



CHIO LECCA

VIVEMODA SIENEMODA PIENSAMODA

FASHI  N
CONSULTING

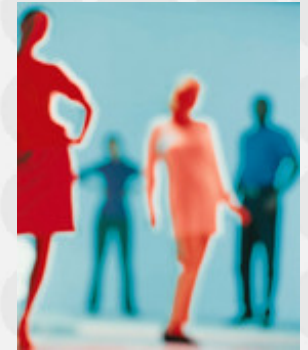
Consultoría y Capacitación en la Industria de la Confección

MISION

- **Otorgar un Servicio de Venta de Colecciones**
- **Realizar y planear el diseño y la producción de prendas de vestir y/o accesorios**
- **Valor agregado**
- **Diferenciarse de sus competidores.**



FINALIDAD



Servicio enfocado a MYPES y PYMES



Sector Moda



- *Cubrir procesos de Diseño y Producción*
- *Otorgar Valor agregado al producto*
- *Asesorar en la venta del mismo*

PUBLICO OBJETIVO

MYPES y PYMES Sector Moda:

- *Textiles y Confecciones*
- *Curtiembre y Peletería*
- *Ropa Interior y Trajes de Baño*
- *Calzado*
- *Accesorios*

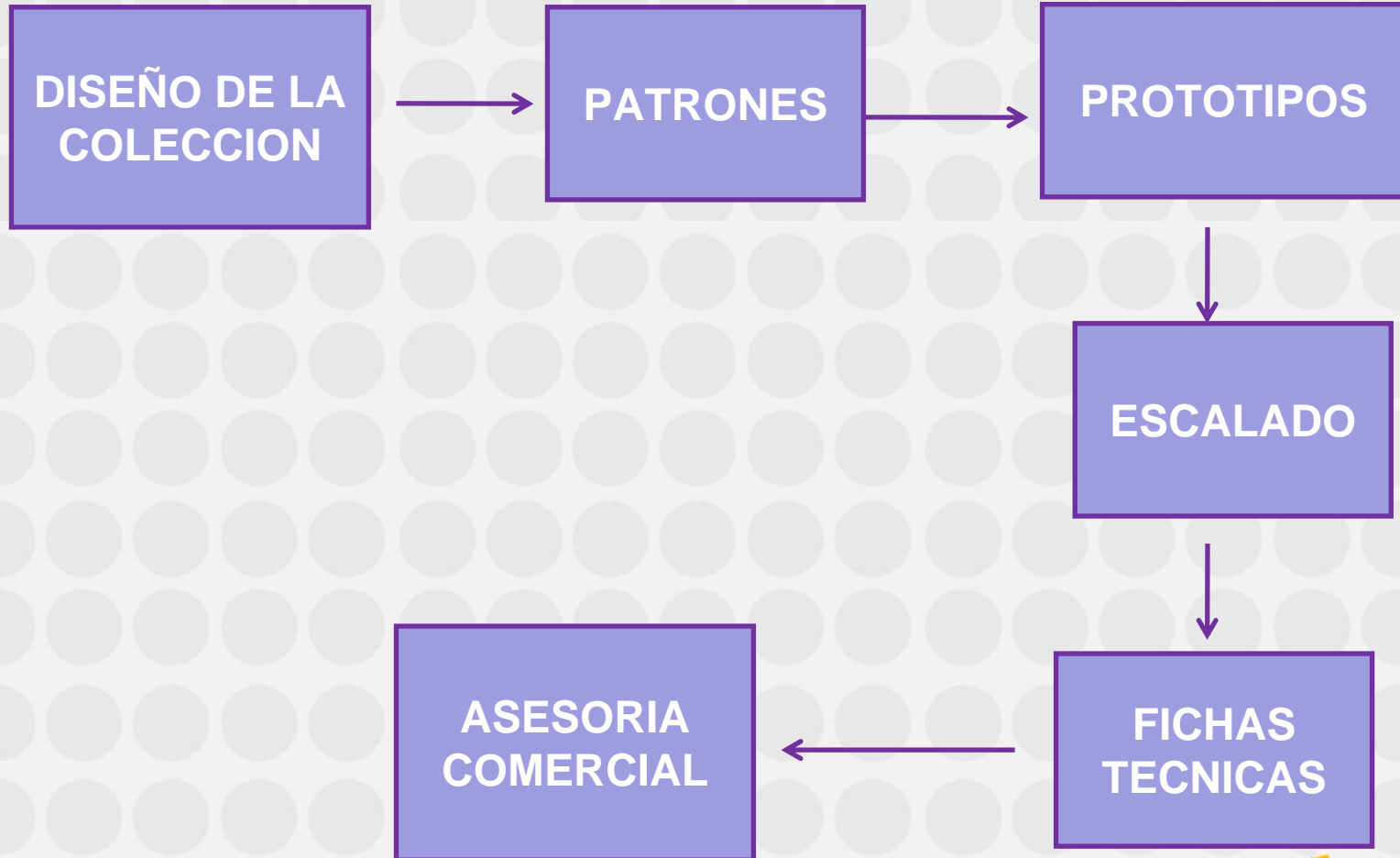
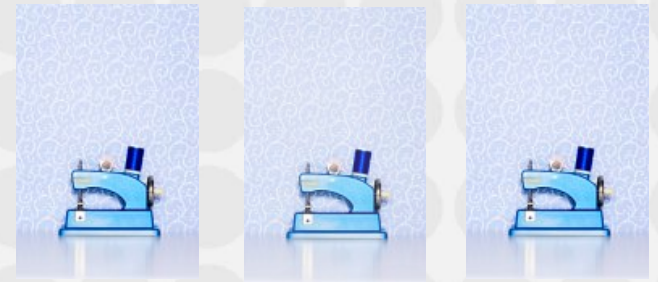


PASOS A SEGUIR

- Desarrollo de las Colecciones en conjunto con Diseñadores y Patronistas altamente capacitados
- Asesoramiento de Estrategias Comerciales para la venta del producto terminado.



