

FUNDAMENTACION DIDÁCTICA DE PATRONAJE FEMENINO

SANDRA YANETH ARIAS GAMBOA

MIREYA MONTAÑEZ LADINO

**MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL TITULO DE DISEÑADORAS
DE MODAS Y TEXTILES**

DECANO

MONICA MARCELA SÁNCHEZ DUARTE

DISEÑADORA INDUSTRIAL

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE DISEÑO DE MODAS Y TEXTILES

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá, octubre de 2004

*Dedicamos este proyecto a Dios que nos ha brindado, la
Fortaleza, sabiduría, y conocimiento,
A nuestra familia que con su amor, apoyo
Incondicional, y sacrificio nos acompañaron durante la
Travesía de formación y aprendizaje para ser mejores
Personas,
Al Sena que nos apoyo para lograr la meta de
Ser profesionales, y nos brindo apoyo intelectual,
Moral para llegar con éxito al final de este sueño que
Ahora es real y que nos abre nuevos caminos.*

*Al concluir esta etapa de nuestra carrera, hemos podido confirmar
que iniciamos una nueva , y la más difícil, enfrentarnos a los
problemas
reales y de inmediata solución en una empresa; ya que
Será esta la encargada de calificar la efectividad y
Proyección, de nuestros conocimientos.*

*También deseamos aportar soluciones a las distintas falencias
encontradas durante el paso de nuestra carrera, dando claridad
sobretudo
a los estudiantes de primeros semestres en situaciones que en un futuro
pudiesen ser causales de conflictos en el desarrollo productivo.*

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos a:

Servicio Nacional de Aprendizaje Sena – Regional Bogotá y Cundinamarca, por su apoyo durante el transcurso de la Profesionalización.

Fundación Universitaria del Área Andina, por su valiosa orientación, y por hacer posible el sueño de ser profesionales.

A los diferentes Docentes que nos apoyaron durante el proceso de formación, y sembraron en nosotras la semilla del saber.

Mauricio Lara, Arquitecto, Diseñador de Modas, docente; que dejó una huella en el inicio de nuestra carrera, y con el pasar del tiempo se ha ido acentuando.

Alexander Serrano Pereira, Diseñador de Modas y Asesor Gráfico, por su apoyo en el desarrollo y éxito de este proyecto, por su alegría y fortaleza.

Raúl Alberto Duarte, Ingeniero Industrial y Asesor de Proyecto, por su valiosa orientación y motivación en este trabajo.

INTRODUCCIÓN

La elaboración del presente libro aplicado al patronaje, tiene como finalidad que los educandos de Diseño de Modas y Textiles, docentes, diseñadores y en general toda la comunidad interesada en los temas de patronaje e interpretación de diseños, tengan una visión objetiva, clara, y de alta precisión.

Sin lugar a dudas la moda y el buen vestir juegan un papel importante en el mundo entero, y contemporáneo, por lo tanto para que el desarrollo de este campo aumente cada día más, se hace necesario disponer de un libro práctico, didáctico y motivante que induzca al estudiante y en general a los interesados al conocimiento del patronaje y los diversos temas relacionados con el mismo.

La mejor manera de enseñar, estudiar y practicar el patronaje consiste en la resolución de problemas concretos que parten de una necesidad clara y palpable, ya que esto conduce a la elaboración de planos precisos, con detalles claves para la obtención de un producto excelente; con un índice de mercado competente. Por tal motivo se trata de aportar a los lectores-consultantes, una herramienta eficaz para la aplicación de los temas básicos relacionados, de manera didáctica y con metodología que contribuya al manejo del ingenio, la creatividad, la práctica y el desarrollo motriz de cada una de las actividades propuestas a ejecutar.

Se pretende aportar más allá de elementos conceptuales tradicionales en la enseñanza, un método sencillo y práctico que el usuario pueda efectuar sin dificultad alguna en pro del favorecimiento y de la obtención de productos de excelente calidad y precisión.

Se espera que en el recorrido se puedan adquirir, refrendar, actualizar conocimientos, y que se solidifiquen, contribuyendo a resolver las diferentes situaciones que se le presenten en el diario que hacer en el mundo de la moda y que este sea una contribución al mejoramiento de las condiciones de vida del grupo social. Este libro se presentará por capítulos temáticos, los cuales corresponden a los diferentes niveles de complejidad que el patronaje posee, y las diferentes áreas que lo fundamentan y complementan.

PROCESO INVESTIGATIVO SOBRE PATRONAJE

1. DEFINICION DEL PROBLEMA

La situación problema se evidencia actualmente a todos los niveles de formación en el ámbito de la formación no formal y formal. La carencia de información actualizada, y la existencia de un material propio al entorno nacional, no permite que el estudiante de los campos de Diseño de Modas a nivel técnico, tecnológico y profesional, al igual que los tecnólogos de la confección cuenten con un material novedoso, lúdico aportante que afiance en él los conocimientos adquiridos en aula de clase y la práctica extra muro a la cual obedece su quehacer académico.

Así mismo tanto el diseñador de modas ingresado titulado como el patronista que labora ya en empresa del sector, requieren un grado adicional de profundización en el conocimiento de la arquitectura del vestir colateralmente a ellas el docente, debe contar con material de apoyo que aporte y genere un mayor grado de aprehensión de los estudiantes.

2. JUSTIFICACION

El proceso de formación educativo Colombiano tanto en el ámbito formal como no formal, en sus diferentes grados o si como la industria de la confección y la moda requieren de personal altamente calificado en las diferentes áreas de formación de las cuales no se escapa el patronaje, para ello se hace indispensable que aparte del conocimiento teórico práctico adquirido en aulas de clase, talleres o fábricas se realice con un alto grado de eficiencia y efectividad, acción que permitirá tanto al egresado como a la empresa convertirse en un ser competitivo en el mercado nacional e internacional.

Este libro guía, considerado como una herramienta novedosa aporta al diseño de modas elementos Inter.-actuantes tales como la geometría, anatomía, antropometría, y interpretación actualizada de cuadros de tallas que permiten que la estructura moldeada de las prendas se aplique y funcionen de mejor forma al cuerpo humano.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Realizar un estudio retrospectivo del patronaje, incluyendo en este las herramientas de complementación y actualización que permitan contar con una guía práctica, lúdica y pedagógica.

3.2 Específicos

- Ofrecer una guía impresa y multimedial para todas aquellas personas interesadas en el estudio detallado del patronaje
- Aportar al sector de la moda y los textiles, así como al sector académico de estos campos una herramienta con mayor estructuración, mejor calidad y fundamentalmente con información novedosa.
- Actualizar las técnicas de enseñanza y los apoyos pedagógicos utilizados, para la enseñanza y aprendizaje del patronaje.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 Marco Histórico

Con base en investigaciones realizadas por el grupo de trabajo, no existe un documento propio, actualizado y práctico que alguna institución posea referente del área de Patronaje.

Sobre este tema no se ha elaborado ningún texto debidamente estructurado y actualizado, que maneje ampliamente y de forma creativa contenidos en los cuales se haya comprobado su excelente calidad, al terminar el producto.

Para realizar este libro guía se tiene como faro tutorial los conocimientos adquiridos durante la carrera de Diseño de Modas y Textiles, cursos de patronaje en el Sena, y experiencias propias de quienes elaboramos este proyecto, lo cual ha permitido la comprobación de la efectividad de este patronaje.

Observando la aplicabilidad y funcionalidad del patronaje se considera que este es un aporte tanto para estudiantes, como para todas aquellas personas interesadas en la producción de prendas en variados niveles.

Por ello cada uno de los capítulos fundamenta, explica en forma amplia, sencilla y didáctica los temas tratados considerando que esto hará amena la operación descrita, o simplemente ilustrará al lector sobre temas novedosos para él, que le permitirá ampliar su saber y desarrollar en forma más práctica y operacional la labor.

La moda posee en la actualidad, varias manifestaciones o sectores. Esta situación crea una gran diversidad de productos, vestuarios. Todos ellos son distintos. Entre los elementos diferenciadores se encuentran: La calidad de materiales y terminados, el reconocimiento comercial, el precio, el grado de diseño, el sitio donde se adquieren, el tipo de consumidores, el contenido simbólico que poseen, el estilo de fabricación, etc.

Dos factores son los más representativos de la moda contemporánea:

1. **Alta Costura:** que como tal no existe en el país.
2. **Alta Moda:** que conlleva consigo la Pret – á – porter deluxe, y la Pret – á – porter en múltiples aplicaciones.

Aunque éstos sean los sectores más significativos, no son en modo alguno, los únicos. Entre ellos existen variadas opciones de vestuarios que conjugan elementos de ambas manifestaciones.

Resulta importante comprender ésta dinámica, pues un alto porcentaje de la moda producida, hoy en día, se caracteriza por ser ecléctica, en el sentido de cambiar sendas alternativas comerciales.

Por lo anteriormente expuesto es indispensable conocer los temas tocantes relacionados con la elaboración de prendas de vestir.

Se debe recordar que el PRET – A- PORTER, se originó como consecuencia de la segunda Guerra Mundial. En 1946 debido a la escasez de dinero, los diseñadores de alta costura estaban en quiebra y decidieron fabricar prendas de menor calidad listas para vestir. A partir de esta situación apareció el patronaje con aplicación industrial, porque se necesitaba realizar planos que se pudieran utilizar en repetidas ocasiones.

4.2 Marco Teórico

El proceso evolutivo que ha demostrado el patronaje en el esquema formativo como en la maduración industrial, ha demostrado una variación sentida en los

últimos años, cuando se ha presentado una evolución del cuerpo humano que obliga a modificar los cuadros de tallas preexistente, en razón a los cambios anatómicos que el cuerpo humano viene presentando en particular la silueta femenina.

Si se han realizado estudios y/o aproximaciones acerca de lo que es el patronaje, no han dejado de ser estos simples asomos a guías básicas para la formación y aplicación. Estudiada la bibliografía existente se observo que los más próximo data de 1973, es decir 20 años atrás, y no se ha encontrado información actualizada integral y pedagógica que modifica las condiciones básicas anteriores.

Los programas sistematizados con los cuales se cuentan hoy tales como el Gerber, Audaces, Esmoda, Reachpeace y Optitex, son elementos de alta tecnología, para la aplicabilidad y desarrollo del patronaje, pero no estructuran información adicional, la cual es necesaria para los procesos formativos.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

En la actualidad la profesión de sastre, o modista se ha visto mermada por la industria de la confección que origina grandes volúmenes de producción y los ofrece al mercado a un costo menor, es decir, el costo de elaboración de una prenda resulta menor cuando trabaja el técnico patronista quien posee una preparación técnica elevada y un conocimiento amplio sobre patronaje y escalado y ha adquirido experiencia a través de los años.

