna a cada uno un espacio determinado.

- **Elaboración del patrón**

Con papel periódico se elaborará el molde de cada una de las prendas de ropa íntima que vaya a confeccionar para posteriormente utilizarlo como medida para el trazado en la tela.

- **Selección de la tela**

Se realizará la selección del tipo de tela y color de acuerdo con el diseño de la prenda que se vaya a confeccionar, también se elegirá la cantidad que se va a utilizar para elaborar la ropa íntima.

- **Medida y trazado**

Expandir bien la tela seleccionada sobre la mesa, se coloca el molde sobre la tela y se prensa con alfileres para evitar que se deslice, se toman las medidas necesarias y posteriormente se dibuja con exactitud el molde de las piezas sobre la tela.

- **Corte de la tela**

Se cortará de la tela las piezas del diseño de la prenda que fueron dibujadas y que se va a confeccionar, las tijeras deben seguir de manera correcta las líneas trazadas y seguidamente se separa las piezas para cada uno de los diseños.

- **Costura de las piezas**

Se empieza a confeccionar la prenda de ropa íntima según el diseño uniendo mediante costuras hechas a máquina cada una de las piezas que lo conformarán empezando por unir las dos mitades hasta armarse completamente.

- **Control de calidad**

Cuando se le ha dado el acabado final a la prenda de ropa íntima, se procede a realizar una revisión detallada y completa del producto para comprobar la calidad o detectar posibles errores o defectos antes de ser empacados, por lo que se harán revisiones a las costuras y las decoraciones para evitar que exista algún defecto.

- **Empacado y etiquetado de la prenda.**

Cuando la prenda ha pasado por control de calidad y llega al proceso de empaque es porque está listo para la venta, por lo que se procede a empacar la ropa íntima en las bolsas plásticas cada uno en una bolsa diferente y en la que se enviarán a los clientes; posteriormente se colocará la etiqueta sobre el empaque con la información del producto y la marca.

- **Almacenamiento en el área de producto terminado**

Luego de que se empaca las prendas de ropa íntima son colocadas en el área de producto terminado donde estarán disponibles para ser distribuidos a los clientes que se les proveerá.

#### **4.3.4. Diagrama de Flujo del Proceso.**

El diagrama de flujo de proceso que representa gráficamente la secuencia de las operaciones para detallar el proceso de producción de las prendas de la empresa se muestra en la figura 23.



**Figura 23. Diagrama de flujo de proceso**

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### 4.3.5. Equipo

- **Equipo requerido**

El equipo requerido para el proceso de producción de las prendas está conformado únicamente por las máquinas de coser para la costura de las piezas, las mismas deben de ser industriales para que las prendas tengan excelentes acabados.

- **Selección del equipo**

El equipo a utilizar para la transformación de la materia prima debe de estar capacitada para poder transformar y trazar la fibra de la tela que se va a utilizar en un producto terminado, debe ser apta para realizar puntada perfecta sobre la materia prima con la que se va a trabajar.

El equipo que se empleará en el proceso de producción para transformar la materia prima en un producto terminado, deben de ser de excelente calidad con capacidad de producir la cantidad de prendas que necesita fabricar la empresa. Para la producción de las prendas de ropa íntima se necesitaran seis tipos de máquinas, las mismas se muestran en la tabla 12, en donde se indica el tipo de máquina, la cantidad que se necesita, el modelo, la marca, precio de costo y proveedor. El precio de la maquinaria son costos hundidos por cuanto constituyen una compra vieja efectuada por la empresa al inicio de sus operaciones.

**Tabla 12. Equipo.**

Proveedores y cotización de la maquinaria					
Detalle	Cantidad	Modelo	Marca	Proveedor	Precio
Máquina de coser industrial cover	1	JK 8569	Jack	La Bobina	¢605.000,00
Máquina de coser industrial trespasos	1	BB-457 A	Bobina	La Bobina	¢367.000,00
Máquina de coser sencilla	1	VX-1435	Brother	La Bobina	¢55.000,00
Máquina de coser sencilla	1	Promise	Singer	La Bobina	¢65.000,00
Máquina de coser sencilla	1	HF-07150	Jack	La Bobina	¢45.000,00
Máquina de coser industrial overlock	1	JK-768BDI	Jack	La Bobina	¢495.000,00

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

- **Capacidad del equipo**

La capacidad de producción de la maquinaria que se utilizará, se muestra en la tabla 13.

**Tabla 13. Capacidad del equipo**

Maquinaria	Capacidad disponible
Máquina de coser industrial cover	5000 rpm
Máquina de coser industrial trespasos	5000 rpm
Máquina de coser sencilla	3000 rpm
Máquina de coser sencilla	3000 rpm
Máquina de coser sencilla	3000 rpm
Máquina de coser industrial overlock	3000 rpm

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

#### 4.3.6. Características de la tecnología.

La tecnología que se empleará para la fabricación de las prendas de ropa íntima es la siguiente:

- **Máquina de coser industrial Jack Collareta JK 8569 Cover.**

Esta máquina consta de tres agujas con cubierta superior e inferior, lubricación automática, de 5 hilos, con antena porta conos, con una velocidad estimada de 5000 P.P.M.

Este modelo es usado para tapar costuras, trabaja con 5 hilos, con bordador superior. Posee arrastre del tipo diferencial de manera que la costura se realiza en forma perfecta en cualquier tipo de telas. Es una máquina de alta velocidad, gran producción y bajo costo de mantenimiento. La imagen de la maquina se muestra en la figura 24.



**Figura 24. Máquina de coser industrial Jack Collareta JK 8569 Cover**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

- **Máquina overlock industrial marca Jack JK 768**

Esta máquina de coser se caracteriza por contar con lámpara, capacidad para cinco hilos, lubricación automática, dos agujas, alta velocidad y puntada de seguridad. La imagen de la maquina se muestra en la figura 25.



**Figura 25. Máquina overlock industrial marca Jack JK 768**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

- **Máquina sencilla marca brother VX-1435 color blanco**

Esta es una máquina de coser portátil, liviana y mecánica, 14 puntadas incorporadas, 36 funciones de puntada, abreojales automático 4-Step, cose en puntos de sutura dobladillos, elásticos y ciegos, cose en puntada recta y zigzag, ligero y compacto con asa incorporada para la portabilidad, rápido sistema de bobinado, 110 V. La imagen de la máquina se muestra en la figura 26.



**Figura 26. Máquina sencilla marca brother VX-1435 color blanco**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

- **Máquina de coser marca Singer sencilla, modelo Promise, color blanco.**

Esta máquina tiene asa de transporte para facilitar el transporte de la máquina de coser, brazo para coser ronda cerrado como mangas o perneras, dos diales para la selección y el ajuste de la longitud de la puntada de la puntada, prénsatelas fast está unido tan rápido es el mejor pie de costura para la costura deseada, puntada de anchura variable hasta un máx. 4,0 mm, variable puntada longitud de hasta máx. 4,2 mm. La imagen de la máquina se muestra en la figura 27.



**Figura 27. Máquina de coser marca Singer sencilla, modelo Promise, color blanco.**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

- **Máquina trespasos industrial marca Bobina, modelo BB 457A, color blanco.**

Esta máquina es de lubricación manual, especializada en confección de ropa interior, con dosificador especial para pegar elástico, cuenta con un estante de metal extra fuerte, tabla, el motor es de 220 voltios. La imagen de la máquina se muestra en la figura 28.



**Figura 28. Máquina trespasos industrial marca Bobina, modelo BB 457<sup>a</sup>.**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

- **Máquina de coser marca Jack sencilla, modelo HF-07150, color blanco.**

Esta máquina cuenta con las puntadas de punto recto y zigzag, trabaja en telas como: punto, licra, seda, docoma y mezclilla, estante de metal extra fuerte, motor 110 voltios, rematador, tabla. La imagen de la máquina se muestra en la figura 29.



**Figura 29. Máquina de coser marca Jack sencilla, modelo HF-07150**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

#### 4.3.7. Equipo e Instalaciones.

Cada uno de los departamentos de la empresa necesita de mobiliario y equipo especializado de acuerdo con las actividades que se realizan en cada uno. El equipo requerido para las áreas de producción, almacén de materia prima y administración son: estantes, mesa, sillas, basureros, escritorio, archivo, computadora, impresora y teléfono. La cantidad de mobiliario y equipo requerido se muestra en la tabla 14, así como los precios de costo unitario, el valor total del equipo adquirido y sus proveedores.

**Tabla 14. Mobiliario y equipo**

<b>Mobiliario y equipo</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Archivador	1	¢75.800,00	¢75.800,00
Basureros	6	¢3.000,00	¢18.000,00
Telefax	1	¢35.000,00	¢35.000,00
Computadora	1	¢350.000,00	¢350.000,00
Escritorio	1	¢63.000,00	¢63.000,00
Sillas	5	¢23.910,00	¢119.550,00
Estante para materia prima y producto	2	¢87.400,00	¢174.800,00
Impresora multifuncional	1	¢25.700,00	¢25.700,00
Mesa Corte y Confección	1	¢100.000,00	¢100.000,00
<b>Total</b>			<b>¢961.850,00</b>

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

El equipo requerido en el proceso de producción son: un estante para producto terminado y materia prima, una mesa de corte y confección, tres sillas y cuatro basureros. El equipo requerido para almacenar la materia prima es: un estante con compartimentos que permita almacenar la materia prima para el proceso de producción. El equipo que se requiere para llevar a cabo la administración de la empresa es: un escritorio, dos sillas, una para el cliente y una para el administrador, una computadora, una impresora, un telefax, un archivo y dos basureros.

En la tabla 15 se muestra la descripción de cada uno, medidas, precio y proveedores, según el departamento. El precio de los artículos son costos hundidos por cuanto constituyen una compra vieja efectuada por la empresa al inicio de sus operaciones:

**Tabla 15. Descripción del mobiliario y equipo.**

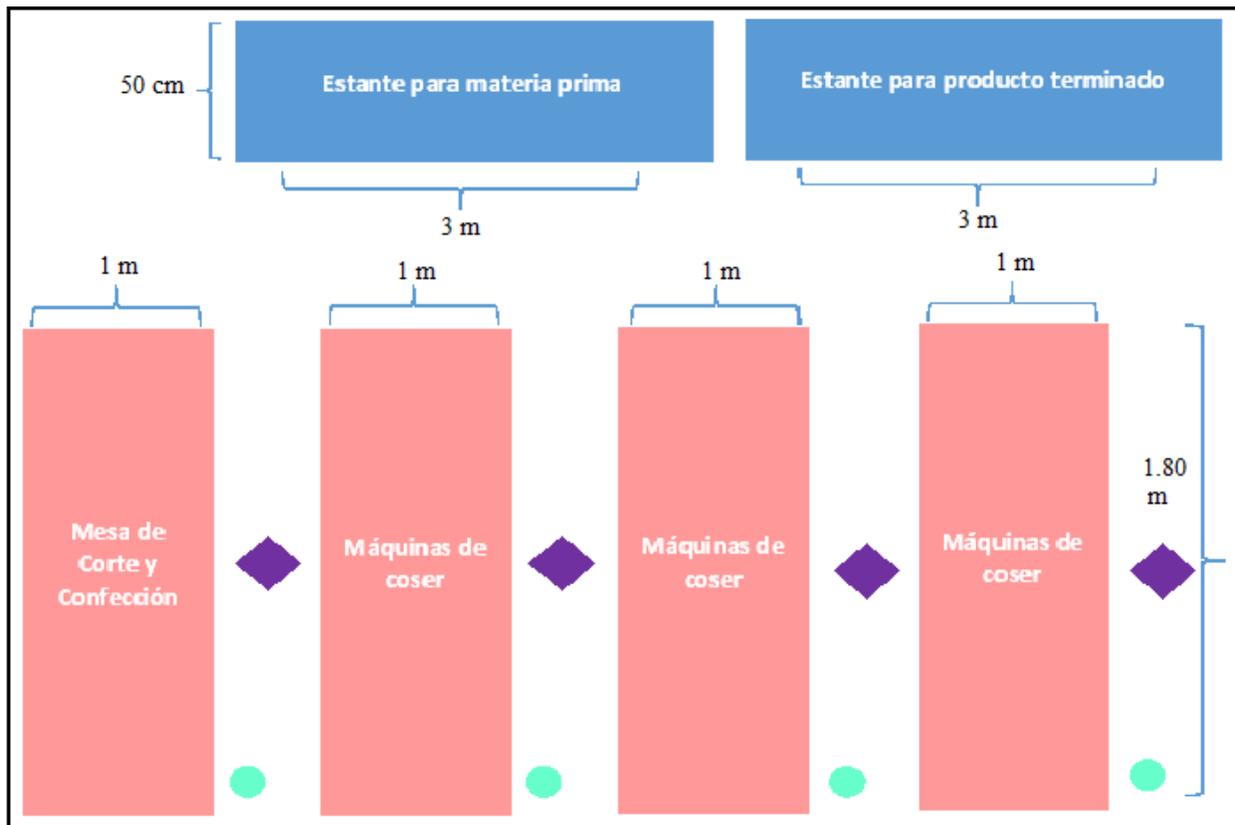
<b>Características del mobiliario y equipo</b>						
<b>Departamento</b>	<b>Artículo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>	<b>Proveedor</b>
<b>Área de Producción</b>	Estante para producto terminado	1	Tiene un ancho de 3 metros, una profundidad de 50 centímetros y una altura de 1.50 metros.	De madera, con cuatro divisiones horizontales.	€87.400,00	El Verdugo
	Mesa corte y confección	1	Mide 1. 80 metros de largo y 1 metro de ancho.	De madera y en forma cuadrada.	€100.000,00	El verdugo
	Silla	3	Tiene una altura de 1 metro y un ancho de 43 centímetros.	De ruedas, base de cinco radios, de aluminio, con carga máxima de más de 300 kg	€23.910,00	El verdugo
	Basurero	4	Mide 40 centímetros de altura.	De material plástico y forma cuadrada.	€3.000,00	Supermercado Loiza
<b>Área Almacén de Materia Prima</b>	Estante para materia prima	1	Tiene un ancho de 3 metros, una profundidad de 50 centímetros y una altura de 1.50 metros.	De madera, con cuatro divisiones horizontales.	€87.400,00	El Verdugo

<b>Área Administrativa</b>	Archivador	1	De 96 centímetros de alto, 46 centímetros de frente y 68 centímetros de fondo.	Lámina de acero con tratamiento anticorrosivo.	€75.800,00	El Verdugo
	Escritorio	1	Mide de largo 1.50 metros a los lados y de ancho 0,45 metros.	Tiene forma de L y cuenta con 3 gavetas.	€63.000,00	El Verdugo
	Computadora	1	N/A	Con procesador Intel Core 2 Dúo E6320, memoria de 2048.0 MB, Microsoft Windows 7, entrada USB y pantalla LCD.	€350.000,00	El Verdugo
	Impresora multifuncional	1	N/A	Canon PIXMA MP 280, color negro, impresiones a colores y en negro, Full HD Movie Print, Fotografías de 10 x 15 en aprox. 43 seg.	€25.700,00	El Verdugo
	Telefax	1	N/A	Marca Panasonic, color negro	€35.000,00	El Verdugo
	Basurero	2	Mide 40 centímetros de altura.	De material plástico y forma cuadrada.	€3.000,00	Supermercado Loaiza
	Silla	2	Tiene una altura de 1 metro y un ancho de 43 centímetros.	De ruedas, base de cinco radios, de aluminio, con carga máxima de más de 300 kg	€23.910,00	El Verdugo

**Fuente:** Microempresa Creaciones Jireh.

La distribución del mobiliario, equipo y maquinaria que se requiere dentro del área de producción se muestra detalladamente en la figura 30.

El proceso de producción comienza dentro del lugar donde la materia prima es almacenada y termina en el área de producto terminado, teniendo como resultado que el proceso se da en forma de L y dejando el espacio del centro para que el personal se pueda movilizar dentro del área de producción.



**Figura 30. Distribución del equipo en el área de producción.**

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

#### **4.3.8. Materiales y herramientas.**

Tanto el área administrativa como el área de producción necesitan de materiales y herramientas de trabajo para cada uno de ellos. En la tabla 16 se muestra la lista de materiales para el área de producción, área de almacén de materia prima y el área administrativa, con su respectivo costo unitario, costo total, unidad de medida y cantidad requerida.

**Tabla 16. Materiales de trabajo en colones.**

<b>Materiales</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Unidad De medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
<b>Área de Producción</b>				
Libreta de notas	Unidad	1	¢325,00	¢325,00
Papel para el patrón	Unidad	2	¢200,00	¢400,00
Tiza	Caja	1	¢350,00	¢350,00
<b>Total del área de producción</b>				<b>¢1.075,00</b>
<b>Oficina Administrativa</b>				
Grapas	Caja	1	¢250,00	¢250,00
Libreta de notas	Unidad	1	¢325,00	¢325,00
Folder	Paquete	1	¢4.500,00	¢4.500,00
Hojas blancas	Paquete	1	¢2.900,00	¢2.900,00
Tinta negra para impresora	Caja	1	¢10.275,00	¢10.275,00
Tinta de color para impresora	Caja	1	¢15.150,00	¢15.150,00
<b>Total de la oficina administrativa</b>				<b>¢33.400,00</b>
<b>Total de materiales</b>				<b>¢34.475,00</b>

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

En la tabla 17 se muestran las herramientas que se requieren en el área administrativa y el área de producción, en ella se detalla la unidad de medida, la cantidad que se requiere, costo unitario, costo total y la especificación de lo que se necesita para cada área en específico. Las herramientas se comprarán una vez al año y serán adquiridas para facilitar el trabajo de los empleados tanto en el área administrativa como en el área de producción.

**Tabla 17. Herramientas de trabajo.**

<b>Herramientas</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
<b>Área de producción</b>				
Cinta de medir	Unidad	3	¢250	¢750
Lapiz	Caja	1	¢815	¢815
Agujas	Paquete	1	¢890	¢890
Alfileres	Paquete	1	¢175	¢175
Regla	Unidad	1	¢1.000	¢1.000
Tijeras	Unidad	3	¢895	¢2.685
<b>Total área de producción</b>				<b>¢6.315</b>

<b>Oficina administrativa</b>					
Borrador	Unidad	1	¢200	¢200	
Clips	Caja	1	¢665	¢665	
Prensas de folder	Caja	1	¢990	¢990	
Cinta	Unidad	1	¢500	¢500	
Corrector	Mililitros	1	¢450	¢450	
Engrapadora	Unidad	1	¢795	¢795	
Goma	Gramos	1	¢650	¢650	
Lapicero	Caja	1	¢1.100	¢1.100	
Lapiz	Caja	1	¢815	¢815	
Pilot	Unidad	1	¢500	¢500	
Regla	Unidad	1	¢695	¢695	
Sacabocados	Unidad	1	¢995	¢995	
Tajador	Unidad	1	¢150	¢150	
Tijera	Unidad	1	¢895	¢895	
Uña	Unidad	1	¢380	¢380	
<b>Total oficina administrativa</b>				<b>¢9.780</b>	
<b>Total de herramientas</b>				<b>¢16.095</b>	

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

#### 4.3.9. Materia prima.

Para el proceso de producción es necesario tomar en cuenta las materias primas que se requerirán para la fabricación de los productos; lo primero que se debe investigar es si todo lo que se necesita es accesible y si se puede encontrar disponible en el mercado.

Para el proceso productivo de la empresa Creaciones Jireh, la materia prima que se necesita es fácil de conseguir, ya que se encuentra disponible durante todos los meses del año en la cantidad y calidad necesaria. La materia prima que se utiliza para la fabricación de cada una de las prendas, se detalla en la tabla 18, con su respectivo costo, unidad de medida y proveedor.

**Tabla 18. Materia prima**

<b>Materia prima</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio</b>	<b>Proveedor</b>	
Tela punto licra	Metros	¢2.950,00	Mega Tela	
Encaje blonda	Metros	¢1.215,00	Pasamanería San José	
Elástico	Rollos	¢7.850,00	Mega Tela	
Vivo elástico	Rollos	¢10.350,00	Pasamanería San José	
Elástico para bóxer	Rollos	¢10.600,00	Mega Tela	
Hilo grande	Rollos	¢855,00	Pasamanería San José	

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

Además de la materia prima también se requiere insumos, para la producción de las prendas se necesitara solamente bolsas plásticas con el logo de la empresa impreso en la etiqueta para empacar. Las bolsas se comprarán al por mayor, tendrán un costo unitario de ₡15,75 y el proveedor será la empresa Plastipol quien se encargará de hacer llegar el producto hasta la empresa asumiendo ella los gastos de envío. Se comprarán cien bolsas y la unidad de medida será en kilogramos, por lo que el costo por kilo de bolsas será de ₡1.575,00. Tanto la materia prima como los insumos se comprarán al contado mensualmente.

La cantidad de materia prima en unidades que requiere cada prenda para su fabricación, se muestra en la tabla 19 según la unidad de medida; información que sirvió de base para calcular el costo unitario de los productos indicados en la tabla 10.

**Tabla 19. Materia prima requerida en unidades por producto.**

Consumo materia prima por producto en unidades						
Producto	Tela (cm)	Encaje (m)	Elástico (m)	Vivo elástico (m)	Elástico grueso (m)	Hilo (m)
Tanga para dama	576,92		1,60			6
Bikini para dama	576,92		1,60			6
Cachetero de encaje		0,33				2
Cachetero de punto	1.250,00		0,55	0,55		8
Boxer de punto para dama	1.250,00		0,55	0,55		8
Boxer de encaje y punto para dama	750,00	0,25	0,55	0,55		8
Blummer para señora	1.250,00		1,70			8
Ropa deportiva	7.500,00		0,80	2		12
Pijama de short para dama	7.500,00		0,80	2		10
Pijama de mangano para dama	9.000,00		0,80	2		12
Pijama de pantalón para dama	11.250,00		0,80	2		12
Blummer para niña talla 0-4	441,18		1,00			6
Blummer para niña talla 6-12	441,18		1,50			6
Boxer para niña talla 0-4	468,75		0,40	0,4		7
Boxer para niña talla 6-12	468,75		0,50	0,5		7
Cachetero para niña talla 0-4	468,75		0,40	0,4		7
Cachetero para niña talla 6-12	468,75		0,50	0,5		7
Pijama para niña talla 0-4	3.750,00		1,00	1		10
Pijama para niña talla 6-12	5.250,00		1,04	1,5		10
Boxer para hombre	1.875,00				0,75	8
Calzoncillo para hombre	1.250,00		1,50			6
Boxer para niño talla 0-4	576,92				0,54	7
Boxer para niño talla 6-12	576,92				0,60	7
Calzoncillo para niño 0-4	441,18		0,54			6
Calzoncillo para niño 6-12	441,18		0,60			6

**Fuente:** Microempresa Creaciones Jireh.

En la tabla 19 se indicó la cantidad de materia prima que requiere cada artículo según unidad de medida; en la tabla 20 se muestra el equivalente de esa materia prima en calculada con la

cantidad de materia prima requerida por prenda de la tabla 19 y multiplicándola por el costo de la materia prima mostrado en la tabla 18.

**Tabla 20. Materia prima requerida en moneda por producto.**

Consumo materia prima por producto en moneda							
Producto	Tela	Encaje	Elástico	Vivo elástico	Elástico grueso	Hilo	Total
Tanga para dama	¢226,92		¢138,02			¢0,95	¢365,90
Bikini para dama	¢226,92		¢138,02			¢0,95	¢365,90
Cachetero de encaje		¢405,00				¢0,32	¢405,32
Cachetero de punto	¢491,67		¢47,45	¢62,55		¢1,27	¢602,93
Boxer de punto para dama	¢491,67		¢47,45	¢62,55		¢1,27	¢602,93
Boxer de encaje y punto para dama	¢295,00	¢303,75	¢47,45	¢62,55		¢1,27	¢710,02
Blummer para señora	¢491,67		¢146,65			¢1,27	¢639,58
Ropa deportiva	¢2.950,00		¢69,01	¢227,47		¢1,90	¢3.248,38
Pijama de short para dama	¢2.950,00		¢69,01	¢227,47		¢1,58	¢3.248,07
Pijama de mangano para dama	¢3.540,00		¢69,01	¢227,47		¢1,90	¢3.838,38
Pijama de pantalón para dama	¢4.425,00		¢69,01	¢227,47		¢1,90	¢4.723,38
Blummer para niña talla 0-4	¢173,53		¢86,26			¢0,95	¢260,74
Blummer para niña talla 6-12	¢173,53		¢129,40			¢0,95	¢303,88
Boxer para niña talla 0-4	¢184,38		¢34,51	¢45,49		¢1,11	¢265,48
Boxer para niña talla 6-12	¢184,38		¢43,13	¢56,87		¢1,11	¢285,48
Cachetero para niña talla 0-4	¢184,38		¢34,51	¢45,49		¢1,11	¢265,48
Cachetero para niña talla 6-12	¢184,38		¢43,13	¢56,87		¢1,11	¢285,48
Pijama para niña talla 0-4	¢1.475,00		¢86,26	¢113,74		¢1,58	¢1.676,58
Pijama para niña talla 6-12	¢2.065,00		¢89,71	¢170,60		¢1,58	¢2.326,90
Boxer para hombre	¢737,50				¢3,53	¢1,27	¢742,30
Calzoncillo para hombre	¢491,67		¢129,40			¢0,95	¢622,01
Boxer para niño talla 0-4	¢226,92				¢2,54	¢1,11	¢230,58
Boxer para niño talla 6-12	¢226,92				¢2,83	¢1,11	¢230,86
Calzoncillo para niño 0-4	¢173,53		¢46,58			¢0,95	¢221,06
Calzoncillo para niño 6-12	¢173,53		¢51,76			¢0,95	¢226,24
<b>Total</b>	<b>¢22.743,48</b>	<b>¢708,75</b>	<b>¢1.615,72</b>	<b>¢1.586,62</b>	<b>¢8,90</b>	<b>¢30,40</b>	<b>¢26.693,87</b>

*Fuente: Microempresa Creaciones Jireh.*

#### 4.3.10. Capacidad instalada de la planta.

Para determinar la capacidad instalada de la planta es necesario tomar en cuenta los factores que van a influir en el tamaño. Dentro de los factores que influyen directamente se encuentran la demanda, tipo de tecnología que se empleará, los insumos a adquirir y el capital que se invertirá.

La capacidad instalada que tiene la empresa Creaciones Jireh tomando en cuenta los tiempos de elaboración de cada producto y la maquinaria existente, es de un máximo de ochenta y tres mil ochenta y tres prendas anuales, un promedio de seis mil novecientos veinticuatro prendas mensuales, contratando personal para trabajar a dos turnos sin necesidad de adquirir más maquinaria.

• **La capacidad instalada y la demanda potencial:**

La demanda de ropa íntima es variable durante todos los meses del año; debido a que es un producto que forma parte de las necesidades básicas del ser humano, las personas lo necesitan adquirir a pesar de su capacidad económica, por esta razón de acuerdo con los resultados obtenidos y estimaciones realizadas con el estudio de mercado se determinó que la demanda potencial que tendrá la empresa es de 492 mujeres y 371 hombres. No obstante la empresa tiene una capacidad instalada de un promedio de seis mil novecientos veinticuatro prendas mensuales, contratando personal para trabajar a dos turnos sin necesidad de adquirir más maquinaria.

• **La capacidad instalada y los insumos y materias primas:**

Los insumos que se requieren para la elaboración de las prendas será las bolsas plásticas para empacarlos, las cuales tienen impreso el logo de la empresa en la etiqueta. Las bolsas son sencillas, accesibles de conseguir en el mercado y se comprarán al por mayor. La materia prima que se empleará para la fabricación de bolsos es fácil de adquirir debido a que la materia que se va a utilizar será tela, hilos, encaje blonda, elástico sencillo, vivo elástico y elástico grueso para bóxer. El aprovisionamiento de los mismos serán por un periodo fijo de reposición y las cantidades requeridas se muestran en la tabla 18.

• **La capacidad instalada y la mano de obra:**

La mano de obra que se necesita para el proceso de producción está conformada por una costurera quien debe tener conocimientos en el oficio de la costura y manipulación de las máquinas de coser, y por una asistente de costura durante el mes de noviembre quien deberá tener conocimientos sobre la costura para poder ayudar a la costurera en las diferentes labores durante el mes de mayor producción. La empresa tiene una capacidad instalada de mano de obra de seis costureras y dos asistentes de costura a un solo turno o de doce costureras y cuatro asistentes de costura pero trabajando a dos turnos.

• **La capacidad instalada y la tecnología:**

Tomado en cuenta la cantidad de prendas que se producirá mensualmente, se determinó que la tecnología que se empleará será únicamente para coser las piezas de la ropa íntima, para lo cual

se necesitarán seis tipos de máquinas, las mismas cuentan con un mueble que las sostiene y serán unidas y colocadas dos en línea recta, lo que sumadas abarcan un espacio de 1.80 metros aproximadamente para conformar tres filas de máquinas.

Para las otras actividades del proceso la tecnología que se requiere es sencilla porque sólo contempla manejo de herramientas como tijeras, reglas y agujas. La maquinaria para la fabricación de ropa íntima requiere de una elección estricta que permita la adquisición apta de acuerdo con el producto que se va a elaborar y que sea de la mejor calidad. La empresa tiene capacidad para un máximo de seis máquinas de coser y una mesa de corte y confección.

• **La capacidad instalada y la disponibilidad de capital:**

El capital a invertir es un factor clave para la empresa porque debe tener disponibilidad para hacer frente a las actividades de operación que se presenten durante el transcurso de sus actividades. En el caso de la empresa Creaciones Jireh, el Instituto Mixto de Ayuda Social le brindó una ayuda de ¢ 2 600 000.00, para gastos de infraestructura y maquinaria, los propietarios adquirieron un préstamo bancario de ¢4,200,000.00 y el dinero restante fue aportado por ellos.

**4.3.11. Manejo de inventarios.**

El inventario que manejará la empresa estará conformado por la materia prima y el producto terminado. La cantidad de materia prima que manejará la empresa en el almacén será la equivalente a la producción de un mes ya que las compras se efectuarán mensualmente.