PLAN DE PROCESOS



PRINCIPALES PROCESOS

- Creación del producto, diseño, datos técnicos, patrones, prototipos
- Planificación de la producción
- Plan Comercial



SECTOR TEXTIL / CONFECCIONES

- Verticalmente integrado.
- Es uno de los sectores mas competitivos y dinámicos de la Industria Manufacturera Peruana.
- Cadena de producción compuesta por varios sectores :
 - *Agro* (algodón)
 - *Pecuario* (camélidos: alpaca, llama, vicuña y guanaco)
 - *Químicos* (embolsado) y etiquetado
 - *Servicios varios* (tintorería, lavandería, etc.)

EXPORTACIONES TEXTIL / CONFECCIONES

2001

2006



\$ 664 mlns.

\$ 1,471 mlns.

Para el 2007:

- Se estiman exportaciones por \$ 1,670 mlns.
- Variación 06/07 + 13%
- De los cuales \$ 1,335 mlns. corresponderán al Sector de Confecciones

IMPORTANCIA DEL DISEÑO

- **DIFERENCIACION:** para acceder y liderar en mercados competitivos, deben contar con productos adecuados, que les permitan destacar y diferenciarse de los competidores.
- **INTERNACIONALIZACION:** abre nuevos mercados.
- **RENTABILIDAD:** aumento en las ventas
- **VALOR AGREGADO:** que junto con materias primas de primera calidad y una mano de obra capacitada, crean:



PRODUCTOS DE ALTO NIVEL



FACTORES DE EXITO

- **IDENTIDAD PROPIA:** el diseño permite, a las marcas o empresas, construir identidades marcadas en el tiempo, a través de sus diferentes colecciones.
- **INNOVACION:** productos elaborados teniendo en consideración nuevas tendencias permiten a las empresas diferenciarse de sus competidores.
- **FORMULA:** la calidad, el precio, la eficiencia en tiempos de producción y el diseño, son la fórmula que nos permitirà competir en el mercado global.

PASOS A SEGUIR

1. Segmentación del Publico Objetivo.
2. Estudio de Mercado.
3. Seleccin del tema de inspiracion.
4. Carta de Avios
5. Desarrollo del Griffing.
6. Carta de colores y temas.
7. Desarrollo de bocetos.
8. Desarrollo de fichas tecnicas
9. Analisis Interno.
10. Analisis Externo.
11. MKT mix

PERO, NO BASTA CON TENER UNA EXCELENTE COLECCION, ES NECESARIO SABER COMO VENDER ESTOS PRODUCTOS, CONOCER LOS MERCADOS Y CREAR ESTRATEGIAS PARA PODER ACCEDER A ELLOS



- *Adicionalmente al Servicio de Diseño y Producción, realizamos un Asesoramiento Comercial para la venta de los productos terminados, que consiste en:*



TIPOLOGIA DE SERVICIO

<u>SERVICIO</u>	<u>CONTENIDO</u>
BASICO	Book de Diseno
MEDIUM	Basico + Moldes + Prototipos
PLUS	Medium + Asesoría Comercial

Tallas: Standard / S-M-L

N° Prendas: 12- 24-36

VENTAJAS DEL SERVICIO

- Acceder a **productos de tendencia** sin la necesidad de tener un **departamento de diseño al interno** de la misma.
- Invertir en un excelente producto con **menores costos de proyección**.
- **Mayor eficiencia y eficacia** en los tiempos de creación del producto.
- Contamos con un **Staff de Diseñadores y Patronistas altamente capacitados**, que brindarán el know how en la proyección de las Colecciones.
- Contamos con mas de 20 años de experiencia en el Sector Moda y con él más amplio know how en desarrollo de colecciones a nivel nacional.

**“ APERTURA DE NUEVOS MERCADOS
EN LATINOAMÉRICA PARA EL
DISEÑADOR Y EMPRESARIO DE MODA ”**

Expositora: Rocío Lecca

PERFIL DEL DISEÑADOR Y EMPRESARIO GLOBALIZADO



- Es creativo, se inspira en cosas innovadoras e insólitas.
- Conoce bien su realidad y luego conoce la realidad internacional (social, económicamente, etc)
- Conoce todo el proceso desde el diseño, confección y la comercialización del producto.
- Conoce y domina el desarrollo de Fichas técnicas
- Posee contactos internacionales y nacionales, ubicados entre otras actividades ferias internacionales y fashion weeks.
- Posee una visión empresarial, y es capaz de descubrir y explotar nichos de mercados a los que antes no se les daba una mayor importancia.

CRECIMIENTO LABORAL PARA EL DISEÑADOR Y EMPRESARIO

- La fuerte competitividad que se ha dado en el sector de la moda y la confección hacen que el diseñador se consolide cada vez mas como la parte fundamental del proceso del diseño y de la confección.
- Crecimiento de las exportaciones a distintos mercados.
- El valor fundamental de tener una marca sólida como medio de ventaja competitiva.

¿QUÉ ESTÁ OCURRIENDO EN LA INDUSTRIA DE LA MODA ?

- Crecimiento continuo del desarrollo de confecciones en la región andina.
- Mejora constante de los procesos de producción.
- Invasión de los textiles chinos, obliga a las empresas a buscar una ventaja competitiva ante esta amenaza.
- Debemos vender calidad, no cantidad, y diseños innovadores y creativos.
- Debemos generar marcas sólidas, las cuales se identifiquen con nuestros consumidores.
- Aprovechar las distintas herramientas tecnológicas que nos permitirán lograr una mejor efectividad en el diseño y la confección.
- El vestir es una necesidad mas no estar a la moda, creemos esa necesidad, ese será nuestra mejor arma.

