



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GORROS  
ARTESANALES DE ALPACA EN LOS DISTRITOS DE PUEBLO  
LIBRE, MIRAFLORES Y CERCADO DE LIMA**

**PRESENTADA POR  
RUTH JACKELINE ROJAS COANQUI**

**PLAN DE NEGOCIOS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN**

**LIMA – PERÚ**

**2018**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTIN DE PORRES

## **PLAN DE NEGOCIOS**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GORROS ARTESANALES DE  
ALPACA EN LOS DISTRITOS DE PUEBLO LIBRE, MIRAFLORES Y CERCADO  
DE LIMA**

Presentado por:

**Bachiller: Ruth Jackeline Rojas Coanqui**

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Lima-Perú

2018

## ÍNDICE

CONTENIDO:RESUMEN EJECUTIVO .....	13
CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	15
1.1 Nombre o Razón Social .....	15
1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU) .....	16
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	17
1.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha .....	19
1.4.1 Objetivo General: .....	19
1.4.2 Objetivos específicos: .....	19
1.4.3 Visión .....	19
1.4.4 Misión:.....	19
1.4.5 Valores:.....	19
1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa características. ....	20
1.6. Estructura Orgánica .....	21
1.7. Cuadro de asignación de personal .....	23
1.8. Forma Jurídica Empresarial .....	24
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI:.....	29
1.10. Requisitos y Trámites Municipales .....	32

1.10.1 Procedimiento del Trámite de Licencia de Funcionamiento (área hasta 100m <sup>2</sup> ):	33
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	34
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).	35
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.	36
1.14. Modalidades de Contratos Laborales.	37
1.14.1 Contrato indefinido:	37
1.14.2 Contrato a plazo fijo o determinado	38
1.14.3 Contrato a tiempo parcial	39
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	40
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO.	41
2.1 Descripción del Entorno del Mercado	41
2.1.1 Macro entorno:	41
2.1.1.1 Dimensión Económica:	41
2.1.1.2 Dimensión Política:	43
2.1.1.3 Dimensión Social:	45
2.1.1.4. Dimensión Tecnológica:	47
Análisis FODA	50
2.1.2.2 Panorama Interno-Matriz EFI	51

2.1.2.3 Panorama Externo- Matriz EFE .....	52
2.2    Ámbito de Acción del Negocio: .....	53
2.2.1 Características del Mercado.....	53
2.2.2 Micro Entorno. ....	55
2.2.2.1. Amenaza de entrada de los competidores potenciales:.....	55
2.2.2.2 Competidores existentes:.....	56
2.2.2.3 Productos sustitutos como amenaza:.....	56
2.2.2.4 Poder de Negociación de los clientes: .....	56
2.2.2.5. Poder de Negociación con los Proveedores:.....	57
2.2.4. Perfil estratégico de la Empresa: .....	64
2.3    Descripción del Producto:.....	65
2.4    Estudio de la Demanda .....	66
2.5    Estudio de la Oferta: .....	70
2.6    Determinación de la demanda Insatisfecha: .....	72
2.7    Proyecciones y provisiones para comercializar: .....	73
2.7.1. Mapeo de Tiendas Artesanales, Muestra, Sondeo.....	73
2.7.2 SONDEO: .....	76
2.7.2. Proyección del 2018 al 2022 aplicando las 4Ps: .....	96
2.8    Descripción de la Política comercial .....	100
2.9    Cuadro de la Demanda Proyectada para el negocio .....	102

CAPÍTULO III.-ESTUDIO TÉCNICO .....	104
3.1 Tamaño del negocio, Factores determinantes .....	104
3.2 Proceso y Tecnología .....	105
3.2.1. Descripción y Diagrama de los procesos .....	105
3.2.2 Capacidad instalada operativa: .....	109
3.2.3 Cuadro de requerimiento de bienes de capital, personas e insumos .....	110
3.2.3. Infraestructuras y características físicas .....	114
3.3 Localización del negocio, Factores determinantes: .....	114
CAPÍTULO IV. DE LA INVERSION Y FINANCIAMIENTO .....	117
4.1 Inversión Fija: .....	117
4.1.1 Inversión Tangible .....	117
4.1.2 Inversión Intangible .....	118
4.2 Capital de Trabajo .....	118
4.3 Inversión Total .....	119
4.4 Estructura de la inversión y financiamiento .....	120
CAPÍTULO V. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS .....	121
5.1 Presupuesto de los costos .....	121
5.1.1 Presupuestos de insumos .....	121
5.1.2 Presupuesto de maquinarias y equipos .....	121
5.1.3 Presupuesto den herramientas: .....	122