El producto terminado que se mantendrá en el almacén será el equivalente al 100% de las ventas del mes siguiente para los meses de Febrero, Julio y Noviembre, al 90% para Octubre, al 80% para Marzo, al 70% para Junio y Diciembre, al 60% para Agosto, al 50% para Abril y Mayo y al 40% para el mes de Setiembre.

**4.3.12. Determinación de las áreas de trabajo.**

El tamaño óptimo de la empresa depende de las áreas de trabajo necesarias para las actividades que se realizarán, por lo que es preciso determinar el tamaño total de las áreas que

contendrá la empresa tomando en cuenta que está planeada para ser una microempresa pero que en un futuro puede crecer. Las áreas que actualmente tiene la empresa son las siguientes:

- Almacén de materia prima y producto terminado.
- Área de producción.
- Oficinas administrativas.
- Sanitarios.
- Patio de parqueo, recepción de materia prima e insumos.

Para determinar el tamaño de cada una de las áreas y tomando en cuenta que el edificio ya se encuentra construido, se consultó las mismas a los propietarios de la empresa:

- **Almacén de materia prima:** Los estantes para colocar los insumos, materias primas y producto terminado tiene un tamaño de 3 metros de ancho, una profundidad de 50 centímetros y una altura de 1.50 metros. Para almacenar la materia prima, producto terminado e insumos se requieren dos estantes de este tamaño. El total de la superficie tomando en cuenta los estantes más espacio de maniobras es de 12 metros cuadrados.
- **Área de producción:** Tomando en cuenta que ésta área estará equipada con una mesa de corte y confección que mide 1.80 metros de largo y 1 metro de ancho y por seis máquinas con sus respectivas mesas que tienen una medida de 90 centímetros de largo y 1 metro de ancho; se tiene que tomando en cuenta las medidas del mobiliario más espacio de maniobras se asigna un área de 18 metros cuadrados.
- **Oficinas administrativas:** Tomando en cuenta el tamaño del escritorio que mide de largo 1.50 metros a los lados y de ancho 0,45 metros, la silla del administrador y la del cliente, un archivero de 96 centímetros de alto, 46 centímetros de frente y 68 centímetros de fondo, un espacio de 2 metros por cada trabajador administrativo contemplado en el organigrama de la empresa y por persona visitante, la superficie total es de 9 metros cuadrados.
- **Sanitarios:** Tiene un lavamanos, un basurero y un sanitario, por lo tanto el total del área más espacio de maniobras es de 4 metros cuadrados.
- **Estacionamiento:** Área para estacionar el vehículo de la empresa y el de los clientes más espacio para maniobras, se le asigna un área de 20 metros cuadrados.
- **Patio de recepción:** El lugar para que el vehículo de los proveedores descargue la materia prima e insumos más espacio de maniobras tendrá una medida de 12 metros cuadrados.

El total de la suma de las áreas de la empresa dio como resultado 55 m<sup>2</sup> de edificio, para parqueo 20 m<sup>2</sup> y para el área de descarga 12 m<sup>2</sup>. Para ubicar las instalaciones se contó con la ayuda del Instituto Mixto de Ayuda Social quienes dieron a la dueña de la empresa una ayuda de ₡ 2 600 000.00. Para gastos de infraestructura y maquinaria, por lo que la dueña utilizó el terreno que tenía al lado de su casa para la construcción del mismo, por lo que la empresa tendrá su domicilio en ese lugar.

#### **4.3.13. Distribución de la planta.**

El diseño de la planta estará conformado por las áreas de la empresa y su distribución, procurando minimizar el recorrido de los materiales dentro del área de producción; debe de tomar en cuenta tanto el área administrativa como la de producción y todas las demás áreas, y garantizar bienestar y comodidad a los trabajadores y clientes evitando recorridos innecesarios.

La distribución de la planta se realizó de manera que el proceso de producción inicie en la oficina administrativa con la recepción de la materia prima en insumos para luego ser trasladados por el personal de la empresa hasta el almacén de materias primas e insumos donde una asistente de costura comenzará con el proceso iniciando en el área de medida, dibujo y corte para que las piezas sean trasladadas al área de costura y una vez lista la prenda sea trasladada al área de decorado, control de calidad y empaque donde se le dará el acabado final para luego ser guardado en el almacén de producto terminado de donde será tomado para su distribución.

El área administrativa queda cerca del área de producción, porque es absolutamente necesario por control y proceso, los sanitarios quedan cerca del área administrativa y de producción para ser utilizados por empleados de ambos departamentos.

El estacionamiento y patio para recepción de material quedan frente a las oficinas para que el acceso hasta las instalaciones sea fácil y rápido.

#### **4.3.14. Mano de obra requerida.**

Para calcular la mano de obra que se necesita en la producción, se tomó como referencia los tiempos de elaboración de los productos en las tres actividades principales como lo son trazado, corte y costura; con base en lo anterior se multiplicó los tiempos de duración por la cantidad de

prendas a elaborar, lo cual da como resultado, la cantidad de horas hombre que requiere la empresa para el proceso de producción.

Como la producción es variable durante todos los meses del año, se calculó mano de obra requerida para cada mes con base en las unidades de producción requeridas mensualmente. Los tiempos de duración para la elaboración de cada prenda, y la mano de obra requerida para el proceso de producción se muestra en las tablas 21, 22 y 23 respectivamente.

La información de la tabla 21 se presenta en minutos ya que el objetivo es mostrar que la fabricación de cada prenda dura determinada cantidad de minutos, tal y como se muestra en la última columna de la tabla, de izquierda a derecha.

**Tabla 21. Mano de obra directa por prenda en minutos.**

<b>Mano de obra directa por prenda en minutos</b>				
<b>Producto</b>	<b>Trazado (min)</b>	<b>Corte (min)</b>	<b>Costura (min)</b>	<b>Total (min)</b>
Tanga para dama	0,20	0,35	9	10
Bikini para dama	0,20	0,35	9	10
Cachetero de encaje	0,30	0,45	9,00	9,75
Cachetero de punto	0,30	0,45	9,00	10
Boxer de punto para dama	0,30	0,45	9,00	10
Boxer de encaje y punto para dama	0,50	1,00	10,00	12
Blummer para señora	0,30	0,45	9	9,75
Ropa deportiva	4,00	5,00	30	39
Pijama de short para dama	4,00	5,00	30	39
Pijama de mangano para dama	4,00	5,00	30	39
Pijama de pantalón para dama	4,30	5,30	35	45
Blummer para niña talla 0-4	0,20	0,30	8	9
Blummer para niña talla 6-12	0,30	0,45	9	10
Boxer para niña talla 0-4	0,20	0,30	8	8,50
Boxer para niña talla 6-12	0,30	0,45	9	9,75
Cachetero para niña talla 0-4	0,20	0,30	8	8,50
Cachetero para niña talla 6-12	0,30	0,45	9	9,75
Pijama para niña talla 0-4	2,30	3,30	30	36
Pijama para niña talla 6-12	3,30	4,30	30	38
Boxer para hombre	0,50	1,10	9	11
Calzoncillo para hombre	0,40	1,00	9	10,40
Boxer para niño talla 0-4	0,20	0,35	8	8,55
Boxer para niño talla 6-12	0,30	0,40	9	9,70
Calzoncillo para niño 0-4	0,20	0,35	8	9
Calzoncillo para niño 6-12	0,30	0,40	9	10

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

En la tabla 22 se muestra la mano de obra directa en horas requerida mensualmente según la producción mensual de la empresa.

**Tabla 22. Mano de obra directa por unidades de producción requerida.**

Mano de obra directa en horas por producción requerida												
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Tanga para dama	15,81	41,18	34,68	25,57	44,98	21,13	32,19	42,05	42,99	3,70	75,38	32,31
Bikini para dama	2,44	3,25	5,70	4,88	4,56	1,95	6,44	5,92	4,64	0,24	10,65	4,56
Cachetero de encaje	1,44	3,76	5,11	4,17	4,29	1,84	5,50	5,55	4,11	0,14	10,04	4,30
Cachetero de punto	0,00	3,22	4,87	4,06	2,82	1,21	5,36	5,18	2,42	0,00	9,35	4,01
Boxer de punto para dama	1,00	1,41	1,47	1,12	1,93	0,83	1,48	1,69	1,95	0,10	3,08	1,32
Boxer de encaje y punto para dama	1,18	2,11	2,01	1,48	2,67	1,14	1,96	2,36	2,64	0,12	4,32	1,85
Blummer para señora	0,00	3,99	15,07	14,07	3,49	1,50	18,57	14,37	2,99	0,00	25,50	10,93
Ropa deportiva	32,50	13,00	11,38	16,25	19,50	21,13	10,73	13,65	24,38	17,88	12,51	5,36
Pijama de short para dama	19,50	7,80	6,83	9,75	11,70	12,68	6,44	8,19	14,63	10,73	7,51	3,22
Pijama de mangano para dama	13,00	5,20	4,55	6,50	7,80	8,45	4,29	5,46	9,75	7,15	5,01	2,15
Pijama de pantalón para dama	11,89	4,76	4,16	5,95	7,14	7,73	3,92	5,00	8,92	6,54	4,58	1,96
Blummer para niña talla 0-4	1,98	0,79	0,69	0,99	1,19	1,29	0,60	0,79	1,49	1,09	0,76	0,33
Blummer para niña talla 6-12	6,50	2,60	2,28	3,25	3,90	4,23	1,95	2,60	4,88	3,58	2,50	1,07
Boxer para niña talla 0-4	0,85	0,34	0,30	0,43	0,51	0,55	0,26	0,34	0,64	0,47	0,33	0,14
Boxer para niña talla 6-12	1,63	0,65	0,57	0,81	0,98	1,06	0,49	0,65	1,22	0,89	0,63	0,27
Cachetero para niña talla 0-4	0,85	0,34	0,30	0,43	0,51	0,55	0,26	0,34	0,64	0,47	0,33	0,14
Cachetero para niña talla 6-12	0,98	0,39	0,34	0,49	0,59	0,63	0,29	0,39	0,73	0,54	0,38	0,16
Pijama para niña talla 0-4	14,24	5,70	4,98	7,12	8,54	9,26	4,27	5,70	10,68	7,83	5,48	2,35
Pijama para niña talla 6-12	12,53	5,01	4,39	6,27	7,52	8,15	3,76	5,01	9,40	6,89	4,83	2,07
Boxer para hombre	17,38	32,30	68,89	62,09	41,81	19,93	72,98	64,80	37,56	4,04	122,77	52,62
Calzoncillo para hombre	2,55	7,81	15,53	14,21	8,15	4,49	16,29	14,76	7,00	1,40	27,44	11,76
Boxer para niño talla 0-4	2,85	1,14	1,00	1,43	1,71	1,85	0,86	1,14	2,14	1,57	1,10	0,47
Boxer para niño talla 6-12	9,70	3,88	3,40	4,85	5,82	6,31	2,91	3,88	7,28	5,34	3,73	1,60
Calzoncillo para niño 0-4	2,00	0,80	0,70	1,00	1,20	1,30	0,60	0,80	1,50	1,10	0,77	0,33
Calzoncillo para niño 6-12	0,97	0,39	0,34	0,49	0,58	0,63	0,29	0,39	0,73	0,53	0,37	0,16
<b>Total</b>	<b>173,75</b>	<b>151,80</b>	<b>199,51</b>	<b>197,64</b>	<b>193,87</b>	<b>139,79</b>	<b>202,68</b>	<b>211,02</b>	<b>205,28</b>	<b>82,32</b>	<b>339,34</b>	<b>145,43</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

En la tabla 23, se muestra la cantidad de personas que la empresa requiere por mes para el proceso de producción, las mismas fueron calculadas de acuerdo con las horas hombre que se requiere mensualmente para cumplir con las unidades de producción requeridas de cada prenda dividido entre las horas mensuales que laborará una persona, dando como resultado la cantidad de personas que se necesitará. Los datos se obtuvieron tomando en cuenta el tiempo de trazado, corte y costura, para poder determinar la cantidad de costureras y ayudantes de costura que se necesitan; en los casos donde el resultado es menor a 1 es porque no se requiere una persona

a tiempo completo y, en los que indican un resultado mayor a 1 pero inferior a 2, es porque se va a requerir más de una persona para cumplir con la producción del mes por lo que será necesario contratar a 2.

**Tabla 23. Mano de Obra requerida.**

Mano de obra directa requerida mensualmente para el proceso de producción												
Empleados	Mes											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costureras	0,70	0,64	0,84	0,82	0,81	0,57	0,85	0,88	0,85	0,33	1,44	0,62
Ayudantes de costura (trazado y corte)	0,14	0,09	0,12	0,13	0,13	0,10	0,12	0,13	0,14	0,07	0,20	0,08
<b>Total empleados</b>	<b>0,84</b>	<b>0,73</b>	<b>0,96</b>	<b>0,95</b>	<b>0,93</b>	<b>0,67</b>	<b>0,97</b>	<b>1,01</b>	<b>0,99</b>	<b>0,40</b>	<b>1,63</b>	<b>0,70</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

Como se puede observar, en el mes de Noviembre, la empresa requerirá de dos personas para poder cumplir con las ventas estimadas y la producción requerida en ese mes; en los demás meses del año solamente se requerirá de una persona pues, las unidades de producción requeridas se calcularon de forma que, la empresa, no tuviera personal ocioso en unos meses y que posteriormente, en los meses con mayor demanda, tuviese que contratar más personal para poder cumplir con la producción, si no que se distribuyó las unidades de producción requerida, de manera que la empresa tuviera que contratar solamente una persona por mes que se encargue de completa elaboración de las prendas, tal y como se mencionó en el cálculo de las unidades de producción requeridas.

Como los tiempos de corte y trazado son mínimos, estas tareas las asumirá la costurera durante los meses de Enero a Octubre y también en el mes de Diciembre, esto para evitar que se contrate a una persona, ayudante de costura, solamente para esta labor, por lo que la empresa solamente contará con una costurera que será la dueña y en Noviembre se contratará una persona más que se encargue de brindarle apoyo a la costurera. Es importante destacar, que la empresa no está utilizando el total de su capacidad instalada y que si la empresa llegara a incrementar sus ventas, puede hacerlo y continuar trabajando con la maquinaria que tiene, solamente contratando personal para trabajar a dos turnos, ya que la empresa cuenta con seis máquinas más una mesa para trazado y corte, lo cual indica que la empresa tiene capacidad para doce personas encargadas de costura y dos asistentes de costura laborando a doble turno.

#### **4.3.15. Conclusiones producción.**

Con base en el estudio de producción realizado, se puede concluir que la empresa Creaciones Jireh cuenta con la capacidad técnica y productiva requerida para la elaboración de las prendas de ropa íntima masculina y femenina que demanda la población del Cantón de Corredores.

La empresa cuenta con la maquinaria, mobiliario y equipo requerido para el proceso de producción aptos para la elaboración del producto y el almacenamiento de la materia prima e insumos; así mismo cuenta con los insumos y la materia prima que se requiere para la elaboración de los productos, tales como bolsas plásticas, tela, encaje, hilo, elástico y vivo elástico los cuales son adquiridos a proveedores de San José quienes realizan la entrega en la puerta de la empresa.

En el estudio realizado se logró determinar la cantidad de materia prima que requiere cada prenda para su elaboración, también se estableció los pasos que conforman el proceso de producción los cuales se resumen en la recepción de materia prima, selección de tela, trazado, corte, costura de las piezas y empaquetado; así mismo se determinó el área física necesaria para el ejercicio de las operaciones de la empresa, la cual contempla el espacio adecuado para la cantidad de recurso humano requerido, la maquinaria, mobiliario y equipo de la empresa.

En relación a los costos variables y fijos del producto se logró determinar que los costos variables anuales de la empresa están conformados por los salarios de producción, materia prima e insumos, electricidad y transporte del producto, los cuales ascienden a ¢15.265.531,44 anuales. Los costos fijos están conformados por los materiales de trabajo, las herramientas, tanto de oficina como de producción, aguinaldos, seguros y patentes, electricidad, agua, teléfono, internet, gastos financieros y amortización; los mismos son por una suma de ¢11.496.424,28 anuales.

El personal que se requiere para el proceso de producción de la empresa está conformado por un encargado de la parte administrativa quien será el encargado de la toma de decisiones, personal, compras, ventas, pago y demás labores administrativas indispensables para la operación de la empresa; también se contará con personal apto para las labores de producción por lo que el recurso humano necesario serán una persona encargada de la costura para los meses en donde las ventas sean constantes, y en los meses donde las ventas aumentan será una persona encargada de la costura y una persona que será asistente de costura.

En síntesis, la empresa Creaciones Jireh cuenta con el recurso humano, técnico, material y productivo para elaborar las prendas de ropa íntima, por lo tanto se encuentra en la capacidad de satisfacer la demanda para el Cantón de Corredores y aún tiene capacidad para hacerle frente a un incremento en las ventas, ya que con la producción que se realizará como resultado de la aplicación de la encuesta, la empresa no está utilizando la totalidad de su capacidad instalada, la cual es de seis costureras y dos asistentes de costura trabajando a un turno, y de doce costureras y cuatros asistentes de costura a doble turno, basado en la cantidad de maquinaria que posee la empresa.

## **4.4. Análisis organizacional**

### **4.4.1. Concepto de negocio.**

La empresa Creaciones Jireh se dedica al diseño, la confección y comercialización de ropa interior femenina y masculina; la cual, se caracteriza por ser una prenda elaborada a la medida, cómoda y en diversos diseños, con estándares de calidad y de acuerdo con los gustos y preferencias de los clientes. Se confeccionan prendas de uso diario como lo son: tangas, bikinis, cacheteros, bóxeres, pijama, juegos multiusos y ropa deportiva, entre otras. La ropa interior se comercializa en forma directa y a través de la página web de la empresa, es decir, el productor le vende directamente al cliente, lo que permite precios accesibles y reduce los gastos de personal.

### **4.4.2. Misión y visión.**

#### **Misión.**

*"Somos una empresa que confecciona y comercializa ropa interior masculina y femenina; proporcionando comodidad, diseños variados y precios accesibles, garantizando la satisfacción de nuestros clientes con prendas y un servicio de calidad."*

#### **Visión.**

*"Ser una empresa líder en la confección y comercialización de ropa interior masculina y femenina comprometida con las exigencias de nuestros clientes."*

### **4.4.3. Políticas.**

Política de recursos humanos: para la contratación de una persona se debe contar con el perfil del puesto para realizar sus funciones. Además, se capacitará a los empleados en cuanto a servicio al cliente y eficacia de las funciones.

Política de compras: se seleccionan las ofertas favorables para la empresa en cuanto a precios, tiempos de entrega, costos de transporte, calidad y las formas de pago de los materiales. La frecuencia de las compras se realiza de acuerdo con los pedidos solicitados por los clientes.

Política de ventas: las formas de pago serán al contado y al por mayor para cualquier tipo de cliente y los productos serán distribuidos a cada uno de los compradores.

#### **4.4.4. Objetivos por áreas.**

##### Objetivos de mercado:

- Aumentar la demanda potencial de clientes en el cantón de Corredores.
- Incrementar las ventas en un 10% anual.
- Posicionarse en la industria de ropa interior.

##### Objetivos de producción:

- Mejorar la eficiencia y el tiempo del proceso.
- Contar con nueva maquinaria de coser en los próximos 3 años.
- Aumentar la producción de prendas en un 10% en el primer año.

##### Objetivos de administración:

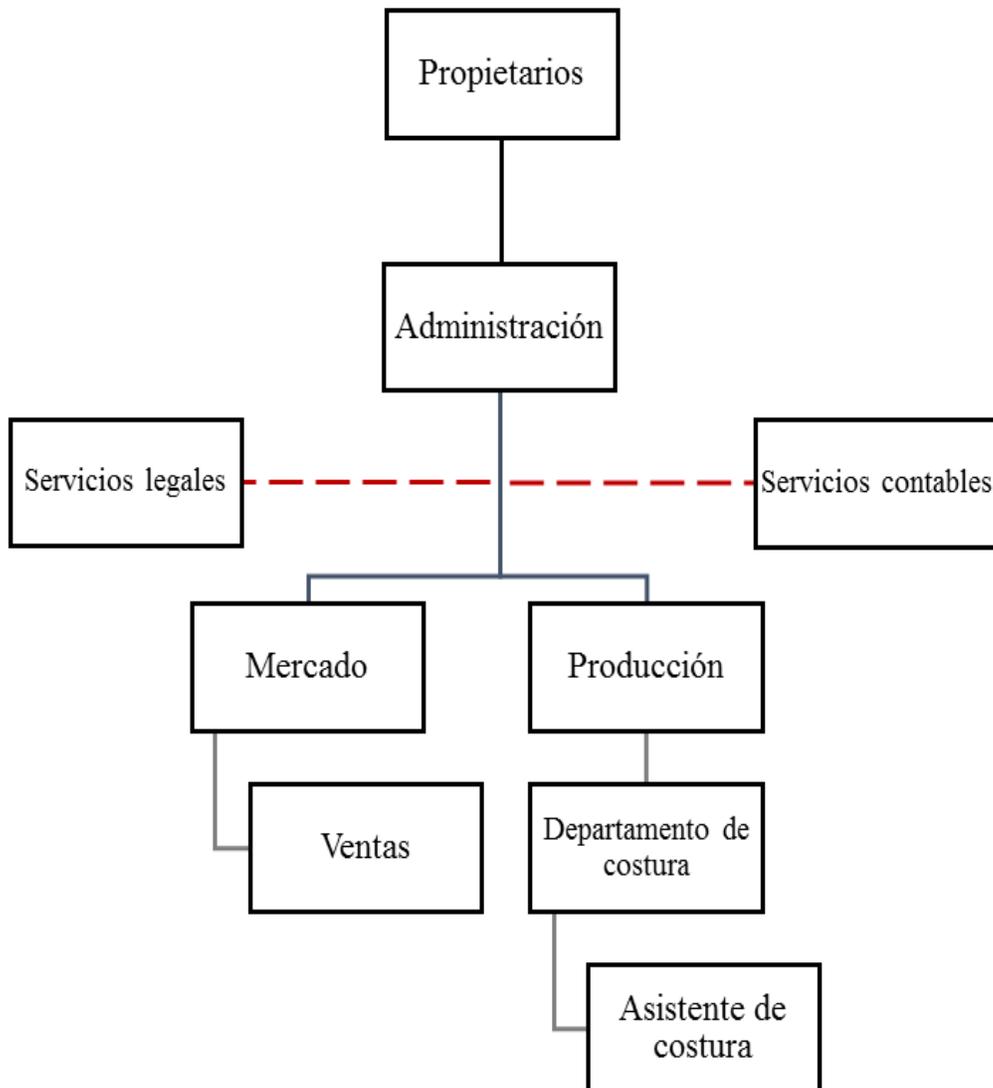
- Contar con mayor cantidad de personal capacitado en los diversos puestos.
- Poseer una estructura de mayor tamaño en los próximos 5 años.

##### Objetivos de finanzas:

- Generar la liquidez necesaria para cancelar el financiamiento bancario.
- Obtener la rentabilidad esperada por los propietarios.

#### **4.4.5. Estructura organizacional.**

El personal, que posee la empresa, está conformado por un administrador, una costurera y un asistente de costura. El puesto administrativo lo tiene a cargo el esposo de la propietaria del negocio; el cual se encarga de realizar múltiples funciones como lo son: la de ventas, cobros, compras, entre otras. Adicionalmente se contratan servicios legales y contables bajo la figura de outsourcing. Por la cantidad de personas que laboran se constituye legalmente como una microempresa. A continuación en la figura 31 se muestra de forma gráfica la estructura de la empresa Creaciones Jireh:



**Figura 31. Organigrama de la empresa**

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### **4.4.6. Descripción de los puestos.**

En la tabla 24 se muestra los puestos que ocuparán el personal de la empresa y el perfil de cada uno de los cargos.

**Tabla 24. Manual de puestos de la empresa**

<b>Administración</b>	
Descripción del puesto	Se encarga de planear, organizar, dirigir y supervisar los recursos, áreas y funciones de la empresa para asegurar su buen funcionamiento.
Estudio	Bachiller en Administración de Empresas.
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Toma de decisiones.</li> <li>2. Coordinar las actividades de producción.</li> <li>3. Realizar las actividades de compras, ventas, cobros, etc.</li> <li>4. Manejo del personal.</li> </ol>
Horario	De Lunes a Sábado, de 8:00 a.m. – 5:00 p.m.
<b>Costura</b>	
Descripción del puesto	Se encarga de confeccionar cada uno de los diversos diseños de ropa interior.
Estudio	Cursos de costura.
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hacer patrones de corte.</li> <li>2. Cortar y coser la ropa interior.</li> <li>3. Dar acabado a las prendas.</li> </ol>
Horario	De Lunes a Sábado, de 8:00 a.m. – 5:00 p.m.
<b>Asistente de costura</b>	
Descripción del puesto	Se encarga de asistir a la costurera en cada una de las funciones que realiza.
Estudio	Cursos de costura.
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cortar y coser la ropa interior.</li> <li>2. Dar acabado a las prendas.</li> <li>3. Limpieza y orden del local.</li> </ol>
Horario	De Lunes a Sábado, de 8:00 a.m. – 5:00 p.m.

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

Los servicios contratados bajo la figura de outsourcing se encargarán en el caso de los servicios legales, de brindar asesoría legal para el correcto funcionamiento de la empresa y representar a la misma en caso de ser requerido; en el caso de los servicios contables será llevar el correcto funcionamiento de la contabilidad de la empresa mediante la formulación de los estados financieros, así como preparar y mantener al día la información financiera de la empresa para que los propietarios los tengan a la mano y puedan utilizarlos en la toma de decisiones.

#### **4.4.7. Reclutamiento y selección de personal.**

Para el reclutamiento de personal la empresa pública el anuncio de la vacante por medio de la página web de Facebook "Creaciones Jireh" donde se describe el perfil del puesto que se requiere contratar.

Para seleccionar la persona indicada se realiza una entrevista, por parte de los propietarios de la empresa, a los interesados que cumplan con los requisitos descritos en el anuncio; en la cual deben entregar su hoja de vida, así como dos cartas de recomendación y los títulos correspondientes.

Dentro del perfil del puesto para seleccionar el personal se requieren aspectos como:

- Contar con título aprobado por una institución acreditada.
- Tener experiencia mínima de un año.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Disponibilidad inmediata para trabajar fines de semana y horarios alternos.

#### **4.4.8. Contratación e inducción.**

La administración se encarga de formalizar la relación laboral mediante un contrato basado en las garantías, derechos y obligaciones del trabajador y el patrono según lo estipulado en el Código de Trabajo de Costa Rica.

A su vez, se le informa a la persona contratada sobre los aspectos generales de la empresa como por ejemplo: el espacio de trabajo, área de alimentación, maquinaria y equipo, horario y jornadas, normas sobre el comportamiento y el desempeño laboral; con el fin de alcanzar la integración del trabajador con los objetivos de la empresa.

El periodo de inducción se lleva a cabo durante la primera semana de trabajo, en donde se asignan las tareas y actividades que debe efectuar la persona contratada. En este periodo la propietaria de la empresa tendrá la potestad de instruir, evaluar y corregir el desempeño del trabajador para que realice sus funciones de forma correcta.

#### 4.4.9. Administración de salarios.

La empresa tiene contenido dentro de su presupuesto el pago de salario base mensual y aguinaldo, también les ofrece incentivos tales como: la rebaja de un porcentaje en los precios de la ropa interior, actividades recreativas y de convivencia, entre otras.

El salario de los trabajadores no incluye gastos por concepto de pasajes, viáticos, alimentación u otro tipo de gasto generado para trasladarse al lugar de trabajo. La persona que se encargará de la costura de la empresa es la propietaria por lo que ella cancela un seguro como trabajador independiente por tener una actividad generadora de ingresos, razón por la cual no se incluye en la planilla de los trabajadores debido a que ostenta la figura de patrono.

En la tabla 25 se muestra el salario mensual para cada uno de los trabajadores con sus respectivos montos para las cargas sociales que deberá cancelar la empresa. La administración de la empresa estará a cargo del esposo de la propietaria quien al contemplársele un salario mensual debe ser incluido en la planilla y no como un trabajador independiente ya que la actividad no aparece inscrita a su nombre.

**Tabla 25. Promedio de salarios y cargas sociales.**

<b>ADMINISTRACIÓN</b>	
Salario base mensual	¢515,986.27
Cargas sociales	¢135,859.18
<b>COSTURA</b>	
Salario base mensual	¢321,039.00
<b>ASISTENTE DE COSTURA</b>	
Salario base mensual	¢321,039.00
Cargas sociales	¢84,529.57

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

## **4.5.Finanzas**

### **4.5.1.Objetivos del área de contabilidad y finanzas.**

- Calcular la inversión inicial y el capital de trabajo, así como el aporte económico de los socios para la constitución y el inicio de labores de la empresa.
- Calcular los costos operativos, administrativos y de ventas que tendrá la empresa Creaciones Jireh.
- Estimar los ingresos y egresos, así como los costos variables y fijos en los que incurrirá la empresa por el ejercicio de sus actividades.
- Realizar un flujo de caja para conocer la capacidad de la empresa para generar liquidez y hacerle frente a los gastos.
- Elaborar un Estado de Resultados para obtener información de las operaciones que se realizan en la empresa en un determinado periodo.
- Elaborar un Balance General para conocer la salud financiera de la empresa.
- Evaluar los resultados de las operaciones realizadas por la empresa en el periodo de un año, mediante el cálculo de los indicadores financieros.
- Calcular el valor presente neto, la tasa interna de rendimiento, el índice de deseabilidad y el periodo de recuperación, para la empresa Creaciones Jireh.

### **4.5.2.Sistema contable.**

El sistema contable de la empresa Creaciones Jireh estará a cargo de dos personas, un funcionario interno y una persona externa al personal de la empresa.