CRECIMIENTO TECNOLÓGICO

- Creación de nueva maquinaria para desarrollo de los telares, hilos, entre otros componentes de las prendas.
- Distintos software de computadoras para la creación del diseño, ahorrando tiempo y costos para la presentación de una colección. (Bluefox Nedgraphic).
- Apertura a nuevos mercados a través de la venta de catálogos por internet. Menores costos y mayor utilidad.
- Generación del valor agregado en las prendas para lograr una diferenciación en el mercado.
- Nuevas tecnologías favorecen a la optimización de los recursos durante todo el proceso, desde el diseño hasta la confección final de la prenda.
- No olvidemos que el recurso humano sigue siendo lo más importante en el proceso.

REALIZA TODOS LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Para todos los procesos de este:

1. Desarrollo de muestra
2. Desarrollo de producto completo
3. Propuestas nuevas para retail.
4. Desarrollo de campañas de comercialización.
5. Elaboración de los costos de producción y obtención de las utilidades.

ECUADOR

Datos importantes

- Población tota: 12 920 092 habitantes
- Área: 272.045 km²
- Ciudades mas importantes: Quito y Guayaquil

Descripción de consumidor

- a) Alto poder adquisitivo
- b) Consumo masivo
- c) Costos altos

Puestos laborales

- Mercado de retail
- Diseñadores para trabajar.
- Venta en boutique
- Ingreso de confección a grandes almacenes

BOLIVIA

Datos importantes

- Población total: 8 989.046
- Área: 1.320 km²
- Ciudades mas importantes: La Paz y Sucre

Descripción de consumidor

- a) Consumidor recatado
- b) Consumo medio no muy alto
- c) Costos bajos

Puestos laborales:

- Mercado de retail
- Diseñadores para trabajar.
- Venta en boutique
- Ingreso de confección a grandes almacenes

ARGENTINA

Positivo

- Actualización de moda
- Fashion week
- Posicionamiento mundial en lo que a la moda se refiere.

Negativo

- Sobre población de diseñadores
- Falta conocer el sistema productivo
- Falta reforzar la calidad de materiales y acabados
- Falta conocer otros mercados para que se explore lo que saben.

VISIÓN DE UN DISEÑADOR Y EMPRESARIO EXTRANJERO

- Creatividad
- Costo alto para iniciar
- Diseñador que necesita una visión más globalizada de Latinoamérica.
- Bajar los costos de insumos.
- Competencia internacional y no nacional.

SOLUCIÓN DE PROBLEMA

- El diseñador debe ser proactivo y con estudios en diferentes países
- Obtener una visión extranjera de la moda
- Valorar las raíces latinoamericanas
- Intercambio cultural
- Ver procesos productivos
- Abaratar costos de producción
- Tener calidad de exportación



verano 08 Tendencia Bolivia

La Paz:

N. de Habitantes: 2.900.786 aprox.

Clima en enero: Época de lluvias, 7°C promedio. En las noches desciende considerablemente la temperatura.

Sucre:

N. de Habitantes: 1.900.000 aprox

Clima en enero: Verano, 15°C promedio. Época de lluvias promedio 6 días de lluvia.

Cochabamba:

N. de Habitantes: 1.784.813

Clima en enero: Promedio 19 C. Templado y mayormente seco durante todo el año.



verano 08 Tendencia Colombia

Bogotá:

N. de Habitantes: 6.778.691 habitantes.

Clima en enero: 14 C Promedio. En las mañanas la temperatura va de 6 C a 8 C, aumentando gradualmente hacia el medio día cuando puede llegar a los 24o C en un día soleado.

Medellín:

N. de Habitantes: 3.312.165 habitantes.

Clima en enero: 15 C Promedio. El clima de Medellín ha tenido tradicionalmente buena fama, y ello le ha valido el apelativo de Ciudad de la Eterna Primavera.

MAS TENDENCIA COLOMBIANA





verano 08 Tendencia Ecuador

Quito:

N. de Habitantes: 2.000.000 aprox.

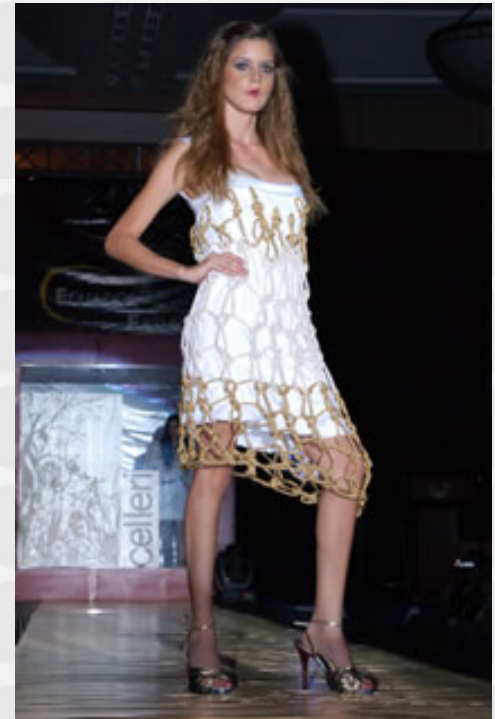
Clima en enero: Invierno, 15° C y 25°C. Durante este período el clima sufre una cantidad de variaciones. Hay muchos días soleados durante el invierno

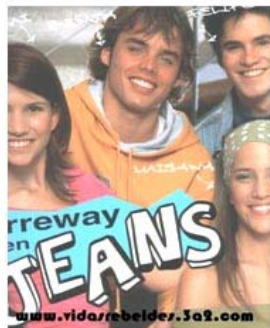
Guayaquil

N. de Habitantes: 2.268.338 habitantes.

Clima en enero: Lluvioso y húmedo, con calor típico del trópico, el calor es muy fuerte y húmedo. La ciudad tiene una temperatura cálida durante casi todo el año

MAS TENDENCIA ECUADOR





verano 08 Tendencia Peru

Lima:

N. de Habitantes: 7.500.000 aprox.

Clima en enero: 25 C Promedio. La zona costera es cálida y húmedo, muy soleado y la temperatura en el verano.