5.1.4 Presupuesto de mobiliario .....	123
5.2 Punto de equilibrio .....	124
5.3 Estado de Ganancias y Pérdidas .....	125
5.4 Presupuesto de Ingresos .....	126
5.5 Presupuesto de Egresos .....	127
5.5.1. Gasto de Ventas .....	127
5.6 Flujo de Caja Proyectada .....	127
5.6.1. Flujo de Caja Económico.....	128
5.7 Balance General.....	128
CAPÍTULO VI. Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	130
6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	130
6.1.1. Tasa de descuento o de actualización o costo promedio de capital .....	130
6.1.2. Valor actual neto económico (VANE) .....	133
6.1.3. Tasa interna de retorno económico. ....	135
6.1.4. Coeficiente beneficio/costo.....	137
6.1.5. Período de recuperación de la inversión .....	138
6.2. Evaluación Social.....	139
6.3. Impacto Ambiental .....	139
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	140
7.1. Conclusiones .....	140

7.1.1 Organización y Aspectos Legales.....	140
7.1.2 Estudio de Mercado .....	140
7.1.3 Estudio Técnico.....	141
7.1.4 Estudio de la Inversión y Financiamiento .....	141
7.1.5 Evaluación Económica .....	142
7.1.6. Evaluación Social/Ambiental .....	142
7.2. Recomendaciones .....	142
7.2.1 Organización y aspectos legales .....	142
7.2.2 Estudio de Mercado .....	142
7.2.3 Estudio Técnico.....	143
7.2.4 Estudio de la Inversión y Financiamiento .....	143
7.2.5 Estudio de los costos .....	143
7.2.6 Evaluación Económica .....	143
7.2.7 Evaluación Social/Ambiental .....	143

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1:Tabla de Actividades Económicas con la CIIU REV.4.0 .....	17
Tabla 2: Cuadro de Asignación de Personal .....	23
Tabla 3:Registro de pago por producción a destajo .....	24
Tabla 4: Régimenes Tributarios .....	34
Tabla 5:Planilla Electrónica .....	35
Tabla 6:Características de la Micro empresa-Pequeña empresa .....	36
Tabla 7:Contribución Ponderada a la Inflación enero 2018.....	42
Tabla 8:Lima metropolitana evolución de la tasa de desempleo .....	43
Tabla 9:Población Económicamente Activa. ....	46
Tabla 10:Análisis del Macro Entorno .....	48
Tabla 11:Matriz FODA .....	50
Tabla 12:Factores Internos .....	51
Tabla 13:Factores Externos.....	52
Tabla 14:Cadena de Valor 2018.....	59
Tabla 15:Cadena de Valor 2019.....	60
Tabla 16: Cadena de Valor 2020.....	61
Tabla 17:Cadena de Valor 2021 .....	62
Tabla 18:Cadena de Valor 2022.....	63
Tabla 19:Perfil Estratégico de la empresa Manos Peruanas S.A.C.....	64
Tabla 20:Ficha del producto. ....	65
Tabla 21:Demanda.....	69
Tabla 22:Conglomerados artesanales de Lima metropolitana.....	74
Tabla 23:Frecuencia que compran gorros tejido a mano .....	76