El funcionario interno que estará a cargo será el administrador de la empresa, quien se encargará de llevar el control de las facturas por la compras de materia prima, insumos, materiales y herramientas así como llevar un control de los gastos en los que incurrirá la empresa con motivo del ejercicio de sus operaciones. Así mismo deberá llevar control de las facturas emitidas por la empresa por las ventas de sus productos.

La persona externa a la empresa es un contador quien será contratado para llevar los registros contables y se encargará de realizar los trámites respectivos ante tributación directa al final de cada periodo fiscal.

#### **4.5.3. Capital social.**

El capital social de la empresa Creaciones Jireh es de ¢7,940,568.86, mismo que fue aportado por la propietaria Jenny Caballero Ramírez y su esposo, dicho capital está constituido por un aporte para la construcción del edificio, para la compra de maquinaria, mobiliario y equipo, gastos pre operativo, capital de trabajo y terreno.

Es importante destacar que la propietaria recibió una ayuda del IMAS para el inicio de la empresa, por un monto de ¢2, 600,000.00, sin embargo el dinero restante fue aportado por la propietaria quien ya contaba con el terreno y tres máquinas que ya había adquirido, lo demás fue aportado en efectivo conforme se fue creando la empresa.

#### **4.5.4. Préstamos.**

La empresa cuenta con un préstamo bancario por un monto de ¢4,200,000.00 que adquirió en el año 2015 en el Banco Popular, a un plazo de cinco años, con una tasa de interés inicial del 10,25%, revisable mensualmente, razón por la cual actualmente la tasa se encuentra en un 4.70% y se estima según el Banco Popular, que para el 2017, se mantenga este porcentaje.

Para efectos del presente plan de negocios los cálculos se proyectaron para el año 2017, por lo que solamente se tomó en cuenta la cuota que la propietaria pagará al Banco a partir de ese periodo. El préstamo fue adquirido para la compra del cielo raso del edificio y para comprar un vehículo que es utilizado para la distribución de los productos a la venta.

El cálculo de la cuota del préstamo y de la amortización en el plazo de cinco años se muestra en la tabla 26, en la cual se observa que la amortización es variable para todos los meses, lo mismo que la cuota de los intereses, esto debido a que, la tasa de interés, fue constante durante los primeros 12 meses y posteriormente varia disminuyendo mensualmente, lo que hace que ambas cuotas se modifiquen; los intereses por el cambio del porcentaje y la disminución del saldo, y la amortización porque al disminuir la cuota de interés mayor será el aporte al capital. Adicional a los intereses y la amortización, la cuota mensual incluye un monto por concepto de póliza.

**Tabla 26. Préstamo bancario.**

Préstamo al Banco									
Año	Mes	Capital	Amortización	Intereses	Polizas	Cuota	Saldo	Tasa	
2015	Abril	₡ 4.200.000,00	₡ 53.192,10	₡36.563,01	₡1.596,00	₡91.351,11	₡4.146.807,90	10,25%	
	Mayo	₡ 4.146.807,90	₡ 54.819,65	₡34.935,44	₡1.596,00	₡91.351,09	₡4.091.988,25	10,25%	
	Junio	₡ 4.091.988,25	₡ 54.132,40	₡35.622,72	₡1.686,85	₡91.441,97	₡4.037.855,85	10,25%	
	Julio	₡ 4.037.855,85	₡ 55.737,55	₡34.017,55	₡1.670,85	₡91.425,95	₡3.982.118,30	10,25%	
	Agosto	₡ 3.982.118,30	₡ 55.088,85	₡34.666,25	₡1.688,45	₡91.443,55	₡3.927.029,45	10,25%	
	Setiembre	₡ 3.927.029,45	₡ 55.568,45	₡34.186,67	₡1.596,00	₡91.351,12	₡3.871.461,00	10,25%	
	Octubre	₡ 3.871.461,00	₡ 57.139,35	₡32.615,73	₡1.691,90	₡91.446,98	₡3.814.321,65	10,25%	
	Noviembre	₡ 3.814.321,65	₡ 56.549,60	₡33.205,50	₡1.596,00	₡91.351,10	₡3.757.772,05	10,25%	
	Diciembre	₡ 3.757.772,05	₡ 58.097,15	₡31.657,94	₡1.674,00	₡91.429,09	₡3.699.674,90	10,25%	
	2016	Enero	₡ 3.699.674,90	₡ 57.547,65	₡32.207,44	₡1.653,95	₡91.409,04	₡3.642.127,25	10,25%
		Febrero	₡ 3.642.127,25	₡ 58.048,65	₡31.706,46	₡1.596,00	₡91.351,11	₡3.584.078,60	10,25%
		Marzo	₡ 3.584.078,60	₡ 60.566,95	₡29.188,15	₡1.677,30	₡91.432,40	₡3.523.511,65	10,25%
Abril		₡ 3.523.511,65	₡ 65.208,35	₡17.057,66	₡1.609,75	₡83.875,76	₡3.458.303,30	5,70%	
Mayo		₡ 3.458.303,30	₡ 66.261,55	₡15.775,55	₡1.596,00	₡83.633,10	₡3.392.041,75	5,55%	
Junio		₡ 3.392.041,75	₡ 66.243,50	₡15.556,93	₡1.636,30	₡83.436,73	₡3.325.798,25	5,40%	
Julio		₡ 3.325.798,25	₡ 67.230,35	₡14.351,05	₡1.636,05	₡83.217,45	₡3.258.567,90	5,25%	
Agosto		₡ 3.258.567,90	₡ 67.111,40	₡ 14.391,26	₡1.662,20	₡83.164,86	₡3.191.456,50	5,20%	
Septiembre		₡ 3.191.456,50	₡ 67.668,60	₡ 13.115,57	₡1.634,95	₡82.419,12	₡3.123.787,90	5,00%	
Octubre		₡ 3.123.787,90	₡ 68.738,95	₡ 12.469,48	₡1.646,45	₡82.854,88	₡3.055.048,95	4,70%	
Noviembre		₡ 3.055.048,95	₡ 69.406,73	₡ 11.801,70	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.985.642,22	4,70%	
Diciembre		₡ 2.985.642,22	₡ 69.290,40	₡ 11.918,03	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.916.351,82	4,70%	
2017	Enero	₡ 2.916.351,82	₡ 69.566,99	₡ 11.641,44	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.846.784,82	4,70%	
	Febrero	₡ 2.846.784,82	₡ 70.944,41	₡ 10.264,02	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.775.840,42	4,70%	
	Marzo	₡ 2.775.840,42	₡ 70.127,88	₡ 11.080,55	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.705.712,53	4,70%	
	Abril	₡ 2.705.712,53	₡ 70.756,23	₡ 10.452,20	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.634.956,31	4,70%	
	Mayo	₡ 2.634.956,31	₡ 70.690,26	₡ 10.518,17	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.564.266,05	4,70%	
	Junio	₡ 2.564.266,05	₡ 71.302,64	₡ 9.905,79	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.492.963,41	4,70%	
	Julio	₡ 2.492.963,41	₡ 71.257,07	₡ 9.951,36	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.421.706,34	4,70%	
	Agosto	₡ 2.421.706,34	₡ 71.541,51	₡ 9.666,92	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.350.164,84	4,70%	
	Septiembre	₡ 2.350.164,84	₡ 72.129,71	₡ 9.078,72	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.278.035,12	4,70%	
	Octubre	₡ 2.278.035,12	₡ 72.115,01	₡ 9.093,42	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.205.920,11	4,70%	
	Noviembre	₡ 2.205.920,11	₡ 72.686,93	₡ 8.521,50	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.133.233,18	4,70%	
	Diciembre	₡ 2.133.233,18	₡ 72.693,03	₡ 8.515,40	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.060.540,15	4,70%	
2018	Enero	₡ 2.060.540,15	₡ 72.983,21	₡ 8.225,22	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.987.556,94	4,70%	
	Febrero	₡ 1.987.556,94	₡ 74.042,33	₡ 7.166,10	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.913.514,61	4,70%	
	Marzo	₡ 1.913.514,61	₡ 73.570,10	₡ 7.638,33	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.839.944,51	4,70%	
	Abril	₡ 1.839.944,51	₡ 74.100,70	₡ 7.107,73	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.765.843,81	4,70%	
	Mayo	₡ 1.765.843,81	₡ 74.159,57	₡ 7.048,86	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.691.684,24	4,70%	
	Junio	₡ 1.691.684,24	₡ 74.673,43	₡ 6.535,00	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.617.010,81	4,70%	
	Julio	₡ 1.617.010,81	₡ 74.753,68	₡ 6.454,75	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.542.257,14	4,70%	
	Agosto	₡ 1.542.257,14	₡ 75.052,08	₡ 6.156,35	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.467.205,06	4,70%	
	Septiembre	₡ 1.467.205,06	₡ 75.540,60	₡ 5.667,83	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.391.664,46	4,70%	
	Octubre	₡ 1.391.664,46	₡ 75.653,21	₡ 5.555,22	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.316.011,25	4,70%	
	Noviembre	₡ 1.316.011,25	₡ 76.124,66	₡ 5.083,77	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.239.886,59	4,70%	
	Diciembre	₡ 1.239.886,59	₡ 76.259,07	₡ 4.949,36	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.163.627,52	4,70%	

2019	Enero	₡ 1.163.627,52	₡ 76.563,48	₡ 4.644,95	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.087.064,03	4,70%
	Febrero	₡ 1.087.064,03	₡ 77.289,04	₡ 3.919,39	₡1.646,45	₡82.854,88	₡1.009.774,99	4,70%
	Marzo	₡ 1.009.774,99	₡ 77.177,63	₡ 4.030,80	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 932.597,36	4,70%
	Abril	₡ 932.597,36	₡ 77.605,79	₡ 3.602,64	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 854.991,57	4,70%
	Mayo	₡ 854.991,57	₡ 77.795,49	₡ 3.412,94	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 777.196,07	4,70%
	Junio	₡ 777.196,07	₡ 78.206,11	₡ 3.002,32	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 698.989,96	4,70%
	Julio	₡ 698.989,96	₡ 78.418,22	₡ 2.790,21	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 620.571,75	4,70%
	Agosto	₡ 620.571,75	₡ 78.731,24	₡ 2.477,19	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 541.840,50	4,70%
	Septiembre	₡ 541.840,50	₡ 79.115,29	₡ 2.093,14	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 462.725,21	4,70%
	Octubre	₡ 462.725,21	₡ 79.361,33	₡ 1.847,10	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 383.363,88	4,70%
	Noviembre	₡ 383.363,88	₡ 79.727,49	₡ 1.480,94	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 303.636,39	4,70%
	Diciembre	₡ 303.636,39	₡ 79.996,38	₡ 1.212,05	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 223.640,01	4,70%
2020	Enero	₡ 223.640,01	₡ 80.315,71	₡ 892,72	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 143.324,30	4,70%
	Febrero	₡ 143.324,30	₡ 80.673,22	₡ 535,21	₡1.646,45	₡82.854,88	₡ 62.651,08	4,70%
	Marzo	₡ 62.651,08	₡62.651,08	₡ 250,09	₡1.646,45	₡64.547,62	₡ (0,00)	4,70%

*Fuente: Banco Popular.*

#### 4.5.5. Proyección de ingresos mensuales y anuales.

Los ingresos mensuales, que percibirá la empresa Creaciones Jireh, serán únicamente por concepto de la venta de sus productos, los cuales se venderán al por mayor y de contado al mayorista. Los ingresos mensuales y anuales que tendría la empresa a futuro para el 2017 se muestran en la tabla 27, los mismos fueron proyectados con base en las ventas mensuales en unidades por el precio unitario de venta que se muestran en la tabla 8 y 11 del estudio de mercadotecnia.

Los ingresos que la empresa percibirá son de ₡28,345,591.51 anual, con ingresos por ventas variables para todos los meses del año por ser un producto cuyo consumo depende de la demanda de la población. En el mes de junio, por motivo de la celebración del día del padre, se estima un incremento del 10% de las ventas del mes calculadas con los resultados de la encuesta, en las prendas como bóxer para caballero y calzoncillo.

En el mes de agosto, también se estima un incremento del 10% de las ventas con base en las calculadas con los datos de la encuesta, con motivo de las celebraciones del día de la madre, por lo que el incremento se da únicamente en las prendas para dama.

Por último, en el mes de diciembre se contempla un incremento del 10% de las ventas del mes, por motivo de las fiestas de fin y principio de año, el incremento se aplica para todas las prendas, tanto damas y caballeros, como niños y niñas.

**Tabla 27. Ingresos por ventas mensual y anual.**

Producto	Ingresos												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Tanga para dama	€27.370,64	€156.403,64	€598.243,91	€566.963,18	€27.370,64	€727.276,91	€27.370,64	€623.659,50	€598.243,91	€156.403,64	€27.370,64	€1.251.620,10	€4.788.297,34
Bikini para dama	€0,00	€28.370,89	€47.284,82	€113.483,57	€0,00	€75.655,71	€0,00	€124.831,93	€47.284,82	€28.370,89	€0,00	€176.845,23	€642.127,86
Cachetero de encaje	€0,00	€22.118,68	€72.254,35	€128.288,34	€0,00	€94.373,03	€0,00	€141.117,17	€72.254,35	€22.118,68	€0,00	€220.596,96	€773.121,56
Cachetero de punto	€0,00	€0,00	€61.932,30	€124.970,54	€0,00	€61.932,30	€0,00	€137.467,59	€61.932,30	€0,00	€0,00	€205.593,12	€653.828,15
Boxer de punto para dama	€0,00	€15.360,19	€27.033,94	€34.406,83	€0,00	€42.394,13	€0,00	€37.847,52	€27.033,94	€15.360,19	€0,00	€67.584,85	€267.021,61
Boxer de encaje y punto para dama	€0,00	€15.360,19	€34.406,83	€38.707,69	€0,00	€49.767,03	€0,00	€42.578,46	€34.406,83	€15.360,19	€0,00	€80.425,97	€311.013,20
Blumner para señora	€0,00	€0,00	€76.678,09	€432.911,70	€0,00	€76.678,09	€0,00	€476.202,87	€76.678,09	€0,00	€0,00	€560.548,77	€1.699.697,60
Ropa deportiva	€150.000,00	€150.000,00	€150.000,00	€150.000,00	€150.000,00	€150.000,00	€150.000,00	€165.000,00	€150.000,00	€150.000,00	€150.000,00	€165.000,00	€1.830.000,00
Pijama de short para dama	€75.000,00	€75.000,00	€75.000,00	€75.000,00	€75.000,00	€75.000,00	€75.000,00	€82.500,00	€75.000,00	€75.000,00	€75.000,00	€82.500,00	€915.000,00
Pijama de manguito para dama	€60.000,00	€60.000,00	€60.000,00	€60.000,00	€60.000,00	€60.000,00	€60.000,00	€66.000,00	€60.000,00	€60.000,00	€60.000,00	€66.000,00	€732.000,00
Pijama de pantalón para dama	€56.000,00	€56.000,00	€56.000,00	€56.000,00	€56.000,00	€56.000,00	€56.000,00	€61.600,00	€56.000,00	€56.000,00	€56.000,00	€61.600,00	€683.200,00
Blumner para niña talla 0-4	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€11.935,00	€131.285,00
Blumner para niña talla 6-12	€37.000,00	€37.000,00	€37.000,00	€37.000,00	€37.000,00	€37.000,00	€37.000,00	€37.000,00	€37.000,00	€37.000,00	€37.000,00	€40.700,00	€447.700,00
Boxer para niña talla 0-4	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€5.445,00	€59.895,00
Boxer para niña talla 6-12	€10.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€11.000,00	€121.000,00
Cachetero para niña talla 0-4	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€4.950,00	€5.445,00	€59.895,00
Cachetero para niña talla 6-12	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.600,00	€72.600,00
Pijama para niña talla 0-4	€48.000,00	€48.000,00	€48.000,00	€48.000,00	€48.000,00	€48.000,00	€48.000,00	€48.000,00	€48.000,00	€48.000,00	€48.000,00	€52.800,00	€580.800,00
Pijama para niña talla 6-12	€45.000,00	€45.000,00	€45.000,00	€45.000,00	€45.000,00	€45.000,00	€45.000,00	€45.000,00	€45.000,00	€45.000,00	€45.000,00	€49.500,00	€544.500,00
Boxer para hombre	€43.390,87	€251.667,02	€685.575,68	€2.065.405,21	€43.390,87	€983.237,02	€43.390,87	€2.065.405,21	€685.575,68	€251.667,02	€43.390,87	€2.978.349,02	€10.140.445,31
Calzoncillo para hombre	€18.357,67	€18.357,67	€140.742,17	€391.630,38	€18.357,67	€154.816,38	€18.357,67	€391.630,38	€140.742,17	€18.357,67	€18.357,67	€565.416,36	€1.895.123,87
Boxer para niño talla 0-4	€15.000,00	€15.000,00	€15.000,00	€15.000,00	€15.000,00	€15.000,00	€15.000,00	€15.000,00	€15.000,00	€15.000,00	€15.000,00	€16.500,00	€181.500,00
Boxer para niño talla 6-12	€51.000,00	€51.000,00	€51.000,00	€51.000,00	€51.000,00	€51.000,00	€51.000,00	€51.000,00	€51.000,00	€51.000,00	€51.000,00	€56.100,00	€617.100,00
Calzoncillo para niño 0-4	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€10.850,00	€11.935,00	€131.285,00
Calzoncillo para niño 6-12	€5.550,00	€5.550,00	€5.550,00	€5.550,00	€5.550,00	€5.550,00	€5.550,00	€5.550,00	€5.550,00	€5.550,00	€5.550,00	€6.105,00	€67.155,00
<b>Total</b>	<b>€679.269,18</b>	<b>€1.097.788,29</b>	<b>€2.334.302,09</b>	<b>€4.486.917,43</b>	<b>€679.269,18</b>	<b>€2.856.280,61</b>	<b>€679.269,18</b>	<b>€4.664.990,62</b>	<b>€2.334.302,09</b>	<b>€1.097.788,29</b>	<b>€679.269,18</b>	<b>€6.756.145,39</b>	<b>€28.345.591,51</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### 4.5.6. Costos de inversión.

La inversión inicial de la empresa comprende: la adquisición de la maquinaria, mobiliario y equipo, terreno, edificio, vehículo, gastos pre operativos y capital de trabajo para el primer mes de operación. La inversión inicial de la empresa es por un monto total de ¢12,140,569.00 y su desglose se demuestra en la tabla 28.

**Tabla 28. Costos de inversión resumidos**

<b>Inversión inicial</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Monto</b>
Vehículo	¢4.000.000,00
Capital de trabajo	¢1.542.318,86
Maquinaria	¢1.632.000,00
Terreno	¢2.000.000,00
Edificio	¢1.508.000,00
Gastos pre operativos	¢496.400,00
Mobiliario y equipo	¢961.850,00
<b>Total</b>	<b>¢12.140.568,86</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### 4.5.7. Inversión Fija.

La inversión fija de la empresa está constituida por el terreno, el edificio, las máquinas de coser, el vehículo y el mobiliario y equipo que se necesitara para el funcionamiento del negocio.

El terreno en el que se encuentra ubicada la empresa tuvo un costo de ¢2,000,000.00 y el edificio un costo de ¢1,508,000.00.

El mobiliario y equipo con el que cuenta la empresa cuyas descripciones, cantidad requerida y precios unitarios se detallaron en el estudio técnico, tuvieron un costo total de ¢961,850.00.

La maquinaria con la cuenta la empresa está constituida por las máquinas de coser que se utilizaran en la elaboración de las prendas, la misma fue detallada en el estudio técnico y tuvo un costo de ¢1,632,000.00. La empresa requerirá únicamente un vehículo el cual tiene un valor de ¢4,000,000.00.

#### 4.5.8. Inversión Diferida.

La inversión diferida está conformada por capital de trabajo y los gastos pre operativos de la empresa. Los gastos pre operativos de la empresa contemplan la instalación del agua, electricidad, permisos de construcción, póliza del Instituto Nacional de Seguros para los trabajadores de la construcción, mano de obra para la construcción del edificio, patentes, trámites legales y contables para el inicio de operaciones de la empresa. Los gastos pre operativos para la empresa Creaciones Jireh fueron por un monto de ¢496,400.00.

El capital de trabajo de la empresa está estipulado para un mes de trabajo y contempla los gastos de recibo de agua, electricidad, teléfono, internet, compra de herramienta, materiales, salarios, materia prima e insumos para el primer mes de producción, así como seguros y contador. En la tabla 29 se muestra el capital de trabajo desglosado con sus respectivos montos y el total mensual.

**Tabla 29. Capital de trabajo**

<b>Capital de trabajo</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Costo Mensual</b>
Agua	¢7.000,00
Electricidad	¢46.128,88
Internet	¢10.500,00
Herramientas	¢16.095,00
Insumos	¢9.305,85
Materia prima	¢681.206,57
Materiales	¢34.475,00
Salario	¢726.607,57
Teléfono	¢11.000,00
Seguros y contador	¢40.100,00
<b>Total</b>	<b>¢1.542.318,86</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### 4.5.9. Costos de operación.

Los costos de operación de la empresa están conformados por los gastos del departamento administrativo, gastos del área de producción y gastos de ventas.

Los gastos administrativos contemplan el servicio de internet, agua, teléfono, electricidad, seguro del INS y de la CCSS, patente municipal, herramientas de oficina las cuales se comprarán anualmente pero se contemplará un monto mensual hasta ahorrar el monto total para la compra de las herramientas de un año; materiales de oficina los cuales se comprarán mensualmente y salarios administrativos que será el salario de un bachiller universitario quien en este caso será el administrador de la empresa.

Los salarios administrativos contemplan el salario del administrador de la empresa, el cual fue estimado con base en la tabla de salarios mínimos del Ministerio de Trabajo. Los gastos por electricidad para la parte administrativa están originados por el uso de la computadora, impresora y teléfono, tal y como se muestra en la tabla 30.

**Tabla 30. Consumo de electricidad mensual del área administrativa.**

Consumo de energía eléctrica por mes para el área administrativa									
Equipo	Unidad de Medida	Consumo de kWh	Consumo de kWh por día	Consumo de kWh por mes	Consumo anual	Precio por kWh	Impuesto	Costo mensual	Costo anual
Computadora	kWh	0,35	2,80	73	874	122,96	13%	₡ 10.115,18	₡ 121.382,18
Impresora	kWh	0,11	0,88	23	275	122,96	13%	₡ 3.179,06	₡ 38.148,68
Teléfono	kWh	0,09	0,72	19	225	122,96	13%	₡ 2.601,05	₡ 31.212,56
<b>Total</b>		<b>0,55</b>	<b>4,4</b>	<b>114,4</b>	<b>1372,8</b>	<b>368,88</b>	<b>0,39</b>	<b>₡ 15.895,29</b>	<b>₡ 190.743,42</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

Los gastos por herramientas y materiales de oficina fueron calculados con base en la información presentada en las tablas 16 y 17 del estudio técnico. Los gastos por seguros y patentes contemplan el pago de la patente municipal y la póliza de riesgos de trabajadores del INS en los cuales ha incurrido la empresa y en los que actualmente incurre.

Los gastos de administración se muestran en la tabla 31.

**Tabla 31. Gastos de administración**

<b>Gastos de Administración</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Costo total mensual</b>	<b>Costo total anual</b>
Internet	¢10.500,00	¢126.000,00
Agua	¢7.000,00	¢84.000,00
Teléfono	¢11.000,00	¢132.000,00
Gastos de herramientas	¢815,00	¢9.780,00
Gastos de materiales	¢33.400,00	¢400.800,00
Electricidad	¢15.895,29	¢190.743,42
Salarios administrativos	¢651.845,45	¢7.822.145,46
Seguros y patentes	¢59.233,33	¢710.800,00
<b>Total</b>	<b>¢789.689,07</b>	<b>¢9.476.268,88</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

Los gastos de producción están constituidos por la depreciación de maquinaria y equipo, electricidad, herramientas, materiales, mano de obra, materia prima e insumos.

En la tabla 32 y 33 se muestra la depreciación de la maquinaria mobiliario y equipo por el método de línea recta, la cual muestra el valor de cada artículo y una vida útil de cinco años para la computadora, sillas e impresora multifuncional; y una vida útil de diez años para los artículos restantes con un valor de rescate cero.

**Tabla 32. Depreciación año 1 al 3.**

Activo	Depreciación					
	Costo	Valor de rescate	Vida útil	Periodo		
				1	2	3
Archivador	₡75.800	0	10	₡7.580,00	₡7.580,00	₡7.580,00
Computadora	₡350.000	0	5	₡70.000,00	₡70.000,00	₡70.000,00
Escritorio	₡63.000	0	10	₡6.300,00	₡6.300,00	₡6.300,00
Sillas	₡23.910	0	5	₡4.782,00	₡4.782,00	₡4.782,00
Estante para materia prima y producto terminado	₡87.400	0	10	₡8.740,00	₡8.740,00	₡8.740,00
Impresora multifuncional	₡25.700	0	5	₡5.140,00	₡5.140,00	₡5.140,00
Telefax	₡35.000	0	10	₡3.500,00	₡3.500,00	₡3.500,00
Mesa Corte y Confección	₡100.000	0	10	₡10.000,00	₡10.000,00	₡10.000,00
Máquina de coser industrial cover	₡605.000	0	10	₡60.500,00	₡60.500,00	₡60.500,00
Máquina de coser industrial trespasos	₡367.000	0	10	₡36.700,00	₡36.700,00	₡36.700,00
Máquina de coser sencilla	₡55.000	0	10	₡5.500,00	₡5.500,00	₡5.500,00
Máquina de coser sencilla	₡65.000	0	10	₡6.500,00	₡6.500,00	₡6.500,00
Máquina de coser sencilla	₡45.000	0	10	₡4.500,00	₡4.500,00	₡4.500,00
Máquina de coser industrial overlock	₡495.000	0	10	₡49.500,00	₡49.500,00	₡49.500,00
Vehículo	₡4.000.000	0	10	₡400.000,00	₡400.000,00	₡400.000,00
<b>Totales</b>				<b>₡563.200,00</b>	<b>₡563.200,00</b>	<b>₡563.200,00</b>

Fuente: Elaboración propia para el estudio.

**Tabla 33. Depreciación año 4 al 10.**

Activo	Depreciación						
	Periodo						
	4	5	6	7	8	9	10
Archivador	₡7.580,00	₡7.580,00	₡7.580,00	₡7.580,00	₡7.580,00	₡7.580,00	₡7.580,00
Computadora	₡70.000,00	₡70.000,00	₡70.000,00	₡70.000,00	₡70.000,00	₡70.000,00	₡70.000,00
Escritorio	₡6.300,00	₡6.300,00	₡6.300,00	₡6.300,00	₡6.300,00	₡6.300,00	₡6.300,00
Sillas	₡4.782,00	₡4.782,00	₡4.782,00	₡4.782,00	₡4.782,00	₡4.782,00	₡4.782,00
Estante para materia prima y producto terminado	₡8.740,00	₡8.740,00	₡8.740,00	₡8.740,00	₡8.740,00	₡8.740,00	₡8.740,00
Impresora multifuncional	₡5.140,00	₡5.140,00	₡5.140,00	₡5.140,00	₡5.140,00	₡5.140,00	₡5.140,00
Telefax	₡3.500,00	₡3.500,00	₡3.500,00	₡3.500,00	₡3.500,00	₡3.500,00	₡3.500,00
Mesa Corte y Confección	₡10.000,00	₡10.000,00	₡10.000,00	₡10.000,00	₡10.000,00	₡10.000,00	₡10.000,00
Máquina de coser industrial cover	₡60.500,00	₡60.500,00	₡60.500,00	₡60.500,00	₡60.500,00	₡60.500,00	₡60.500,00
Máquina de coser industrial trespasos	₡36.700,00	₡36.700,00	₡36.700,00	₡36.700,00	₡36.700,00	₡36.700,00	₡36.700,00
Máquina de coser sencilla	₡5.500,00	₡5.500,00	₡5.500,00	₡5.500,00	₡5.500,00	₡5.500,00	₡5.500,00
Máquina de coser sencilla	₡6.500,00	₡6.500,00	₡6.500,00	₡6.500,00	₡6.500,00	₡6.500,00	₡6.500,00
Máquina de coser sencilla	₡4.500,00	₡4.500,00	₡4.500,00	₡4.500,00	₡4.500,00	₡4.500,00	₡4.500,00
Máquina de coser industrial overlock	₡49.500,00	₡49.500,00	₡49.500,00	₡49.500,00	₡49.500,00	₡49.500,00	₡49.500,00
Vehículo	₡400.000,00	₡400.000,00	₡400.000,00	₡400.000,00	₡400.000,00	₡400.000,00	₡400.000,00
<b>Totales</b>	<b>₡563.200,00</b>						

Fuente: Elaboración propia para el estudio.

En la tabla 34 se muestra la depreciación mensual para cada uno de los artículos de la empresa.

**Tabla 34. Depreciación mensual.**

Activo	Depreciación mensual				
	Cantidad	Mensual	Total Mensual	Anual	Total Anual
Archivador	1	¢631,67	¢631,67	¢7.580,00	¢7.580,00
Computadora	1	¢5.833,33	¢5.833,33	¢70.000,00	¢70.000,00
Escritorio	1	¢525,00	¢525,00	¢6.300,00	¢6.300,00
Sillas	5	¢398,50	¢1.992,50	¢4.782,00	¢23.910,00
Estante para materia prima y producto terminado	2	¢728,33	¢1.456,67	¢8.740,00	¢17.480,00
Impresora multifuncional	1	¢428,33	¢428,33	¢5.140,00	¢5.140,00
Telefax	1	¢291,67	¢291,67	¢3.500,00	¢3.500,00
Mesa Corte y Confección	1	¢833,33	¢833,33	¢10.000,00	¢10.000,00
Máquina de coser industrial cover	1	¢5.041,67	¢5.041,67	¢60.500,00	¢60.500,00
Máquina de coser industrial trespasos	1	¢3.058,33	¢3.058,33	¢36.700,00	¢36.700,00
Máquina de coser sencilla	1	¢458,33	¢458,33	¢5.500,00	¢5.500,00
Máquina de coser sencilla	1	¢541,67	¢541,67	¢6.500,00	¢6.500,00
Máquina de coser sencilla	1	¢375,00	¢375,00	¢4.500,00	¢4.500,00
Máquina de coser industrial overlock	1	¢4.125,00	¢4.125,00	¢49.500,00	¢49.500,00
Vehículo	1	¢33.333,33	¢33.333,33	¢400.000,00	¢400.000,00
<b>Totales</b>		<b>¢56.603,50</b>	<b>¢58.925,83</b>	<b>¢679.242,00</b>	<b>¢707.110,00</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

La electricidad, que requiere la empresa para el proceso de producción, se origina por el uso de las máquinas de coser las cuales consumen 1.50 KW por hora cada máquina y cuyo precio por KWH según el Instituto Costarricense de Electricidad es de ¢122,96 más el 13% del impuesto. El consumo de energía está determinado por la cantidad de horas que trabaje cada máquina, por lo que se calculó el gasto mensual, con base en las unidades de producción requeridas diarias, multiplicadas por el precio del KWH.