Arequipa:

N. de Habitantes: 765.885 aprox.

Clima en enero: 17 C Promedio. Es templado. La época de lluvias se extiende de enero hasta marzo, siendo éstas bastante moderadas.



verano 08 Tendencia *Venezuela*

Caracas:

N. de Habitantes: 4.000.000 aprox.

Clima en enero: mes más frío, 21°C promedio. Abundante neblina además de un repentino descenso de temperaturas nocturnas.

Maracaibo:

N. de Habitantes: 3.000.000 aprox.

Clima en enero: 27 C Promedio. Ciudad calurosa, es una de las ciudades de Venezuela donde se registran las más altas temperaturas: posee un clima cálido severo.



Maria Valentina Romero Silva

CONTRASTE

Coleccion Prêt-à-Porte Otoño Invierno 2007

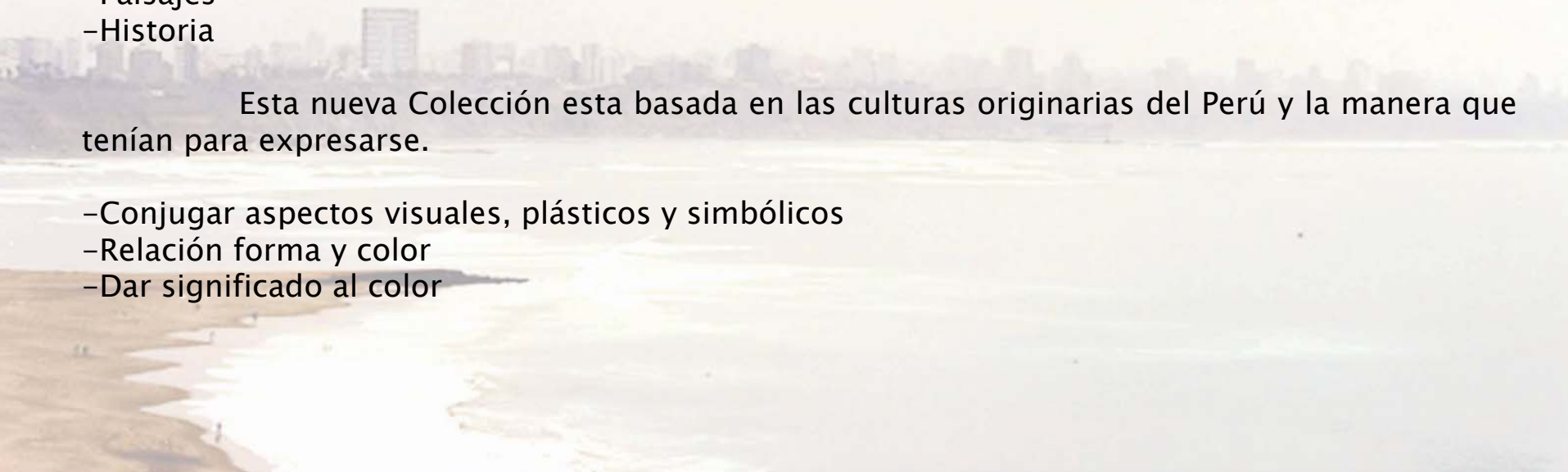
Descriptiva

La Colección Contraste Prêt à Porter Otoño–Invierno 2007 tiene como inspiración los diversos contrastes que existen en Perú, el cual es un tema cautivante y preocupante a la vez.