Tabla 24:Tipos de gorros que prefieren .....	77
Tabla 25:Cantidad de gorros que compran .....	79
Tabla 26:Tipo de material de gorros que prefieren .....	80
Tabla 27:Tipos de diseños de gorros que prefieren comprar .....	81
Tabla 28:Dinero que pagaría por un gorro a mano .....	83
Tabla 29:Forma de pago.....	84
Tabla 30:Medio de comunicación que se utiliza para comprar el producto .....	86
Tabla 31:Medios que informa la existencia del producto.....	87
Tabla 32:Recepción del producto.....	88
Tabla 33:Tiempo de anticipación de recepción del producto .....	89
Tabla 34:Nombre o marca que elegiría.....	90
Tabla 35: Lugares posibles del local de distribución.....	92
Tabla 36:Horario que convendría visitar el local de distribución .....	93
Tabla 37:Proveedores que venden productos parecidos .....	94
Tabla 38:Proyección 2018 .....	96
Tabla 39:Proyección 2019 .....	97
Tabla 40:Proyección 2020 .....	98
Tabla 41:Proyección 2021 .....	99
Tabla 42:Proyección 2022 .....	100
Tabla 43:Proyección de Incremento de Unidades por año.....	102
Tabla 44:Cuadro de la Demanda proyectada.....	102
Tabla 45:Proyección del movimiento del mercado. ....	103
Tabla 46:Participación de Mercado.....	103
Tabla 47:Proyección de crecimiento de la producción del 2018 al 2022.....	104

Tabla 48:Producción anual en función a la incorporación de tejedoras .....	110
Tabla 49:Insumo principal-Proyección 2018-20122.....	110
Tabla 50:Otros Insumos.....	111
Tabla 51:Implementos de Almacén.....	111
Tabla 52:Equipos e Implementos .....	112
Tabla 53:Personal requerido .....	112
Tabla 54:útiles de Oficina .....	113
Tabla 55:Matriz de Factores .....	115
Tabla 56:Matriz de ponderación de factores .....	116
Tabla 57:Inversión Tangible .....	117
Tabla 58:Inversión Intangible.....	118
Tabla 59:Capital de Trabajo .....	119
Tabla 60:Inversión Total.....	119
Tabla 61:Estructura de la inversión.....	120
Tabla 62:Tabla de Presupuestos de Insumos .....	121
Tabla 63:Equipos.....	122
Tabla 64:Herramientas.....	122
Tabla 65:Mobiliaria .....	123
Tabla 66:Punto de equilibrio anual.....	124
Tabla 67:Precio de venta .....	124
Tabla 68:Cálculo de precio de venta.....	124
Tabla 69:Punto de Equilibrio por unidades anual-mensual .....	125
Tabla 70:Punto de equilibrio mensual del año 2018.....	125
Tabla 71:Estado de Ganancias y Pérdidas. ....	126

Tabla 72: Cálculo de precio de venta proyectado .....	126
Tabla 73: Egresos .....	127
Tabla 74: Gastos de Ventas .....	127
Tabla 75: Flujo de caja económico.....	128
Tabla 76: Balance General .....	129
Tabla 77: Inflación .....	131
Tabla 78: tasas .....	132
Tabla 79: Flujo de Caja Económico: .....	133
Tabla 80: Calculo del VANE .....	134
Tabla 81: TIRE.....	136
Tabla 82: Costo/ Beneficio .....	137
Tabla 83: Calculo del Beneficio-Costo .....	137
Tabla 84: Evaluación Económica .....	138

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1::Evolución del CIU .....	16
Figura 2::Ubicación del Local-Pueblo Libre .....	18
Figura 3:Organigrama .....	22
Figura 4:Logo Manos Peruanas SAC. ....	32
Figura 5:Ubicación del proveedor .....	58
Figura 6:Demanda de Gorros de Alpaca .....	69
Figura 7:Oferta.....	71
Figura 8:Frecuencia que compran gorros tejido a mano .....	77
Figura 9:Tipos de gorros que prefieren.....	78
Figura 10:Cantidad de gorros que compran .....	79
Figura 11:Tipo de material de gorros que prefieren .....	80
Figura 12:Tipos de diseños de gorros que prefieren comprar.....	82
Figura 13:Dinero que pagaría por un gorro a mano.....	83
Figura 14:Forma de pago .....	85
Figura 15:Medio de comunicación que se utiliza para comprar el producto .....	86
Figura 16:Medios que informa la existencia del producto .....	88
Figura 17:Recepción del producto .....	89
Figura 18:Tiempo de anticipación de recepción del producto .....	90
Figura 19:Nombre o marca que elegiría .....	91
Figura 20:Lugares posibles del local de distribución .....	92
Figura 21:Horario que convendría visitar el local de distribución .....	93
Figura 22:Proveedores que venden productos parecidos .....	95
Figura 23:Proceso de producción .....	106