Para el cálculo de la electricidad, se tomó como base, los tiempos de duración de costura de las prendas, con los cuales se calculó el tiempo que las máquinas de coser estarán en funcionamiento durante el proceso de producción.

Con los tiempos de duración en que las máquinas están en funcionamiento, se multiplicó el consumo de Kwh por hora que cada máquina tiene, por el número de horas que estará trabajando la máquina durante el proceso y esto da como resultado el total de kw consumidos en un mes, mismo que se multiplica por el precio del kw que establece el Instituto Costarricense de Electricidad, para obtener el monto total a pagar. En la tabla 35 y 36 se muestra el consumo de energía mensual.

**Tabla 35. Consumo de electricidad mensual del área de producción, primer semestre.**

Consumo de energía eléctrica por mes para el área de producción						
Equipo	Mes					
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Máquinas de coser	₡30.233,59	₡27.585,74	₡36.238,58	₡35.522,44	₡34.951,75	₡24.691,20

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

**Tabla 36. Consumo de electricidad mensual del área de producción, segundo semestre.**

Consumo de energía eléctrica por mes para el área de producción							
Equipo	Mes						Total anual
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Máquinas de coser	₡36.844,40	₡38.355,80	₡36.775,02	₡14.147,88	₡62.220,54	₡26.665,94	₡404.232,90

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

El costo de los insumos requeridos mensualmente para el proceso de producción se muestra en la tabla 37, los mismos fueron calculados con base en las unidades de producción requeridas multiplicadas por el precio del insumo. Los insumos que requiere la empresa son las bolsas para el empaque del producto, las cuales tienen un precio de ₡1.575,00 el kilo de bolsas y un precio unitario de ₡15,75; el paquete por kilo contiene cien unidades.

**Tabla 37. Costo de insumos requeridos mensualmente.**

Producto	Costo de insumos												Total
	Mes												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Tanga para dama	€1.564,56	€4.074,53	€3.432,06	€2.529,93	€4.450,69	€2.090,52	€3.185,72	€4.161,08	€4.254,28	€366,17	€7.458,98	€3.196,71	€40.765,23
Bikini para dama	€241,54	€322,05	€563,58	€483,07	€450,87	€193,23	€637,65	€586,13	€458,92	€24,15	€1.053,90	€451,67	€5.466,76
Cachetero de encaje	€139,35	€364,16	€495,15	€404,11	€416,19	€178,37	€533,42	€537,70	€398,53	€13,93	€972,83	€416,93	€4.870,67
Cachetero de punto	€0,00	€312,14	€471,69	€393,66	€273,12	€117,05	€519,63	€502,49	€234,10	€0,00	€906,67	€388,57	€4.119,12
Boxer de punto para dama	€96,77	€136,25	€142,44	€108,38	€186,96	€80,12	€143,06	€163,50	€189,28	€9,68	€298,05	€127,74	€1.682,24
Boxer de encaje y punto para dama	€96,77	€173,41	€165,28	€121,93	€219,47	€94,06	€160,95	€194,00	€217,15	€9,68	€354,68	€152,01	€1.959,38
Blumner para señora	€0,00	€386,46	€1.460,29	€1.363,67	€338,15	€144,92	€1.800,05	€1.393,26	€289,84	€0,00	€2.472,02	€1.059,44	€10.708,09
Ropa deportiva	€787,50	€315,00	€275,63	€393,75	€472,50	€511,88	€259,88	€330,75	€590,63	€433,13	€303,19	€129,94	€4.803,75
Pijama de short para dama	€472,50	€189,00	€165,38	€236,25	€283,50	€307,13	€155,93	€198,45	€354,38	€259,88	€181,91	€77,96	€2.882,25
Pijama de mangano para dama	€315,00	€126,00	€110,25	€157,50	€189,00	€204,75	€103,95	€132,30	€236,25	€173,25	€121,28	€51,98	€1.921,50
Pijama de pantalón para dama	€252,00	€100,80	€88,20	€126,00	€151,20	€163,80	€83,16	€105,84	€189,00	€138,60	€97,02	€41,58	€1.537,20
Blumner para niña talla 0-4	€220,50	€88,20	€77,18	€110,25	€132,30	€143,33	€66,15	€88,20	€165,38	€121,28	€84,89	€36,38	€1.334,03
Blumner para niña talla 6-12	€630,00	€252,00	€220,50	€315,00	€378,00	€409,50	€189,00	€252,00	€472,50	€346,50	€242,55	€103,95	€3.811,50
Boxer para niña talla 0-4	€94,50	€37,80	€33,08	€47,25	€56,70	€61,43	€28,35	€37,80	€70,88	€51,98	€36,38	€15,59	€571,73
Boxer para niña talla 6-12	€157,50	€63,00	€55,13	€78,75	€94,50	€102,38	€47,25	€63,00	€118,13	€86,63	€60,64	€25,99	€952,88
Cachetero para niña talla 0-4	€94,50	€37,80	€33,08	€47,25	€56,70	€61,43	€28,35	€37,80	€70,88	€51,98	€36,38	€15,59	€571,73
Cachetero para niña talla 6-12	€94,50	€37,80	€33,08	€47,25	€56,70	€61,43	€28,35	€37,80	€70,88	€51,98	€36,38	€15,59	€571,73
Pijama para niña talla 0-4	€378,00	€151,20	€132,30	€189,00	€226,80	€245,70	€113,40	€151,20	€283,50	€207,90	€145,53	€62,37	€2.286,90
Pijama para niña talla 6-12	€315,00	€126,00	€110,25	€157,50	€189,00	€204,75	€94,50	€126,00	€236,25	€173,25	€121,28	€51,98	€1.905,75
Boxer para hombre	€1.549,05	€2.879,42	€6.141,54	€5.535,59	€3.727,30	€1.776,40	€6.506,03	€5.777,06	€3.348,69	€359,93	€10.945,43	€4.690,90	€53.237,34
Calzoncillo para hombre	€231,31	€709,34	€1.410,97	€1.291,46	€740,57	€408,26	€1.480,36	€1.341,58	€636,09	€127,22	€2.493,49	€1.068,64	€11.939,28
Boxer para niño talla 0-4	€315,00	€126,00	€110,25	€157,50	€189,00	€204,75	€94,50	€126,00	€236,25	€173,25	€121,28	€51,98	€1.905,75
Boxer para niño talla 6-12	€945,00	€378,00	€330,75	€472,50	€567,00	€614,25	€283,50	€378,00	€708,75	€519,75	€363,83	€155,93	€5.717,25
Calzoncillo para niño 0-4	€220,50	€88,20	€77,18	€110,25	€132,30	€143,33	€66,15	€88,20	€165,38	€121,28	€84,89	€36,38	€1.334,03
Calzoncillo para niño 6-12	€94,50	€37,80	€33,08	€47,25	€56,70	€61,43	€28,35	€37,80	€70,88	€51,98	€36,38	€15,59	€571,73
<b>Total</b>	<b>€9.305,85</b>	<b>€11.512,35</b>	<b>€16.168,28</b>	<b>€14.925,06</b>	<b>€14.035,21</b>	<b>€8.584,16</b>	<b>€16.637,63</b>	<b>€16.847,93</b>	<b>€14.066,77</b>	<b>€3.873,34</b>	<b>€29.029,85</b>	<b>€12.441,36</b>	<b>€167.427,79</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

El costo de la materia prima requerida mensualmente para el proceso de producción se muestra en la tabla 38, los mismos fueron calculados con base en las unidades de producción requeridas por el consumo de materia prima por producto en moneda, presentados en la tabla 9 del estudio de mercadotecnia y tabla 20 del estudio técnico respectivamente. La materia prima requerida tiene un precio de €2.950,00 el metro de tela, €0,39 el centímetro; €1,215,00 el metro de encaje; €7.850,00 el rollo de elástico, €86,26 el metro; €10.350,00 el rollo el vivo elástico, €113,74 el metro; €10.600,00 el elástico para bóxer, €4,71 el metro y €855,00 el rollo de hilo, €0,158 el metro.

**Tabla 38. Consumo de materia prima requerida mensualmente en colones.**

Producto	Costo de materia prima												Total
	Mes												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Tanga para dama	€36.347,08	€94.657,08	€79.731,57	€58.774,00	€103.395,84	€48.565,89	€74.008,84	€96.667,77	€98.833,12	€8.506,76	€173.282,77	€74.264,04	€947.034,77
Bikini para dama	€5.611,23	€7.481,64	€13.092,86	€11.222,45	€10.474,29	€4.488,98	€14.813,64	€13.616,58	€10.661,33	€561,12	€24.483,65	€10.492,99	€127.000,76
Cachetero de encaje	€3.586,03	€9.371,49	€12.742,35	€10.399,48	€10.710,27	€4.590,12	€13.727,31	€13.837,29	€10.256,04	€358,60	€25.035,25	€10.729,39	€125.343,62
Cachetero de punto	€0,00	€11.949,14	€18.057,06	€15.069,78	€10.455,49	€4.480,93	€19.892,11	€19.235,97	€8.961,85	€0,00	€34.708,50	€14.875,07	€157.685,91
Boxer de punto para dama	€3.704,47	€5.215,89	€5.452,98	€4.149,01	€7.157,03	€3.067,30	€5.476,69	€6.259,07	€7.245,94	€370,45	€11.409,76	€4.889,90	€64.398,49
Boxer de encaje y punto para dama	€4.362,40	€7.817,42	€7.450,97	€5.496,62	€9.893,92	€4.240,25	€7.255,54	€8.745,73	€9.789,22	€436,24	€15.989,06	€6.852,45	€88.329,82
Blummer para señora	€0,00	€15.693,41	€59.299,83	€55.376,48	€13.731,73	€5.885,03	€73.096,95	€56.578,01	€11.770,06	€0,00	€100.384,68	€43.022,01	€434.838,18
Ropa deportiva	€162.419,18	€64.967,67	€56.846,71	€81.209,59	€97.451,51	€105.572,46	€53.598,33	€68.216,05	€121.814,38	€89.330,55	€62.531,38	€26.799,16	€990.756,97
Pijama de short para dama	€97.442,01	€38.976,80	€34.104,70	€48.721,00	€58.465,20	€63.337,30	€32.155,86	€40.925,64	€73.081,50	€53.593,10	€37.515,17	€16.077,93	€594.396,23
Pijama de mangano para dama	€76.767,67	€30.707,07	€26.868,68	€38.383,84	€46.060,60	€49.898,99	€25.333,33	€32.242,42	€57.575,75	€42.222,22	€29.555,55	€12.666,67	€468.282,79
Pijama de pantalón para dama	€75.574,14	€30.229,65	€26.450,95	€37.787,07	€45.344,48	€49.123,19	€24.939,46	€31.741,14	€56.680,60	€41.565,77	€29.096,04	€12.469,73	€461.002,23
Blummer para niña talla 0-4	€3.650,40	€1.460,16	€1.277,64	€1.825,20	€2.190,24	€2.372,76	€1.095,12	€1.460,16	€2.737,80	€2.007,72	€1.405,41	€602,32	€22.084,94
Blummer para niña talla 6-12	€12.155,00	€4.862,00	€4.254,25	€6.077,50	€7.293,00	€7.900,75	€3.646,50	€4.862,00	€9.116,25	€6.685,25	€4.679,68	€2.005,58	€73.537,75
Boxer para niña talla 0-4	€1.592,90	€637,16	€557,52	€796,45	€955,74	€1.035,39	€477,87	€637,16	€1.194,68	€876,10	€613,27	€262,83	€9.637,05
Boxer para niña talla 6-12	€2.854,83	€1.141,93	€999,19	€1.427,42	€1.712,90	€1.855,64	€856,45	€1.141,93	€2.141,13	€1.570,16	€1.099,11	€471,05	€17.271,74
Cachetero para niña talla 0-4	€1.592,90	€637,16	€557,52	€796,45	€955,74	€1.035,39	€477,87	€637,16	€1.194,68	€876,10	€613,27	€262,83	€9.637,05
Cachetero para niña talla 6-12	€1.712,90	€685,16	€599,52	€856,45	€1.027,74	€1.113,39	€513,87	€685,16	€1.284,68	€942,10	€659,47	€282,63	€10.363,05
Pijama para niña talla 0-4	€40.238,00	€16.095,20	€14.083,30	€20.119,00	€24.142,80	€26.154,70	€12.071,40	€16.095,20	€30.178,50	€22.130,90	€15.491,63	€6.639,27	€243.439,90
Pijama para niña talla 6-12	€46.538,04	€18.615,22	€16.288,31	€23.269,02	€27.922,82	€30.249,73	€13.961,41	€18.615,22	€34.903,53	€25.595,92	€17.917,15	€7.678,78	€281.555,14
Boxer para hombre	€73.007,16	€135.707,42	€289.451,90	€260.893,22	€175.668,10	€83.722,03	€306.630,06	€272.273,75	€157.824,29	€16.963,43	€515.859,98	€221.082,85	€2.509.084,19
Calzoncillo para hombre	€9.134,96	€28.013,87	€55.723,25	€51.003,52	€29.247,09	€16.123,20	€58.463,74	€52.982,76	€25.121,14	€5.024,23	€98.474,86	€42.203,51	€471.516,12
Boxer para niño talla 0-4	€4.611,51	€1.844,60	€1.614,03	€2.305,75	€2.766,90	€2.997,48	€1.383,45	€1.844,60	€3.458,63	€2.536,33	€1.775,43	€760,90	€27.899,62
Boxer para niño talla 6-12	€13.851,48	€5.540,59	€4.848,02	€6.925,74	€8.310,89	€9.003,47	€4.155,45	€5.540,59	€10.388,61	€7.618,32	€5.332,82	€2.285,49	€83.801,48
Calzoncillo para niño 0-4	€3.094,87	€1.237,95	€1.083,20	€1.547,43	€1.856,92	€2.011,66	€928,46	€1.237,95	€2.321,15	€1.702,18	€1.191,52	€510,65	€18.723,94
Calzoncillo para niño 6-12	€1.357,43	€542,97	€475,10	€678,71	€814,46	€882,33	€407,23	€542,97	€1.018,07	€746,58	€522,61	€223,98	€8.212,43
<b>Total</b>	<b>€681.206,57</b>	<b>€534.088,64</b>	<b>€731.911,42</b>	<b>€745.111,19</b>	<b>€698.005,72</b>	<b>€529.708,33</b>	<b>€749.366,94</b>	<b>€766.622,28</b>	<b>€749.552,93</b>	<b>€332.220,12</b>	<b>€1.209.628,02</b>	<b>€518.412,01</b>	<b>€8.245.834,18</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

La mano de obra directa que requiere la empresa para la elaboración de las prendas está conformada por asistente de costura y costurera las cuáles serán las encargadas de la elaboración del producto y cumplirán una jornada laboral de ocho horas diarias, cuarenta y ocho semanales. Cada empleado tendrá un salario diario de €10,701.30 según la tabla de salarios mínimos del Ministerio de Trabajo y un salario base mensual de €321,039.00 que sumándole el aporte del patrono por cargas sociales, la empresa tendría un gasto de €405,568.57 por la persona que será asistente de costura. En el caso de la costurera no se le rebajará las cargas sociales ya que ella no

estará incluida en la planilla por ser el patrono y representante de la empresa, en este caso la propietaria paga su seguro como trabajadora independiente ante la C.C.S.S.

En la tabla 39 y 40, se muestra el salario mensual que paga la empresa por concepto de mano de obra directa para el área de producción, los cuales fueron calculados con base en las unidades de producción requeridas mensuales y los tiempos de elaboración.

**Tabla 39. Salario mensual mano de obra directa, primer semestre.**

Salarios mensuales						
Empleados	Mes					
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Costureras	₪321.039,00	₪321.039,00	₪321.039,00	₪321.039,00	₪321.039,00	₪321.039,00
Ayudantes de costura	₪0,00	₪0,00	₪0,00	₪0,00	₪0,00	₪0,00
<b>Total</b>	<b>₪321.039,00</b>	<b>₪321.039,00</b>	<b>₪321.039,00</b>	<b>₪321.039,00</b>	<b>₪321.039,00</b>	<b>₪321.039,00</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

**Tabla 40. Salario mensual mano de obra directa, segundo semestre.**

Salarios mensuales							
Empleados	Mes						Total
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Costureras	₪321.039,00	₪321.039,00	₪321.039,00	₪321.039,00	₪321.039,00	₪321.039,00	₪3.852.468,00
Ayudantes de costura	₪0,00	₪0,00	₪0,00	₪0,00	₪405.568,57	₪0,00	₪405.568,57
<b>Total</b>	<b>₪321.039,00</b>	<b>₪321.039,00</b>	<b>₪321.039,00</b>	<b>₪321.039,00</b>	<b>₪726.607,57</b>	<b>₪321.039,00</b>	<b>₪4.258.036,57</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

La mano de obra directa requerida, que sirvió de base para determinar el personal que demanda el área de producción mensualmente, proviene de las tablas 22 y 23 del estudio técnico. Los gastos por herramientas se realizarán anualmente y los gastos por materiales se realizarán mensualmente tal y como se mencionó en el estudio técnico en las tablas 16 y 17.

Los gastos de venta están conformados por el transporte del producto, marchamo, reparaciones del vehículo y publicidad. Para el marchamo se distribuirá su valor total entre los doce meses del año para no cargar el gasto a los ingresos de un solo mes. La publicidad es por gastos de mensajes publicitarios en la radio de los cuales se pagarán dos anuncios por día durante tres días a la semana, el valor de cada anuncio es por un monto de ₡3,750.00.

En la tabla 41 se muestran los gastos de venta desglosados y con sus respectivos montos.

**Tabla 41. Gastos de venta**

<b>Gastos de Venta</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Costo total mensual</b>	<b>Costo total anual</b>
Transporte del producto	₡60.000,00	₡720.000,00
Marchamo	₡7.500,00	₡90.000,00
Reparaciones	₡25.000,00	₡300.000,00
Publicidad	₡90.000,00	₡1.080.000,00
<b>Total</b>	<b>₡182.500,00</b>	<b>₡2.190.000,00</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### **4.5.10. Costos financieros.**

Los costos financieros que tiene la empresa son únicamente por concepto de un préstamo en el Banco Popular por un monto de ₡4,200,000.00 a un plazo de cinco años, con una tasa de interés actual del 4,70%, con una amortización anual para el año 2017 de ₡855,811.67, un monto de ₡118,689.49 por concepto de intereses y un total de ₡19,757.40 anual de la póliza.

Para el año 2018 serían, ₡896,912.63 de amortización, ₡77,588.53 de intereses y ₡19,757.40 de póliza; para el año 2019, ₡939,987.51 de amortización, ₡34,513.65 de intereses y ₡19,757.40 de póliza; por ultimo para el año 2020 se termina de cancelar el préstamo, por lo que la amortización sería de ₡223,640.01, ₡1,678.02 de intereses y ₡4,939.35 de la póliza.

Dado que el préstamo fue adquirido en el año 2015 y que las proyecciones de éste trabajo se están realizando para el año 2017, la información que se tomó en cuenta para los cálculos financieros fue del año 2017 en adelante.

#### **4.5.11. Proyección de egresos mensuales y anuales.**

Los egresos de la empresa están conformados por los gastos de producción para cada mes que incluyen, materia prima, materiales de trabajo, herramientas las cuales se comprarán una vez al año pero se contemplará un monto mensual para no cargar el gasto a un solo mes; insumos y energía eléctrica que contempla solo lo del área de producción consumida por las máquinas.

Los gastos administrativos, que van a ser constantes se venda o no la producción, están conformados por los salarios administrativos que contemplan el salario del administrador; aguinaldos que solamente representan una salida en diciembre; los seguros y patentes que incluyen el seguro como trabajador independiente y la patente que se va a estimar un monto mensual para no cargar el total a un solo mes; los materiales que se compraran mensualmente y las herramientas de oficina que se compraran también anualmente; la electricidad que está contemplada solamente lo que consume las máquinas del departamento administrativo.

Los gastos financieros contemplan los intereses y las amortizaciones para el año 2017 del préstamo bancario con el que cuenta la empresa. Por último se encuentran los gastos de venta que incluyen el traslado del producto hasta los clientes, el marchamo del carro, un rubro para mantenimiento mensual del vehículo y por último la publicidad que consistirá en anuncios por la radio para promocionar los productos. En la tabla 42 se muestran mensualmente los montos del egreso mensual y anual.

Cada uno de los egresos fueron tomados del cálculo de los costos operativos de la empresa que se desglosan más adelante y calculados de forma mensual y anual; los gastos de producción se calcularon con base en las unidades de producción requeridas, las cuales proporcionan el tiempo de duración para la elaboración de cada prenda, con lo que se calcula la electricidad y mano de obra; así mismo proporciona la cantidad de materia prima requerida, lo que sirve como dato para calcular la materia prima e insumos en moneda.

**Tabla 42. Egresos mensuales y anuales.**

Detalle	Egresos												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
<b>Gastos de Producción</b>													
Salarios de producción	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€726.607,57	€321.039,00	€4.258.036,57
Materia prima	€681.206,57	€534.088,64	€731.911,42	€745.111,19	€698.005,72	€529.708,33	€749.366,94	€766.622,28	€749.552,93	€332.220,12	€1.209.628,02	€518.412,01	€8.245.834,18
Materiales de trabajo	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€12.900,00
Herramientas	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€6.315,00
Insumos	€9.305,85	€11.512,35	€16.168,28	€14.925,06	€14.035,21	€8.584,16	€16.637,63	€16.847,93	€14.066,77	€3.873,34	€29.029,85	€12.441,36	€167.427,79
Energía eléctrica	€30.233,59	€27.585,74	€36.238,58	€35.522,44	€34.951,75	€24.691,20	€36.844,40	€38.355,80	€36.775,02	€14.147,88	€62.220,54	€26.665,94	€404.232,90
Depreciación	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€707.110,00
<b>Gastos Administrativos</b>													
Salarios administrativos	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€7.822.145,46
Agumaldos												1.006.681,84	€1.006.681,84
Seguros y patentes	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€710.800,00
Materiales de oficina	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€400.800,00
Herramientas de oficina	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€9.780,00
Electricidad	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€190.743,42
Agua	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€84.000,00
Teléfono	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€132.000,00
Internet	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€126.000,00
<b>Gastos Financieros</b>													
Gastos financieros	€13.287,89	€11.910,47	€12.727,00	€12.098,65	€12.164,62	€11.552,24	€11.597,81	€11.313,37	€10.725,17	€10.739,87	€10.167,95	€10.161,85	€138.446,89
Amortización	€69.566,99	€70.944,41	€70.127,88	€70.756,23	€70.690,26	€71.302,64	€71.257,07	€71.541,51	€72.129,71	€72.115,01	€72.686,93	€72.693,03	€855.811,67
<b>Gastos de Venta</b>													
Transporte del producto y publicidad	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€2.190.000,00
<b>Total</b>	<b>€2.157.356,04</b>	<b>€2.009.796,78</b>	<b>€2.220.928,33</b>	<b>€2.232.168,72</b>	<b>€2.183.602,71</b>	<b>€1.999.593,73</b>	<b>€2.239.459,01</b>	<b>€2.258.436,05</b>	<b>€2.237.004,76</b>	<b>€1.786.851,37</b>	<b>€3.143.057,02</b>	<b>€3.000.811,19</b>	<b>€27.469.065,71</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### 4.5.12. Proyección del Flujo de Caja.

El flujo de caja de la empresa Creaciones Jireh está compuesto de cuatro elementos básicos, el saldo inicial de efectivo que contempla el capital de trabajo, las entradas de efectivo que están compuestas por los ingresos que obtiene la empresa como resultado de la venta de sus productos; el saldo parcial que sería la suma del saldo inicial más las entradas de efectivo; por último las salidas de efectivo que contemplan todos los egresos que tiene la empresa a excepción de la depreciación, ya que no es una salida real de efectivo; para un saldo final que sería el saldo parcial menos las salidas de efectivo. El saldo inicial para cada periodo es el saldo final del periodo anterior.

En la tabla 43 y 44 se muestra el flujo de caja mensual proyectado para el año 2017, desglosado con sus respectivos montos.

**Tabla 43. Flujo de caja mensual, primer semestre.**

Flujo de caja						
Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Saldo Inicial Efectivo	₡ 1.542.318,86	₡ 123.157,83	₡ (729.924,83)	₡ (557.625,23)	₡ 1.756.049,32	₡ 310.641,62
Entradas de Efectivo	₡ 679.269,18	₡ 1.097.788,29	₡ 2.334.302,09	₡ 4.486.917,43	₡ 679.269,18	₡ 2.856.280,61
Saldo Parcial	₡ 2.221.588,04	₡ 1.220.946,12	₡ 1.604.377,27	₡ 3.929.292,21	₡ 2.435.318,50	₡ 3.166.922,23
Salidas de Efectivo	₡ 2.098.430,21	₡ 1.950.870,94	₡ 2.162.002,49	₡ 2.173.242,88	₡ 2.124.676,88	₡ 1.940.667,90
Saldo Final	₡ 123.157,83	₡ (729.924,83)	₡ (557.625,23)	₡ 1.756.049,32	₡ 310.641,62	₡ 1.226.254,33

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

**Tabla 44. Flujo de caja mensual, segundo semestre.**

Flujo de caja						
Detalle	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo Inicial Efectivo	₡ 1.226.254,33	₡ (275.009,67)	₡ 2.190.470,73	₡ 2.346.693,89	₡ 1.716.556,64	₡ (688.305,37)
Entradas de Efectivo	₡ 679.269,18	₡ 4.664.990,62	₡ 2.334.302,09	₡ 1.097.788,29	₡ 679.269,18	₡ 6.756.145,39
Saldo Parcial	₡ 1.905.523,50	₡ 4.389.980,95	₡ 4.524.772,82	₡ 3.444.482,18	₡ 2.395.825,82	₡ 6.067.840,02
Salidas de Efectivo	₡ 2.180.533,17	₡ 2.199.510,22	₡ 2.178.078,93	₡ 1.727.925,54	₡ 3.084.131,18	₡ 2.941.885,36
Saldo Final	₡ (275.009,67)	₡ 2.190.470,73	₡ 2.346.693,89	₡ 1.716.556,64	₡ (688.305,37)	₡ 3.125.954,66

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### **4.5.13. Flujo neto de efectivo.**

El flujo neto de efectivo de la empresa se muestra en la tabla 45, el mismo se realizó a cinco años y en él se muestra el cálculo en donde a los ingresos por ventas se le restan los egresos y los gastos financieros para obtener el flujo neto de efectivo antes de impuestos, a la cual se le restan los impuestos para obtener la utilidad después de impuestos, luego se vuelve a sumar la depreciación porque en realidad no son una salida de efectivo, posteriormente se resta la amortización para dar como saldo el flujo neto de efectivo.

En el periodo cero solo se toman en cuenta la inversión inicial y en los demás periodos se comienza tomar los ingresos y egresos. Cada uno tiene un aumento anual cuyos porcentajes se muestran a la derecha del cuadro.

Los porcentajes de aumento anual que se muestran en la tabla 45, fueron tomados de la información brindada por la propietaria del negocio. Las ventas fueron tomadas del cuadro de ingresos donde se refleja que las entradas de efectivo que tiene la empresa, provienen únicamente de la venta de sus productos.

Los egresos están clasificados por departamento y fueron tomados del total anual de los costos operativos que tiene la empresa como producto de la actividad, en el caso de los gastos financieros, la información proviene del cuadro de préstamo, mostrado anteriormente.

Por último, las cifras contempladas en el periodo cero provienen de la inversión inicial realizada por la empresa para constituirse y dar inicio en sus labores. El préstamo se excluye por cuanto es un financiamiento y no una inversión de los socios.

Como se puede apreciar para el cuarto año los intereses y la amortización del préstamo disminuyen, esto se debe a que en ese año se termina de cancelar al Banco los ¢4, 200,000.00 por cumplirse el plazo de los cinco años; por ende para el quinto año la empresa no tendría gastos financieros ni obligaciones con el Banco, razón por la cual la casilla se muestra en ¢0.00.

Dado que el préstamo que adquirió la propietaria inició en el 2015 y que el flujo neto de efectivo está proyectado a partir del 2017, solamente se toma en cuenta los gastos financieros y la amortización de los años 2017, 2018, 2019 y 2020 reflejados en la tabla 26. Para el año 2020 los

gastos financieros son de ¢6,617.37, ya que la señora liquida el préstamo en el tercer mes de ese año, por lo que tiene gastos financieros solo los tres primeros meses del 2020.