El patronista debe tener unos conocimientos más amplios sobre anatomía aplicada a la industria de la confección, tallaje, patronaje industrial, y escalado de tallas, además de tener aptitudes para el dibujo lineal, cálculos, y a la sistematización aplicada de la moda.

En base a lo anterior las instituciones dedicadas a la formación en Diseño de Modas, se ven y verán en la obligación de ofrecer al estudiante planes de estudio acordes a las necesidades cada vez más exigentes del mercado, incluyendo ya sea temáticamente o como asignatura conocimientos sobre geometría, anatomía y antropometría, las cuales fundamentaran técnicamente, científicamente al diseñador patronista.

Por lo expuesto anteriormente se debe tener en cuenta que el patronaje no es un hecho aislado en la confección, sino que es un proceso muy dispendioso, por lo tanto la informática con todo lo que ello implica está directamente relacionada, ella debe apoyar la realización de esta mediante los patrones.

El patronaje apoyado por computador se está promoviendo de manera sentida en razón del servicio que ofrece, por la reducción de costos, tiempo. Se estima y conviene como herramienta vital que el profesional de la moda debe agotar instancias en el conocimiento teórico – práctico, para luego sistematizar este con el apoyo de programas tales como Audaces, Optitex, Gerber y otros que se mercadean actualmente.

4.3.1 PATRONAJE

Es el desarrollo de un modelo de diseño establecido, este proceso se lleva a cabo teniendo como referencia las tablas de medidas y se realiza mediante trazos realizados en papel y ayudados con reglas especiales para esta labor, o con programas sistematizados que existen en el mercado, se desarrolla en base a un modelo guía o figurín.

4.3.2 ANATOMIA

Es el estudio del cuerpo humano, sus características, estructura, y proporciones, se mira la anatomía de una manera artística para el desarrollo de técnicas propias aplicadas al diseño de modas; base primordial para el desarrollo de medidas anatómicas necesarias para llevar a cabo el cuadro de tallas y poder desarrollar los modelos de moda.

4.3.3 ANTROPOMETRÍA

Ciencia de la antropología que estudia las proporciones y medidas del cuerpo humano.

Basado en la investigación de las medidas en la mujer actual, se han elaborado estándares en los patrones (tallas), adaptadas con mayor exactitud a las proporciones de las medidas del cuerpo humano.

Si hacemos una comparación entre algunas de las tablas de tallas, encontramos en sus medidas pequeñas diferencias, y cuando se elabora el patrón estas diferencias podemos decir que están dentro de un rango permitido para lograr una norma estándar.

4.3.4 ERGONOMÍA

Investigación de las capacidades físicas y mentales del ser humano y aplicación de los conocimientos obtenidos en productos, equipos y entornos artificiales. La aplicación de la ergonomía puede llevar a productos más seguros o fáciles de usar, como ejemplo: **productos domésticos** (utensilios de cocina, juguetes, ordenadores o muebles), **ropa** (calzado, prendas deportivas o pantalones) y muchos otros productos.

En la actualidad, los diseñadores e ingenieros se basan en la investigación de los factores humanos, como por ejemplo los estudios experimentales de datos antropométricos (**medidas corporales**) y facilidad de uso, para ayudar a fabricar productos más fáciles de entender, más seguros de manejar y mejor adaptados al cuerpo humano. Los ancianos, los niños y los discapacitados son grupos especiales que pueden ser objeto de análisis ergonómicos.

4.3.5 ESTUDIO DE TALLAS

El estudio de tallas no es más que el estudio de las medidas más representativas tomadas sobre el cuerpo humano, es decir las medidas anatómicas, para que sobre estas se pueda trazar el patronaje base normalizado.

Estas medidas deben tomarse sobre un punto anatómico determinado previamente y teniendo en cuenta la especialidad industrial a la que este dedicada la empresa.

4.3.6 TALLAS NORMALIZADAS

Estas medidas son las que tomamos directamente del cuerpo humano, nos determinan las magnitudes más idóneas para poder elaborar los cuadros de tallas de aplicación práctica.

Estas medidas deben tomarse sobre el cuerpo desnudo, vestido únicamente con ropa interior y descalzo, con el cuerpo en posición erguida no rígido, con brazos caídos a lo largo del cuerpo, pies formando ángulo de 45°, con cabeza orientada hacia el frente.

Las tallas normalizadas son las utilizadas en la elaboración de patrones personalizados, un ejemplo es la alta moda.

4.3.7 CUADRO DE TALLAS

Es un tabla de medidas presentada de forma ordenada de todas las medidas anatómicas del cuerpo humano y sus denominaciones (cintura, cadera, talle....., etc.), mediante las cuales podemos realizar los patrones, estas están representadas en centímetros y por las diferentes numeraciones que determinan las tallas (6 – 8 – 10 – 12-.....)

4.3.8 PATRONAJE INDUSTRIAL

Es el resultado de estudios estadísticos de las medidas anatómicas del cuerpo humano de acuerdo a la región de origen, con datos suficientes para garantizar su uso con un mínimo de error, y por medio de este conocer el valor de las demás medidas anatómicas no tomadas directamente.

Este patronaje permite que los diferentes fabricantes tengan unas medidas estándar para desarrollar sus patrones, pero que puedan ajustarlas de acuerdo al usuario que ellos manejan y a las prendas de vestir que desarrollan.

4.3.9 PATRÓN DEL DISEÑO

Es el trazo del prototipo mediante un patrón base que se tiene como punto de inicio y mediante este, se desarrollan las características que tiene el modelo a trazar, en las diferentes tallas, en el se deben especificar los detalles como, referencia, talla, # de piezas, cortes, nombre del patronista y cortador, además dentro del despiece se debe tener en cuenta que este debe llevar medidas de costura, hilo de tela y convenciones para la confección.

4.4 MARCO ESPACIAL

El presente proyecto se estima en su proceso de realización en un periodo aproximado de seis meses, contados estos a partir de la definición y dimensionamiento de la situación problema, es decir en el mes de abril del año 2004, se dará inicio formal al proceso de lanzamiento y comercialización de esta guía. Así mismo, el marco geográfico se limita inicialmente en la ciudad de Bogotá, pero se estima un cubrimiento mayor (particularmente región central del país) en un espacio de tiempo de dos años.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Hipótesis

5.1.1 Válidas

- En el proceso formativo colombiano, no existe un texto guía que apoye la capacitación e instrucción en el patronaje básico y sus diferentes niveles.
- Es válido para el entorno Colombiano mostrar un nuevo cuadro de tallas en el ámbito industrial, que sea aplicado por el sector y se estandarice en este.
- A la existencia de una guía estructurada, lúdica y pedagógica el nivel de formación de los diseñadores en el campo aplicado del patronaje mejorará sustancialmente, logrando con ello desarrollar niveles de prelación en las prendas elaboradas industrialmente.

5.1.2 Nulas

- El cuerpo humano no ha evolucionado en su estructura anatómica en los últimos cincuenta (50) años.
- Los docentes que laboran en los diferentes niveles de formación cuentan con una gran variedad y multiplicidad de libros actualizados, como apoyo para la enseñanza del patronaje.
- Los alumnos cursantes del diseño de modas encuentran multiplicidad de opciones en textos de formación, información y profundización en el área del patronaje.

5.2 Variables

- 5.2.1** Estudiantes en la actualidad existen cerca de 7729 estudiantes en los programas de formación de diseño de modas y textiles a nivel nacional, que pueden ser demandantes de esta guía (*1).
- 5.2.2** Existen en Colombia registrados en el Ministerio de Comercio la Industria y el turismo, 3129 diseñadores de modas, que requerirían apoyo, información actualizada de fácil interpretación para el desempeño de sus labores (*2)

5.2.3 Contando en el país con cerca de 74 instituciones de educación en los subsistemas no forma y formal, que agrupan a más de 190 docentes de las áreas del patronaje y la confección, requerirían y adquirirían este tipo de guías a ofrecer (*3).

5.3 Diseño de Herramientas de Comprobación

5.3.1 Encuesta: ver anexo # 1

5.3.2. Análisis Cuantitativo: ver anexo # 2

5.3.2.1. Análisis de resultados: ver anexo # 3

5.3.2.2. Análisis cualitativo: Una vez realizado el análisis de resultados de la encuesta, podemos darnos cuenta que en la mayoría de las preguntas referentes a la necesidad de un libro de patronaje, apoyado con las áreas de ergonomía, anatomía y geometría, el 75 % de los encuestados respondieron afirmativamente a esta necesidad, por las falencias que presentas en las diferentes áreas.

***1 DNP (Departamento Nacional de Planeación), estudios sectoriales – confecciones 1997 – 2002**

***2 DNP (Departamento Nacional de Planeación) censos sectoriales – confecciones 2002.**

***3 Ministerio de Educación Nacional, estadísticas sector de la educación Superior y no formal 2002**

CAPITULO II

PROCESO DE DISEÑO

1. ELEMENTOS DE INSPIRACIÓN

1.1 Conceptual

Realizando la evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje del patronaje, se ha detectado una gran debilidad en este, en razón a la no existencia de material bibliográfico que sea realmente aportante, por esta razón el grupo investigativo se ha apoyado en la información recogida mediante las herramientas de comprobación en la detección cierta de la necesidad de ofrecer al sector de la moda en general, un documento que aporte y modifique costumbres mal habidas en los procesos de formación, información.

2. PROCESO DE DISEÑO ADELANTADO

2.1 Visual

Realizando un estudio y revisión de los documentos escritos y catalogados en bibliotecas se logro dimensionar la falta de elementos pedagógicos y lúdicos, que requieren tanto el alumno como los docentes para el ciclo de información y/o formación, se cumpla con un alto grado de efectividad.

2.2 Conceptual

Recibidos los múltiples conceptos emitidos por personas participantes del proceso de formación (estudiantes, docentes, directivos), mediante charlas informales, se definió la necesidad de aportar al sector un documento muy bien estructurado, que mejore lo existente y recoja opiniones e inquietudes de quienes hacen cierta la falencia de este tipo de documento.

2.3 Aplicativo

Teniendo en cuenta los numerales anteriores, se procedió a dar un orden temático a las debilidades halladas en campo del patronaje y su enseñanza, al igual que en la bibliografía revisada, para que contando con estas se pudiese estructurar el documento objeto de este estudio.

3. Sensibilidad del mercado

Como ya se observo en el numeral 1 de este capitulo, los alumnos, docentes y directivos consideran vital el contar con un documento organizado, estructurado y apoyado de manera multimedial y virtual, que facilite y haga agradable el proceso de enseñanza – aprendizaje, así como la generación de mejores resultados en el sector empresarial de la moda que muestra aún estructuras bastantes débiles en su aplicación.