Figura 24:Diagrama de Gantt proceso de producción .....	107
Figura 25:Proceso de comercialización .....	108
Figura 26:Diagrama de Gantt proceso de Comercialización .....	109
Figura 27:Layout Manos Peruanas SAC. ....	114

## **ANEXOS**

- Formato de solicitud DE Declaración Jurada de Licencia de Funcionamiento de Pueblo Libre
- Formato Sunat Formulario N°2119 Registro Único de Contribuyentes Solicitud de inscripción al RUC o comunicaciones de afectación de tributos
- Formato Sunat anexo N°2054 Registro Único de Contribuyentes Domicilio de los representantes legales.
- Formato de solicitud de acceso a Sunat Operación en Línea (Clave Sol)

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La gran cantidad de fabricantes textiles en Lima metropolitana fabrican productos de consumo masivo y de material sintético mas no productos exclusivos elaborados en forma artesanal y usando Fibras naturales para su elaboración, la empresa Manos Peruanas SAC ha creado una Gama de diseños de gorros artesanales de Alpaca para el uso de los niños, que son distribuidos a través de los artesanos(intermediarios) de los conglomerados artesanales ubicados en los distritos de Pueblo Libre, Miraflores y Lima Cercado.

Nuestro negocio consiste en la fabricación y comercialización de gorros artesanales de Alpaca hechos a mano con insumos naturales.

El Centro de producción de la Empresa Manos Peruanas SAC está ubicado dentro del Conglomerado Artesanal “Mercado Indio” en la Avenida La Marina del distrito de Pueblo Libre que constituye un lugar estratégico para la distribución de nuestros productos a los mercados artesanales de Pueblo Libre, Miraflores y Lima Cercado; las ventas de estos productos serán promocionados a través de nuestra página web, volantes y Brochure conteniendo la información de las características de nuestros productos.

Para desarrollar esta actividad Económica se requiere 327,145 Soles que serán asumidos por los inversores socios de la empresa Manos Peruanas SAC.

La inversión del capital se recuperará en 42 meses (3 años y medio) con una cartera de clientes de 105 artesanos de los conglomerados artesanales con una facturación anual de 551,232 Soles.

El perfil de los emprendedores que crean esta empresa son:

Andrés Pacori Quispe fabricante de prendas de vestir de tejido punto, inscrito en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña empresa REMYPE, proveedor de varias empresas exportadoras reconocidas en el mercado americano y europeo entre ellos tenemos Raquel Colección S.A, Parhua S.A, Sacata Ingenieros S.A, Artesanías Los Andes S.R.L y proveedor de compras a MYPErú de compras del estado a través de los Núcleos ejecutores de FONCODES con financiamiento de Fianza de FOGAPI. Con más de 30 años de experiencia en el rubro de prendas de vestir de punto socio del Gremio SEGGAPE Gamarra Perú.

Olga Coanqui Zapana con amplia experiencia en tejido artesanal a mano, que laboró en la ONG PENTEC como capacitadora a las mujeres artesanas, proveedora de tejidos artesanales a la Empresa PAJA EIRL empresa exportadora al mercado norteamericano y al Señor Fernando León Exportador de Chompas artesanales a los EE.UU.

Ruth Jackeline Rojas Coanqui, Bachiller en Administración, con experiencia en empresas privadas y gestión pública, realizo servicios de diseños y tejido para la empresa COZAPA EIRL y adquirió experiencia por el entorno familiar dedicados a la actividad textil artesanal.

Estamos convencidos que este negocio tendrá éxito por la demanda que tienen los productos por la constante innovación de sus diseños exclusivos, que son atractivos para la vista de los niños quienes serán nuestros consumidores finales, teniendo un mercado de gran potencial de crecimiento.

## **CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **1.1 Nombre o Razón Social**

El nombre de la Empresa “Manos Peruanas SAC.” surge de las características propias de la actividad de tejido artesanal que realiza, debido a que su proceso de producción es hecho cien por ciento a mano por las señoras que desarrollan esta actividad artesanal desde los tiempos ancestrales que en el transcurrir de los años se han perfeccionado a las nuevas tendencias de la moda.