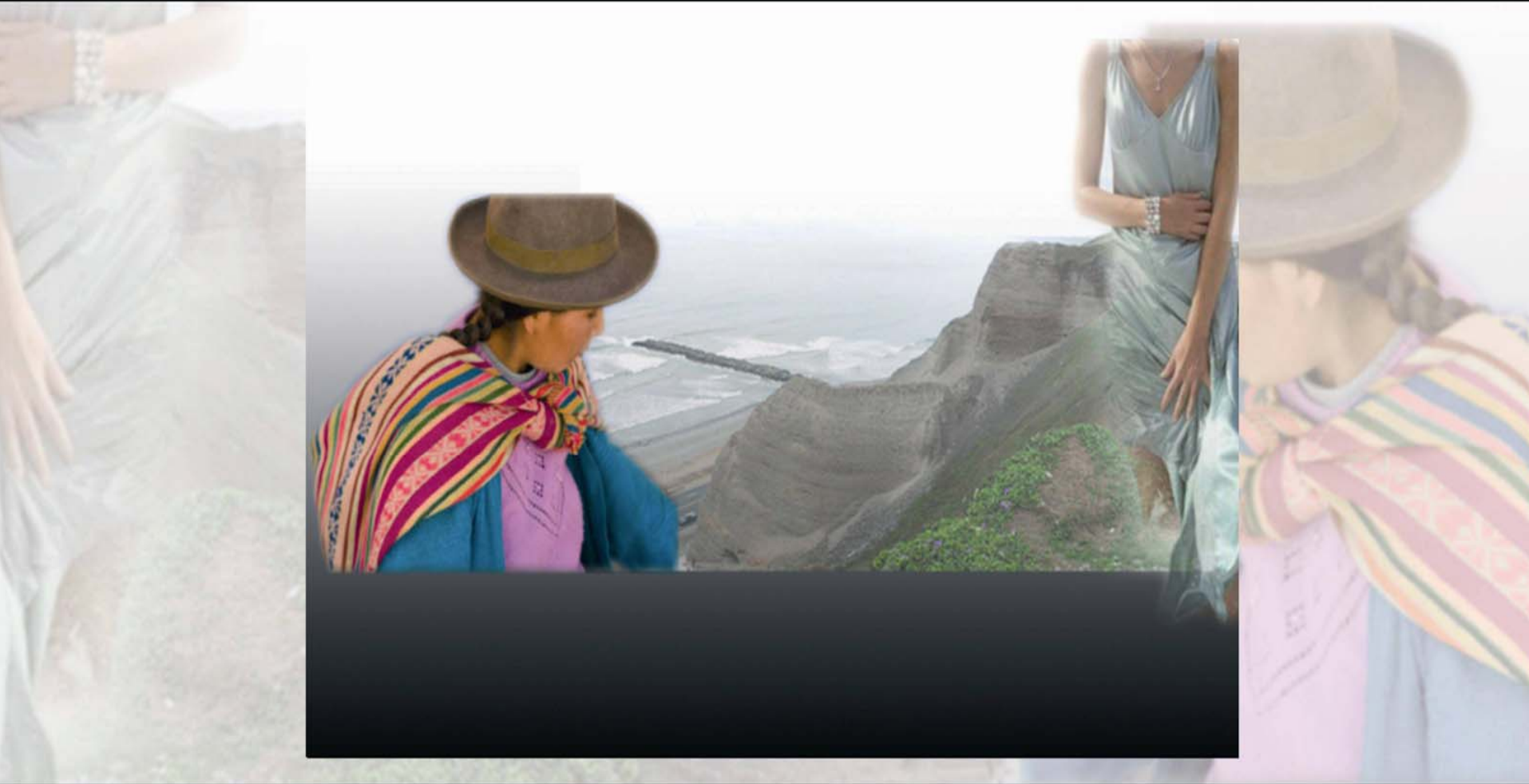
- Clases Sociales
- Paisajes
- Historia

Esta nueva Colección esta basada en las culturas originarias del Perú y la manera que tenían para expresarse.

- Conjugar aspectos visuales, plásticos y simbólicos
- Relación forma y color
- Dar significado al color



Lima es en definitiva una manifestación de contraste, la que vivimos aquí constantemente, en donde los polos se distancian cada vez más



Brief de Tendencia

Carta de Inspiración



La oposición manifiesta el encuentro de géneros.
Formas simples, cómodas pero llamativas donde
el contraste se hace presente en cada detalle.

Fase de Usuaría



Mujer audaz, de 23 a 28 años, con una mirada diferente hacia el mundo actual manteniendo su estilo de vida artística y social. No les preocupa en demasía la moda sino que la adaptan a ella.

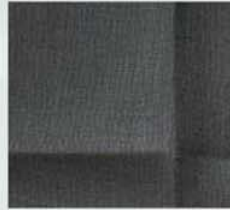
Carta de Telas



Algodon Pima



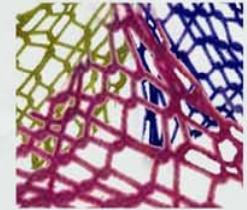
Popelina de Algodon



Lino



Rib de Algodon



Gasa



Hilo 100% Mercerizado



Cierre Metalico



Boton



Boton de Tela



Cinta Satin

Carta de Avios

La carta de avios y de tela es muy sobria ya que logro el contraste con una gama de colores intensos y con la gran diferencia de textura que tiene el lino y el algodón.

Líneas de Colección

Esta nueva serie se divide en tres líneas: Manifiesto, Superpuesto y Enlace, las cuales llevan como base el contraste de lo blanco y lo negro y además los colores llamativos.

Constante:

- Colores vivos que este funcionarán de hilo conductor a través de todas las tenidas
- Formas circulares dándole la feminidad y sensualidad

Variante

- Focos de atención
- Forma de aplicación del color
- Zonas erógenas



LINEA

Manifiesto

Estructura con sutiles redondez que le da un aspecto relajado, suelto y cómodo. Contrastado con los diversos colores en punto específicos.

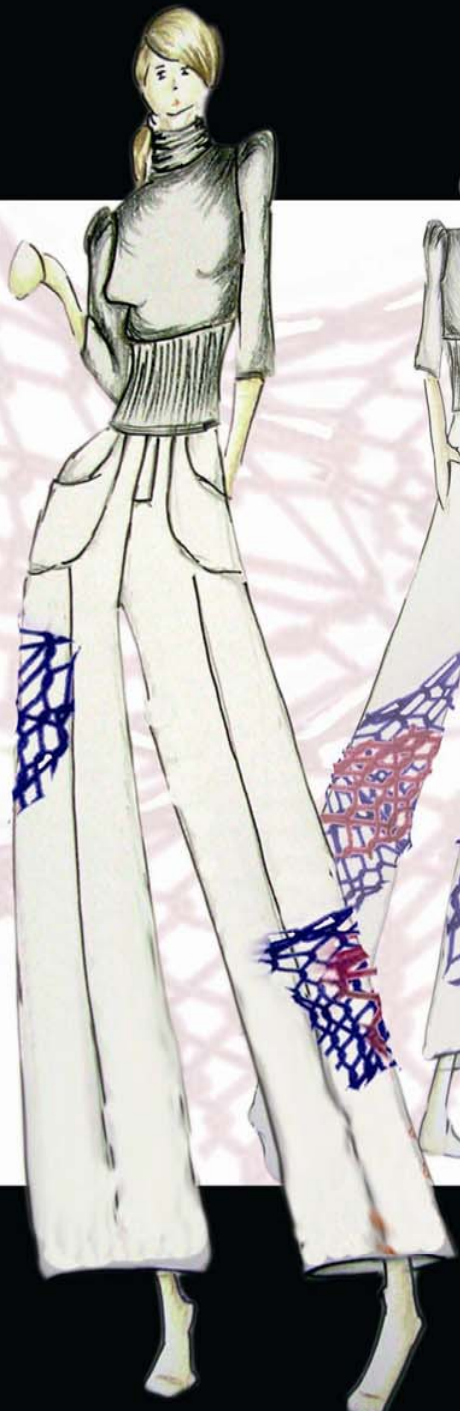


LÍNEA

Superpuesta



Línea contrastada por lo volúmenes bajos y entalles arribas, se mezclan texturas como el lino con gasa de seda muy abierta para que se haga evidente la oposición.