4. Documento propuesto

Del proceso investigativo adelantado, en fuentes de segunda mano (libros, revistas, magazín) así como de la información recibida de la población objeto de estudio, se ha definido por parte del grupo investigador proponer a este mercado una guía funcional como ya se ha dicho con anterioridad (pedagógica, lúdica, estructurada, actualizada). Dicha guía llegará al mercado por medio de un libro capitulado, apoyado por instrumentos promocionales tales como juegos lúdicos aplicados, CD, Diskets, etc.

5. Nicho de Mercado Definido

Se ha considerado que el nicho de mercado definido se divide principalmente en tres niveles así:

1. Estudiantes en todos los diferentes cursos de formación
2. docentes del área técnica
3. Instituciones educativas que adquieran para sus bibliotecas los fascículos o el libro guía completo, opciones de mercadeo que serán ofrecidas “Al gusto del consumidor”.

Un cuarto nivel considerado de manera independiente serán los diseñadores egresados y los empresarios que consideren que su quehacer profesional y empresarial respectivamente puede mejorar de manera sustancial con este tipo de apoyo ofrecido.

6. Estructura de presentación.

Como ya se ha comentado el libro será presentado de manera alterna así:

1. Un libro integrado por capítulos de formación organizados por diferentes grados de complejidad que se ofrece al público (nicho de mercado).
2. Libro total e integrado que se ofrecerá como estrategia comercial a instituciones educativas que ofrezcan este programa de formación y a las empresas que deseen contar con este, como libro de consulta.

7. Materiales a aplicar

En cualquiera de las dos opciones de comercialización el documento será impreso en papel pro palcote de 90 gramos, en un tamaño carta de 21.5 X 29 cm., a tiro y retiro, diagramado de manera dinámica, alegre y poli cromático.

Para la organización capitular, se ofrecerán carátulas en cartón plastificadas de 22 X 29.5 cm., y para la organización completa de la guía, se entregará portada en cartón cartulina, debidamente cubierta en material plastificado con la imagen corporativa de la empresa.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADOS

1. PRODUCTO OFRECIDO

1.1 Clasificación

El producto elaborado y presentado al mercado presenta las siguientes clasificaciones:

- a. De acuerdo a su durabilidad: es un bien perecedero
- b. De acuerdo a su funcionalidad: es un bien complementario en el proceso de formación de los diseñadores de moda, tecnólogos en confección, así mismo como a estudiantes de cursos particulares de corte y confección.
- c. De acuerdo a la percepción: es un bien tangible que presenta información la cual genera un servicio de culturización, actualización y profundización

1.2 Uso y Aplicación

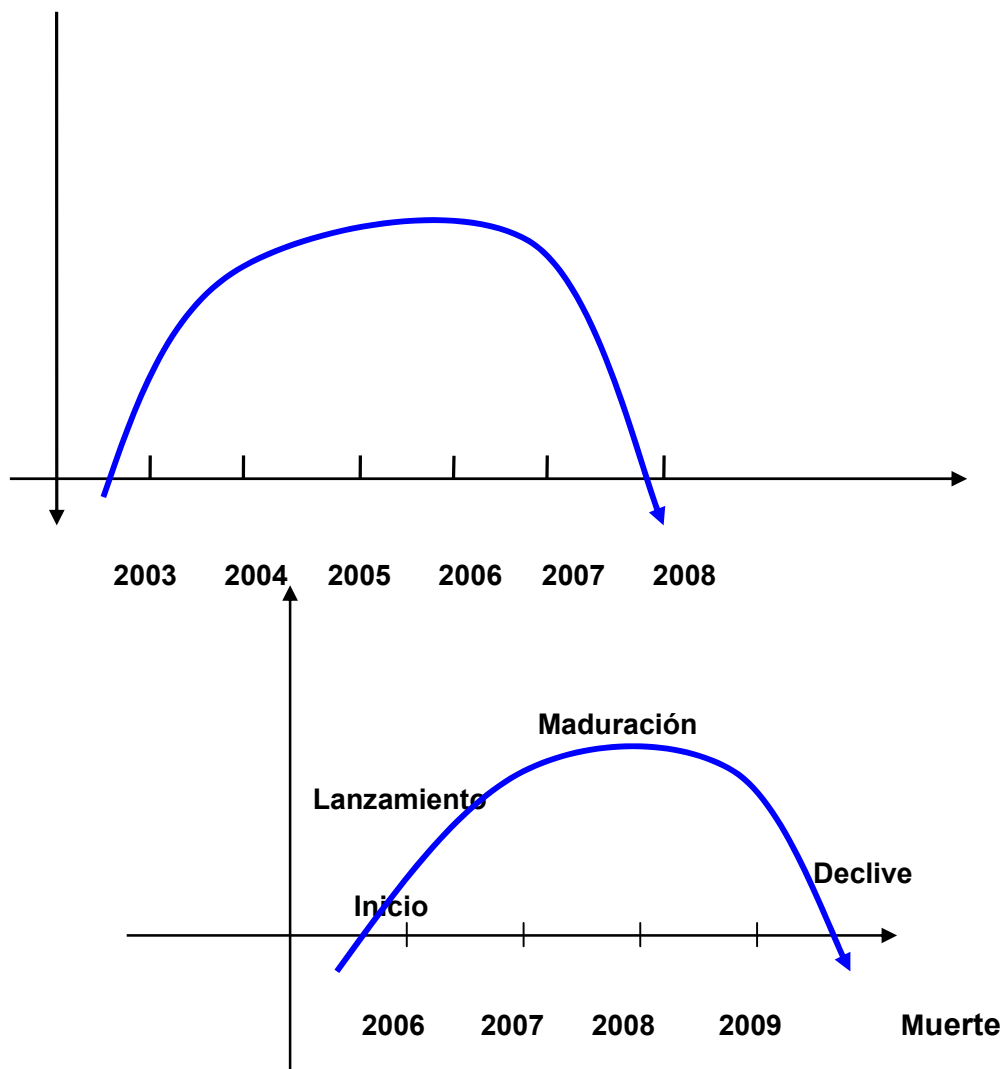
El bien como tal debe ser utilizado como una fuente de información que compendia, actualiza y profundiza documentos y libros ya elaborados y como tal permite a sus consultantes o usuarios a aplicarlo en su proceso de formación en las áreas específicas de la moda y la confección.

1.3 Curva de vida

En razón de la naturaleza misma del bien su curva de vida es bastante amplia más aún cuando se estima reeditarla con nueva información, nuevas técnicas y nuevos elementos pedagógicos que recojan la nueva información aparecida, en referencia a materiales y siluetas, así mismo como las texturas que modifican los nuevos tipos de prendas a construir.

De tal forma su curva de vida se estima así gráficamente:

1.4 CURVA DE VIDA DE LA COMPAÑÍA



2. DEMANDA

2.1 Análisis de la demanda actual

Observando de forma crítica la población estudiantil a nivel local (Bogotá) de las instituciones de educación no formal y formal superior en sus niveles técnico, tecnológico y profesional la demanda actual se estima en 3.179 estudiantes, 123 docentes, y aproximadamente 1.179 diseñadores de modas egresados por cifras del ICFES y la secretaria de educación distrital, las cuales fueron cotejadas con el censo de profesiones del Departamento Nacional de planeación, y el ministerio de comercio la industria y el turismo, de tal forma que la demanda actual será igual:

Estudiantes	3.179
Docentes	123
Diseñadores egresados	<u>1.179</u>
TOTAL	4.481

La anterior demanda no considera inicialmente la aplicación y por ende la venta al sector industrial el cual al nivel de Bogotá muestra:

Microempresarios	1.538
Pequeñas empresas	278
Mediana y grande empresa	<u>37</u>
TOTAL	1.853

2.2 Potencial

Estudiando las series de desarrollo de los últimos cinco (5) años en referencia a la demanda de cupos y a la aparición de nuevas empresas, se muestra para el primer análisis un incremento del 1.75% anual y para el segundo del 0.975% anual en el espacio de Bogotá y municipios circunvecinos, de tal forma que la demanda potencial para los próximos cinco (5) años sería:

Años						
Grupo objetivo	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Académico	4481	4559	4639	4987	5074	5163
Empresarial		1853	1871	1889	1908	1926
Total	4481	6412	6530	6876	6982	7089

3. ANÁLISIS DE OFERTA

3.1 Actual

En razón de la capacidad económica del grupo proyectista la demanda actual, que ha sido estimada en un total 4481 para el año 2003 y 6412 para el 2004 es considerado bajo los siguientes parámetros:

- a. Aún creciendo la población estudiante de diseño de modas y de los profesionales egresados el hecho de adquirir un libro se dimensiona en el compartir este por grupos de estudio o grupos de interés así los grupos académicos se conforman entre 3 y 4 personas y los grupos de docentes de 2 a 3 personas, es decir en promedio para la academia se ofrecerán tentativamente 2.000 ejemplares los cuales representan el 33 %.

3.2 Oferta potencial

Bajo los mismos parámetros que se ha estimado el crecimiento de la demanda y bajo las premisas de la oferta actual se realizara la oferta potencial que para los años comprendidos entre el 2005 a 2008, se mostrará por año las siguientes consideraciones de oferta, observando:

Año				
Grupo objetivo	2005	2006	2007	2008
Académico	1546	1662	1691	1721
Empresa	1871	1889	1908	1926
Total	3417	3551	3599	3647

Del anterior cuadro y en consideración de la aceptación de la primera edición se puede estimar que la demanda solo se desarrollará en forma efectiva para las nuevas empresas, ya que las que con anterioridad han adquirido el libro no continuarán siendo demandantes de este, así se encuentra que la oferta efectiva será:

Año				
Grupo objetivo	2005	2006	2007	2008
Académico	80	348	87	89
Empresa	18	18	19	18
Total	98	366	106	107

***Nota:** El crecimiento a partir del 2006 en la oferta obedece al lanzamiento de la nueva edición.

4. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

4.1 Directa

Revisando la bibliografía existente en bibliotecas, los libros que sobre el área se producen anualmente no se halla competencia directa, ya que este tipo de libros con la estructura de él proyectada en nuestro país no son producidos, así como la adquisición de libros importados sobre el tema muestran una tendencia a cero (0).

4.2 Competencia indirecta

Este tipo de competencia si afecta la demanda del producto que a nivel nacional existen varios ejemplos reeditados algunos de ellos sin modificación alguna y que por tal razón la demanda de estos tienden a neutralizarse. El ámbito de las publicaciones periódicas tales como revistas, suplementos de revista, cartillas y guías elaboradas por instituciones educativas y la aparición de algunas páginas de Internet que ligeramente tocan el tema, pero su interés fundamental es el de ofrecer cursos de formación en estas áreas que fundamentalmente se desarrollan fuera del país afectarían la demanda potencial de la guía ofrecida.