Existen varias denominaciones en las sociedades de capitales

- Sociedad Anónima, Sociedad (S.A)
- Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada(SCRL)
- Empresa Individual de Responsabilidad Limitada(EIRL)

De las cuales la empresa “Manos Peruanas SAC” se adecua a una Empresa denominada Sociedad Anónima Cerrada “SAC.” Por ser una empresa familiar.

#### **Cuyos accionistas son las siguientes personas naturales:**

- Ruth Jackeline Rojas Coanqui (47,145 Soles) con el 14%, capital financiado por el Banco Interbank mediante préstamo personal.
- Olga Coanqui Zapana (120,000 Soles) con el 37%, capital propio.
- Andrés Pacori Quispe (160,000 Soles) con el 49% capital propio.

## 1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios.

En el país, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) ha establecido oficialmente la adopción de la nueva revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4), lo cual permitirá establecer un esquema conceptual uniforme a fin de contar con información más real a nivel de empresas y establecimientos productivos de bienes y servicios.

Es por ello que la SUNAT ha implementado la incorporación de la nueva CIUU Revisión 4 dentro de sus registros del RUC (actualmente la actividad económica es un dato importante en el registro del RUC y constituye una información obligatoria a declarar en el referido padrón).



**Figura 1::Evolución del CIUU**

**Fuente: INEI**

**Tabla 1:Tabla de Actividades Económicas con la CIIU REV.4.0**

**TABLA DE ACTIVIDADES ECONOMICAS CON LA CIIU REV. 4.0**

CIIU Rev.4	DESCRIPCION
0891	EXTRACCIÓN DE MINERALES PARA LA FABRICACIÓN DE ABONOS Y PRODUCTOS QUIMICOS
1391	FABRICACIÓN DE TEJIDOS DE PUNTO Y GANCHILLO
1392	FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS CONFECCIONADOS DE MATERIALES TEXTILES, EXCEPTO PRENDAS DE VESTIR
1393	FABRICACIÓN DE TAPICES Y ALFOMBRAS
1394	FABRICACIÓN DE CUERDAS, CORDELES, BRAMANTES Y REDES
1399	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES N.C.P.
1410	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL
1420	FABRICACIÓN DE ARTICULOS DE PIEL
1430	FABRICACIÓN DE ARTICULOS DE PUNTO Y GANCHILLO
1512	FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO, Y ARTICULOS SIMILARES, Y DE ARTICULOS DE TALABARTERIA Y GUARNICIONERÍA
1520	FABRICACIÓN DE CALZADO
1621	FABRICACIÓN DE HOJAS DE MADERA PARA ENCHAPADO Y TABLEROS A BASE DE MADERA
1622	FABRICACIÓN DE PARTES Y PIEZAS DE CARPINTERIA PARA EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES
1623	FABRICACIÓN DE RECIPIENTES DE MADERA
1629	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS DE MADERA; FABRICACIÓN DE ARTICULOS DE CORCHO, PAJA Y MATERIALES TRENZABLES.
1701	FABRICACIÓN DE PASTA DE MADERA, PAPEL Y CARTÓN
1702	FABRICACIÓN DEL PAPEL Y CARTÓN ONDULADO Y DE ENVASES DE PAPEL Y CARTÓN
1709	FABRICACIÓN DE OTROS ARTICULOS DEL PAPEL Y CARTÓN

**Fuente: SUNAT**

La actividad Económica de la empresa Manos Peruanas SAC. corresponde al CIIU

1391(Fabricación de tejidos de punto y ganchillo).