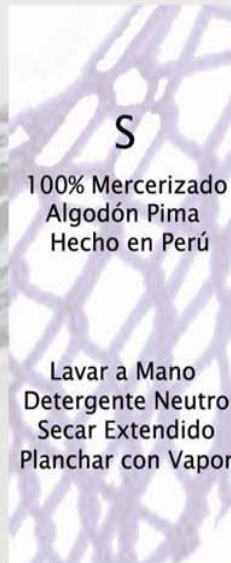


LINEA *Enlace*

Línea un tanto más estructurado con detalles de vinculo en algodón, dando así un gran contraste con el lino de base.



Etiqueta



Hang Tag

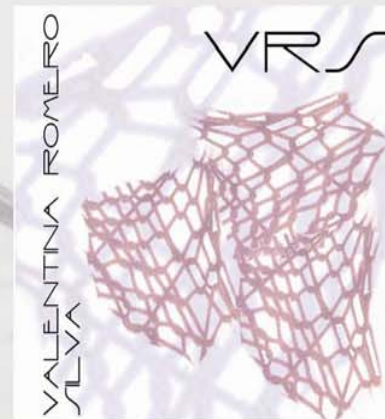


Imagen Corporativa

Cuatro P

Producto

-Colección otoño invierno 2007, vestimenta femenina a base de materias primas naturales y ricas de la zona del Perú como lo es el algodón Pima, dividiéndose en tres líneas: Manifiesto, Superpuesto y Enlace.

Precio

-Los precios van a estar un pequeño porcentaje más alto que mi competencia.

Plaza

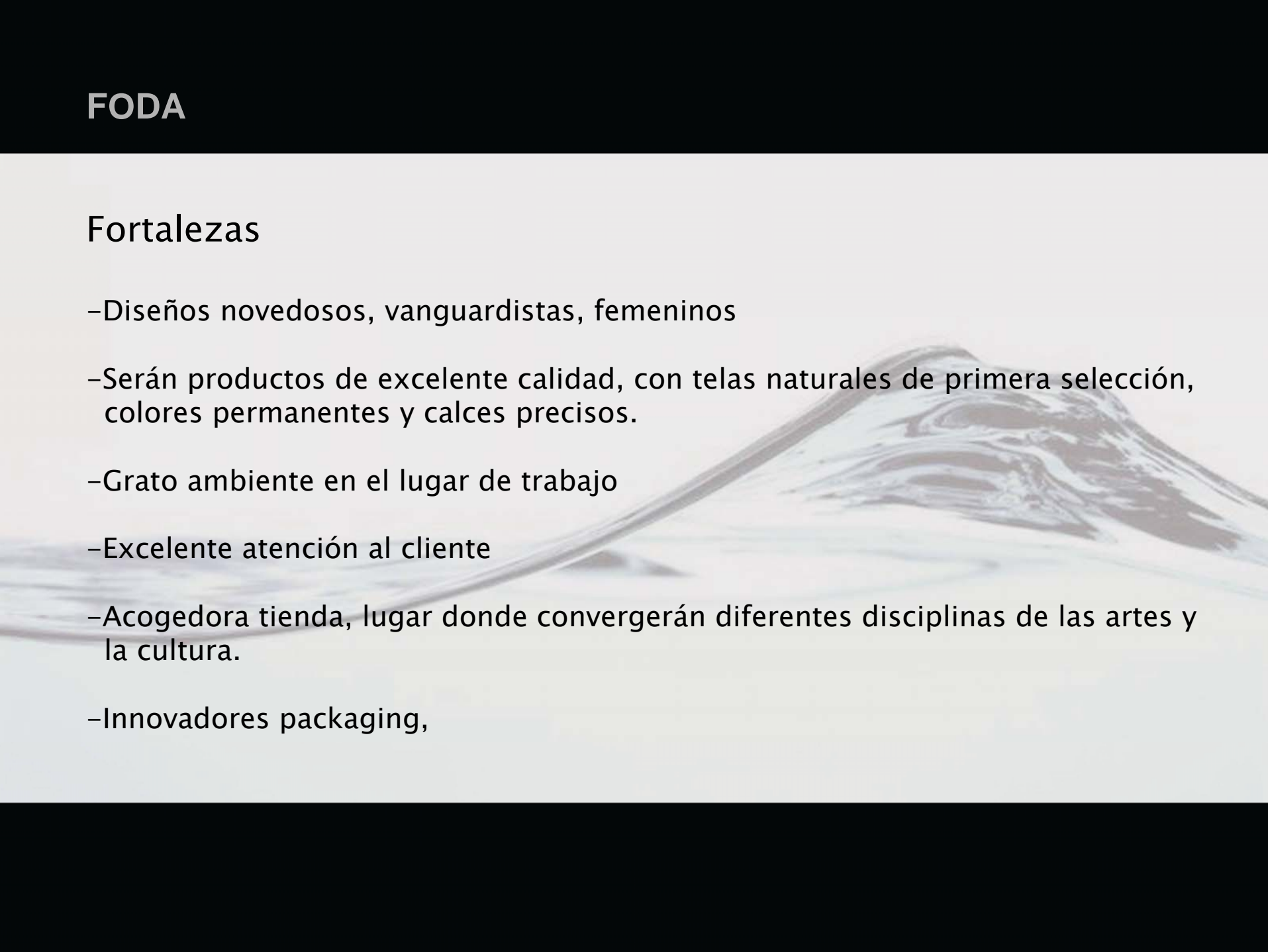
-Centros comerciales de estrato social medio alto y alto a los cuales concurra mi cliente.

Promoción

- Vitrinas llamativas
- Catálogos para nuestras clientas y lista de contactos
- Página Web que estará en cada packaging, boleta, tarjeta, catálogo
- Publicidad en revista
- "boca en boca"

FODA

Fortalezas

- Diseños novedosos, vanguardistas, femeninos
 - Serán productos de excelente calidad, con telas naturales de primera selección, colores permanentes y calces precisos.
 - Grato ambiente en el lugar de trabajo
 - Excelente atención al cliente
 - Acogedora tienda, lugar donde convergerán diferentes disciplinas de las artes y la cultura.
 - Innovadores packaging,
- 

Oportunidad

- Gran potencial de exportación hacia diversos países de Sudamérica e incluso Europa gracias a TLC y Mercosur.