En este campo encontramos:

- Guías elaboradas por el Sena
- Cursos tipo enciclopedia que fundamentalmente edita Zamora Editores.
- Publicaciones periódicas de confección que suministran patrones Estándar sin orientación alguna de tipo académico como las elaboradas por Quilla, y Lafayette.

5. TECNICAS DE ACERCAMIENTO AL MERCADO

5.1 Del cliente

5.1.1 De acuerdo al perfil

En razón del perfil del nicho de mercado objeto de instituciones, el acercamiento a ellos se realizará con las instituciones educativas en sus diversos niveles en donde se congregaran estudiantes y docentes. Para el sector industrial y diseñadores se realizaran trabajo directo de venta y envío de publicidad en Brochure y catálogos de ofrecimiento al igual de CD dencond.

5.1.2 De acuerdo a costumbres de compra

La principal fuente de información en donde el potencial usuario del libro guía acude es en bibliotecas y librerías, es allí entonces a donde se acercara la empresa a ofrecer su producto por medio de la ubicación de stand, allí se exhibirá el libro y periódicamente (entre horas) se realizaran charlas técnicas y demostraciones apoyadas por video y computador, video beam.

5.1.3 De acuerdo a criterio de uso u Aplicación

La consideración principal mediante la cual se orienta el producto al mercado es fundamentalmente la de adquirir nuevos conocimientos y la de renovar conocimientos obsoletos, así como la de comparar o cotejar las que se poseen al nivel de industria.

Los elementos antes mencionados podrán entonces aplicar como uso de la guía o módulos para el conocimiento mismo, y la aplicación se observará en la enseñanza o cátedra del patronaje y en la modificación de esquemas anquilosados de la industria revaluando así conceptos tanto en la enseñanza como esquemas de renovación en el patronaje industrial.

5.2 De la competencia directa e indirecta

Observando en el mercado las ofertas bibliográficas sobre patronaje no se halla una competencia directa claramente definida.

Se hallan en el mercado revistas de moda quienes en su interior traen como oferta promocional patrones de prendas de vestir para ser directamente aplicados

y desarrollar prendas, esta ha sido el esquema mediante el cual muchas empresas y/o personas operan el patronaje.

En libros existentes en el mercado no se encuentran disponibles en librerías, textos que posean datos de actualidad, los existentes son generalmente europeos específicamente españoles y están orientados a enseñar esquemas básicos de patronaje sin considerar los valiosos aportes antropométricos que dichos libros deben tener.

En Colombia encontramos libros clásicos de patronajes elaborados por el Sena en esquemas poco lúdicos y con escasa pedagogía, ya que con ellos se busca formar personas de nivel operativo que funcionen sin mayor criterio de interpretación lógica y desarrollo de esta valiosa técnica que aporta crecimiento al sector de la confección en particular y a la cadena textil, confecciones de la moda en general

5.2.1 Cubrimiento del sector

Los libros existentes de la competencia directa e indirecta, así como las revistas cubren fundamentalmente el sector educativo, lugares donde aún se utilizan dichos libros que han sido reeditados sin considerar las variaciones antropométricas que ha tenido el cuerpo humano en los últimos treinta (30) años, los sistemas COM (Computer Asisten modeum), traen consigo cuadros de tallas preestablecidas por genero que no son totalmente aplicables en nuestro país.

En cuanto a las revistas consideradas estas como competencia indirecta, son aplicadas por confeccionistas básicos (modistas y/o sastres)

5.2.2 Experiencia

Se puede considerar que la competencia analizada posee una amplia experiencia en la generación de patrones, más no en la enseñanza del patronaje como herramienta fundamental de la arquitectura de la moda para ello el esquema del trabajo se ha hecho repetitivo y poco aportante.

5.2.3 Política de precios

La competencia posee una política de precios de mercado frente a los libros que se ofertan, en cuanto a las revistas estas son manejadas con una política de precio de desceme ya que la no existencia de altos volúmenes de información, estas revistas pueden llegar al mercado en precios relativamente altos oscilado estos entre los \$8.000 y \$18.000.

5.2.4 Manejo de la Promoción

El sistema promocional de los libros se hace generalmente por medio de librerías que los exhiben en sus stand, se refuerza esta labor con la visita de vendedores o agentes de comercialización que en convenio con instituciones educativas ubican vitrinas para promocionar estos libros, así mismo se hace atención personalizada a empresarios y a los diseñadores cuando existen ejemplares con algunos temas actualizados.

En las páginas Web se ofertan cursos desde España principalmente que al ser adquiridos llevan consigo fascículos que son remitos por las instituciones que realizan tal labor.

5.2.5 Manejo de la distribución

Estos libros existentes en el mercado no tienen un alto volumen promocional y los libros son distribuidos por intermedio de asesores comerciales principalmente, y por librerías como ya se comento.

5.2.6 Manejo de la comercialización

El esquema de la comercialización no es agresivo por parte de la competencia, no existe una alta oferta de esta clase de libros, así mismo la demanda hacia la competencia es estacionaria, quienes realmente conocen de manera amplia sobre el tema están permanentemente escudriñando acerca de nuevos volúmenes, tomos, enciclopedias o fascículos que actualicen y mejoren la información existente.

6. TÉCNICAS PROMOCIONALES APLICADAS

6.1 Directas

El grupo investigador y de inversionistas adelantaran inicialmente una campaña promocional de el libro en forma directa, realizando conferencias, foros, seminarios y show book (lanzamiento introductorio de el libro al mercado), en donde se invitarán a estos eventos Decanos, Docentes, Coordinadores de Programas, Estudiantes, Industriales, Diseñadores principalmente.

6.2 Indirectos

Se adelantarán trabajos promocionales de tipo indirecto realizando ofertas por correo y/o telemarketing en librerías e instituciones educativas, en donde se ubicarán carteles y se dejarán para su promoción catálogos sencillos que deben ser consultados por estudiantes, y catálogos estructurados que sean dirigidos como esquema promocional a los empresarios y diseñadores.

De forma inicial no se ha esquematizado la promoción por medios masivos en razón a la poca efectividad que estos pueden llegar a tener, y al alto volumen de la inversión requerida para esta labor.

7. TÉCNICAS PUBLICITARIAS APLICADAS

7.1 Medidas Publicitarias

Como se comento en el numeral anterior no se utilizaron medios publicitarios masivos, sino por medio de atención personalizada y eventos promocionales.

Se estima que de acuerdo a la acogida que el libro y sus fascículos tengan en el mercado se efectuara el montaje de una página Web en la red.

7.2 Cadena Sin fin

Se considera como vital la referenciación que el producto (libro – fascículo), tenga por parte de los usuarios que lo han adquirido, este será uno de los sistemas promocionales y publicitarios de mayor grado de efectividad.

7.3 Publicidad utilizada

La publicidad que se utilizara será dirigida al nicho de mercado esquematizado en el proceso de diseño.

Dicha publicidad tendrá efectos subliminales que obliguen u orienten la generación de las necesidades de conocimiento más profundo sobre el tema.

8. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

8.1 Cero canales.

En forma inicial como tambien ya se hizo la referencia, la empresa no utilizara distribuidores, hará el trabajo directo cubriendo las etapas de la pre-venta y pos-venta apoyadas estas etapas con las fases de siembra y cosecha.

9. POLÍTICAS DE PRECIOS.

En razón el proceso de investigación e inversión requerida para alcanzar la edición de este libro y sus fascículos, además de la innovación que se esta realizando en este tema, el precio de intención mediante el cual la empresa realizará la oferta comercial será de descreme, es decir por encima de los valores de los libros existentes en el mercado.

10. MATRIZ DOFA

10.1 Debilidades

- a. Baja disponibilidad de recursos económicos para invertir
- b. Cultura arraigada de patronaje existente en el sector empresarial
- c. Esquemas anquilosados de enseñanza por parte de los docentes actuales.
- d. Cultura de no-credibilidad sobre las capacidades que pueden tener el grupo investigador e inversionista

10.2 Oportunidades

- a. Necesidades de modificar el patronaje existente en razón de la detección de no aplicar a cabalidad este en el ámbito industrial.
- b. Las necesidades de aplicar a mercados internacionales por parte de los investigadores de la confección y moda Colombiana, en donde se refleja la globalización en las tallas.
- c. Las necesidades de modificar, actualizar las bases antropométricas existentes y las técnicas arcaicas con las cuales se realizan los patrones (Por memorización)

10.3 Fortalezas

- a. Innovación en el esquema propuesto para aprender y desarrollar el patronaje.
- b. Definición del proyecto enmarcado en la normatividad Incontec actualizada (NTC 10652 y 8559).
- c. Inducción de elementos pedagógicos y lúdicos que permitan la aprehensión de esta técnica.
- d. Consideración de técnicas y ciencias aportantes al patronaje, como geometría, antropometría y ergonomía.

10.4 Amenazas

- a.** Generación de competencia desleal
- b.** Negativa de comercialización por parte de distribuidores (Librerías)
- c.** Baja capacidad económica de los estudiantes para la adquisición del ejemplar.

CAPITULO IV

ESTUDIO DE IMAGEN CORPORATIVA

Estudio Legal y Administrativo del proyecto

1. Misión

Diseño Activo es una sociedad limitada dedicada a la investigación, elaboración de libros, documentos y publicaciones periódicas que apoyen y desarrollen el patronaje, escalado y confección.

2. Visión

Diseño Activo, será la primera empresa Colombiana dedicada formalmente a la investigación estructural, científica del área técnica de la moda, considerando en esta el patronaje, escalado de tallas, confección y el control de calidad de los productos finales.

Esta compañía tiene como proyección futura, el desarrollo y distribución de materiales complementarios para el buen desarrollo del patronaje, como son reglas, material didáctico, y el asesoramiento de empresas dedicadas a la confección.

3. Imagen Corporativa Anexo No. 4

4. Legalización

4.1 Acta de Constitución

Reunidos los socios Sandra Yaneth Arias Gamboa y Mireya Montañez Ladino, identificadas con cédulas de ciudadanía N° 51.914.610 de Bogotá y 52.038.350 de Bogotá, respectivamente, han decidido constituir una empresa de naturaleza limitada cuya denominación social será Diseño Activo. Y cuya vida útil sea estimado en Diez (10) años a partir de la fecha de constitución.