**Tabla 45. Flujo neto de efectivo**

Detalle	Flujo neto de efectivo					
	0	Periodo				
	2017	2018	2019	2020	2021	
<b>Ingresos</b>	¢28.345.591,51	¢31.180.150,67	¢34.298.165,73	¢37.727.982,30	¢41.500.780,54	
Ventas	¢28.345.591,51	¢31.180.150,67	¢34.298.165,73	¢37.727.982,30	¢41.500.780,54	
<b>Egresos</b>	¢26.613.254,05	¢27.191.683,11	¢28.556.065,75	¢30.002.226,06	¢31.581.735,42	
<b>Gastos de producción</b>						
Salarios de producción	¢4.258.036,57	¢4.343.197,30	¢4.430.061,25	¢4.518.662,47	¢4.609.035,72	
Materia prima	¢8.245.834,18	¢8.658.125,89	¢9.091.032,19	¢9.545.583,80	¢10.022.862,99	
Materiales de trabajo	¢12.900,00	¢13.932,00	¢15.046,56	¢16.250,28	¢17.550,31	
Herramientas	¢6.315,00	¢6.693,90	¢7.095,53	¢7.521,27	¢7.972,54	
Insumos	¢167.427,79	¢180.822,01	¢195.287,77	¢210.910,79	¢227.783,66	
Energía eléctrica	¢404.232,90	¢436.571,53	¢471.497,25	¢509.217,03	¢549.954,39	
Depreciación	¢707.110,00	¢707.110,00	¢707.110,00	¢707.110,00	¢707.110,00	
<b>Total Egresos Producción</b>	¢13.801.856,44	¢13.639.342,63	¢14.210.020,55	¢14.808.145,65	¢15.435.159,61	
<b>Gastos administrativos</b>						
Salarios administrativos	¢7.822.145,46	¢8.291.474,19	¢8.788.962,64	¢9.316.300,40	¢9.875.278,42	
Aguinaldos	¢1.006.681,84	¢1.026.815,47	¢1.047.351,78	¢1.068.298,82	¢1.089.664,79	
Seguros y patentes	¢710.800,00	¢725.016,00	¢739.516,32	¢754.306,65	¢769.392,78	
Materiales de oficina	¢400.800,00	¢424.848,00	¢450.338,88	¢477.359,21	¢506.000,77	
Herramientas de oficina	¢9.780,00	¢10.758,00	¢11.833,80	¢13.017,18	¢14.318,90	
Electricidad	¢190.743,42	¢206.002,90	¢222.483,13	¢240.281,78	¢259.504,32	
Internet	¢126.000,00	¢136.080,00	¢146.966,40	¢158.723,71	¢171.421,61	
Agua	¢84.000,00	¢89.040,00	¢94.382,40	¢100.045,34	¢106.048,06	
Teléfono	¢132.000,00	¢135.960,00	¢140.038,80	¢144.239,96	¢148.567,16	
<b>Total Egresos Administrativos</b>	¢10.482.950,72	¢11.045.994,55	¢11.641.874,15	¢12.272.573,05	¢12.940.196,81	
<b>Gastos Financieros</b>						
Gastos financieros	¢138.446,89	¢97.345,93	¢54.271,05	¢6.617,37	¢0,00	
<b>Total Egresos Financieros</b>	¢138.446,89	¢97.345,93	¢54.271,05	¢6.617,37	¢0,00	
<b>Gastos de ventas</b>						
Transporte del producto y publicidad	¢2.190.000,00	¢2.409.000,00	¢2.649.900,00	¢2.914.890,00	¢3.206.379,00	
<b>Total Egresos Ventas</b>	¢2.190.000,00	¢2.409.000,00	¢2.649.900,00	¢2.914.890,00	¢3.206.379,00	
<b>Flujo Neto de Efectivo Antes Impuestos</b>	¢1.732.337,46	¢3.988.467,55	¢5.742.099,98	¢7.725.756,24	¢9.919.045,11	
Impuestos	¢216.213,25	¢497.801,11	¢716.672,19	¢964.252,56	¢1.237.997,21	
<b>Flujo Neto de Efectivo Después de impuestos</b>	¢1.516.124,22	¢3.490.666,44	¢5.025.427,79	¢6.761.503,68	¢8.681.047,90	
Depreciación	¢707.110,00	¢707.110,00	¢707.110,00	¢707.110,00	¢707.110,00	
Amortización	¢855.811,67	¢896.912,63	¢939.987,51	¢223.640,01	¢0,00	
<b>Inversión Inicial</b>						
Vehículo	¢4.000.000,00					
Terreno	¢2.000.000,00					
Edificio	¢1.508.000,00					
Capital de trabajo	¢1.542.318,86					
Maquinaria	¢1.632.000,00					
Gastos pre operativos	¢496.400,00					
Mobiliario y equipo	¢961.850,00					
Préstamo	¢4.200.000,00					
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	-¢7.940.568,86	¢1.367.422,55	¢3.300.863,80	¢4.792.550,29	¢7.244.973,67	¢9.388.157,90

**Fuente:** Elaboración propia para el estudio.

#### **4.5.14. Estados de resultados proyectados.**

El estado de resultados de la empresa Creaciones Jireh se proyectó contemplando los ingresos por las ventas de los productos y los gastos por salarios administrativos, ventas, servicios básicos, salarios operativos, gastos financieros, gastos por insumos, consumo materia prima, aguinaldo, gastos por depreciación, seguros y patentes, así como el impuesto a pagar sobre la utilidad.

En el estado de resultados se puede observar como, a las ventas netas se les deduce la utilidad operacional de la empresa, para obtener la utilidad antes de impuestos, a la cual a su vez, se le descuenta el 10% de impuestos para personas físicas según Tramos de Renta para el Periodo Fiscal 2015 del Ministerio de Hacienda, dando así una utilidad del periodo de ₡1,945,919.22.

La utilidad bruta de la empresa la constituyen la venta de los productos elaborados y el dato es tomado del cuadro de ingresos; los gastos operacionales contemplan los gastos de producción, ventas, administrativos y financieros; los datos fueron tomados de los cuadros de los costos operativos, en donde una vez calculados los movimientos financieros de la empresa se obtiene calculada la utilidad operacional.

En los gastos financieros se presentan los datos del año 2017 que se indican en la tabla 26 del préstamo bancario; se toma la información de este año porque al hacer las proyecciones del año 2017 para la empresa, ésta ya había adquirido el préstamo en el 2015.

Los gastos operativos contemplados en el Estado de Resultados son anuales; por lo tanto este estado permite conocer si la empresa tiene utilidades luego del ejercicio de sus operaciones y de descontar los impuestos, en un periodo determinado, para este caso en el periodo fiscal.

En la tabla 46 se muestra el estado de resultado de la empresa, en donde se refleja de forma detallada cómo se logró obtener el resultado del ejercicio durante el periodo 2017.

**Tabla 46. Estado de Resultados**

**Creaciones Jireh**  
**6 0317 0790**  
**Estado de Resultados**  
**Al 30 de Setiembre 2017**

Ventas Netas	C\$28.345.591,51	
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>C\$28.345.591,51</b>
Gastos Operacionales		
Salarios Administrativos	C\$7.822.145,46	
Gastos de Ventas	C\$2.190.000,00	
Servicios Básicos	C\$936.976,32	
Salarios Operativos	C\$4.258.036,57	
Gastos Financieros	C\$138.446,89	
Gasto por Insumos	C\$167.427,79	
Consumo materia Primas	C\$8.245.834,18	
Aguinaldos	C\$1.006.681,84	
Gasto por Seguros y patentes	C\$710.800,00	
Gasto por Depreciación	C\$707.110,00	
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>C\$26.183.459,05</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>C\$2.162.132,46</b>
Impuestos	C\$216.213,25	
<b>Utilidad del Periodo</b>		<b>C\$1.945.919,22</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

### **5.5.1. Balance General proyectado.**

El balance general de la empresa contempla, como activos circulantes, el efectivo de la empresa, como activos fijos el vehículo, maquinaria, el edificio mobiliario y equipo, así como sus depreciaciones, terreno, materiales y herramientas de trabajo y oficina; en pasivos contempla documentos por pagar correspondientes al préstamo y por último, en patrimonio contempla el capital social más la utilidad del periodo.

El cálculo del balance general se proyectó sumando el total de activos los cuales, son por un monto de ¢13, 230,676.41 y el total de pasivos más patrimonio por un total de ¢13, 230,676.41.

En el Balance General de la empresa se muestra los bienes que realmente posee y los que debe, como es el caso del vehículo y parte del edificio, el restante es propiedad de la empresa, es decir, es el patrimonio de la misma.

La empresa, únicamente, debe el préstamo bancario que tiene con el Banco Popular, no tiene cuentas por pagar en el corto plazo ni tampoco cuentas por cobrar, ya que las operaciones de venta y compra se realizan al contado.

Este balance muestra cómo, los pasivos de la empresa, representan el 25% de total de activos, sin embargo; estos pasivos disminuirán año con año conforme se vaya cancelando el préstamo Bancario.

El Balance General muestra las deudas en el largo plazo y el valor neto del negocio, también representa el aporte de los socios, así como los activos que posee la empresa. En este estado se presenta el estado de la empresa, que tiene y que debe realmente en un determinado periodo.

La elaboración del Balance General de la empresa es indispensable para conocer la salud financiera de la misma, ya que las cuentas son clasificadas de acuerdo con su liquidez midiendo la rapidez con las que estas se convierten en efectivo.

En la tabla 47 se muestra el balance general de la empresa Creaciones Jireh, donde se puede observar que la empresa cuenta solamente con un único pasivo que es el préstamo bancario y no presenta cuentas por cobrar, lo que indica que para el periodo la empresa se encuentra con buena salud financiera.

**Tabla 47. Balance general**

**Creaciones Jireh**  
**6 0317 0790**  
**Balance General**  
**Al 30 de Setiembre 2017**

<b><u>Activos</u></b>		
<b>Activos Circulantes</b>		
Efectivo	₡3.406.141,41	
<b><u>Total de Activos Circulantes</u></b>		<b>₡3.406.141,41</b>
<b>Activos Fijos</b>		
Vehículo	₡4.000.000,00	
Maquinaria	₡1.632.000,00	
Dep Acumulada	-₡707.110,00	
Terreno	₡2.000.000,00	
Edificio	₡1.508.000,00	
Mobiliario y equipo	₡961.850,00	
Materiales de Trabajo	₡12.900,00	
Herramientas de Trabajo	₡6.315,00	
Materiales de Oficina	₡400.800,00	
Herramientas de Oficina	₡9.780,00	
<b><u>Total de Activos Fijos</u></b>		<b>₡9.824.535,00</b>
<b><u>Total Activos</u></b>		<b>₡13.230.676,41</b>
<b><u>Pasivos</u></b>		
Documentos por Pagar	₡3.344.188,33	
<b><u>Total Pasivos</u></b>		<b>₡3.344.188,33</b>
<b><u>Patrimonio</u></b>		
Capital Social	₡7.940.568,86	
Utilidad del periodo	₡1.945.919,22	
<b><u>Total Patrimonio</u></b>		<b>₡9.886.488,08</b>
<b><u>Pasivos más Patrimonio</u></b>		<b>₡13.230.676,41</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### 4.5.15. Indicadores financieros: VAN-TIR-ID-PR.

Los indicadores financieros, contemplados en el siguiente proyecto, son el valor actual neto, la tasa interna de retorno, índice de deseabilidad y el periodo de recuperación que se muestran en la tabla 50; para el análisis de estos indicadores se requiere calcular la tasa de corte que se utilizará, la cual, para efectos de este proyecto, contempla un 7% de inflación, un 10% de rentabilidad esperada, 10% premio al riesgo, 4% de tasa básica activa y una devaluación del 2%; para una tasa de corte del 33% tal y como se muestra en la tabla 48.

**Tabla 48. Tasa de rendimiento mínima aceptable.**

<b>Tasa de corte</b>	<b>33%</b>
Inflación	7%
Rentabilidad esperada	10%
Premio al riesgo	10%
Tasa básica activa	4%
Devaluación	2%

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

El cálculo del valor actual neto de este proyecto se realizó tomando en cuenta los datos del flujo neto de efectivo mostrados en la tabla 49 y la inversión inicial. El cálculo se realizó para evaluar el valor del dinero a través del tiempo.

**Tabla 49. Evaluación flujo de caja.**

<b>Evaluación Flujo de Caja</b>	
<b>Inversión de inicial</b>	<b>-C\$7.940.568,86</b>
Flujo Neto Efectivo 1	C\$1.367.422,55
Flujo Neto Efectivo 2	C\$3.300.863,80
Flujo Neto Efectivo 3	C\$4.792.550,29
Flujo Neto Efectivo 4	C\$7.244.973,67
Flujo Neto Efectivo 5	C\$9.388.157,90

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

El valor actual neto del proyecto se calculó tomando en cuenta los flujos netos de efectivo de cinco años y la inversión inicial, en donde para obtener el resultado se sumó los flujos netos de efectivo descontados en el presente y se restó la inversión inicial del proyecto.

El valor actual del dinero que se recibirá por una inversión inicial de ₡7,940,568.86 dentro de un periodo de cinco años más una tasa de corte del 33% es de ₡1,174,477.25.

La tasa interna de retorno con la cual se evalúa el proyecto en función de la tasa de corte, contempla la inversión inicial más los flujos netos de cinco años. La tasa interna de retorno del presente proyecto es de un 41%, ya que la empresa cuenta con una inversión baja e ingresos anuales superiores a la inversión inicial.

El índice de deseabilidad del presente proyecto contempla el Valor Actual Neto menos la inversión inicial, el cual mediante cálculos, se obtiene que el índice de deseabilidad para la empresa es de ₡1,15 lo cual significa que el proyecto genera ₡1,15 por cada colon invertido.

El periodo de recuperación para el presente proyecto es de 33 meses lo cual significa que en dos años y nueve meses la empresa recuperaría la inversión.

**Tabla 50. Indicadores financieros.**

<b>VAN</b>	₡1.174.477,25
<b>TIR</b>	41%
<b>ID</b>	1,15
<b>PR</b>	33 meses

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### **4.5.16. Análisis de sensibilidad.**

Para el análisis de sensibilidad se contemplarán tres escenarios, un escenario optimista, un escenario probable y uno pesimista, con la finalidad de conocer cuánto se afecta la tasa interna de retorno ante cambios en determinadas variables del proyecto. A continuación se presentan los tres escenarios:

##### **➤ Escenario optimista.**

Este análisis está enfocado en mostrar el escenario optimista con la finalidad de determinar si la empresa es capaz de cumplir con el incremento de las ventas estimadas en este escenario. En el optimista se contempla un incremento del 15% de las ventas estimadas para el presente proyecto

y una baja en la tasa de interés de un 0.70% que es en promedio lo que puede bajar de un mes a otro, por lo que quedaría una tasa de interés del 4%.

En la tabla 51 se muestra la cuota mensual, amortización e intereses calculados para el préstamo, tomando en cuenta una baja del 0.70% que es en promedio lo que puede variar la tasa de interés entre un mes y otro según el Banco Popular.

**Tabla 51. Préstamo bancario escenario optimista.**

Préstamo al Banco								
Año	Mes	Capital	Amortización	Intereses	Polizas	Cuota	Saldo	Tasa
2015	Abril	₡ 4.200.000,00	₡ 53.192,10	₡36.563,01	₡1.596,00	₡91.351,11	₡4.146.807,90	10,25%
	Mayo	₡ 4.146.807,90	₡ 54.819,65	₡34.935,44	₡1.596,00	₡91.351,09	₡4.091.988,25	10,25%
	Junio	₡ 4.091.988,25	₡ 54.132,40	₡35.622,72	₡1.686,85	₡91.441,97	₡4.037.855,85	10,25%
	Julio	₡ 4.037.855,85	₡ 55.737,55	₡34.017,55	₡1.670,85	₡91.425,95	₡3.982.118,30	10,25%
	Agosto	₡ 3.982.118,30	₡ 55.088,85	₡34.666,25	₡1.688,45	₡91.443,55	₡3.927.029,45	10,25%
	Setiembre	₡ 3.927.029,45	₡ 55.568,45	₡34.186,67	₡1.596,00	₡91.351,12	₡3.871.461,00	10,25%
	Octubre	₡ 3.871.461,00	₡ 57.139,35	₡32.615,73	₡1.691,90	₡91.446,98	₡3.814.321,65	10,25%
	Noviembre	₡ 3.814.321,65	₡ 56.549,60	₡33.205,50	₡1.596,00	₡91.351,10	₡3.757.772,05	10,25%
	Diciembre	₡ 3.757.772,05	₡ 58.097,15	₡31.657,94	₡1.674,00	₡91.429,09	₡3.699.674,90	10,25%
	Enero	₡ 3.699.674,90	₡ 57.547,65	₡32.207,44	₡1.653,95	₡91.409,04	₡3.642.127,25	10,25%
	Febrero	₡ 3.642.127,25	₡ 58.048,65	₡31.706,46	₡1.596,00	₡91.351,11	₡3.584.078,60	10,25%
	Marzo	₡ 3.584.078,60	₡ 60.566,95	₡29.188,15	₡1.677,30	₡91.432,40	₡3.523.511,65	10,25%
2016	Abril	₡ 3.523.511,65	₡ 65.208,35	₡17.057,66	₡1.609,75	₡83.875,76	₡3.458.303,30	5,70%
	Mayo	₡ 3.458.303,30	₡ 66.261,55	₡15.775,55	₡1.596,00	₡83.633,10	₡3.392.041,75	5,55%
	Junio	₡ 3.392.041,75	₡ 66.243,50	₡15.556,93	₡1.636,30	₡83.436,73	₡3.325.798,25	5,40%
	Julio	₡ 3.325.798,25	₡ 67.230,35	₡14.351,05	₡1.636,05	₡83.217,45	₡3.258.567,90	5,25%
	Agosto	₡ 3.258.567,90	₡ 67.111,40	₡ 14.391,26	₡1.662,20	₡83.164,86	₡3.191.456,50	5,20%
	Septiembre	₡ 3.191.456,50	₡ 67.668,60	₡ 13.115,57	₡1.634,95	₡82.419,12	₡3.123.787,90	5,00%
	Octubre	₡ 3.123.787,90	₡ 68.738,95	₡ 12.469,48	₡1.646,45	₡82.854,88	₡3.055.048,95	4,70%
	Noviembre	₡ 3.055.048,95	₡ 69.406,73	₡ 11.801,70	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.985.642,22	4,70%
	Diciembre	₡ 2.985.642,22	₡ 69.290,40	₡ 11.918,03	₡1.646,45	₡82.854,88	₡2.916.351,82	4,70%

2017	Enero	€ 2.916.351,82	€ 70.283,37	€ 9.907,61	€1.646,45	€81.837,43	€2.846.068,44	4,00%
	Febrero	€ 2.846.068,44	€ 71.457,84	€ 8.733,14	€1.646,45	€81.837,43	€2.774.610,60	4,00%
	Marzo	€ 2.774.610,60	€ 70.764,91	€ 9.426,07	€1.646,45	€81.837,43	€2.703.845,70	4,00%
	Abril	€ 2.703.845,70	€ 71.301,62	€ 8.889,36	€1.646,45	€81.837,43	€2.632.544,07	4,00%
	Mayo	€ 2.632.544,07	€ 71.247,54	€ 8.943,44	€1.646,45	€81.837,43	€2.561.296,53	4,00%
	Junio	€ 2.561.296,53	€ 71.770,28	€ 8.420,70	€1.646,45	€81.837,43	€2.489.526,25	4,00%
	Julio	€ 2.489.526,25	€ 71.733,41	€ 8.457,57	€1.646,45	€81.837,43	€2.417.792,84	4,00%
	Agosto	€ 2.417.792,84	€ 71.977,11	€ 8.213,87	€1.646,45	€81.837,43	€2.345.815,73	4,00%
	Septiembre	€ 2.345.815,73	€ 72.478,71	€ 7.712,27	€1.646,45	€81.837,43	€2.273.337,02	4,00%
	Octubre	€ 2.273.337,02	€ 72.467,86	€ 7.723,12	€1.646,45	€81.837,43	€2.200.869,16	4,00%
	Noviembre	€ 2.200.869,16	€ 72.955,25	€ 7.235,73	€1.646,45	€81.837,43	€2.127.913,91	4,00%
	Diciembre	€ 2.127.913,91	€ 72.961,90	€ 7.229,08	€1.646,45	€81.837,43	€2.054.952,01	4,00%
2018	Enero	€ 2.054.952,01	€ 73.209,77	€ 6.981,21	€1.646,45	€81.837,43	€1.981.742,24	4,00%
	Febrero	€ 1.981.742,24	€ 74.110,02	€ 6.080,96	€1.646,45	€81.837,43	€1.907.632,22	4,00%
	Marzo	€ 1.907.632,22	€ 73.710,26	€ 6.480,72	€1.646,45	€81.837,43	€1.833.921,96	4,00%
	Abril	€ 1.833.921,96	€ 74.161,65	€ 6.029,33	€1.646,45	€81.837,43	€1.759.760,32	4,00%
	Mayo	€ 1.759.760,32	€ 74.212,62	€ 5.978,36	€1.646,45	€81.837,43	€1.685.547,70	4,00%
	Junio	€ 1.685.547,70	€ 74.649,45	€ 5.541,53	€1.646,45	€81.837,43	€1.610.898,25	4,00%
	Julio	€ 1.610.898,25	€ 74.718,34	€ 5.472,64	€1.646,45	€81.837,43	€1.536.179,91	4,00%
	Agosto	€ 1.536.179,91	€ 74.972,18	€ 5.218,80	€1.646,45	€81.837,43	€1.461.207,73	4,00%
	Septiembre	€ 1.461.207,73	€ 75.387,01	€ 4.803,97	€1.646,45	€81.837,43	€1.385.820,72	4,00%
	Octubre	€ 1.385.820,72	€ 75.482,99	€ 4.707,99	€1.646,45	€81.837,43	€1.310.337,74	4,00%
	Noviembre	€ 1.310.337,74	€ 75.883,02	€ 4.307,96	€1.646,45	€81.837,43	€1.234.454,71	4,00%
	Diciembre	€ 1.234.454,71	€ 75.997,22	€ 4.193,76	€1.646,45	€81.837,43	€1.158.457,50	4,00%
2019	Enero	€ 1.158.457,50	€ 76.255,40	€ 3.935,58	€1.646,45	€81.837,43	€1.082.202,10	4,00%
	Febrero	€ 1.082.202,10	€ 76.870,25	€ 3.320,73	€1.646,45	€81.837,43	€1.005.331,85	4,00%
	Marzo	€ 1.005.331,85	€ 76.775,61	€ 3.415,37	€1.646,45	€81.837,43	€ 928.556,24	4,00%
	Abril	€ 928.556,24	€ 77.138,19	€ 3.052,79	€1.646,45	€81.837,43	€ 851.418,05	4,00%
	Mayo	€ 851.418,05	€ 77.298,49	€ 2.892,49	€1.646,45	€81.837,43	€ 774.119,56	4,00%
	Junio	€ 774.119,56	€ 77.645,93	€ 2.545,05	€1.646,45	€81.837,43	€ 696.473,63	4,00%
	Julio	€ 696.473,63	€ 77.824,88	€ 2.366,10	€1.646,45	€81.837,43	€ 618.648,75	4,00%
	Agosto	€ 618.648,75	€ 78.089,27	€ 2.101,71	€1.646,45	€81.837,43	€ 540.559,48	4,00%
	Septiembre	€ 540.559,48	€ 78.413,80	€ 1.777,18	€1.646,45	€81.837,43	€ 462.145,69	4,00%
	Octubre	€ 462.145,69	€ 78.620,95	€ 1.570,03	€1.646,45	€81.837,43	€ 383.524,74	4,00%
	Noviembre	€ 383.524,74	€ 78.930,08	€ 1.260,90	€1.646,45	€81.837,43	€ 304.594,66	4,00%
	Diciembre	€ 304.594,66	€ 79.156,19	€ 1.034,79	€1.646,45	€81.837,43	€ 225.438,47	4,00%
2020	Enero	€ 225.438,47	€ 79.425,11	€ 765,87	€1.646,45	€81.837,43	€ 146.013,36	4,00%
	Febrero	€ 146.013,36	€ 79.726,94	€ 464,04	€1.646,45	€81.837,43	€ 66.286,42	4,00%
	Marzo	€ 66.286,42	€66.286,42	€ 225,19	€1.646,45	€68.158,06	€ 0,00	4,00%

Fuente: Elaboración propia para el estudio.

En la tabla 52 se muestran las ventas que tendría mensualmente la empresa al contemplar el incremento del 15% en sus ventas, en donde se puede observar que las ventas anuales ascenderían a 12,229 prendas; 1,599 más que las calculadas para el presente proyecto.

**Tabla 52. Ventas proyectadas escenario optimista.**

Producto	Ventas proyectadas												Total
	Mes												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Tanga para dama	17	97	372	352	17	452	17	388	372	97	17	778	2.977
Bikini para dama	0	18	29	71	0	47	0	78	29	18	0	110	399
Cachetero de encaje	0	10	33	59	0	43	0	65	33	10	0	101	356
Cachetero de punto	0	0	28	57	0	28	0	63	28	0	0	95	301
Boxer de punto para dama	0	7	12	16	0	20	0	17	12	7	0	31	123
Boxer de encaje y punto para dama	0	7	16	18	0	23	0	20	16	7	0	37	143
Blummer para señora	0	0	35	199	0	35	0	219	35	0	0	258	782
Ropa deportiva	29	29	29	29	29	29	29	32	29	29	29	32	352
Pijama de short para dama	17	17	17	17	17	17	17	19	17	17	17	19	211
Pijama de mangano para dama	12	12	12	12	12	12	12	13	12	12	12	13	141
Pijama de pantalón para dama	9	9	9	9	9	9	9	10	9	9	9	10	113
Blummer para niña talla 0-4	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	9	98
Blummer para niña talla 6-12	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	26	279
Boxer para niña talla 0-4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	42
Boxer para niña talla 6-12	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	70
Cachetero para niña talla 0-4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	42
Cachetero para niña talla 6-12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	42
Pijama para niña talla 0-4	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	15	167
Pijama para niña talla 6-12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	13	139
Boxer para hombre	17	96	263	792	17	377	17	792	263	96	17	1.142	3.887
Calzoncillo para hombre	8	8	65	180	8	71	8	180	65	8	8	260	872
Boxer para niño talla 0-4	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	13	139
Boxer para niño talla 6-12	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	38	418
Calzoncillo para niño 0-4	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	9	98
Calzoncillo para niño 6-12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	42
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>441</b>	<b>1.051</b>	<b>1.941</b>	<b>239</b>	<b>1.293</b>	<b>239</b>	<b>2.026</b>	<b>1.051</b>	<b>441</b>	<b>239</b>	<b>3.031</b>	<b>12.229</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

Debido al incremento en las ventas mensuales de la empresa, ésta refleja también un incremento en sus ingresos; los cuáles se ven reflejados en la tabla 53.

**Tabla 53. Ingresos escenario optimista.**

Producto	Ingresos												Total
	Mes												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Tanga para dama	€31.476,23	€179.864,18	€687.980,50	€652.007,66	€31.476,23	€836.368,45	€31.476,23	€717.208,43	€687.980,50	€179.864,18	€31.476,23	€1.439.363,12	€5.506.541,94
Bikini para dama	€0,00	€32.626,53	€54.377,54	€130.506,10	€0,00	€87.004,07	€0,00	€143.556,71	€54.377,54	€32.626,53	€0,00	€203.372,01	€738.447,04
Cachetero de encaje	€0,00	€25.436,48	€83.092,50	€147.531,59	€0,00	€108.528,98	€0,00	€162.284,75	€83.092,50	€25.436,48	€0,00	€253.686,50	€889.089,79
Cachetero de punto	€0,00	€0,00	€71.222,15	€143.716,12	€0,00	€71.222,15	€0,00	€158.087,73	€71.222,15	€0,00	€0,00	€236.432,09	€751.902,37
Boxer de punto para dama	€0,00	€17.664,22	€31.089,03	€39.567,86	€0,00	€48.753,25	€0,00	€43.524,65	€31.089,03	€17.664,22	€0,00	€77.722,58	€307.074,85
Boxer de encaje y punto para dama	€0,00	€17.664,22	€39.567,86	€44.513,84	€0,00	€57.232,08	€0,00	€48.965,23	€39.567,86	€17.664,22	€0,00	€92.489,87	€357.665,18
Blummer para señora	€0,00	€0,00	€88.179,80	€497.848,46	€0,00	€88.179,80	€0,00	€547.633,30	€88.179,80	€0,00	€0,00	€644.631,08	€1.954.652,24
Ropa deportiva	€172.500,00	€172.500,00	€172.500,00	€172.500,00	€172.500,00	€172.500,00	€172.500,00	€192.337,50	€172.500,00	€172.500,00	€172.500,00	€192.337,50	€2.109.675,00
Pijama de short para dama	€86.250,00	€86.250,00	€86.250,00	€86.250,00	€86.250,00	€86.250,00	€86.250,00	€96.168,75	€86.250,00	€86.250,00	€86.250,00	€96.168,75	€1.054.837,50
Pijama de manguito para dama	€69.000,00	€69.000,00	€69.000,00	€69.000,00	€69.000,00	€69.000,00	€69.000,00	€76.935,00	€69.000,00	€69.000,00	€69.000,00	€76.935,00	€843.870,00
Pijama de pantalón para dama	€64.400,00	€64.400,00	€64.400,00	€64.400,00	€64.400,00	€64.400,00	€64.400,00	€71.806,00	€64.400,00	€64.400,00	€64.400,00	€71.806,00	€787.612,00
Blummer para niña talla 0-4	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€13.912,41	€151.164,91
Blummer para niña talla 6-12	€42.550,00	€42.550,00	€42.550,00	€42.550,00	€42.550,00	€42.550,00	€42.550,00	€42.550,00	€42.550,00	€42.550,00	€42.550,00	€47.443,25	€515.493,25
Boxer para niña talla 0-4	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€6.347,14	€68.964,64
Boxer para niña talla 6-12	€11.500,00	€11.500,00	€11.500,00	€11.500,00	€11.500,00	€11.500,00	€11.500,00	€11.500,00	€11.500,00	€11.500,00	€11.500,00	€12.822,50	€139.322,50
Cachetero para niña talla 0-4	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€5.692,50	€6.347,14	€68.964,64
Cachetero para niña talla 6-12	€6.900,00	€6.900,00	€6.900,00	€6.900,00	€6.900,00	€6.900,00	€6.900,00	€6.900,00	€6.900,00	€6.900,00	€6.900,00	€7.693,50	€83.593,50
Pijama para niña talla 0-4	€55.200,00	€55.200,00	€55.200,00	€55.200,00	€55.200,00	€55.200,00	€55.200,00	€55.200,00	€55.200,00	€55.200,00	€55.200,00	€61.548,00	€668.748,00
Pijama para niña talla 6-12	€51.750,00	€51.750,00	€51.750,00	€51.750,00	€51.750,00	€51.750,00	€51.750,00	€51.750,00	€51.750,00	€51.750,00	€51.750,00	€57.701,25	€626.951,25
Boxer para hombre	€49.899,50	€289.417,07	€788.412,03	€2.375.215,99	€49.899,50	€1.130.722,57	€49.899,50	€2.375.215,99	€788.412,03	€289.417,07	€49.899,50	€3.425.101,37	€11.661.512,11
Calzoncillo para hombre	€21.111,33	€21.111,33	€161.853,49	€450.374,93	€21.111,33	€178.038,84	€21.111,33	€450.374,93	€161.853,49	€21.111,33	€21.111,33	€650.228,81	€2.179.392,46
Boxer para niño talla 0-4	€17.250,00	€17.250,00	€17.250,00	€17.250,00	€17.250,00	€17.250,00	€17.250,00	€17.250,00	€17.250,00	€17.250,00	€17.250,00	€19.233,75	€208.983,75
Boxer para niño talla 6-12	€58.650,00	€58.650,00	€58.650,00	€58.650,00	€58.650,00	€58.650,00	€58.650,00	€58.650,00	€58.650,00	€58.650,00	€58.650,00	€65.394,75	€710.544,75
Calzoncillo para niño 0-4	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€12.477,50	€13.912,41	€151.164,91
Calzoncillo para niño 6-12	€6.382,50	€6.382,50	€6.382,50	€6.382,50	€6.382,50	€6.382,50	€6.382,50	€6.382,50	€6.382,50	€6.382,50	€6.382,50	€7.116,49	€77.323,99
<b>Total</b>	<b>€781.159,55</b>	<b>€1.262.456,53</b>	<b>€2.684.447,40</b>	<b>€5.159.955,05</b>	<b>€781.159,55</b>	<b>€3.284.722,70</b>	<b>€781.159,55</b>	<b>€5.370.621,46</b>	<b>€2.684.447,40</b>	<b>€1.262.456,53</b>	<b>€781.159,55</b>	<b>€7.779.747,28</b>	<b>€32.613.492,58</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

Con el incremento en las ventas y la disminución en la cuota, que la empresa debe pagar al banco por el préstamo obtenido, los egresos de la empresa también sufren una variación ya que al incrementar las ventas también incrementan los costos de producción, dichas variaciones se muestran en la tabla 54 que reflejan los egresos de la empresa anualmente.