El código CIIU está estructurado de la siguiente manera:

- **La Sección C.** Industria Manufacturera,
- **La división 13.** Fabricación de Productos Textiles
- **Su Grupo 139** Fabricación de otros productos textiles
- **Su Clase 1391** Fabricación de Tejido de Punto y Ganchillo

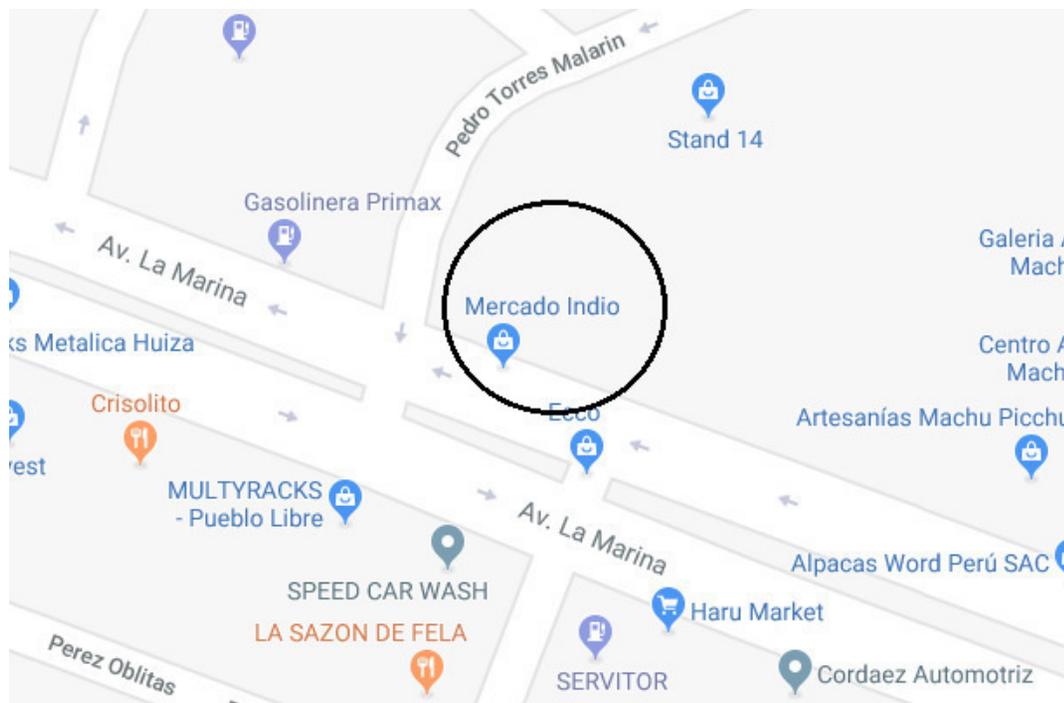
### 1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La ubicación del establecimiento “Manos Peruanas SAC.” está situado en la Av. La Marina 998 Interior 15 del Mercado Artesanal El Indio (establecimiento en alquiler).

Es un lugar estratégico por encontrarse en una vía Metropolitana de fácil acceso para facilitar la distribución de los productos tanto en las zonas de conglomerados artesanales en Miraflores, Cercado de Lima y Pueblo Libre.

Este establecimiento está ubicado en un mercado de productores artesanales.

De acuerdo a los informes de los parámetros de zonificación de la Municipalidad de Pueblo Libre esta zona está considerado como zona comercial.



**Figura 2::Ubicación del Local-Pueblo Libre**

**Fuente: GoogleMap**

## **1.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha**

### **1.4.1 Objetivo General:**

- La Empresa Manos Peruanas SAC. tiene el Objetivo General Ingresar al mercado local y nacional para posicionarse en el mercado y sostenerse en el tiempo y en el espacio.

### **1.4.2 Objetivos específicos:**

- Satisfacer las demandas del mercado en Lima Metropolitana
- Realizar constante innovación en la creación de nuevos diseños que se ofrece al mercado
- Mantener la calidad y estándares que el mercado exige
- Crear más fuente de trabajo

### **1.4.3 Visión**

Ser una empresa reconocida en el mercado local y nacional por nuestros productos con diseños artesanales, exclusivos, ancestrales e innovadores.

### **1.4.4 Misión:**

Somos una empresa comprometida en satisfacer las necesidades y demandas del mercado con productos innovadores de calidad estándar que el mercado exige utilizando fibras naturales que contribuye al cuidado del medio ambiente.