Dicha empresa se dedicará a la investigación y desarrollo bibliográfico del área técnica de la moda y la confección, teniendo como proyección futura, también la distribución de materiales complementarios para el buen desarrollo del patronaje, como son reglas, material didáctico, y asesoramiento de empresas dedicadas a la confección.

Diseño Activo contará con un capital social de Diez \$10'000.000 Millones de Pesos, cada uno repartidos proporcionalmente en cifras iguales por sus socios, la representación legal estará a cargo de su Gerente General Sandra Yaneth Arias Gamboa, y la suplencia de dicha representación estará a cargo de Mireya Montañez Ladino en su calidad de Sub. Gerente General, en forma inicial la empresa funcionará en la Carrera 45 # 71-21, Oficina 301.

4.2 Registro ante la Cámara de Comercio

Consultando previamente la razón social ante la cámara de comercio y no hallándose escrito está, se procedió a registrar la empresa diligenciando los correspondientes formularios del RUE (Registro Único Empresarial), junto con el acta de constitución previamente diligenciada.

4.3 Registros Fiscales

Se diligenciarán en la cámara de comercio en el correspondiente formulario para fines tributarios que en esta entidad se suministra y con el cual se obtendrá el RUT (Registro Único Tributario), ante la DIAN y con el la obtención del NIT (Número de identificación Tributaria), y el registro del sistema impositivo del IVA, así mismo se obtendrá el RIT (Registro de Información Tributaria), el cual inscribirá a la empresa ante la Secretaria de Hacienda Distrital de Bogotá, labor con la cual se adquiere el compromiso de cancelar bimensualmente el impuesto de Industria y Comercio Avisos y Tableros.

4.4 Concepto de Uso de Curaduría

Ante la Curaduría Distrital No. 3 se realizará la solicitud del concepto de uso correspondiente para la empresa, considerando inicialmente que dadas las características de estas no se presentarán inconveniente alguno en obtener el concepto de uso positivo.

4.5 Concepto Sanitario

Ante el hospital local Engativa se registrará la solicitud del concepto sanitario respectivamente, verificando previamente que las condiciones del local en donde funciona la empresa, cumpla con las exigencias mínimas de dicha entidad.

4.6 Paz y Salvo Sayco y Acimpro

Para dar trámite a esta obligación parafiscal se efectuará la respectiva consulta ante Sayco y Acimpro, para conocer la obligatoriedad de cancelar los valores correspondientes al impuesto de propiedad intelectual e interpretación musical que esta entidad maneja. Considerándose para la empresa la excepción de no pago a la no-obligatoriedad por no uso de medios de transmisión (Radio y Televisión).

4.7 Concepto de Bomberos

Ante el cuerpo oficial de Bomberos de Bogotá se cumplirán las diligencias de solicitar el concepto de Bomberos obligatorio para todo tipo de empresa.

4.8 Registro de Marca

Diseño Activo realizará el registro respectivo petitorio ante la Superintendencia de Industria y Comercio, del registro de marca e imágenes de la empresa definidas como Imagen Corporativa.

4.9 Registro de Propiedad Intelectual

Ante el Ministerio del Interior y Justicia en su División de Propiedad Intelectual, adscrita a la Superintendencia de Industria y Comercio se realizará el respectivo registro de propiedad Intelectual sobre el libro, que se producirá así mismo ante la Cámara del Libro el respectivo registro y la obtención del ISBN (estándar para libros).

5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y MANUAL DE FUNCIONES

5.1 Organigrama y Manual de Funciones Anexo No. 5

5.2 Manual de Procedimiento

1. Se selecciona el tema previo estudio de mercado que requiere ser presentado.
2. Se realizará una esquematización temática inicial acerca de los contenidos y/o temas a tratar en la nueva edición.
3. Se efectúa la revisión del comité editorial y se presenta la propuesta del nuevo libro y/o revista a editar

4. Se efectúa el trabajo de escritorio y la investigación de campo respectiva, para acopiar la información que llevará el respectivo libro a editar.
5. Se efectuará un machote de la diagramación, que llevará el ejemplar y su estructura organizativa temática.
6. Definido el numeral anterior se reúne el comité editorial, para la aprobación de la nueva edición.
7. Con la aprobación del comité se realizarán las respectivas cotizaciones de la litografía y/o tipografía, donde se imprimirán los ejemplares a llevar al mercado.
8. Se realizarán los contactos pertinentes con las respectivas librerías y/o entidades, que comercialicen y apoyarán la distribución de los ejemplares.
9. Se preparará la información de producción pertinente, para apoyar la comercialización de los ejemplares.
10. Se realizará el lanzamiento oficial mediante el Show Book y se aplicarán los diferentes medios publicitarios, que refrendan el plan de mercadeo de la empresa.

5.3 Manual de Calidad

1. **Denominación:** Manual de calidad para la edición de libros y/o revistas
2. **Objetivo:** Determinar los pasos que deben realizarse para la producción, edición de los libros y/o revistas que Diseño Activo realice.
3. **Alcance:** El presente manual define los lineamientos generales sobre los cuales se deben enmarcar el proceso editorial de la empresa y deroga y anula documentos que le sean contrarios.
4. **Política:** Todos los delineamientos concernientes a la edición de ejemplares, libros y/o revistas deberán tener como objetivo principal de trabajo en su aspecto normativo el presente manual.
5. **Procedimiento:** CFR ver numeral anterior

5.4 Diagrama de Gramm del proyecto

ACTIVIDADES	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	15	25	35	45	15	25	35	45	15	25	35	45	15	25	35	45
1. Investigación temática	()														
2. Investigación temática investigativa		()													
3. Consecución base bibliográfica			()												
4. Lectura y análisis de base bibliografía			()												
5. Organigrama con planteamiento temático				()											
6. Desarrollo proceso investigativo y de diseño					()								
7. Diagramación de ejemplar								()							
8. Correcciones y reorganización									()						
9. Ordenamiento de diagramación definitivo e impresión													(
10. Lanzamiento del libro																(

6. MATRIZ DOFA

Ver numeral capítulo III numeral 10.

CAPITULO V

ESTUDIO TÉCNICO Y DE INGENIERIA

1. DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL BIEN

1.1 Descripción literal

Definido y adelantado el proceso investigativo y de diagramación del ejemplar y sus tomos a mercadear, se procederá a llevar al diseñador y diagramador un ejemplar preorganizado y preimpreso este (Diseñador gráfico), reestructurará y propondrá la diagramación respectiva tanto del contenido temático como de la portada que llevarán los tomos del ejemplar a comercializar, definido este proceso se realizará la reedición del documento diagramado y se ordenará la corrección de estilo para proceder al lanzamiento oficial del libro y sus tomos temáticos, ante la comunidad académica y el mundo del Diseño y la moda.

1.2 Diagrama de flujo Ver anexo No. 6

1.3 Diagrama de operaciones Ver anexo No. 7

1.4 Orden operacional Ver diagrama de operaciones dadas para la elaboración del primer ejemplar por tomos.

2. PRODUCTO

2.1 Ficha técnica

1. Papel pro palcote de 90 gramos
2. Papel pro palmate de 90 gramos
3. Materiales indirectos, portada en cartón cartulina, recubierta con carátula en papel pro palcote full color.
4. Vida útil del producto, tiene una vida útil indefinida, dada la naturaleza misma de este, se estima una actualización cada seis (6) meses que como esquema promocional se le enviarán a los primeros cincuenta (50) compradores.

5. Propuesta de materiales alternativos; se ha estimado como opción alternativa la utilización de materiales para impresión del libro en cartulina opalina y papel pro palcote plastificado como cubierta.

3. MAQUINA Y EQUIPOS UTILIZADOS

En forma inicial para la producción del ejemplar de lanzamiento se ha utilizado fundamentalmente un computador con programas actualizados de apoyo para diagramación de texto, revistas y periódicos específicamente CorelDraw.

4. MANO DE OBRA REQUERIDA

4.1 Calificada

Dada la complejidad de la labor y elaboración y lo especificado del trabajo se requiere la utilización de mano de obra calificada considerada dentro de este:

1. Investigadores
2. Diseñador Gráfico
3. Diseñadores de moda
4. Patronistas especializados
5. Asesores comerciales
6. Contador
7. Periodistas, Comunicadores Sociales que integran el comité editorial.

5. OPTIMIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

I VARIABLES

- Q** = Cantidad óptima
- C1** = Costos de producción
- C2** = Costos de ordenar una edición
- C3** = Costos de mantener inventario
- D** = Demanda
- R** = Cantidad de producción
- T** = Tiempo en edición
- N** = Número de libros a editar
- IM** = Inventario máximo

II FORMULACIÓN

1. Cantidad Optima

$$Q = \frac{\sqrt{2 C^2 D}}{C^3(1-\frac{D}{R})}$$

2. Costo total de producción

$$CT = C^1 D + \frac{C^2 D}{Q} + \frac{C^3 Q}{2} (1 - D/R)$$

3. Inventario máximo

$$Im = Q (1-\frac{D}{R})$$

4. Tiempo entre órdenes de edición

$$T = \frac{Q}{D} \times 365$$

5. Número de órdenes de producción

$$N = \frac{D}{Q}$$

III CIFRAS ASIGNADAS

$$R = 4.800 \text{ Ejemplares año} \quad C^2 = \$ 1.500$$

$$C^3 = \$ 800$$

$$D = 500 \text{ unidades}$$

IV APLICACIÓN

1. Cantidad optima

$$Q = \sqrt{\frac{2 C^2 D}{C^3 (1 - \frac{D}{R})}}$$

$$Q = \sqrt{\frac{2 (1500)(500)}{800 (1 - \frac{500}{4.800})}}$$

$$Q = \sqrt{\frac{1'500.000}{800 (1 - 0.1041666)}}$$

$$Q = \sqrt{\frac{1'5000.000}{800 (0.89583333)}}$$

$$Q = \sqrt{\frac{1'500.000}{717}}$$

$$Q = \sqrt{20.921} = 45 \text{ Libros.}$$

2. Costo total de producción

$$CT = 38'080.733 + 1.500 \left(\frac{500}{45} \right) + 800 \left(1 - \frac{500}{4.800} \right)$$

$$CT = 38'080.733 + 16.667 + 800 (0.8958333)$$

$$CT = 38.080.733 + 16.667 + 717$$

$$CT = 38'098.117$$

3. Inventario máximo

$$Im = 45 \left(1 - \frac{500}{4.800} \right)$$

$$Im = 45 (0.8958333)$$

$$Im = 40 \text{ Libros para mantener en inventario}$$

4. Tiempo entre órdenes de edición

$$T = \frac{500}{4.860} \times 365$$

$$T = 38 \text{ Días}$$

5. Número de órdenes

$$N = \frac{500}{45} = 11 \text{ Ordenes}$$

ESTRUCTURA DE PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

I ESTRUCTURA DE COSTOS		\$ 30.030.733
+ Gastos administrativos		50.000
- Legalización	\$ 37.000	
- Tramitología	<u>13.000</u>	
+ Gastos en ventas		\$ 8.000.000
- Show Book	\$ 2.500.000	
- Material POP	500.000	
- Descuentos a Distribuidor	<u>5.000.000</u>	
= Total de hacer y vender		<u>\$ 38.080.766</u>
+ 26 % Utilidad		<u>\$ 9.919.267</u>
= PVP		<u>\$ 48.000.000</u>