Debilidad

- Confección a terceros.
- El alto costo de la producción en bajas cantidades.

Amenaza

- La gran competencia de precios bajos

COLECCIÓN DE CABALLEROS

NACIONAL: Primavera - Verano 2007 (Perú)

EXPORTACIÓN: Otoño- Invierno 2007 (Ecuador)

Inspiración: CULTURA CHIMÚ
Ciudadela “Chan Chan”

Por: Mayte Matamoros



COLECCIÓN DE CABALLEROS

La cultura Chimú se desarrolló en el mismo territorio donde siglos antes existió la cultura Moche. Su núcleo se encontraba en la ciudadela de Chanchán en el departamento de La Libertad, y se expandió por un vasto territorio, llegando por el norte hasta Tumbes y por el Sur hasta el valle de Huarmey. Por el este, sus límites fueron definidos por la cordillera montañosa, ya que la cultura no logró imponerse en la sierra. Los habitantes de Chimú hablaban distintas lenguas según su territorio, pero prevalecía la lengua “muchic”. Su desarrollo político y social tuvo dos etapas: en la primera, se trataba de un pequeño grupo focalizado en el valle de Moche y zonas aledañas; mientras que en la segunda, se trataba de un reino expansivo. Se cree que el llamado “reino del Chimor” tuvo diez gobernantes, pero sólo se conocen los nombres de cuatro de ellos: Tacainamo, Guacricur, Naucempinco, Minchancaman.

Ciudadela CHAN CHAN

La ciudadela de Chanchán es un reflejo de su alto nivel urbanístico. Chan-Chan, Es un complejo arqueológico instalado en la ciudad, fue capital religiosa y administrativa del Señorío Chimú, su extensión llegó a abarcar alrededor de 20 km² de construcciones de barro o adobe donde se estima que habitaban aprox. 100,000 personas. La Ciudadela de Chan-Chan es reconocida mundialmente como la construcción hecha de adobe "más grande del mundo". Este monumento fue declarado en 1986 "Patrimonio Cultural de la Humanidad" por la UNESCO



Inspiración



Cultura Chiriguano



Hombre Tipo



HOMBRE TIPO

Usuario

Sexo: Masculino

Edad: 20 a 30 años

Ocupación: Trabajo - Estudios

Nivel Económico: Medio Alto

Residencia: La Molina, San Isidro, Miraflores (Lima - Perú)
Urdesa, Kenedi, Los Ceibos (Ecuador)

Descripción: Hombre relajado, moderno, independiente
le gusta viajar salir con la amistades divertirse
en su espacios libres prefiere ir al gym para
no perder de resaltar su la figura anatómica.



MEMORIA DESCRIPTIVA

La Colección de Caballeros con línea Nacional y de Exportación está inspirada en la Cultura Chimú, donde realizamos como principal atractivo La Ciudadela Chan Chan, una construcción enorme de barro con figuras geométricas, laberintos, murallas, caminos y templos piramidales. Esta colección está enfocada en realzar aquellas formas interesantes que nos muestra este atractivo turístico, utilizando estos recursos e interpretándolos de diferentes maneras, modernizando y utilizando todos los colores tierra que observamos en las imágenes del griffin con colores que agradan a mi usuario.

La colección está dividida en dos líneas, una para el País y otra para Exportación (Ecuador).

Nacional: Primavera - Verano 2007, prendas funcionales que se adaptan a mi usuario ya que son diseños para el día y la noche, resaltando siempre la masculinidad y personalidad del caballero.

Exportación: Otoño - Invierno 2007, al igual es una colección muy parecida ya que en estos dos países el comportamiento del usuario es muy similar.



CONCLUSIÓN - ENCUESTA

Como conclusión podemos decir que mi usuario en verano realiza varias actividades como viajar, jugar, van a la playa en grupos, utilizan colores como el beige, los cafés de todos los tonos, celeste, azul, verde, los clásicos de siempre blanco y negro, el naranja son los más usados, mi consumidos usa bermudas para la playa ropa ajustada al cuerpo para resaltar su anatomía masculina, compra la ropa para la temporada en Ripley gasta por mes en ropa mas de 500 soles en la playa prefiere jugar y prefiere utilizar un estilo mas playero por la temporada.

También les gustaba verse diferente a los demás y le parecía súper chévere como se podía poner un toque de identidad cultural en la prenda y q se ve tan moderno.



FODA

Fortalezas:

La diversidad de colores en la colección

Cambio constante en los diseño para satisfacer las necesidades de mi consumidor

Diseñadora joven que sabe lo que el consumidor quiere.

Oportunidades:

En el mercado mi target no se encuentra identificado con una marca

En el mercado los diseñadores ecuatorianos no hacen mucha ropa urbana, hacen mas alta costura.

Entro con una marca nueva y estilo de ropa diferente.

Debilidades:

El rechazo de la gente al ponerse a prenda

La gente a veces no se identifica mucho con la marca

No cuento con mucho capital

Al mercado al que me estoy dirigiendo es muy tradicional en la manera de vestir.

Amenazas:

Soy nueva y no me conocen.

Competencia por precios de marcas más baratas.

Competencia más fuerte de diseñadores ya reconocidos



**Producto:**

Ropa urbana con una línea de ropa para verano y otra para invierno.

Diseños inspirados en ciudadela Chan Chan

Colores en gama de tierra, celestes, verde, blanco y negro

Precio:

Pantalones: 50 a 100 soles

Bermudas: 50 a 80 soles

Polos: de 40 a 100 soles

Sacos: 70 a 200 soles

Plaza:

Tienda Propia: Av. Conquistadores.

Jockey Plaza,

Polo,

Camino del Inca

Tienda Propia

Exportación: Tienda Propia

Guayaquil - Urdesa

San Marino, Mall del Sol

Promoción:

Comenzaré haciendo un open house para que la gente vea todos los productos que vamos a tener en la tienda.

Después mandaré catálogos de la ropa y un informe de cuando se abrirá la tienda.