**Tabla 54. Egresos escenario optimista.**

Detalle	Egresos												Total Anual	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
<b>Gastos de Producción</b>														
Salarios de producción	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€4.258.036,57
Materia prima	€783.387,55	€614.201,94	€841.698,14	€856.877,86	€802.706,58	€609.164,58	€863.905,13	€883.037,72	€861.985,87	€382.053,14	€1.394.365,40	€597.585,17	€597.585,17	€9.490.969,10
Materiales de trabajo	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€12.900,00
Herramientas	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€6.315,00
Insumos	€10.701,72	€13.239,21	€18.593,52	€17.163,82	€16.140,49	€9.871,78	€19.142,73	€19.381,42	€16.176,79	€4.454,34	€33.416,85	€14.321,51	€14.321,51	€192.604,17
Energía eléctrica	€34.768,63	€31.723,60	€41.674,37	€40.850,80	€40.194,51	€28.394,89	€42.435,05	€44.151,84	€42.291,27	€16.270,06	€71.689,06	€30.723,88	€30.723,88	€465.167,97
Depreciación	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€707.110,00
<b>Gastos Administrativos</b>														
Salarios administrativos	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€7.822.145,46
Aguinaldos													1.006.681,84	€1.006.681,84
Seguros y patentes	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€710.800,00
Materiales de oficina	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€400.800,00
Herramientas de oficina	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€9.780,00
Electricidad	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€190.743,42
Agua	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€84.000,00
Teléfono	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€132.000,00
Internet	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€126.000,00
<b>Gastos Financieros</b>														
Gastos financieros	€11.554,06	€10.379,59	€11.072,52	€10.535,81	€10.589,89	€10.067,15	€10.104,02	€9.860,32	€9.358,72	€9.369,57	€8.882,18	€8.875,53	€8.875,53	€120.649,36
Amortización	€70.283,37	€71.457,84	€70.764,91	€71.301,62	€71.247,54	€71.770,28	€71.733,41	€71.977,11	€72.478,71	€72.467,86	€72.955,25	€72.961,90	€72.961,90	€861.399,80
<b>Gastos de Venta</b>														
Transporte del producto y publicidad	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€2.190.000,00
<b>Total</b>	<b>€2.264.450,50</b>	<b>€2.094.757,34</b>	<b>€2.337.558,62</b>	<b>€2.350.485,07</b>	<b>€2.294.634,17</b>	<b>€2.083.023,84</b>	<b>€2.361.075,50</b>	<b>€2.382.163,57</b>	<b>€2.356.046,52</b>	<b>€1.838.370,13</b>	<b>€3.340.632,46</b>	<b>€3.084.904,98</b>	<b>€3.084.904,98</b>	<b>€28.788.102,69</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

En la tabla 55 se muestra el flujo de caja de la empresa para el escenario optimista, en el cual se da a conocer un incremento en los ingresos y también en los egresos, los cuales a pesar de que la tasa de interés bajó en un 0.70%, incrementaron los gastos porque se encuentran relacionados con las ventas ya que se requiere más materia prima, insumos y mano de obra. Sin embargo a pesar de que se da un incremento en los egresos, estos se contrarrestan con los ingresos que tiene la empresa, dando como resultado un saldo final positivo.

**Tabla 55. Flujo de caja del escenario optimista**

Detalle	Flujo de caja											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo Inicial Efectivo	€ 1.650.430,76	€ 226.065,65	€ (547.309,32)	€ (141.494,70)	€ 2.726.901,12	€ 1.272.352,34	€ 2.532.977,03	€ 1.011.986,91	€ 4.059.370,64	€ 4.446.697,35	€ 3.929.709,60	€ 1.429.162,52
Entradas de Efectivo	€ 781.159,55	€ 1.262.456,53	€ 2.684.447,40	€ 5.159.955,05	€ 781.159,55	€ 3.284.722,70	€ 781.159,55	€ 5.370.621,46	€ 2.684.447,40	€ 1.262.456,53	€ 781.159,55	€ 7.779.747,28
Saldo Parcial	€ 2.431.590,32	€ 1.488.522,19	€ 2.137.138,09	€ 5.018.460,35	€ 3.508.060,67	€ 4.557.075,03	€ 3.314.136,58	€ 6.382.608,38	€ 6.743.818,04	€ 5.709.153,89	€ 4.710.869,15	€ 9.208.909,80
Salidas de Efectivo	€ 2.205.524,66	€ 2.035.831,50	€ 2.278.632,79	€ 2.291.559,24	€ 2.235.708,33	€ 2.024.098,00	€ 2.302.149,67	€ 2.323.237,74	€ 2.297.120,69	€ 1.779.444,29	€ 3.281.706,63	€ 3.025.979,15
Saldo Final	€ 226.065,65	€ (547.309,32)	€ (141.494,70)	€ 2.726.901,12	€ 1.272.352,34	€ 2.532.977,03	€ 1.011.986,91	€ 4.059.370,64	€ 4.446.697,35	€ 3.929.709,60	€ 1.429.162,52	€ 6.182.930,65

**Fuente:** Elaboración propia para el estudio.

En la tabla 56 se muestra el flujo neto de efectivo de la empresa para el escenario optimista, en donde se puede observar el incremento en los ingresos y en los egresos, pero también se refleja que los gastos financieros disminuyeron levemente al bajar la tasa, el periodo cero refleja la inversión inicial menos el financiamiento.

También se puede apreciar que la situación económica de la empresa ya que muestra todos los ingresos y egresos en los que incurrirá la empresa producto del ejercicio de sus operaciones así como el total del flujo neto de efectivo en positivo para los cinco años.

**Tabla 56. Flujo neto de efectivo del escenario optimista**

Detalle	Flujo neto de efectivo					
	0	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Ingresos</b>		<b>€32.613.492,58</b>	<b>€35.874.841,84</b>	<b>€39.462.326,02</b>	<b>€43.408.558,62</b>	<b>€47.749.414,48</b>
Ventas		€32.613.492,58	€35.874.841,84	€39.462.326,02	€43.408.558,62	€47.749.414,48
<b>Egresos</b>		<b>€27.926.702,88</b>	<b>€28.580.283,87</b>	<b>€30.024.026,47</b>	<b>€31.551.878,09</b>	<b>€33.212.358,38</b>
<b>Gastos de producción</b>						
Salarios de producción		€4.258.036,57	€4.343.197,30	€4.430.061,25	€4.518.662,47	€4.609.035,72
Materia prima		€9.490.969,10	€9.965.517,55	€10.463.793,43	€10.986.983,10	€11.536.332,26
Materiales de trabajo		€12.900,00	€13.932,00	€15.046,56	€16.250,28	€17.550,31
Herramientas		€6.315,00	€6.693,90	€7.095,53	€7.521,27	€7.972,54
Insumos		€192.604,17	€208.012,51	€224.653,51	€242.625,79	€262.035,85
Energía eléctrica		€465.167,97	€502.381,41	€542.571,92	€585.977,67	€632.855,89
Depreciación		€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00
<b>Total Egresos Producción</b>		<b>€15.133.102,81</b>	<b>€15.039.734,67</b>	<b>€15.683.222,20</b>	<b>€16.358.020,59</b>	<b>€17.065.782,57</b>
<b>Gastos administrativos</b>						
Salarios administrativos		€7.822.145,46	€8.291.474,19	€8.788.962,64	€9.316.300,40	€9.875.278,42
Aguinaldos		€1.006.681,84	€1.026.815,47	€1.047.351,78	€1.068.298,82	€1.089.664,79
Seguros y patentes		€710.800,00	€725.016,00	€739.516,32	€754.306,65	€769.392,78
Materiales de oficina		€400.800,00	€424.848,00	€450.338,88	€477.359,21	€506.000,77
Herramientas de oficina		€9.780,00	€10.758,00	€11.833,80	€13.017,18	€14.318,90
Electricidad		€190.743,42	€206.002,90	€222.483,13	€240.281,78	€259.504,32
Internet		€126.000,00	€136.080,00	€146.966,40	€158.723,71	€171.421,61
Agua		€84.000,00	€89.040,00	€94.382,40	€100.045,34	€106.048,06
Teléfono		€132.000,00	€135.960,00	€140.038,80	€144.239,96	€148.567,16
<b>Total Egresos Administrativos</b>		<b>€10.482.950,72</b>	<b>€11.045.994,55</b>	<b>€11.641.874,15</b>	<b>€12.272.573,05</b>	<b>€12.940.196,81</b>
<b>Gastos Financieros</b>						
Gastos financieros		€120.649,36	€85.554,65	€49.030,13	€6.394,46	€0,00
<b>Total Egresos Financieros</b>		<b>€120.649,36</b>	<b>€85.554,65</b>	<b>€49.030,13</b>	<b>€6.394,46</b>	<b>€0,00</b>
<b>Gastos de ventas</b>						
Transporte del producto y publicidad		€2.190.000,00	€2.409.000,00	€2.649.900,00	€2.914.890,00	€3.206.379,00
<b>Total Egresos Ventas</b>		<b>€2.190.000,00</b>	<b>€2.409.000,00</b>	<b>€2.649.900,00</b>	<b>€2.914.890,00</b>	<b>€3.206.379,00</b>
<b>Flujo Neto de Efectivo Antes Impuestos</b>		<b>€4.686.789,70</b>	<b>€7.294.557,97</b>	<b>€9.438.299,55</b>	<b>€11.856.680,53</b>	<b>€14.537.056,11</b>
Impuestos		€511.658,47	€796.349,44	€1.030.382,46	€1.294.397,96	€1.587.015,50
<b>Flujo Neto de Efectivo Después de impuestos</b>		<b>€4.175.131,23</b>	<b>€6.498.208,52</b>	<b>€8.407.917,09</b>	<b>€10.562.282,57</b>	<b>€12.950.040,61</b>
Depreciación		€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00
Amortización		€861.399,80	€896.494,51	€933.019,03	€225.438,46	€0,00
<b>Inversión Inicial</b>						
Vehículo	€4.000.000,00					
Terreno	€2.000.000,00					
Edificio	€1.508.000,00					
Capital de trabajo	€1.650.430,76					
Maquinaria	€1.632.000,00					
Gastos pre operativos	€496.400,00					
Mobiliario y equipo	€961.850,00					
Préstamo	€4.200.000,00					
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-€8.048.680,76</b>	<b>€ 4.020.841,42</b>	<b>€ 6.308.824,01</b>	<b>€ 8.182.008,05</b>	<b>€ 11.043.954,11</b>	<b>€ 13.657.150,61</b>

**Fuente:** Elaboración propia para el estudio.

En la tabla 57 se muestra el Estado de Resultados de la empresa para el escenario optimista, en el mismo se expone que la empresa cuenta con una leve disminución en gastos financieros pero que refleja un incremento en las ventas, lo cual permite informar de la variante en las operaciones de la empresa como lo es el incremento de las ventas en un 15% y que la empresa cuenta con una tasa menor en cuanto al préstamo. Así mismo, se ve reflejado que la empresa tiene utilidades y que es rentable.

**Tabla 57. Estado de Resultados del escenario optimista**

**Creaciones Jireh**  
**6 0317 0790**  
**Estado de Resultados**  
**Al 30 de Setiembre 2017**

Ventas Netas	C\$32.613.492,58
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>C\$32.613.492,58</b>
Gastos Operacionales	
Salarios Administrativos	C\$7.822.145,46
Gastos de Ventas	C\$2.190.000,00
Servicios Básicos	C\$997.911,39
Salarios Operativos	C\$4.258.036,57
Gastos Financieros	C\$120.649,36
Gasto por Insumos	C\$192.604,17
Consumo materia Primas	C\$9.490.969,10
Aguinaldos	C\$1.006.681,84
Gasto por Seguros y patentes	C\$710.800,00
Gasto por Depreciación	C\$707.110,00
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>C\$27.496.907,88</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>C\$5.116.584,70</b>
Impuestos	C\$511.658,47
<b>Utilidad del Periodo</b>	<b>C\$4.604.926,23</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

En la tabla 58 se muestra el Balance General de la empresa para el escenario optimista, en el cual se muestra la situación financiera de la empresa, donde se puede observar que la misma muestra una leve baja en los pasivos debido a la disminución en la tasa de interés.

**Tabla 58. Balance General del escenario optimista**

**Creaciones Jireh**  
**6 0317 0790**  
**Balance General**  
**Al 30 de Setiembre 2017**

<b><u>Activos</u></b>		
<b>Activos Circulantes</b>		
Efectivo	C\$6.167.672,19	
<b><u>Total de Activos Circulantes</u></b>		<b>C\$6.167.672,19</b>
<b>Activos Fijos</b>		
Vehículo	C\$4.000.000,00	
Maquinaria	C\$1.632.000,00	
-Dep Acumulada	C\$707.110,00	
Terreno	C\$2.000.000,00	
Edificio	C\$1.508.000,00	
Mobiliario y equipo	C\$961.850,00	
Materiales de Trabajo	C\$12.900,00	
Herramientas de Trabajo	C\$6.315,00	
Materiales de Oficina	C\$400.800,00	
Herramientas de Oficina	C\$9.780,00	
<b><u>Total de Activos Fijos</u></b>		<b>C\$9.824.535,00</b>
<b><u>Total Activos</u></b>		<b>C\$15.992.207,19</b>
<b><u>Pasivos</u></b>		
Documentos por Pagar	C\$3.338.600,20	
<b><u>Total Pasivos</u></b>		<b>C\$3.338.600,20</b>
<b><u>Patrimonio</u></b>		
Capital Social	C\$8.048.680,76	
Utilidad del periodo	C\$4.604.926,23	
<b><u>Total Patrimonio</u></b>		<b>C\$12.653.606,99</b>
<b><u>Pasivos más Patrimonio</u></b>		<b>C\$15.992.207,19</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

Al poner a prueba el proyecto en este escenario se obtiene que el VAN es de C\$6,639,170.89, la tasa interna de retorno es de 74%, el índice de deseabilidad es de 1,82 lo que significa que el

proyecto genera ¢1,82 colones por cada colón invertido; por último presenta un periodo de recuperación de 20 meses.

Para el análisis de estos indicadores se utilizó una tasa de corte del 33%, la cual para efectos de este proyecto contempla un 7% de inflación un 10% de rentabilidad esperada, 10% premio al riesgo, 4% de tasa básica activa y una devaluación del 2%; para una tasa de corte.

El cálculo del valor actual neto de este proyecto se realizó tomando en cuenta los datos del flujo neto de efectivo mostrados en la tabla 59 y la inversión inicial. El cálculo se realizó para evaluar el valor del dinero a través del tiempo.

**Tabla 59. Evaluación de los Flujos Netos del escenario optimista**

<b>Evaluación Flujo de Caja</b>	
<b>-Inversión de inicial</b>	<b>¢8.048.680,76</b>
Flujo Neto Efectivo 1	¢4.020.841,42
Flujo Neto Efectivo 2	¢6.308.824,01
Flujo Neto Efectivo 3	¢8.182.008,05
Flujo Neto Efectivo 4	¢11.043.954,11
Flujo Neto Efectivo 5	¢13.657.150,61

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

➤ **Escenario pesimista.**

Este análisis está orientado a determinar el volumen mínimo de ventas que debería tener la empresa para ser económicamente rentable y lograr que el VAN se haga cero o lo más cercano posible a cero; esto permitiría ver cuánto es el porcentaje máximo de reducción que soportaría la empresa en sus ventas.

En el presente proyecto, el escenario pesimista se realizó contemplando una reducción en sus ventas y partiendo de que la tasa de interés del préstamo incrementa en un 1% según información brindada por el Banco Popular. Al poner a prueba el proyecto en este escenario se puede observar que, contemplando un incremento del 1% en la tasa de interés del préstamo, el porcentaje mínimo de reducción en ventas que soporta el proyecto para que el VAN sea igual a cero es de 3%. Con un incremento en la tasa de interés del 1%, la cuota mensual, amortización e intereses del préstamo que tiene la empresa presentan una variación tal y como se muestra en la tabla 60.

**Tabla 60. Préstamo bancario, escenario pesimista.**

Préstamo al Banco									
Año	Mes	Capital	Amortización	Intereses	Polizas	Cuota	Saldo	Tasa	
2015	Abril	€ 4.200.000,00	€ 53.192,10	€36.563,01	€1.596,00	€91.351,11	€4.146.807,90	10,25%	
	Mayo	€ 4.146.807,90	€ 54.819,65	€34.935,44	€1.596,00	€91.351,09	€4.091.988,25	10,25%	
	Junio	€ 4.091.988,25	€ 54.132,40	€35.622,72	€1.686,85	€91.441,97	€4.037.855,85	10,25%	
	Julio	€ 4.037.855,85	€ 55.737,55	€34.017,55	€1.670,85	€91.425,95	€3.982.118,30	10,25%	
	Agosto	€ 3.982.118,30	€ 55.088,85	€34.666,25	€1.688,45	€91.443,55	€3.927.029,45	10,25%	
	Setiembre	€ 3.927.029,45	€ 55.568,45	€34.186,67	€1.596,00	€91.351,12	€3.871.461,00	10,25%	
	Octubre	€ 3.871.461,00	€ 57.139,35	€32.615,73	€1.691,90	€91.446,98	€3.814.321,65	10,25%	
	Noviembre	€ 3.814.321,65	€ 56.549,60	€33.205,50	€1.596,00	€91.351,10	€3.757.772,05	10,25%	
	Diciembre	€ 3.757.772,05	€ 58.097,15	€31.657,94	€1.674,00	€91.429,09	€3.699.674,90	10,25%	
	2016	Enero	€ 3.699.674,90	€ 57.547,65	€32.207,44	€1.653,95	€91.409,04	€3.642.127,25	10,25%
		Febrero	€ 3.642.127,25	€ 58.048,65	€31.706,46	€1.596,00	€91.351,11	€3.584.078,60	10,25%
		Marzo	€ 3.584.078,60	€ 60.566,95	€29.188,15	€1.677,30	€91.432,40	€3.523.511,65	10,25%
Abril		€ 3.523.511,65	€ 65.208,35	€17.057,66	€1.609,75	€83.875,76	€3.458.303,30	5,70%	
Mayo		€ 3.458.303,30	€ 66.261,55	€15.775,55	€1.596,00	€83.633,10	€3.392.041,75	5,55%	
Junio		€ 3.392.041,75	€ 66.243,50	€15.556,93	€1.636,30	€83.436,73	€3.325.798,25	5,40%	
Julio		€ 3.325.798,25	€ 67.230,35	€14.351,05	€1.636,05	€83.217,45	€3.258.567,90	5,25%	
Agosto		€ 3.258.567,90	€ 67.111,40	€ 14.391,26	€1.662,20	€83.164,86	€3.191.456,50	5,20%	
Septiembre		€ 3.191.456,50	€ 67.668,60	€ 13.115,57	€1.634,95	€82.419,12	€3.123.787,90	5,00%	
Octubre		€ 3.123.787,90	€ 68.738,95	€ 12.469,48	€1.646,45	€82.854,88	€3.055.048,95	4,70%	
Noviembre		€ 3.055.048,95	€ 69.406,73	€ 11.801,70	€1.646,45	€82.854,88	€2.985.642,22	4,70%	
Diciembre		€ 2.985.642,22	€ 69.290,40	€ 11.918,03	€1.646,45	€82.854,88	€2.916.351,82	4,70%	
2017	Enero	€ 2.916.351,82	€ 68.110,96	€ 14.118,34	€1.646,45	€83.875,75	€2.848.240,85	5,70%	
	Febrero	€ 2.848.240,85	€ 69.775,07	€ 12.454,23	€1.646,45	€83.875,75	€2.778.465,78	5,70%	
	Marzo	€ 2.778.465,78	€ 68.778,48	€ 13.450,82	€1.646,45	€83.875,75	€2.709.687,30	5,70%	
	Abril	€ 2.709.687,30	€ 69.534,60	€ 12.694,70	€1.646,45	€83.875,75	€2.640.152,70	5,70%	
	Mayo	€ 2.640.152,70	€ 69.448,07	€ 12.781,23	€1.646,45	€83.875,75	€2.570.704,63	5,70%	
	Junio	€ 2.570.704,63	€ 70.185,72	€ 12.043,58	€1.646,45	€83.875,75	€2.500.518,91	5,70%	
	Julio	€ 2.500.518,91	€ 70.124,05	€ 12.105,25	€1.646,45	€83.875,75	€2.430.394,86	5,70%	
	Agosto	€ 2.430.394,86	€ 70.463,53	€ 11.765,77	€1.646,45	€83.875,75	€2.359.931,33	5,70%	
	Septiembre	€ 2.359.931,33	€ 71.173,18	€ 11.056,12	€1.646,45	€83.875,75	€2.288.758,15	5,70%	
	Octubre	€ 2.288.758,15	€ 71.149,20	€ 11.080,10	€1.646,45	€83.875,75	€2.217.608,95	5,70%	
	Noviembre	€ 2.217.608,95	€ 71.839,95	€ 10.389,35	€1.646,45	€83.875,75	€2.145.768,99	5,70%	
	Diciembre	€ 2.145.768,99	€ 71.841,43	€ 10.387,87	€1.646,45	€83.875,75	€2.073.927,57	5,70%	
2018	Enero	€ 2.073.927,57	€ 72.189,22	€ 10.040,08	€1.646,45	€83.875,75	€2.001.738,35	5,70%	
	Febrero	€ 2.001.738,35	€ 73.476,49	€ 8.752,81	€1.646,45	€83.875,75	€1.928.261,85	5,70%	
	Marzo	€ 1.928.261,85	€ 72.894,40	€ 9.334,90	€1.646,45	€83.875,75	€1.855.367,46	5,70%	
	Abril	€ 1.855.367,46	€ 73.537,03	€ 8.692,27	€1.646,45	€83.875,75	€1.781.830,42	5,70%	
	Mayo	€ 1.781.830,42	€ 73.603,29	€ 8.626,01	€1.646,45	€83.875,75	€1.708.227,14	5,70%	
	Junio	€ 1.708.227,14	€ 74.226,37	€ 8.002,93	€1.646,45	€83.875,75	€1.634.000,76	5,70%	
	Julio	€ 1.634.000,76	€ 74.318,95	€ 7.910,35	€1.646,45	€83.875,75	€1.559.681,82	5,70%	
	Agosto	€ 1.559.681,82	€ 74.678,73	€ 7.550,57	€1.646,45	€83.875,75	€1.485.003,09	5,70%	
	Septiembre	€ 1.485.003,09	€ 75.272,16	€ 6.957,14	€1.646,45	€83.875,75	€1.409.730,93	5,70%	
	Octubre	€ 1.409.730,93	€ 75.404,66	€ 6.824,64	€1.646,45	€83.875,75	€1.334.326,27	5,70%	
	Noviembre	€ 1.334.326,27	€ 75.978,07	€ 6.251,23	€1.646,45	€83.875,75	€1.258.348,20	5,70%	
	Diciembre	€ 1.258.348,20	€ 76.137,52	€ 6.091,78	€1.646,45	€83.875,75	€1.182.210,68	5,70%	
2019	Enero	€ 1.182.210,68	€ 76.506,10	€ 5.723,20	€1.646,45	€83.875,75	€1.105.704,57	5,70%	
	Febrero	€ 1.105.704,57	€ 77.394,49	€ 4.834,81	€1.646,45	€83.875,75	€1.028.310,08	5,70%	
	Marzo	€ 1.028.310,08	€ 77.251,15	€ 4.978,15	€1.646,45	€83.875,75	€ 951.058,93	5,70%	
	Abril	€ 951.058,93	€ 77.773,65	€ 4.455,65	€1.646,45	€83.875,75	€ 873.285,28	5,70%	
	Mayo	€ 873.285,28	€ 78.001,64	€ 4.227,66	€1.646,45	€83.875,75	€ 795.283,63	5,70%	
	Junio	€ 795.283,63	€ 78.503,45	€ 3.725,85	€1.646,45	€83.875,75	€ 716.780,18	5,70%	
	Julio	€ 716.780,18	€ 78.759,30	€ 3.470,00	€1.646,45	€83.875,75	€ 638.020,88	5,70%	
	Agosto	€ 638.020,88	€ 79.140,58	€ 3.088,72	€1.646,45	€83.875,75	€ 558.880,30	5,70%	
	Septiembre	€ 558.880,30	€ 79.610,98	€ 2.618,32	€1.646,45	€83.875,75	€ 479.269,32	5,70%	
	Octubre	€ 479.269,32	€ 79.909,11	€ 2.320,19	€1.646,45	€83.875,75	€ 399.360,21	5,70%	
	Noviembre	€ 399.360,21	€ 80.358,32	€ 1.870,98	€1.646,45	€83.875,75	€ 319.001,88	5,70%	
	Diciembre	€ 319.001,88	€ 80.684,98	€ 1.544,32	€1.646,45	€83.875,75	€ 238.316,90	5,70%	
2020	Enero	€ 238.316,90	€ 81.075,59	€ 1.153,71	€1.646,45	€83.875,75	€ 157.241,32	5,70%	
	Febrero	€ 157.241,32	€ 81.517,19	€ 712,11	€1.646,45	€83.875,75	€ 75.724,13	5,70%	
	Marzo	€ 75.724,13	€75.724,13	€ 366,59	€1.646,45	€77.737,17	€ (0,00)	5,70%	

Fuente: Elaboración propia para el estudio.

Al someterse a prueba el proyecto se puede determinar que la empresa soporta una disminución en sus ventas de un 3% como máximo, para poder seguir siendo rentable económicamente; con una disminución en sus ventas, la nueva cantidad de prendas que la empresa vendería mensualmente se muestra en la tabla 61.

**Tabla 61. Ventas proyectadas escenario pesimista.**

Producto	Ventas proyectadas												Total
	Mes												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Tanga para dama	14	82	314	297	14	381	14	327	314	82	14	656	2.511
Bikini para dama	0	15	25	60	0	40	0	65	25	15	0	93	337
Cachetero de encaje	0	9	28	50	0	37	0	55	28	9	0	86	300
Cachetero de punto	0	0	24	48	0	24	0	53	24	0	0	80	254
Boxer de punto para dama	0	6	10	13	0	16	0	15	10	6	0	26	104
Boxer de encaje y punto para dama	0	6	13	15	0	19	0	17	13	6	0	31	121
Blummer para señora	0	0	30	168	0	30	0	185	30	0	0	217	659
Ropa deportiva	24	24	24	24	24	24	24	27	24	24	24	27	296
Pijama de short para dama	15	15	15	15	15	15	15	16	15	15	15	16	177
Pijama de manguito para dama	10	10	10	10	10	10	10	11	10	10	10	11	118
Pijama de pantalón para dama	8	8	8	8	8	8	8	9	8	8	8	9	95
Blummer para niña talla 0-4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	82
Blummer para niña talla 6-12	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	21	235
Boxer para niña talla 0-4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
Boxer para niña talla 6-12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
Cachetero para niña talla 0-4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
Cachetero para niña talla 6-12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
Pijama para niña talla 0-4	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	13	141
Pijama para niña talla 6-12	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	11	117
Boxer para hombre	14	81	222	668	14	318	14	668	222	81	14	963	3.279
Calzoncillo para hombre	7	7	55	152	7	60	7	152	55	7	7	219	735
Boxer para niño talla 0-4	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	11	117
Boxer para niño talla 6-12	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	32	352
Calzoncillo para niño 0-4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	82
Calzoncillo para niño 6-12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>372</b>	<b>886</b>	<b>1.637</b>	<b>201</b>	<b>1.091</b>	<b>201</b>	<b>1.708</b>	<b>886</b>	<b>372</b>	<b>201</b>	<b>2.554</b>	<b>10.311</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

Al disminuir las ventas mensuales la empresa también sufre una disminución en sus ingresos, mismos que se ven reflejados en la tabla 62, en donde se muestran los ingresos que tendrá la empresa mensualmente.