6.1.3 IDENTIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

6.1.3.1 Costos Fijos:

- M.O.D	\$ 24.180.000
- GASTOS VENTAS	<u>8.000.000</u>
	<u>\$ 32.080.000</u>

6.1.3.2 Costo Variable:

- Preoperativo	\$ 5.850.733
- Gastos Activos	<u>50.000</u>
	<u>\$ 5.900.733</u>

6.4 Punto de Equilibrio

6.4.1 Identificación de Variables

CF	=	Costo fijo
CVT	=	Costo variable total
CVU	=	Costo variable unitario
CT	=	Costo total
Z	=	Utilidad
PVP	=	Precio de venta al público
PVPU	=	Precio venta al público unitario
IT	=	Ingreso total
Q	=	Cantidad en punto de equilibrio
PE	=	Punto de equilibrio en pesos

6.4.2 FORMULACION

6.4.2.1 $CT = CF + CV$

6.4.2.2 $IT = N * PVPU$

6.4.2.3 $Z = IT - CT$

$$6.4.2.4 \quad Q = \frac{CF}{PVPU - CVU}$$

$$6.4.2.5 \quad PE = \frac{CF}{\frac{1 - CVU(Q)}{PVPU(Q)}}$$

6.4.3 APLICACIÓN

6.4.3.1 Costo Total

$$CT = 32.180.000 + 5.900.733$$

$$CT = \$ 38.080.733$$

6.4.3.2 Ingreso Total

$$IT = 500 (96.000)$$

$$IT = 48.000.000$$

6.4.3.3 Utilidad

$$Z = 48.000.000 - 38.080.733$$

$$Z = 9.919.267$$

6.4.3.4 Punto de equilibrio en cantidad

$$Q = \frac{32.180.000}{96.000 - \frac{5.900.733}{500}}$$

$$Q = \frac{32.180.000}{96.000 - 11.801.460} = \frac{32.180.000}{84.198,534}$$

$$Q = 382 \text{ Libros}$$

6.4.3.5 Punto de equilibrio en pesos

$$PE = \frac{32.180.000}{1 - \frac{11.801460 (382.1919275)}{96.000 (382.1919275)}}$$

$$PE = \frac{32.180.000}{1 - \frac{4.510.422,744}{36.690.425,04}}$$

$$PE = \frac{32.180.000}{1 - 0.122931875} = \frac{32.180.000}{0.87706812}$$

$$PE = \$ 36.690.422,63$$

6.1 ESTRUCTURA DE COSTOS

6.1.1 CUADRO DESCRIPTIVO DE COSTOS

1ER EJEMPLAR

ITEM	DESCRIPCION	REF	UNIDAD	CONS. TOTAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1.	MATERIAS PRIMAS					
1.1	PAPEL PROPALCOTE	PP - 001	PLIEGO	21	1,700	35,700
1.2	PAPEL PROPALMATE	PP - 002	HOJA	450	225	101,250
1.3	CARTON CARTULINA	CC - 003	PLIEGO	2	3000	6,000
	SUBTOTAL					142,950
2.	MANO DE OBRA DIRECTA					
2.1	IMPRESIÓN	I - 004	SATELITE	471	700	329,700
	SUBTOTAL					329,700
3.	OTROS COSTOS GRALES DE FABRICACION					
3.1	MANO DE OBRA INDIRECTA					
3.1.1.	INVESTIGACION	IV - 005	MINUTOS	43,200	35	1,512,000
3.1.2.	RECOPIACION DE INFORMACION		MINUTOS	21,600	35	756
3.1.3.	DIAGRAMACION	D - 006	SATELITE	1	900,000	900,000
3.1.4.	BOCETACION	B - 007	SATELITE	1	250,000	250,000
3.1.5.	PREIMPRESION	P - 008	SATELITE	1	350,000	350,000
	SUBTOTAL					3,768,000
3.2	MATERIALES INDIRECTOS					
3.2.1.	FOTOCOPIAS	F 009	UNIDAD	510	50	25,500
3.2.2.	DISKETE	DK - 010	UNIDAD	10	1,100	11,000
3.2.3.	OTROS					
	SUBTOTAL					36,500
3.4.	OTROS					
3.4.1	ARRIENDOS	A - 011	MES	1	300,000	300,000
3.4.2.	SERVICIOS	S - 012	MES	1	110,000	110,000
3.4.3.	DEPRECIACIONES	DP - 013	MES	0,5	79,167	39,583
3.4.4.	PRESTACIONES SOCIALES	PS - 014	TASA	0,5	2,268,000	1,134,000
	SUBTOTAL					1,573,583
	GRAN TOTAL					5,850,733

**6.1.2 CUADRO DESCRIPTIVO DE COSTOS
PRODUCTO EJEMPLAR DE PATRONAJE FEMENINO
CANTIDAD 500 UNIDADES**

ITEM	DESCRIPCION	REF	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
I	MANO DE OBRA DIRECTA					
1,1	Impresión	I - 004	Libro	500	48,360	24,180,000
II	MANO DE OBRA INDIRECTA					
II - 2	Preoperativa e Investigativa	P - 001	Preest.	1	5,850,733	5,850,733
III 3	GRAN TOTAL					30,030,733

**BALANCE INICIAL
AL 1 DE ENERO DEL 2004**

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO Y PATRIMONIO</u>	
BANCOS	\$ 10.000.000	PASIVOS	0
TOTAL ACTIVOS	\$ 10,000,000	PATRIMONIO CAPITAL SOCIAL	\$ 10,000,000
		TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 10,000,000

BALANCE GENERAL PROYECTADO

<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS MAS PATRIMONIO</u>	
DISPONIBLES		PASIVOS	
Bancos	<u>\$ 9,827,267</u>	Impoventa	\$ 3,560,000
Total activos disponibles	\$ 9,827,267	Por pagar	
		Ica por pagar	<u>45,000</u>
		Total pasivos	\$ 3,605,000
ACTIVOS REALIZABLES		PATRIMONIO	
Inventario de libros		Capital	\$ 10,000,000
100 ejemplares	<u>\$ 9,600,000</u>	Reservas	623,000
Total activos realizables	<u>\$ 9,600,000</u>	Utilidad	<u>5,599,267</u>
		Total patrimonio	<u>\$ 16,222,269</u>
ACTIVOS EXIGIBLES			
Intereses financieros	<u>400,000</u>		
Total activos Exigibles.	<u>400,000</u>		
		Total pasivo y Patrimonio	<u>\$ 19,827,267</u>
TOTAL ACTIVOS	<u>\$ 19.827.267</u>		

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

I INGRESOS OPERACIONALES

1. VENTAS \$ 38,400,000

II INGRESOS NO OPERACIONALES

1. INTERESES FINANCIEROS \$ 301,633

TOTAL DE INGRESOS \$ 38,701,633

III EGRESOS OPERACIONALES

1, COSTOS DE VENTAS \$ 32,775,645

IV EGRESOS NO OPERACIONALES

1. GASTOS BANCARIOS \$ 326,721

TOTAL EGRESOS \$ 33,102,366

UTILIDAD \$ 5,599,267

SUMAS IGUALES \$ 38,701,633 \$ 38,701,633

VII ESTUDIO ECONÓMICO SOCIAL DEL SECTOR

1. APOORTE DEL PROYECTO AL DESARROLLO DE LA PROFESION

Es de consideración que este proyecto es de vital importancia para el desarrollo del diseño de modas, y sus diferentes áreas de formación, el aporte fundamental se identifica como la primera realización estructurada a escala nacional de un libro de actualizado de patronaje antropométrico.

2. APOORTE CREATIVO E INNOVADOR DEL PROYECTO

El aspecto creativo del proyecto se fundamenta en su esquema lúdico y pedagógico que el libro lleva para mejorar el aprendizaje del patronaje, inicialmente el femenino, dimensionado industrialmente.

3. APOORTE SOCIAL

A la comunidad específica “La sociedad de la moda” se realiza el principal aporte al colocar en sus manos una serie de ejemplares, novedosos, de un área de formación bastante anquilosada en su bibliografía así como novedosa en información como en las técnicas de enseñanza que la obra orienta.

4. APOORTE ECONOMICO

4.1 Generación de Empleo: Este proyecto ha movido en el proceso de gestión y desarrollo 4 empleos

- **2 Asesores**
- **1 Diseñador Gráfico**
- **1 Impresor**

4.2 Reactivación Económica: Dada la novedad del producto, esta obra y sus 500 ejemplares impulsarán las ventas en librerías, y la opción a docentes de actualizar su información, y que esto les permita ofrecer mejor capacidad en su enseñanza, y esto le traerá retribución económica.

5. Ambientación Internacional del proyecto: El proyecto puede en plazo inmediato llegar a mercados internacionales, inicialmente a países vecinos como:

- **Ecuador** en vía de desarrollo textil
- **Perú** con intereses económicos en tecnificar sus empresas textiles y de confección.

VIII CONCLUSIONES

El grupo investigador y realizador de este proyecto considera que se demuestra una vez más, que el actual diseñador de modas formado en la Fundación Universitaria del Área Andina, es un profesional integral, con nuevos paradigmas de desarrollo, y nuevas competencias profesionales, capaz de asumir con solvencia el reto de la globalización, y de las condicionantes que esta trae consigo.

FUNDACION UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA
FACULTAD DE DISEÑO DE MODAS Y TEXTILES

ENCUESTA

Estudiante de Diseño de Modas y Textiles

Nombre y Apellido: _____

Nivel de Formación: _____

1. ¿Ha visto usted patronaje?

SI _____ NO _____

2. ¿El proceso de aprendizaje ha sido fácil?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

3. ¿Ha contado usted con libros de apoyo actualizados para profundizar sus conocimientos?

SI _____ NO _____

¿Cuáles? _____

4. ¿Le gustaría tener a su alcance una guía de fácil manejo y aplicación en el momento de patronar?

SI _____ NO _____

Explique: _____

5. ¿Con los conocimientos que tiene sobre patronaje, se siente en la capacidad de realizar cualquier patrón?