Después de crear expectativa mandare las invitaciones de la inauguración de la tienda.

Y el resto sería la página de Internet que va a tener todo la información de promociones y de cambio de colección.





CARTA DE COLORES

GAMA NACIONAL



GAMA EXPORTACIÓN



LINEA NACIONAL

Primavera-Verano 2007







FICHA TECNICA

Empresa: Mayte Matamoros S.A | Marca: Mayt | Modelo: 002 | Artículo: 1/2

Línea: Nacional | Temporada: Primavera - Verano 2007 | Molde: MAY02

Descripción: Camiseta de Algodón pesado con recortes laterales en la basta, y pespuntos decorativos al contratono

GEOMETRALES



Curba de Talles		
40	42	44
3	3	2

Tela principal	Proveedor	Artículo	Ancho	Consumo	MUESTRAS
Algodón Pesado	Vanidades S.A	AA057	1,50mt	1,15mt	
Tela secundaria					
Procesos de lavado y tenido:					



FICHA TECNICA

Empresa: Mayte Matamoros S.A | Marca: Mayt | Modelo: 002 | Artículo: 1/2

Línea: Nacional | Temporada: Primavera - Verano 2007 | Molde: MAY02

Descripción: Camiseta de Algodón pesado con recortes laterales en la basta, y pespuntos decorativos al contratono

GEOMETRALES



Curba de Talles		
40	42	44
3	3	2

Tela principal	Proveedor	Artículo	Ancho	Consumo	MUESTRAS
Algodón Pesado	Vanidades S.A	AA057	1,50mt	1,15mt	
Tela secundaria					
Procesos de lavado y tenido:					



FICHA DE COSTOS - MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA

Empresa: Mayle Matamoras S.A	Marca: Mayl	Modelo: 004	Artículo: 1/4
Línea: Nacional	Temporada: Primavera - Verano 2007	Molde: MAY04	

Descripción: Bermuda corta con pespunte decorativo a contratono con bolsillo profundo

MATERIA PRIMA

Código	Descripción	Unidad de medida	Consumo parcial	Costo Unitario	Costo Parcial
00982	Impermeable	metros	1,00mt	S/ 7,50	S/ 7,50
00245	Cordon elastico	metros	1,00mt	S/ 2,00	S/ 2,00
01028	Hilo poliester para recta 400mt	unidades	0,70 unidades	S/ 0,40	S/ 0,40
00017	Hilo poliester para remallar	kilos	0,20 gramos	S/ 0,018	S/ 0,018
00325	Sujetador del cordon (pares)	unidades	1 par	S/ 1,00	S/ 1,00
00872	Etiqueta bordada	unidades	1 unidad	S/ 0,10	S/ 0,10
00098	Botón	unidades	1 unidad	S/ 0,03	S/ 0,03
01128	Cierre plastico 60cm	unidades	1 unidad	S/ 1,00	S/ 1,00
				S/ 12,00	S/ 12,00
Costo total de materia Prima					

MANO DE OBRA

Código	Descripción	Costo taller-interno	Costo taller- externo	costo final
SD128	Molderia		S/ 0,10	S/ 0,10
KM98	Tizada		S/ 0,07	S/ 0,07
TX56	Corte		S/ 0,07	S/ 0,07
QG089	Confección		S/ 6,00	S/ 6,00
HF78	Etiquetado y embalaje	S/ 0,06		S/ 0,06
Totales parciales		S/ 0,06	S/ 6,24	S/ 6,30
Costo total de mano de obra				

COSTO TOTAL DEL PRODUCTO

COSTO DE MATERIA PRIMA	S/ 12,00
COSTO DE MANO DE OBRA	S/ 6,30
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO	S/ 18,30



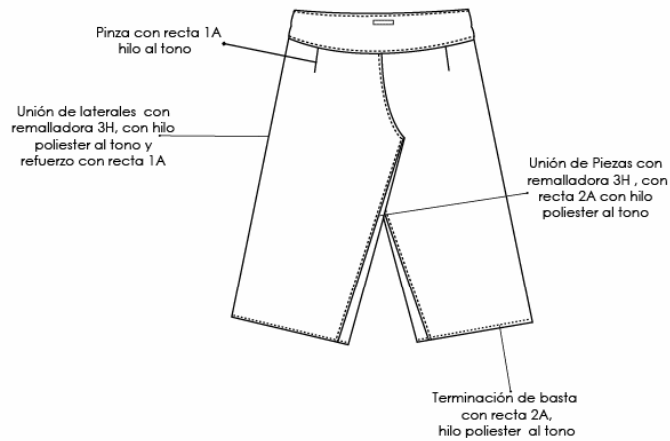


FICHA TECNICA

Empresa: Mayte Matamoros S.A	Marca: Mayt	Modelo: 004	Articulo: 1/4
Línea: Nacional	Temporada: Primavera - Verano 2007	Molde: MAY04	

Descripción: Bermuda corta con pespunte decorativo a contratono con bolsillo profundo

GEOMETRALES



Curba de Talles		
40	42	44
1	3	3

Tela principal	Proveedor	Articulo	Ancho	Consumo	MUESTRAS
Impermeable	Variedades S.A	MF056	1,50mt	1,00mt	
Tela secundaria					
Procesos de lavado y tenido:					



FICHA TECNICA

Empresa: Mayte Matamoros S.A	Marca: Mayt	Modelo: 004	Articulo: 1/
Línea: Nacional	Temporada: Primavera - Verano 2007	Molde: MAY04	

Descripción: Bermuda corta con pespunte decorativo a contratono con bolsillo profundo

GEOMETRALES



Curba de Talles		
40	42	44
1	3	3

Tela principal	Proveedor	Articulo	Ancho	Consumo	MUESTRAS
Impermeable	Variedades S.A	MF056	1,50mt	1,00mt	
Tela secundaria					
Procesos de lavado y tenido:					

LINEA EXPORTACIÓN

Otoño-Invierno 2007