**Tabla 62. Ingresos escenario pesimista.**

Producto	Ingresos												Total
	Mes												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Tanga para dama	€26.549,52	€151.711,53	€580.296,59	€549.954,29	€26.549,52	€705.458,60	€26.549,52	€604.949,72	€580.296,59	€151.711,53	€26.549,52	€1.214.071,50	€4.644.648,42
Bikini para dama	€0,00	€27.519,77	€45.866,28	€110.079,06	€0,00	€73.386,04	€0,00	€121.086,97	€45.866,28	€27.519,77	€0,00	€171.539,87	€622.864,03
Cachetero de encaje	€0,00	€21.455,12	€70.086,72	€124.439,69	€0,00	€91.541,84	€0,00	€136.883,66	€70.086,72	€21.455,12	€0,00	€213.979,05	€749.927,91
Cachetero de punto	€0,00	€0,00	€60.074,33	€121.221,42	€0,00	€60.074,33	€0,00	€133.343,56	€60.074,33	€0,00	€0,00	€199.425,33	€634.213,31
Boxer de punto para dama	€0,00	€14.899,39	€26.222,92	€33.374,63	€0,00	€41.122,31	€0,00	€36.712,09	€26.222,92	€14.899,39	€0,00	€65.557,31	€259.010,96
Boxer de encaje y punto para dama	€0,00	€14.899,39	€33.374,63	€37.546,46	€0,00	€48.274,02	€0,00	€41.301,10	€33.374,63	€14.899,39	€0,00	€78.013,20	€301.682,81
Blummer para señora	€0,00	€0,00	€74.377,74	€419.924,35	€0,00	€74.377,74	€0,00	€461.916,78	€74.377,74	€0,00	€0,00	€543.732,30	€1.648.706,67
Ropa deportiva	€145.500,00	€145.500,00	€145.500,00	€145.500,00	€145.500,00	€145.500,00	€145.500,00	€159.613,50	€145.500,00	€145.500,00	€145.500,00	€159.613,50	€1.774.227,00
Pijama de short para dama	€72.750,00	€72.750,00	€72.750,00	€72.750,00	€72.750,00	€72.750,00	€72.750,00	€79.806,75	€72.750,00	€72.750,00	€72.750,00	€79.806,75	€887.113,50
Pijama de mangano para dama	€58.200,00	€58.200,00	€58.200,00	€58.200,00	€58.200,00	€58.200,00	€58.200,00	€63.845,40	€58.200,00	€58.200,00	€58.200,00	€63.845,40	€709.690,80
Pijama de pantalón para dama	€54.320,00	€54.320,00	€54.320,00	€54.320,00	€54.320,00	€54.320,00	€54.320,00	€59.589,04	€54.320,00	€54.320,00	€54.320,00	€59.589,04	€662.378,08
Blummer para niña talla 0-4	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€11.545,38	€127.314,88
Blummer para niña talla 6-12	€35.890,00	€35.890,00	€35.890,00	€35.890,00	€35.890,00	€35.890,00	€35.890,00	€35.890,00	€35.890,00	€35.890,00	€35.890,00	€39.371,33	€434.161,33
Boxer para niña talla 0-4	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€5.267,25	€58.083,75
Boxer para niña talla 6-12	€9.700,00	€9.700,00	€9.700,00	€9.700,00	€9.700,00	€9.700,00	€9.700,00	€9.700,00	€9.700,00	€9.700,00	€9.700,00	€10.640,90	€117.340,90
Cachetero para niña talla 0-4	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€4.801,50	€5.267,25	€58.083,75
Cachetero para niña talla 6-12	€5.820,00	€5.820,00	€5.820,00	€5.820,00	€5.820,00	€5.820,00	€5.820,00	€5.820,00	€5.820,00	€5.820,00	€5.820,00	€6.384,54	€70.404,54
Pijama para niña talla 0-4	€46.560,00	€46.560,00	€46.560,00	€46.560,00	€46.560,00	€46.560,00	€46.560,00	€46.560,00	€46.560,00	€46.560,00	€46.560,00	€51.076,32	€563.236,32
Pijama para niña talla 6-12	€43.650,00	€43.650,00	€43.650,00	€43.650,00	€43.650,00	€43.650,00	€43.650,00	€43.650,00	€43.650,00	€43.650,00	€43.650,00	€47.884,05	€528.034,05
Boxer para hombre	€42.089,14	€244.117,01	€665.008,41	€2.003.443,05	€42.089,14	€953.739,91	€42.089,14	€2.003.443,05	€665.008,41	€244.117,01	€42.089,14	€2.888.998,55	€9.836.231,95
Calzoncillo para hombre	€17.806,94	€17.806,94	€136.519,90	€379.881,47	€17.806,94	€150.171,89	€17.806,94	€379.881,47	€136.519,90	€17.806,94	€17.806,94	€548.453,87	€1.838.270,16
Boxer para niño talla 0-4	€14.550,00	€14.550,00	€14.550,00	€14.550,00	€14.550,00	€14.550,00	€14.550,00	€14.550,00	€14.550,00	€14.550,00	€14.550,00	€15.961,35	€176.011,35
Boxer para niño talla 6-12	€49.470,00	€49.470,00	€49.470,00	€49.470,00	€49.470,00	€49.470,00	€49.470,00	€49.470,00	€49.470,00	€49.470,00	€49.470,00	€54.268,59	€598.438,59
Calzoncillo para niño 0-4	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€10.524,50	€11.545,38	€127.314,88
Calzoncillo para niño 6-12	€5.383,50	€5.383,50	€5.383,50	€5.383,50	€5.383,50	€5.383,50	€5.383,50	€5.383,50	€5.383,50	€5.383,50	€5.383,50	€5.905,70	€65.124,20
<b>Total</b>	<b>€658.891,10</b>	<b>€1.064.854,64</b>	<b>€2.264.273,03</b>	<b>€4.352.309,91</b>	<b>€658.891,10</b>	<b>€2.770.592,19</b>	<b>€658.891,10</b>	<b>€4.524.048,59</b>	<b>€2.264.273,03</b>	<b>€1.064.854,64</b>	<b>€658.891,10</b>	<b>€6.551.743,69</b>	<b>€27.492.514,12</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

Al incrementar la tasa de interés del préstamo, también incrementan los egresos de la empresa ya que la cuota mensual sufre una alza, sin embargo con la reducción de las ventas los egresos de producción disminuyen tal y como se muestra en tabla 63.

**Tabla 63. Egresos escenario pesimista.**

Detalle	Egresos												Total Anual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
<b>Gastos de Producción</b>													
Salarios de producción	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€321.039,00	€726.607,57	€321.039,00	<b>€4.258.036,57</b>
Materia prima	€660.770,37	€518.065,98	€709.954,08	€722.757,85	€677.065,55	€513.817,08	€726.526,08	€743.383,71	€727.066,34	€322.253,51	€1.172.783,64	€502.621,56	<b>€7.997.065,77</b>
Materiales de trabajo	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	€1.075,00	<b>€12.900,00</b>
Herramientas	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	€526,25	<b>€6.315,00</b>
Insumos	€9.026,67	€11.166,98	€15.683,23	€14.477,30	€13.614,15	€8.326,63	€16.136,91	€16.341,43	€13.644,77	€3.757,14	€28.153,47	€12.065,77	<b>€162.394,46</b>
Energía eléctrica	€29.326,59	€26.758,17	€35.151,43	€34.456,76	€33.903,19	€23.950,47	€35.728,27	€37.197,93	€35.671,77	€13.723,45	€60.331,07	€25.856,17	<b>€392.055,28</b>
Depreciación	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	€58.925,83	<b>€707.110,00</b>
<b>Gastos Administrativos</b>													
Salarios administrativos	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	€651.845,45	<b>€7.822.145,46</b>
Aguinaldos												1.006.681,84	<b>€1.006.681,84</b>
Seguros y patentes	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	€59.233,33	<b>€710.800,00</b>
Materiales de oficina	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	€33.400,00	<b>€400.800,00</b>
Herramientas de oficina	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	€815,00	<b>€9.780,00</b>
Electricidad	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	€15.895,29	<b>€190.743,42</b>
Agua	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	€7.000,00	<b>€84.000,00</b>
Teléfono	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	€11.000,00	<b>€132.000,00</b>
Internet	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	€10.500,00	<b>€126.000,00</b>
<b>Gastos Financieros</b>													
Gastos financieros	€15.764,79	€14.100,68	€15.097,27	€14.341,15	€14.427,68	€13.690,03	€13.751,70	€13.412,22	€12.702,57	€12.726,55	€12.035,80	€12.034,32	<b>€164.084,75</b>
Amortización	€68.110,96	€69.775,07	€68.778,48	€69.534,60	€69.448,07	€70.185,72	€70.124,05	€70.463,53	€71.173,18	€71.149,20	€71.839,95	€71.841,43	<b>€842.424,25</b>
<b>Gastos de Venta</b>													
Transporte del producto y publicidad	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	€182.500,00	<b>€2.190.000,00</b>
<b>Total</b>	<b>€2.136.754,53</b>	<b>€1.993.622,04</b>	<b>€2.198.419,65</b>	<b>€2.209.322,83</b>	<b>€2.162.213,80</b>	<b>€1.983.725,09</b>	<b>€2.216.022,17</b>	<b>€2.234.553,98</b>	<b>€2.214.013,79</b>	<b>€1.777.365,00</b>	<b>€3.104.467,66</b>	<b>€2.984.856,25</b>	<b>€27.215.336,79</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

En la tabla 64 se muestra el flujo de caja de la empresa para el escenario pesimista, en el cual se muestra reflejado la disminución en los ingresos y por ende en los egresos, que a pesar de que se contempla una tasa de interés mayor, lo que implica una cuota mensual superior, los costos de producción disminuyen al bajar las ventas ya que se requiere menos materia prima, insumos y mano de obra. Sin embargo, a pesar de existir una disminución en las ventas, la empresa continúa manteniendo el saldo final en positivos a final de año ya que sus ingresos siguen siendo superiores a los egresos.

**Tabla 64. Flujo de caja del escenario pesimista**

Flujo de caja												
Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo Inicial Efectivo	€ 1.520.696,48	€ 101.758,88	€ (768.082,69)	€ (643.303,47)	€ 1.558.609,45	€ 114.212,58	€ 960.005,51	€ (538.199,73)	€ 1.810.220,72	€ 1.919.405,79	€ 1.265.821,26	€ (1.120.829,46)
Entradas de Efectivo	€ 658.891,10	€ 1.064.854,64	€ 2.264.273,03	€ 4.352.309,91	€ 658.891,10	€ 2.770.592,19	€ 658.891,10	€ 4.524.048,59	€ 2.264.273,03	€ 1.064.854,64	€ 658.891,10	€ 6.551.743,69
Saldo Parcial	€ 2.179.587,58	€ 1.166.613,52	€ 1.496.190,34	€ 3.709.006,44	€ 2.217.500,55	€ 2.884.804,76	€ 1.618.896,61	€ 3.985.848,87	€ 4.074.493,75	€ 2.984.260,43	€ 1.924.712,36	€ 5.430.914,23
Salidas de Efectivo	€ 2.077.828,70	€ 1.934.696,21	€ 2.139.493,81	€ 2.150.396,99	€ 2.103.287,97	€ 1.924.799,26	€ 2.157.096,33	€ 2.175.628,15	€ 2.155.087,96	€ 1.718.439,17	€ 3.045.541,82	€ 2.925.930,41
Saldo Final	€ 101.758,88	€ (768.082,69)	€ (643.303,47)	€ 1.558.609,45	€ 114.212,58	€ 960.005,51	€ (538.199,73)	€ 1.810.220,72	€ 1.919.405,79	€ 1.265.821,26	€ (1.120.829,46)	€ 2.504.983,81

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

En la tabla 65 se muestra el flujo neto de efectivo de la empresa para el escenario pesimista, en el que se puede observar la disminución en los ingresos y egresos, pero también el incremento en los gastos financieros.

Sin embargo; la empresa a pesar de tener una disminución en las ventas, como se puede observar, la situación económica de la empresa no se ve afectada con el cambio de estas variables, ya que continúa manteniendo sus saldos en positivo.

**Tabla 65. Flujo neto de efectivo del escenario pesimista**

Detalle	Flujo neto de efectivo					
	0	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Ingresos</b>		€27.492.514,12	€30.241.765,53	€33.265.942,09	€36.592.536,30	€40.251.789,93
Ventas		€27.492.514,12	€30.241.765,53	€33.265.942,09	€36.592.536,30	€40.251.789,93
<b>Egresos</b>		€26.372.912,54	€26.929.334,64	€28.270.067,89	€29.693.119,08	€31.255.940,55
<b>Gastos de producción</b>						
Salarios de producción		€4.258.036,57	€4.343.197,30	€4.430.061,25	€4.518.662,47	€4.609.035,72
Materia prima		€7.997.065,77	€8.396.919,06	€8.816.765,01	€9.257.603,26	€9.720.483,42
Materiales de trabajo		€12.900,00	€13.932,00	€15.046,56	€16.250,28	€17.550,31
Herramientas		€6.315,00	€6.693,90	€7.095,53	€7.521,27	€7.972,54
Insumos		€162.394,46	€175.386,02	€189.416,90	€204.570,25	€220.935,87
Energía eléctrica		€392.055,28	€423.419,70	€457.293,28	€493.876,74	€533.386,88
Depreciación		€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00
<b>Total Egresos Producción</b>		€13.535.877,08	€13.359.547,97	€13.915.678,52	€14.498.484,27	€15.109.364,74
<b>Gastos administrativos</b>						
Salarios administrativos		€7.822.145,46	€8.291.474,19	€8.788.962,64	€9.316.300,40	€9.875.278,42
Aguinaldos		€1.006.681,84	€1.026.815,47	€1.047.351,78	€1.068.298,82	€1.089.664,79
Seguros y patentes		€710.800,00	€725.016,00	€739.516,32	€754.306,65	€769.392,78
Materiales de oficina		€400.800,00	€424.848,00	€450.338,88	€477.359,21	€506.000,77
Herramientas de oficina		€9.780,00	€10.758,00	€11.833,80	€13.017,18	€14.318,90
Electricidad		€190.743,42	€206.002,90	€222.483,13	€240.281,78	€259.504,32
Internet		€126.000,00	€136.080,00	€146.966,40	€158.723,71	€171.421,61
Agua		€84.000,00	€89.040,00	€94.382,40	€100.045,34	€106.048,06
Teléfono		€132.000,00	€135.960,00	€140.038,80	€144.239,96	€148.567,16
<b>Total Egresos Administrativos</b>		€10.482.950,72	€11.045.994,55	€11.641.874,15	€12.272.573,05	€12.940.196,81
<b>Gastos Financieros</b>						
Gastos financieros		€164.084,75	€114.792,11	€62.615,22	€7.171,76	€0,00
<b>Total Egresos Financieros</b>		€164.084,75	€114.792,11	€62.615,22	€7.171,76	€0,00
<b>Gastos de ventas</b>						
Transporte del producto y publicidad		€2.190.000,00	€2.409.000,00	€2.649.900,00	€2.914.890,00	€3.206.379,00
<b>Total Egresos Ventas</b>		€2.190.000,00	€2.409.000,00	€2.649.900,00	€2.914.890,00	€3.206.379,00
<b>Flujo Neto de Efectivo Antes Impuestos</b>		€1.119.601,58	€3.312.430,89	€4.995.874,19	€6.899.417,21	€8.995.849,37
Impuestos		€154.939,66	€458.401,38	€691.370,08	€954.797,99	€1.244.919,49
<b>Flujo Neto de Efectivo Después de impuestos</b>		€964.661,92	€2.854.029,51	€4.304.504,11	€5.944.619,22	€7.750.929,89
Depreciación		€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00	€707.110,00
Amortización		€842.424,25	€891.716,89	€943.893,78	€238.316,91	€0,00
<b>Inversión Inicial</b>						
Vehículo	€4.000.000,00					
Terreno	€2.000.000,00					
Edificio	€1.508.000,00					
Capital de trabajo	€1.520.696,48					
Maquinaria	€1.632.000,00					
Gastos pre operativos	€496.400,00					
Mobiliario y equipo	€961.850,00					
Préstamo	€4.200.000,00					
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-€7.918.946,48</b>	<b>€829.347,67</b>	<b>€2.669.422,63</b>	<b>€4.067.720,33</b>	<b>€6.413.412,31</b>	<b>€8.458.039,89</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

En la tabla 66 se muestra el Estado de Resultados de la empresa para el escenario pesimista, en él se puede observar que, a pesar de la disminución en las ventas y el incremento en la tasa de interés, la empresa continúa teniendo ganancias y sigue siendo rentable, ya que como se puede apreciar la empresa continúa teniendo utilidades aún después del pago de sus impuestos.

**Tabla 66. Estado de resultados del escenario pesimista**

**Creaciones Jireh**  
**6 0317 0790**  
**Estado de Resultados**  
**Al 30 de Setiembre 2017**

Ventas Netas	C\$27.492.514,12	
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>C\$27.492.514,12</b>
Gastos Operacionales		
Salarios Administrativos	C\$7.822.145,46	
Gastos de Ventas	C\$2.190.000,00	
Servicios Básicos	C\$924.798,70	
Salarios Operativos	C\$4.258.036,57	
Gastos Financieros	C\$164.084,75	
Gasto por Insumos	C\$162.394,46	
Consumo materia Primas	C\$7.997.065,77	
Aguinaldos	C\$1.006.681,84	
Gasto por Seguros y patentes	C\$710.800,00	
Gasto por Depreciación	C\$707.110,00	
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>C\$25.943.117,54</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>C\$1.549.396,58</b>
Impuestos	C\$154.939,66	
<b>Utilidad del Periodo</b>		<b>C\$1.394.456,92</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

En la tabla 67 se muestra el Balance General de la empresa para el escenario pesimista, en el cual se puede observar la salud financiera de la empresa a pesar de que el proyecto tiene una tasa de interés más elevada y cuenta con una disminución en sus ventas; como se puede observar la empresa refleja un incremento en los documentos por pagar que corresponde al préstamo, como se aprecia, se debe el 34% de los activos totales que tiene la empresa, ya que un porcentaje de los mismos fueron adquiridos con el préstamo.

**Tabla 67. Balance general del escenario pesimista**

**Creaciones Jireh**  
**6 0317 0790**  
**Balance General**  
**Al 30 de Setiembre 2017**

<b><u>Activos</u></b>		
<b>Activos Circulantes</b>		
Efectivo	C\$2.846.444,15	
<b><u>Total de Activos Circulantes</u></b>		<b>C\$2.846.444,15</b>
<b>Activos Fijos</b>		
Vehículo	C\$4.000.000,00	
Maquinaria	C\$1.632.000,00	
-Dep Acumulada	C\$707.110,00	
Terreno	C\$2.000.000,00	
Edificio	C\$1.508.000,00	
Mobiliario y equipo	C\$961.850,00	
Materiales de Trabajo	C\$12.900,00	
Herramientas de Trabajo	C\$6.315,00	
Materiales de Oficina	C\$400.800,00	
Herramientas de Oficina	C\$9.780,00	
<b><u>Total de Activos Fijos</u></b>		<b>C\$9.824.535,00</b>
<b><u>Total Activos</u></b>	-	<b>C\$12.670.979,15</b>
<b><u>Pasivos</u></b>		
Documentos por Pagar	C\$3.357.575,75	
<b><u>Total Pasivos</u></b>		<b>C\$3.357.575,75</b>
<b><u>Patrimonio</u></b>		
Capital Social	C\$7.918.946,48	
Utilidad del periodo	C\$1.394.456,92	
<b><u>Total Patrimonio</u></b>		<b>C\$9.313.403,40</b>
<b><u>Pasivos más Patrimonio</u></b>	-	<b>C\$12.670.979,15</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

Con una reducción del 3% en las ventas el VAN es igual a ¢18.638,09, también se puede observar que la TIR sería de un 33%, igual que la tasa de corte, y que el índice de deseabilidad

muestra que el proyecto genera ¢1,00 por cada colón invertido; esto no quiere decir que el proyecto no genere ganancias, al contrario el proyecto está generando un 10% que es la rentabilidad esperada que se contempló en la tasa de corte. Por último se puede observar que el periodo de recuperación incrementa siendo en este escenario de 37 meses.

Para el análisis de estos indicadores se utilizó una tasa de corte del 33%, la cual para efectos de este proyecto contempla un 7% de inflación un 10% de rentabilidad esperada, 10% premio al riesgo, 4% de tasa básica activa y una devaluación del 2%; para una tasa de corte.

El cálculo del valor actual neto de este proyecto se realizó tomando en cuenta los datos del flujo neto de efectivo mostrados en la tabla 68 y la inversión inicial. El cálculo se realizó para evaluar el valor del dinero a través del tiempo.

**Tabla 68. Evaluación de los Flujos Netos del escenario pesimista**

<b>Evaluación Flujo de Caja</b>	
<b>-Inversión de inicial</b>	<b>¢7.918.946,48</b>
Flujo Neto Efectivo 1	¢829.347,67
Flujo Neto Efectivo 2	¢2.669.422,63
Flujo Neto Efectivo 3	¢4.067.720,33
Flujo Neto Efectivo 4	¢6.413.412,31
Flujo Neto Efectivo 5	¢8.458.039,89

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

➤ **Escenario probable.**

Este análisis está orientado a mostrar el escenario probable al que se puede enfrentar la empresa, el cual fue desarrollado a lo largo del proyecto y utilizado para realizar las proyecciones financieras para la empresa Creaciones Jireh en el presente Plan de Negocios.

**4.5.17. Razones Financieras.**

Las razones financieras calculadas para el presente proyecto son las de, Rotación activo circulante, Rotación activo fijo, Rotación activos totales , Rotación capital total, Razón de deuda, Índice de endeudamiento, IAP, Margen de utilidad Bruta, Margen de ventas de explotación,

Margen neto de utilidad, rendimiento sobre inversión de explotación, Rendimiento sobre inversión total y Rendimiento sobre capital.

Mediante la aplicación de estos instrumentos se evalúa los resultados de las operaciones de la empresa y son calculados con base en los estados financieros elaborados en el periodo.

Las razones de endeudamiento que se calcularon, para el presente proyecto, indican la proporción en que los activos con los que cuenta la empresa, han sido financiado por personas externas a la empresa como es el caso del préstamo bancario.

En cuanto a la rentabilidad de la empresa por medio de estos indicadores financieros se puede observar que, el proyecto si es rentable en cuanto a ventas, sobre capital y también sobre activos, ya que es eficiente en la utilización de los mismos para generar ingresos.

Por último, mediante las razones de actividad se mostrará la liquidez con la que cuenta la empresa a través de sus activos en un periodo determinado, para cumplir con sus obligaciones.

Las razones financieras del presente proyecto se muestran en la tabla 69.

**Tabla 69. Razones financieras.**

<b>Razones financieras</b>				
<b>CLASIFICACION</b>	<b>RAZON FINANCIERA</b>	<b>2017</b>		
	Rotación activo Circulante	Ventas Netas Totales	28.345.591,51	<b>8,32</b>
		Activo circulante	3.406.141,41	
	Rotación de activos fijos	<u>Ventas netas totales</u>	28.345.591,51	<b>2,89</b>
		Activo Fijo	9.824.535,00	
<b>ACTIVIDAD</b>	Rotación de activos totales	<u>Ventas netas totales</u>	28.345.591,51	<b>2,14</b>
		Activos totales	13.230.676,41	
	Rotación capital total	<u>Ventas netas totales</u>	28.345.591,51	<b>2,87</b>
		Capital total	9.886.488,08	

ENDEUDAMIENTO	Razon de deuda	<u>Pasivos totales</u> Activos totales	3.344.188,33 13.230.676,41	<b>25,3%</b>
	Indice de endeudamiento	<u>Pasivos totales</u> Capital total	3.344.188,33 9.886.488,08	<b>33,8%</b>
	Cobertura de intereses	<u>Util. Antes de Imp.-Intereses</u> gasto por intereses	2.023.685,57 138.446,89	<b>14,62</b>
	IAP	Activo total Patrimonio	13.230.676,41 9.886.488,08	<b>134%</b>
RENTABILIDAD	Margen Utilidad Bruta	<u>Utilidad Bruta</u> Ventas Netas Totales	28.345.591,51 28.345.591,51	<b>100,0%</b>
	Margen de Ventas de Explotación	<u>Utilidad en Operación</u> Ventas Netas Totales	26.183.459,05 28.345.591,51	<b>92,37%</b>
	Margen neto de utilidad	<u>Utilidad Neta</u> Ventas Netas Totales	1.945.919,22 28.345.591,51	<b>6,86%</b>
	Rendimiento sobre inversión de Explotación	<u>Utilidad en operación</u> Activo Total	26.183.459,05 13.230.676,41	<b>197,90%</b>
	Rendimiento sobre inversión total	<u>Utilidad Neta</u> Activo Total	1.945.919,22 13.230.676,41	<b>14,71%</b>
	Rendimiento s/ capital	<u>Utilidad Neta</u> Capital total	1.945.919,22 9.886.488,08	<b>19,68%</b>

**Fuente:** Elaboración propia para el estudio.

Las razones de actividad calculadas en el presente proyecto se detallan a continuación:

- **Rotación activo Circulante:** Mide la eficacia de las ventas en cuanto al uso de los activos corrientes. Para el proyecto esta razón financiera es de 8,32, lo cual significa que la inversión en activos circulantes ha generado ventas en 8,32 veces.
- **Rotación de activos fijos:** Mide la eficacia de las ventas en cuanto al uso de los activos corrientes o de Largo Plazo. Para el proyecto esta razón financiera es de 2,89, lo que significa que se ha vendido la inversión en activos fijos, 2,89 veces.
- **Rotación de activos totales:** Mide la eficacia de las ventas en cuanto al uso de todos los activos de la empresa. Para el proyecto esta razón financiera es de 2,14, lo que significa que la inversión en activos totales ha generado ventas 2,14 veces.

- **Rotación capital total:** Representa el número de veces que el capital de la empresa genera ingresos por ventas. Para el proyecto esta razón financiera es de 2,87, lo que significa que el capital de la empresa genera ingresos por ventas en 2,87 veces.

Las razones de endeudamiento calculadas para el presente proyecto son las siguientes:

- **Razón de deuda:** Mide la porción de activos financiados por deuda. Indica la razón o porcentaje que representa el total de las deudas de la empresa con relación a los recursos de que dispone para satisfacerlos. Para el proyecto esta razón financiera es de 25,3%, lo que significa que la inversión total en activos ha sido financiada en un 25,3% con recursos externos.
- **Índice de endeudamiento:** Expresa la relación que existe dentro de la estructura de capital entre los recursos proporcionados por terceros y los fondos propios. Señala la proporción que el pasivo representa con relación al capital líquido. Para el proyecto esta razón financiera es de 33,8%, lo que significa que los pasivos totales de la empresa representan un 33,8% del capital total.
- **Cobertura de intereses:** Mide la capacidad de pago de intereses que tiene la empresa con base en su fuerza operativa. Para el proyecto esta razón financiera es de 14,62, lo que significa que la utilidad de operación cubre el gasto por interés en 14,62 veces.
- **IAP:** Para el proyecto esta razón financiera es de 134%, lo que significa que los activos totales de la empresa, representan un 134% del patrimonio.

Las razones de rentabilidad calculadas en el presente proyecto se detallan a continuación:

- **Margen Utilidad Bruta:** Refleja la proporción que las utilidades brutas obtenidas representan con relación a las ventas netas que las producen. Para el proyecto esta razón financiera es de 100%, lo que significa que por cada colón vendido, la empresa genera una utilidad bruta del 100%.
- **Margen de Ventas de Explotación:** Mide en qué proporción los gastos de operación incurridos representan con relación a las ventas del período que se analiza. Para el proyecto

esta razón financiera es de 92,37%, lo que significa que la empresa generó una utilidad en operación del 92,37% respecto al total de ventas.

- **Margen neto de utilidad:** Mide la razón o por ciento que la utilidad neta representa con relación a las ventas netas que se analizan, o sea, mide la facilidad de convertir las ventas en utilidad. Para el proyecto esta razón financiera es de 6,86%, lo que significa que la empresa gana un 6,86% sobre sus ventas.
- **Rendimiento sobre inversión de Explotación:** Mide la eficacia general en el uso de los activos. Para el proyecto esta razón financiera es de 197,90%, lo que significa que el activo total genera utilidad en operación en un 197,90%.
- **Rendimiento sobre inversión total:** Mide el retorno obtenido por cada peso invertido en activos. Para el proyecto esta razón financiera es de 14,71%, lo que significa que la empresa gana un 14,71% sobre el activo total.
- **Rendimiento sobre capital:** Mide el retorno obtenido por cada peso que los inversionistas o dueños del capital han invertido en la empresa. Para el proyecto esta razón financiera es de 19,68%, lo que significa que la empresa gana un 19,68% sobre su capital total.

#### 4.5.18. Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio en moneda para la empresa fue calculado tomando en cuenta los costos fijos, los costos variables y los ingresos de la empresa. A continuación se presenta el total de egresos de la empresa clasificados de acuerdo con los costos fijos y costos variables, tal y como se muestra en las tablas 70 y 71 respectivamente.