SI _____ NO _____

6. ¿Qué dificultades ha encontrado en el desarrollo de su carrera?, en el área de:

- a. Patronaje b. Escalado c. Confección
d. Toma de Medidas e. Otros

¿Cuál? _____

7. ¿Identifica fácilmente las convenciones que se refieren a las partes de un patrón?

SI _____ NO _____

Si los conoce enumere cinco _____

8. ¿Sabe usted que diferencia hay entre patronaje Básico y patronaje industrial?

SI _____ NO _____

¿Cuáles? _____

9. Los métodos de enseñanza que usted ha recibido, según su concepto han sido:

- a. Excelente b. Muy bueno c. Bueno
d. Regular e. Malo

10. ¿Estaría dispuesto a adquirir un libro, fascículo, que no-solo muestre los patrones, sino que fundamente sus conocimientos?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

11. Adquiriría usted preferencialmente:

- | | |
|--------------|-----------------|
| a. Libro | b. Enciclopedia |
| c. Fascículo | d. Guía |

Agradecemos su colaboración y aportes a nuestra investigación.

Anexo N° 01

**FUNDACION UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA
FACULTAD DE DISEÑO DE MODAS Y TEXTILES**

NOMBRE: _____

INSTITUCION: _____

Nivel de patronaje que dicta _____

1. ¿Cuenta usted con una bibliografía amplia, suficiente y actualizada como apoyo a su labor de docente?
2. ¿Cree usted que la información con la que cuenta actualmente es actualizada y aplicativa?
3. ¿Estaría dispuesta a dar su opinión sobre un texto guía, estructurado de forma lúdica, pedagógico de patronaje?
4. ¿Considera usted que en la enseñanza del patronaje solo se debe ilustrar al alumno en las técnicas propias de este, o que sería mejor contar con fundamentos en geometría, anatomía, ergonomía, antropometría y otras áreas relacionadas directamente con el patronaje?
5. ¿Cree usted que el patronaje que enseña es verdaderamente aplicado a la industria?
6. ¿Si usted contar con una guía fasciculada, lúdica y actualizada, considera que esta facilitaría su labor académica?
7. ¿Qué le agradaría encontrar en el mercado para que su labor fuera más sencilla en cuanto al apoyo pedagógico y porque?

Anexo No. 2

TABULACIÓN DE ENCUESTA

NOMBRES	INSTITUCIÓN
SENA	
1. Mónica Astrid Pavón	
2. Ortiz Gaviria Ruth	
3. Jeiner Certuche	
4. Diana Ramírez	
5. Constanza Corolina	
6. Yurani Paola Medina	
7. Lida Carolina Gómez	
8. Ana de Hoyos	
9. Paula Andrea Rodríguez	
10. Adriana Cruz	
11. Catalina Donado	
12. Carolina Mendoza	
13. Claudia Jurado	
14. Fanny yolita Pava	
15. Stella Narudez	
16. Karen Rodríguez Acero	
17. Andrés Felipe Ruiz	
18. Luz Marina Fajardo	
19. Mónica Oliveros	
20. Emilse Lemus	
21. Liliana Andrea Ortiz	
22. Fabio Alexander David	
23. Eva Castro Linares	
24. Jenny Valencia	
25. Diana Constanza Giraldo	
26. Mary Evelin Ruiz	FUAA
27. Juan Carlos Quiroga	
28. Andrea Rodríguez Romero	
29. Maria Albenis Mora	
30. Mónica Suárez	

TABULACION DE ENCUESTA

1. ¿Ha visto o esta viendo usted patronaje?

ÍTEM 1	PREGUNTA	FA	FR
	SI	30	100%
	NO	-	

2. ¿El proceso de aprendizaje ha sido fácil?

ÍTEM 2	PREGUNTA	FA	FD
	SI	23	
	NO	7	

3. ¿Ha contado usted con libros de apoyo actualizados para profundizar sus conocimientos?

ÍTEM 3	PREGUNTA	FA	FD
	SI	6	
	NO	24	

4. ¿Le gustaría tener a su alcance una guía de fácil manejo y aplicación en el momento de patronar?

ITEM 4	PREGUNTA	FA	FD
	SI	30	100%
	NO		

5. ¿Con los conocimientos que tiene sobre, se siente en la capacidad de realizar cualquier patrón

ITEM 5	PREGUNTA	FA	FD
	SI	11	
	NO	19	

6. ¿Qué dificultades ha encontrado en el desarrollo de su carrera?

ITEM 6	FA	FD
A	4	
B	9	
C	13	
D		
E	2	

7. ¿ Identifica fácilmente las convenciones que se refiere a las partes de un patrón?

ÍTEM 7	PREGUNTA	FA	FD
	SI	24	
	NO	5	
UNO (1) N/S N/R			

8. ¿sabe usted que diferencia hay entre patronaje básico y patronaje industrial?

ÍTEM 8	PREGUNTA	FA	FD
	SI	22	
	NO	6	
DOS (2) N/S N/R			

9. ¿Los métodos de enseñanza que usted ha recibido, según conceptos han sido?

ITEM 9	FA	FD
A	9	
B	15	
C	3	
D		
E	1	
DOS (2) N/S N/R		

10. ¿Estaría dispuesto a adquirir un libro, fascículo, que no-solo muestre los patrones, sino que fundamente sus conocimientos?

ÍTEM 10	PREGUNTA	FA	FD
	SI	29	
	NO	1	

11. ¿Adquiriría usted preferencialmente?

ITEM 11	FA	FD
A	11	
B	15	
C	3	
D		
E	1	







CONTEXTUALIZACIÓN:

El diseño de la imagen surge de la empresa que se dedicara a la investigación y producción de material didáctico para el diseño de modas, por lo cual se propuso el nombre de "Diseño Activo" por la búsqueda continua de nuevos métodos para esta área.

Se propone el eslogan "Estudio didáctico" de acuerdo a los productos que generara la empresa.

CONCEPTUALIZACIÓN:



- ELEMENTOS GRÁFICOS:

Se trabaja una composición rectangular asimétrica, equilibrada por los diferentes elementos que la componen.



- SIMBOLOS Y LOGOSIMBOLO:

Se propone el dibujo de una lampara con un foco de luz, que reposa sobre un rectangulo que representa la mesa de diseño.

Este simbolo proyecta el trabajo y la investigacion, continua de nuestra empresa.



DActivo

- TIPOGRAFIA:

Se utiliza la fuente "Futura Xblk BT" por ser un tipo de letra claro y de facil recordación.



- COLORES:

Se utiliza una armonía de contraste entre colores complementarios de una forma dinamica y llamativa.

- El color Azul: Representa la seriedad y confianza de la empresa.
- El color Amarillo: Representa la creatividad e ideas de diseño.
- El color Anaranjado: representa la fuerza y evolución de la empresa.
- El color Verde: Representa la armonía y equilibrio en tre la creatividad y el diseño de nuestro productos.

ORGANIGRAMA Y MANUAL DE FUNCIONES

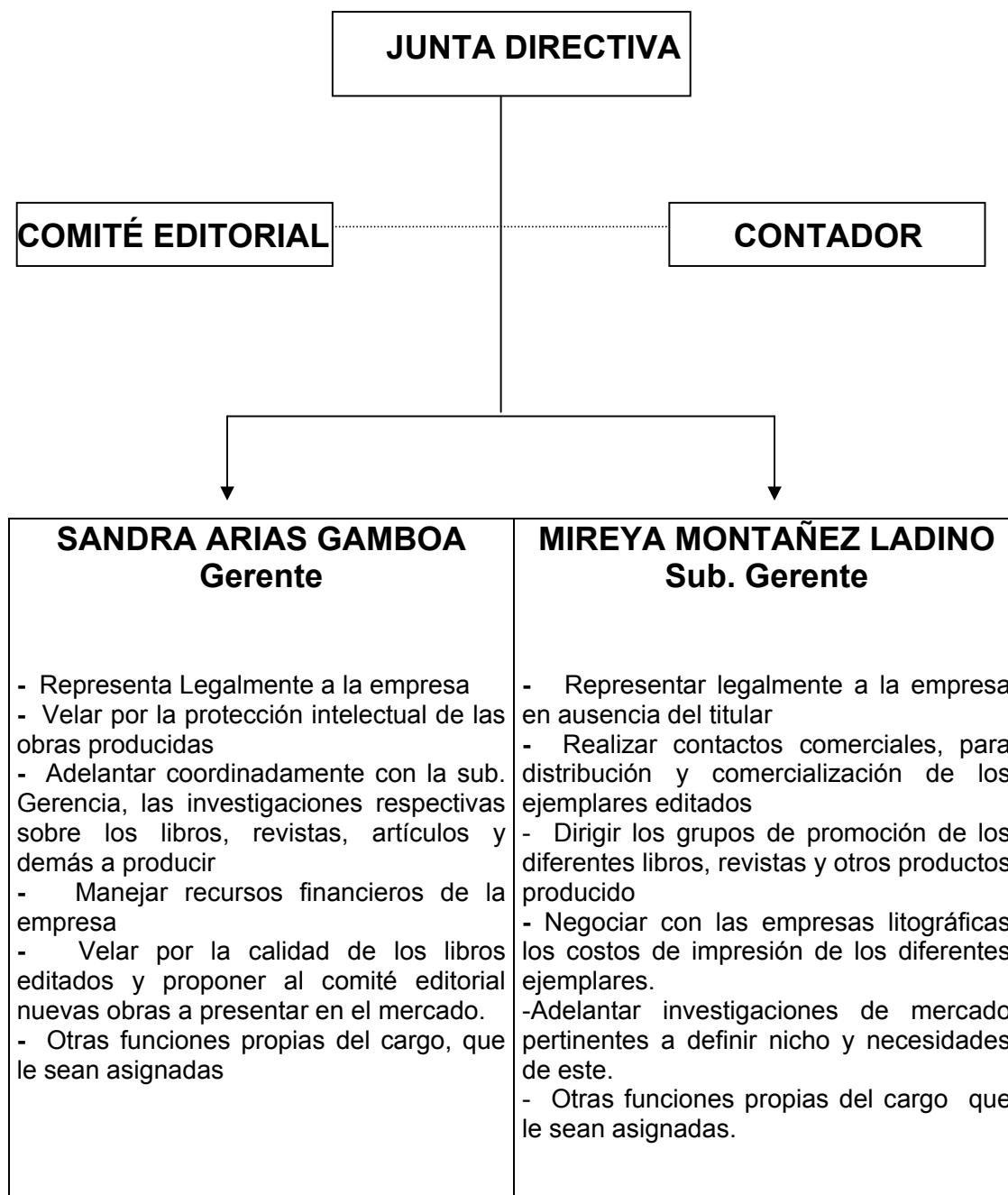
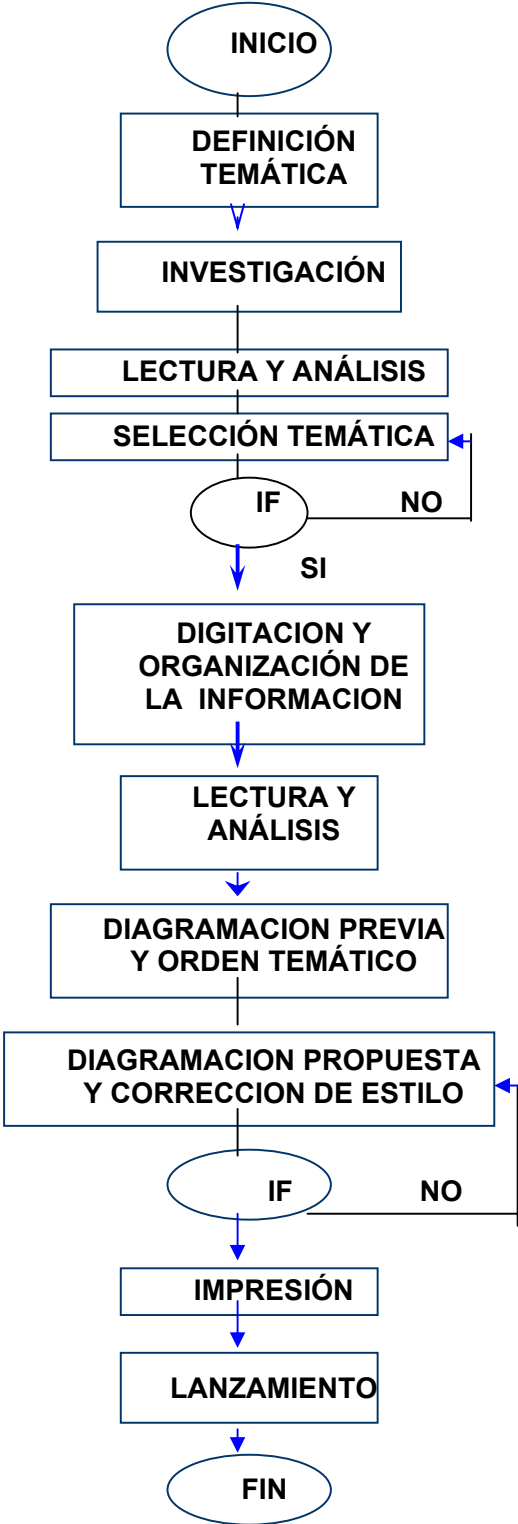


DIAGRAMA DE FLUJO



1.3 DIAGRAMA DE OPERACIONES

ACTIVIDADES	○	→	□	▽	D	TOTALDE ACTIVIDADES	OBSERVACIONES
- DEFINICIÓN TEMA	○					OPERACIONES 8 REVISIONES 4 TRANSPORTE 1 ESPERAS 2	EL TIEMPO ESTIMADO DE ELABORACION DEL PRIMER EJEMPLAR, EN TOMOS A COMERCIALIZAR ES DE OCHO (8) A DIEZ (10) DIAS
- INVESTIGACION TEMATICA	○						
- ANALISIS INVESTIGACIÓN			□				
- ORGANIZACIÓN DEL PLAN TEMÁTICO	○						
- DIGITACIÓN DEL PLAN DE ACCION INTERNO	○						
- REVISIÓN Y LECTURA	○		□				
- LLEVAR DISEÑO GRAFICO		→					
- ESPERA EN DIAGRAMACIÓN					D		
- REVISION DIAGRAMACION PROPUESTA			□				
- ORDENAR PRODUCCION A LA EDITORIAL	○						
- REVISION EJEMPLAR PRUEBA			□				
- PRODUCCION EJEMPLAR DEFINITIVO	○						
- ESPERA DE LIBRO					D		
- LANZAMIENTO EJEMPLAR	○						

INDICE

	Pág.
PORTADA	1
CONTRAPORTADA	2
HOJA DE ACEPTACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
INTRODUCCIÓN	6
PROCESO INVESTIGATIVO SOBRE PATRONAJE	7
1. DEFINICION DEL PROBLEMA	7
2. JUSTIFICACIÓN	7
3. OBJETIVOS	8
3.1 Objetivo General	8
3.2 Específicos	8
4. MARCO DE REFERENCIA	8
4.1 Marco Histórico	8 – 9
4.2 Marco Teórico	9 - 10
4.3 Marco Conceptual	11
4.3.1 Patronaje	11
4.3.2 Anatomía	11
4.3.3 Antropometría	11
4.3.4 Ergonomía	12
4.3.5 Estudio de tallas	12
4.3.6 Tallas Normalizadas	12
4.3.7 Cuadro de Tallas	13
4.3.8 Patronaje Industrial	13
4.3.9 Patrón del Diseño	13

INDICE

	Pág.
4.4 Marco Espacial	13
5. DISEÑO METODOLOGICO	13
5.1 Hipótesis	
5.1.1 Válidas	14
5.1.2 Nulas	14
5.2 Variables	14
5.3 Diseño de Herramientas de Comprobación	15
5.3.1 Encuesta	
5.3.2 Análisis Cuantitativo	
5.3.2.1 Análisis de Resultados	
5.3.2.2 Análisis Cualitativo	15
CAPITULO II	
PROCESO DE DISEÑO	16
1. ELEMENTOS DE INSPIRACIÓN	
1.1 Conceptual	16
2. PROCESO DE DISEÑO ADELANTADO	16
2.1 Visual	16
2.2 Conceptual	16
2.3 Aplicativo	16
3. Sensibilidad del Mercado	17
4. Documento Propuesto	17

INDICE

	Pág.
5. Nicho de Mercado Definido	17
6. Estructura de Presentación	18
7. Materiales a Aplicar	18
CAPITULO III	19
ESTUDIO DE MERCADOS	
1. PRODUCTO OFRECIDO	19
1.1 Clasificación	19
1.2 Uso y Aplicación	19
1.3 Curva de Vida	19
1.4 Curva de Vida de la Compañía	20
2. DEMANDA	
2.1 Análisis de la Demanda Actual	21
2.2 Potencial	21
3. ANÁLISIS DE OFERTA	
3.1 Actual	22
3.2 Oferta Potencial	22
4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	
4.1 Directa	23
4.2 Competencia Indirecta	23
5. TÉCNICAS DE ACERCAMIENTO AL MERCADO	
5.1 Del Cliente	24
5.1.1 De Acuerdo al Perfil	24

INDICE

	Pág.
5.1.2 De Acuerdo al Costumbre de Compras	24
5.1.3 De Acuerdo a Criterio de Uso u Aplicación	24
5.2 De la Competencia Directa e Indirecta	24
5.2.1 Cubrimiento del Sector	25
5.2.2 Experiencia	25
5.2.3 Política de Precios	25
5.2.4 Manejo de la Promoción	26
5.2.5 Manejo de la Distribución	26
5.2.6 Manejo de la Comercialización	26
6. TÉCNICAS PROMOCIONALES APLICADAS	
6.1 Directas	26
6.2 Indirectos	27
7. TÉCNICAS PUBLICITARIAS APLICADAS	
7.1 Medidas Publicitarias	27
7.2 Cadena Sin Fin	27
7.3 Publicidad Utilizada	27
8. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION	
8.1 Cero Canales	27
9. POLÍTICAS DE PRECIOS	28
10. MATRIZ DOFA	
10.1 Debilidades	28
10.2 Oportunidades	28
10.3 Fortalezas	28

INDICE

	Pág.
10.4 Amenazas	29
CAPITULO IV	
ESTUDIO DE IMAGEN CORPORATIVA	
Estudio Legal y Administrativo del Proyecto	
1. Misión	30
2. Visión	30
3. Imagen Corporativa Anexo # 4	
4. Legalización	30
4.1 Acta de Constitución	30
4.2 Registro ante la Cámara de Comercio	31
4.3 Registro Fiscales	31
4.4 Concepto de Uso de Curaduría	31
4.5 Concepto Sanitario	31
4.6 Paz y Salvo Sayco y Acimpro	32
4.7 Concepto de Bomberos	32
4.8 Registro de Marca	32
4.9 Registro de Propiedad Intelectual	32
5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y MANUAL DE FUNCIONES	
5.1 Organigrama y Manual de Funciones Anexo No. 5	
5.2 Manual de Procedimiento	32
5.3 Manual de Calidad	33
5.4 Diagrama de Gramm del Proyecto	34

INDICE

	Pág.
CAPITULO V	
ESTUDIO TÉCNICO Y DE INGENIERIA	
1. DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL BIEN	35
1.1 Descripción Literal	35
1.2 Diagrama de Flujo Anexo # 6	
1.3 Diagrama de Operaciones Anexo # 7	
1.4 Orden Operacional	35
2. PRODUCTO	35
2.1 Ficha Técnica	35
3. MAQUINA Y EQUIPOS UTILIZADOS	36
4. MANO DE OBRA REQUERIDA	
4.1 Calificada	36
5. OPTIMIZACIÓN DE LA PRODUCCION	
I. VARIABLES	36
II FORMULACION	37
III CIFRAS ASIGNADAS	37
IV APLICACIÓN	38 - 39
ESTRUCTURA DE PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	39
6.1.3 IDENTIFICACION DE COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES	40
6.1.3.1 Costos Fijos	40
6.1.3.2 Costo Variable	40
6.4 Punto de Equilibrio	40

INDICE

	Pág.
6.4.1 Identificación de Variables	40
6.4.2 Formulación	40
6.4.3 Aplicación	41 - 42
ESTRUCTURA DE COSTOS	43
CUADRO DESCRIPTIVO DE COSTOS	44
PROYECCIÓN TÁCTICA DE INGRESOS Y EGRESOS 2004	45
PROYECCION DE INGRESOS Y EGRESOS ESTRATEGICA	46
FLUJO DE CAJA TACTICO ENERO – DICIEMBRE 2004	47
BALANCE INICIAL	48
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	49
VII ESTUDIIO ECONOMICO SOCIAL DEL SECTOR	
1. APOORTE DEL PROYECTO AL DESARROLLO DE LA PROFESIÓN	50
2. APOORTE CREATIVO E INNOVADOR DEL PROYECTO	50
3. APOORTE SOCIAL	50
4. APOORTE ECONOMICO	
4.1 Generación de Empleo	50
4.2 Reactivación Económica	50
5. Ambientación Internacional del Proyecto	50
VII CONCLUSIONES	51
ANEXOS	52...