**Tabla 70. Costos fijos**

Costos Fijos	
Detalle	Monto
Materiales de trabajo	C\$12.900,00
Herramientas	C\$6.315,00
Salarios administrativos	C\$7.822.145,46
Aguinaldos	C\$1.006.681,84
Seguros y patentes	C\$710.800,00
Materiales de oficina	C\$400.800,00

Herramientas de oficina	¢9.780,00
Electricidad	¢190.743,42
Agua	¢84.000,00
Teléfono	¢132.000,00
Internet	¢126.000,00
Gastos financieros	¢138.446,89
Amortización	¢855.811,67
<b>Total</b>	<b>¢11.496.424,28</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

**Tabla 71. Costos variables**

Costos Variables	
Detalle	Monto
Salarios de producción	¢4.258.036,57
Materia prima	¢8.245.834,18
Insumos	¢167.427,79
Energía eléctrica	¢404.232,90
Transporte del producto y publicidad	¢2.190.000,00
<b>Total</b>	<b>¢15.265.531,44</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

En la tabla 72 que se detalla a continuación se muestra el punto de equilibrio anual en moneda de la empresa, en donde se puede observar que el punto de equilibrio es de ¢24,913,719.40 y que los ingresos anuales proyectados para la empresa en este plan de negocios son de ¢28,345,591.51, lo que significa que la empresa puede disminuir sus ventas hasta ¢24,913,719.40 sin que genere pérdidas.

**Tabla 72. Punto de equilibrio anual en moneda.**

Punto de equilibrio anual		
	Costos Fijos	¢11.496.424,28
	Costos Variables	¢15.265.531,44
	Ingresos	¢28.345.591,51
<hr/>		
<b>PE en Moneda =</b>	<b>1- (</b>	<b>¢24.913.719,40</b>

*Fuente: Elaboración propia para el estudio.*

#### **4.5.19. Conclusiones finanzas.**

Una vez culminado el estudio financiero, se puede determinar los movimientos y decisiones financieras efectuados durante el primer año de labores, los cuales se vieron expresados en los estados financieros, mismos que son indispensables para reflejar los resultados producto de las operaciones de la empresa; los estados financieros elaborados suministran la información necesaria sobre la situación financiera de la empresa. Para realizar los estados financieros se calculó cada uno de los elementos que los conforman, mismos que se detallan a continuación.

El primer elemento que se calculó fue la inversión inicial, la cual contempla la maquinaria, mobiliario, equipo, infraestructura de la empresa, vehículo, los gastos pre operativos en los que incurrió la empresa para constituirse y el capital de trabajo para el primer mes de labores; el monto de la inversión inicial de la empresa es de ¢12.140.569,00. La inversión inicial fue realizada con el aporte de los propietarios y un préstamo bancario que los mismos hicieron en el Banco para la compra del vehículo y comprar material para culminar la construcción del edificio.

El capital de trabajo de la empresa se calculó para cubrir los gastos del primer mes de labores y contempla los gastos por servicios públicos, salarios, materia prima, insumos, materiales, herramienta y seguros; el monto del capital de trabajo es de ¢1,542,318.86.

Los ingresos de la empresa están constituidos únicamente por las ventas de ropa íntima, las cuales son de diez mil seiscientos treinta prendas entre los distintos estilos de ropa íntima que la empresa elabora y que significan un ingreso anual de veintiocho millones trescientos cuarenta y cinco mil quinientos noventa y un colones con cincuenta y un céntimos.

La materia prima que requiere la empresa para la elaboración de los productos está conformada por tela, hilo, elástico, encaje y vivo elástico, los cuales fueron calculados de acuerdo con las unidades de producción requeridas y constituyen para la empresa un egreso anual de ¢8,245,834.18.

Los costos operativos que tendrá la empresa son conformados por los costos operativos, administrativos y de ventas; los costos operativos que la empresa tiene son los de producción que contemplan todo lo necesario para fabricar el producto, como se pudo observar el presente estudio,

la empresa tiene costos de producción por un monto ¢1,102,312.09 mensuales y de ¢13,801,856.44 anual.

Los gastos administrativos que tiene la empresa son conformados por los salarios administrativos, servicios públicos, seguros, patentes, materiales y herramientas de trabajo, estos gastos constituyen un egreso para la empresa de ¢789,689.07 mensual y ¢9,476,268.88 anual; por último la empresa tendrá gastos de ¢182.500,00 mensual y ¢2.190.000,00 anual por concepto de gastos de ventas que contemplan la publicidad y promoción del producto así como la distribución del mismo.

Los egresos en los que incurrirá la empresa están conformados por la suma de los gastos de producción, administrativos, ventas y financieros, mismos que ascienden a ¢27,469,065.71 anuales; del total de egresos que tiene la empresa, ¢15,265,531.44 son costos variables donde la materia prima representa el porcentaje más alto del total de dichos costos; por último del total de egresos, ¢11,496,424.28 son costos fijos.

El punto de equilibrio para la empresa, en donde sus ingresos por ventas se equiparan con la suma de los costos fijos y variables, es de ¢24, 913,719.40, lo que indica que la empresa debe de tener ingresos por ventas por un monto mínimo de ese monto para poder cubrir sus gastos; es decir el ingresos mínimo por ventas que debe tener la empresa de ser por un mínimo de

La empresa debe tener como mínimo, un ingreso por ventas de ¢24,913,719.40 para poder cubrir sus gastos y no incurrir en pérdidas , lo que indica que este es el punto de equilibrio para la empresa en donde sus ingresos por ventas se equiparan con la suma de los costos fijos y variables.

El flujo de efectivo muestra la realidad de la empresa, ya que refleja las entradas y salidas de efectivo reales, por lo que permite conocer realmente lo que tiene la empresa, su liquidez y capacidad para generar efectivo. En el flujo de caja del presente trabajo se puede observar claramente el efectivo neto que sale de la empresa así como el efectivo real que ingresa a ella y con lo cual se puede concluir que la empresa si tiene capacidad para crear futuros flujos de caja.

Con base en el estado de resultados, se puede concluir que la empresa mediante sus gastos ha realizado una buena gestión para obtener ingresos que le permita cubrir sus costos y obtener ganancias, por lo que ha sido capaz de generar utilidades en el periodo.

En el balance general de la empresa se puede demostrar que cuenta con salud financiera ya que solamente el 25% del total de sus activos le pertenece a terceros como lo es, en este caso, al Banco Popular quien fue la empresa que otorgó el préstamo, por lo que se debe un 25% de los activos de la empresa; el restante 75% le pertenece a los propietarios quienes hicieron el mayor aporte de capital.

Los indicadores financieros muestran que la empresa es eficiente en cuanto al uso de sus activos circulantes y fijos para generar ventas; que el total de pasivos representa el 25,3% del total de activos; que el pasivo de la empresa representa el 33,8% del capital total de la empresa; la empresa tiene capacidad de pago de intereses 14,62 veces con base en sus utilidades.

Las utilidades brutas representan el 100% de las ventas con las que cuenta la empresa, la empresa generó una utilidad en operación del 92,37% de las ventas netas, la utilidad neta representa el 6,86% de las ventas, la empresa es eficiente en el uso de activos, la empresa obtiene un retorno del 14,71% por cada colon invertido en activos y un retorno del 19,68% por cada colon que los dueños invirtieron en la empresa.

Por último, la empresa utiliza una tasa de corte del 33% con la cual obtiene un valor actual neto de  $\text{¢}1,174,477.25$  y una tasa interna de retorno del 41% lo que indica que el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo aceptable para el presente proyecto y por ende la inversión es económicamente rentable; también se obtiene que por cada colon invertido el proyecto genera  $\text{¢}1.15$  y que el periodo de recuperación de la inversión inicial es de 33 meses.

## **4.6. Estudio Legal**

### **4.6.1. Normativa legal a cumplir.**

La normativa legal básica que debe cumplir la empresa para su funcionamiento es la siguiente:

- Ley General de Salud N° 5395.
- Decreto Ejecutivo N° 39472-S del 18 de Enero del 2016 “Reglamento General para el otorgamiento de permisos sanitarios de funcionamiento del Ministerio de Salud.
- Código de Trabajo.
- Ley Orgánica de la Caja Costarricense del Seguro Social “Decreto Ley N° 114”.
- Código Municipal, Ley N° 7794.
- Ley 7459, Tarifa de Impuestos Municipales del Cantón de Corredores.
- Constitución Política.

### **4.6.2. Permisos legales a cumplir.**

Los permisos y requisitos con los que deben contar la empresa son los siguientes:

- Permiso de funcionamiento ante el Ministerio de Salud.
- Patente Municipal.
- Póliza de riesgos del trabajo.
- Planilla ante la Caja Costarricense del Seguro Social.

### **4.6.3. Conclusiones del estudio legal.**

Una vez analizado el marco legal bajo el cual debe de operar la empresa se puede concluir que la misma cuenta con todos los requisitos y permisos que se requiere para operar en el país.

## **4.7. Impacto Ambiental**

### **4.7.1. Normas ambientales a cumplir.**

Para este negocio se rige por las normas y regulaciones de Costa Rica según la Secretaría Técnica Nacional como órgano de desconcentración máxima del Ministerio del Ambiente y Energía (MINAE), cuyo propósito fundamental será entre otros armonizar el impacto ambiental con los procesos productivos, así como el de analizar las evaluaciones de impacto ambiental y resolverlas dentro de los plazos previstos por la Ley General de la Administración Pública, y cualesquiera otras funciones necesarias para cumplir con sus fines (artículos 84 y 85 de la Ley Orgánica del Ambiente). (www.setena.go.cr, 2015)

### **4.7.2. Impactos que genera el proyecto.**

Las labores que realiza la empresa solamente generan residuos de tela, sin embargo la empresa como medida para colaborar con el medio ambiente implementa un plan de reciclaje en el cual todos los retazos sobrantes son utilizados para fabricar colchas para camas.

### **4.7.3. Normativa ambiental a cumplir.**

La normativa ambiental que la empresa debe cumplir es la siguiente:

- Reglamento General sobre los procedimientos de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) No. 31849-MINAE-MOPT-MAG-S-MEIC.

### **4.7.4. Conclusiones del estudio ambiental.**

En conclusión la empresa con su actividad genera solamente residuos de tela que con la técnica que ha venido implementando los propietarios, logra minimizar el impacto que estos residuos puedan tener en el medio ambiente.

## Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones

### 5.1. Conclusiones.

Al finalizar el plan de negocios desarrollado para la empresa Creaciones Jireh se concluyó de acuerdo con cada estudio realizado lo siguiente:

Según el estudio de mercadotecnia, existe variedad en la oferta en cuanto a marcas, precios y diseños de ropa interior femenina y masculina en el cantón de Corredores. Además, se conocen diversos canales de distribución que comercializan ropa interior a lo largo de toda la zona. Así mismo, la información obtenida, en la encuesta aplicada, indica que existe una alta demanda de ropa interior que se determina por los gustos y preferencias de las personas en cuanto a factores tales como la comodidad, el precio, el diseño, la tela y la marca de la prenda.

Así mismo, se determinó que Creaciones Jireh no cuenta con ningún tipo de estrategia publicitaria que defina la imagen e identidad del negocio para posicionarlo en el mercado actual. Este plan de negocios se enfatiza en las estrategias de mercadotecnia necesarias para que la empresa se dé a conocer entre los clientes y estos se identifiquen con la misma, garantizándoles la satisfacción adecuada para así alcanzar los niveles de demanda y oferta esperadas en las ventas proyectadas.

En el estudio de producción se logró concluir que la capacidad de la planta, el equipo y el canal de distribución utilizados por Creaciones Jireh son suficientes para atender las necesidades de venta actuales de la empresa, pero requiere de una inversión sustancial en la ampliación del local y la compra de equipo con mayor tecnología para cubrir el aumento de la demanda.

El análisis organizacional indica que la estructura, la cantidad de empleados y las áreas de trabajo con que cuenta la empresa, cubren las necesidades actuales de ventas. La estructura organizacional sencilla administrada por los dueños hace de este negocio una empresa versátil y práctica, constituida por las áreas básicas para los procedimientos de producción.

Cabe recalcar, que Creaciones Jireh cumple con las normas y requerimientos de trabajo, así como las legales y ambientales exigidas por las diversas instituciones estatales para el funcionamiento de la misma. Por tratarse de una actividad de confección de ropa interior no se

generan desechos químicos que produzcan algún tipo de impacto ambiental que afecte los recursos naturales, sin embargo la empresa emplea técnicas de reciclaje para contribuir con el medio ambiente.

Por último, de acuerdo con la evaluación económica realizada a la empresa, se concluyen que los indicadores financieros tales como el flujo neto de efectivo, el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el índice de deseabilidad y el periodo de recuperación generan la rentabilidad esperada por los propietarios del negocio. Al obtener una tasa interna de retorno de 41% y un valor actual neto de ¢1, 174,477.25 el negocio se califica como rentable e indica que la empresa recuperaría su inversión inicial en un periodo de 33 meses.

La empresa es rentable económicamente, cuenta con salud financiera y liquidez, cuenta con utilidad después del impuesto, tiene un capital que pertenece en su mayoría a los propietarios y solo una pequeña proporción se adeuda al banco, tal y como se muestra en el estudio financiero; la empresa tiene capacidad para con sus activos y patrimonio, generar ventas que le permiten cubrir sus costos y obtener utilidades. Sin embargo es importante destacar que aunque la empresa sea rentable y tenga liquidez, está sujeta a competencia por las grandes industrias que ya cuentan con largos años de trayectoria, experiencia y reconocimiento en el mercado, lo cual implica un riesgo para la empresa.

## 5.2. Recomendaciones.

Con base en el objetivo general y de acuerdo con la información obtenida la empresa Creaciones Jireh carece de estrategias necesarias para posicionarse y consolidarse en el mercado actual, razón por la cual se recomienda la utilización de las estrategias de ventas, publicidad y promoción elaboradas en este plan de negocios las cuales se describen a continuación.

- Estrategias de publicidad por texto: el volante, el anuncio por el periódico y la etiqueta. La ejecución de la estrategia del texto impreso incluye la ilustración y el esquema. Los temas del texto en la publicidad reflejan el hecho de que el público objetivo está buscando información que le ayude en su trabajo.
- Estrategias de publicidad por medios: Implementar el uso de anuncios publicitarios en los medios de comunicación de la zona, mediante las emisoras de radio como: Colosal Stereo o Radio Cultural. Para ello, la empresa debe invertir en el pago de anuncios de publicidad que se transmitan al menos tres veces al día durante la semana y de ser posible extender estos anuncios a programas de televisión para llegar hasta los lugares donde las personas carezcan de acceso a la radio o el internet. La tarea fundamental de la estrategia de medios es llegar al mercado objetivo con el mensaje a fin de lograr la comunicación con costos mínimos.
- Otra de las recomendaciones que se espera pueda ser aplicada a corto plazo, es el uso adecuado de las redes sociales así como de las páginas web, a través de Facebook, Google, entre otras, permitiendo a la empresa expandir su publicidad hacia otros lugares del país y con un bajo costo de inversión.
- Estrategias de promoción: ventas al por mayor con descuentos incluidos y formas de pago a crédito. Una de las estrategias de comercialización consiste en la creación de un catálogo de las prendas de ropa interior femenina y masculina; que la empresa debe hacer uso exclusivo de este para promocionar sus productos, brindándole a las vendedoras la posibilidad de mostrar al cliente los artículos que la empresa vende, para que las personas tengan mayor seguridad de la calidad del artículo y las comodidades que ofrece.

Estrategias de ventas: se diseñó el isótopo y el empaque para cada una de las prendas confeccionadas, los cuales se recomienda utilizar a corto plazo para promover la imagen de la empresa y así contribuir con la venta de las mismas.

## **Bibliografía Citada**

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). El Emprendedor de Éxito. 4 ed. México: Mc Graw Hill.
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de Proyectos. 6 ed. México: Mc Graw Hill.
- Díaz M, (2001). Contabilidad General: Enfoque práctico con aplicaciones informáticas. 1 ed. Bogotá D.C, Colombia: Pearson Educación.
- Hernández Sampieri, R. (2010). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). Marketing. México: Pearson.
- Secretaría Técnica Nacional. [www.setena.go.cr](http://www.setena.go.cr). Recuperado de <https://www.setena.go.cr/normativa.html#1>. Consultado el 24 de Setiembre de 2015.
- Valiñas, R. F. (2007). Manual para elaborar un Plan de Mercado. México: Mc Graw Hill.
- K, A, C y C. (2013). Marketing: 10 ed. México: Prentice Hall.
- Díaz M, (2001). Contabilidad general: Enfoque práctico con aplicaciones informáticas. Pearson Educación de Colombia Ltda. 1ed. Bogotá D.C. Colombia.
- Gitman, Lawrence J. y Zutter, Chad J. (2012). Principios de administración financiera. 12 ed. Pearson Educación de México S.A de C.V. México D.F. México.

## Anexo 1

### Encuesta población femenina

Domicilio:

La siguiente encuesta tiene como objetivo primordial determinar la cantidad de ropa íntima femenina que demandan los habitantes del Cantón de Corredores.

1. ¿Tiene usted algún tipo de ingreso?

Si

No

---

2. ¿Qué tipo de ingresos tiene?

Salario

Negocio propio

Pensión alimentaria

Pensionado de la CCSS u otro Régimen

Beca

---

3. ¿Compra usted ropa interior?

Si

No

Pase hasta la pregunta 12

---

4. ¿Qué tipo de ropa interior compra usted?

Bikinis

Tanga y Boxer

Tanga

Tanga y Cachetero

Cachetero

Tanga y Bikinis

Hipters

Bikinis, Tanga y Cachetero

Bóxer

Tanga, Cachetero y Tanga Brasileira

Tanga Brasileira

Cachetero, Hipters y Tanga Brasileira

## Anexo 1

Bikinis y Tanga Brasileira

Bikinis y Cacheteros

---

### 5. ¿Con qué frecuencia compra ropa interior?

Mensualmente

Cada cuatro meses

Cada dos meses

Más de cuatro meses

Cada tres meses

---

### 6. ¿Qué cantidad de ropa interior compra?

Una prenda

Cuatro prendas

Dos prendas

Más de cuatro prendas

Tres prendas

---

### 7. ¿Cuáles aspectos toma en cuenta al momento de comprar ropa interior?

Tela

Tela y Precio

Precio

Tela y Diseño

Diseño

Tela, Precio y Diseño

Marca

Tela, Precio y Comodidad

Comodidad

Tela, Precio, Comodidad y Diseño

Todos los anteriores

Otros

---

### 8. ¿Qué marca de ropa interior compra?

Leonisa

Lovable

Haby

Tommy Hilfiger

Cristel

AVON

Triumph

Leonisa y Cristel

Bésame

Leonisa, Haby y Saint evens

Saint evens

Leonisa, Cristel y Lovable

## Anexo 1

Leonisa, Cristel y AVON

Otros

---

**9.** ¿En dónde prefiere realizar sus compras de ropa interior?

Almacenes

Almacenes y Catálogos

Catálogos

Almacenes y Ropa confeccionada a mano

Página Web

No tiene preferencia

Ropa confeccionada a mano

---

**10.** ¿Ha comprado ropa interior elaborada a mano?

Si

No (Pase a la pregunta 12)

---

**11.** ¿Cómo califica su experiencia cuando ha comprado ropa interior elaborada a mano?

10 Excelente

4 – 5 Regular

8 – 9 Muy buena

2 – 3 Mala

6 – 7 Buena

0 – 1 Muy mala

---

**12.** ¿Estaría dispuesto (a) a comprar ropa interior elaborada a mano, a la microempresa Creaciones Jireh?

Si

No

---

**13.** ¿Por qué razón (es) estaría dispuesto (a) a comprar ropa interior elaborada a mano?

Calidad

Todas las anteriores

Buen precio

Calidad y Buen Precio

Variedad de diseños

Calidad y Variedad

Accesibilidad

Otras

Personalizados



## Anexo 1

### Encuesta población masculina

Domicilio:

La siguiente encuesta tiene como objetivo primordial determinar la cantidad de ropa íntima masculina que demandan los habitantes del Cantón de Corredores.

1. ¿Tiene usted algún tipo de ingreso?

( ) Si

( ) No

---

2. ¿Qué tipo de ingresos tiene?

( ) Salario

( ) Negocio propio

( ) Pensión alimentaria

( ) Pensionado de la CCSS u otro Régimen

( ) Beca

---

3. ¿Compra usted ropa interior?

( ) Si

( ) No

Pase hasta la pregunta 12

---

4. ¿Qué tipo de ropa interior compra usted?

( ) Bóxer

( ) Calzoncillo

---

## Anexo 1

5. ¿Con qué frecuencia compra ropa interior?

Mensualmente

Cada cuatro meses

Cada dos meses

Más de cuatro meses

Cada tres meses

---

6. ¿Qué cantidad de ropa interior compra?

Una prenda

Cuatro prendas

Dos prendas

Más de cuatro prendas

Tres prendas

---

7. ¿Cuáles aspectos toma en cuenta al momento de comprar ropa interior?

Tela

Comodidad

Precio

Todos los anteriores

Diseño

Otros

Marca

---

8. ¿Qué marca de ropa interior compra?

Cristel

AVON

Jonny Cotton

Levi's

Tommy Hilfiger

Otros

Calvin Klein

---

## Anexo 1

9. ¿En dónde prefiere realizar sus compras de ropa interior?

- |                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Almacenes  | <input type="checkbox"/> Ropa confeccionada a mano |
| <input type="checkbox"/> Catálogos  | <input type="checkbox"/> No tiene preferencia      |
| <input type="checkbox"/> Página Web |  |
- 

10. ¿Ha comprado ropa interior elaborada a mano?

- Si
- No (Pase a la pregunta 12)
- 

11. ¿Cómo califica su experiencia cuando ha comprado ropa interior elaborada a mano?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 10 Excelente    | <input type="checkbox"/> 4 – 5 Regular  |
| <input type="checkbox"/> 8 – 9 Muy buena | <input type="checkbox"/> 2 – 3 Mala     |
| <input type="checkbox"/> 6 – 7 Buena     | <input type="checkbox"/> 0 – 1 Muy mala |
- 

12. ¿Estaría dispuesto (a) a comprar ropa interior elaborada a mano, a la microempresa Creaciones Jireh?

- Si
- No
- 

13. ¿Por qué razón (es) estaría dispuesto (a) a comprar ropa interior elaborada a mano?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Calidad             | <input type="checkbox"/> Personalizados       |
| <input type="checkbox"/> Buen precio         | <input type="checkbox"/> Todas las anteriores |
| <input type="checkbox"/> Variedad de diseños | <input type="checkbox"/> Otras                |
| <input type="checkbox"/> Accesibilidad       |   |





Creaciones Jireh



**NUEVO  
CATALOGO  
2015**

Comodidad a tu gusto

**TODO EN ROPA INTIMA MASCULINA Y FEMENINA**





Creaciones Jireh

FEMENINA



FEMENINA

Comodidad a tu gusto

1









Creaciones Jireh

FEMENINA



**BOXER  
FEMENINO**

CÓD. 005  
COLORES:  
TALLA: S-M-L  
PRECIO: ¢2,500

—  
N  
—  
M  
—  
A

Comodidad a tu gusto

1



Creaciones Jireh

MASCULINA



## BOXER PARA CABALLERO

CÓD. 006

COLORES:

TALLA: S-M-L

PRECIO: **₡3,000**

—  
N  
—  
M  
—  
A

Comodidad a tu gusto

1



Creaciones Jireh

MASCULINA



**CALZONCILLO**

**CÓD. 007**

**COLORES:**

**TALLA: S-M-L**

**PRECIO: ₡2,500**

—  
N  
—  
M  
—  
A

**Comodidad a tu gusto**

**1**



Creaciones Jireh

NIÑAS



**BOXER PARA NIÑA**

**CÓD. 008**

**COLORES:**

**TALLA: S-M-L**

**PRECIO: ₡1,650**

—  
N  
—  
M  
—  
A

**Comodidad a tu gusto**

**1**





Creaciones Jireh

NIÑOS



**BOXER PARA NIÑO**

**CÓD. 010**

**COLORES:**

**TALLA: S-M-L**

**PRECIO: ¢1,700**

—  
N  
—  
M  
—  
A

**Comodidad a tu gusto**

**1**



Creaciones Jireh

NIÑOS



CALZONCILLO PARA NIÑO

CÓD. 011

COLORES:

TALLA: S-M-L

PRECIO: ₡1,850



—  
N  
—  
M  
—  
A

Comodidad a tu gusto

1

MEGATELAS  
CIUDAD NEILY  
MARIA DE LOS ANGELES FERNANDEZ CASTRO  
Ced.: 2-437-026  
25 MTS OESTE DE LIDRERIA ERICKA  
Telf.: 2783-1550

Factura: 1000001576F Tipo: Contado  
Fecha: 23/07/2016 Plazo: 0 dias  
Cliente: YENY CABALLERO  
Teléfonos:

CANTIDAD	ARTICULO	P.UNIT.	TOTAL
25,500	PUNTO LYCRA C	2,950	75,225.00
1,000	ELASTICO T-08	7,850	7,850.00
1,000	ELASTICO BOXE 10,	600	10,600.00

-----Ultima Linea-----

Subtotal I.V.I.: 93,675.00

Descuentos: 0.00

Total I.V.I.: 93,675.00

93,675.00

Efectivo

Vuelto: 0.00

# 1197 D.G.T.D

POR FAVOR CONSERVE SU FACTURA PARA  
EFECTOS DE CAMBIO DE MERCADERIA,  
FECHA LIMITE 30 DIAS, MERCADERIA EN  
OFERTA NO SE CAMBIA, EN APARTADOS NO  
HAY CAMBIOS, NO SE REALIZAN  
DEVOLUCIONES DE DINERO.

VENDEDOR GABRIELA LUNA

SAN JOSE  
 SAN M y H S.A.  
 Ced Jurd.: 3-101-463555  
 Calle 1 era Ave. 3 y 5, S-J/C.R.

Teléfono: 2223-6718 / Fax: 2223-7469

DIA	MES	AÑO
30	6	16

Señor: Creaciones Jireh  
 Cédula: \_\_\_\_\_

CANT.	DESCRIPCIÓN	TOTAL
12	mit encage elastico	4200
6	Costos hules	7560
1	doc zipper	800
1	Rollo tubo elastico	11500
		<u>21060</u>
	<del>#6</del>	-10%
	Impuesto de Ventas Incluido	TOTAL \$ <u>18955</u>

GRACIAS POR SU VISITA!

Factura Contado

Nº 24265

Autorizado Mediante Oficio # 4521000000562  
 del 03/12/2001 de la D.G.T.D.

2015 50X50X2 Químico 22501 al 25000 DEGAZEL Asesores Técnicos Litográficos. Tel/Fax.: 2227-0735





BANCO POPULAR  
SISTEMAS

USUARIO: Y16

FECHA CONST: 03-2015

CEDULA: 0603170790

SISTEMA INTEGRADO DE PRESTAMOS  
ESTADO DE CUENTA DE PAGOS RECIBIDOS  
OPERACION: 131-017-000598-0

NOMBRE: CABALLERO RAMIREZ JENNY DE LOS

PRINCIPAL: 4,200,000.00

FHP: 22-10-2016  
08:48:16

PAGINA: 1

PLAZO: 60

MONTO PAGO	SALDO ANTERIOR	AMORTIZACION	INTERESES	POLIZAS/OTROS	SALDO ACTUAL	MES PAG	APLICADO	NO.	TASA	TM
91,351.10	4,200,000.00	53,192.10	36,563.00	1,596.00	4,146,807.90	04/2015	07/04/2015	001	10.25	05
91,351.10	4,146,807.90	54,819.65	34,935.45	1,596.00	4,091,988.25	05/2015	06/05/2015	002	10.25	05
91,441.95	4,091,988.25	54,132.40	35,622.70	1,686.85	4,037,855.85	06/2015	08/06/2015	003	10.25	05
91,425.95	4,037,855.85	55,737.55	34,017.55	1,670.85	3,982,118.30	07/2015	07/07/2015	004	10.25	05
91,443.55	3,982,118.30	55,088.85	34,666.25	1,688.45	3,927,029.45	08/2015	08/08/2015	005	10.25	05
91,351.10	3,927,029.45	55,568.45	34,186.65	1,596.00	3,871,461.00	09/2015	27/08/2015	006	10.25	05
91,447.00	3,871,461.00	57,139.35	32,615.75	1,691.90	3,814,321.65	10/2015	08/10/2015	007	10.25	05
91,355.00	3,814,321.65	56,549.60	33,205.50	1,596.00	3,757,772.05	11/2015	02/11/2015	008	10.25	05
91,430.00	3,757,772.05	58,097.15	31,657.95	1,674.00	3,699,674.90	12/2015	07/12/2015	009	10.25	05
91,410.00	3,699,674.90	57,547.65	32,207.45	1,653.95	3,642,127.25	01/2016	06/01/2016	010	10.25	05
91,351.10	3,642,127.25	58,048.65	31,706.45	1,596.00	3,584,078.60	02/2016	28/01/2016	011	10.25	05
91,432.40	3,584,078.60	60,566.95	29,188.15	1,677.30	3,523,511.65	03/2016	07/03/2016	012	10.25	05
83,875.75	3,523,511.65	65,208.35	17,057.65	1,609.75	3,458,303.30	04/2016	04/04/2016	013	05.70	05
83,633.10	3,458,303.30	66,261.55	15,775.55	1,596.00	3,392,041.75	05/2016	02/05/2016	014	05.55	05
83,440.00	3,392,041.75	66,243.50	15,556.95	1,636.30	3,325,798.25	06/2016	06/06/2016	015	05.40	05
83,217.45	3,325,798.25	67,230.35	14,351.05	1,636.05	3,258,567.90	07/2016	06/07/2016	016	05.25	05
83,165.00	3,258,567.90	67,111.40	14,391.25	1,662.20	3,191,456.50	08/2016	08/08/2016	017	05.20	05
82,858.30	3,191,456.50	67,668.60	13,552.75	1,634.95	3,123,787.90	09/2016	06/09/2016	018	05.00	05
82,452.65	3,123,787.90	68,738.95	12,067.25	1,646.45	3,055,048.95	10/2016	07/10/2016	019	04.70	05

\*\*\*\*\* ULTIMA LINEA \*\*\*\*\*

TM: 05: Pago Normal

10: Pago Extraordinario

15: Cancelacion

20: Pago Incompleto

50: Debito

55: Credito