### **1.4.5 Valores:**

- Responsabilidad: En el cumplimiento de los pedidos con nuestros clientes

- Respeto: Cumplimiento de las normas de las normas tributarias Municipales, Etc.
- Compromiso: Trabajadores empoderados con los objetivos de la empresa.
- Responsabilidad Social: Empresa que contribuye con el desarrollo social y económico creando fuentes de trabajo en los sectores populares.

### **1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa características.**

Según la Ley Mype N° 30056 (Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial) del artículo 11º modifica el artículo 5º del Decreto Supremo N° 007-2008-TR, quedando el artículo 5º de la Ley MIPYME redactado en los términos siguientes:

#### **“Artículo 5.- Características de las micro, pequeñas y medianas empresas**

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus **niveles de ventas anuales**:

- **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT
- **Pequeña Empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT
- **Mediana Empresa:** ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

**La UIT para el 2018 es 4150**

Por consiguiente, la empresa “Manos Peruanas SAC.” será considerado como Microempresa porque su venta en los primeros años de funcionamiento no superará los 150 UIT (622,500 soles).

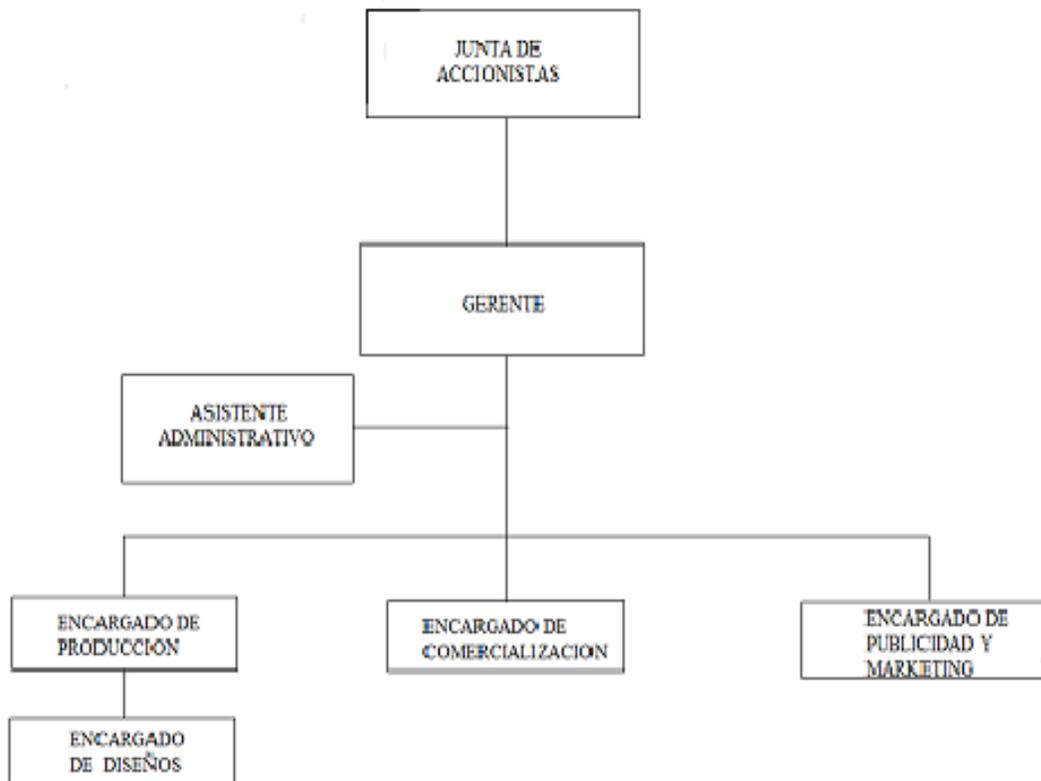
A partir del año 2022 la Empresa Manos Peruanas SAC. Pasará a la categoría de Pequeña Empresa por superar los 150 UIT en su volumen de venta.

### **1.6. Estructura Orgánica**

La estructura orgánica de la Empresa Manos Peruana SAC. Esta organizado de las siguientes maneras:

- Junta de Accionistas: Es la Máxima instancia donde se toman decisiones para el funcionamiento de empresa.
- Gerente: Persona que representa y dirige a la empresa.
- Asistente Administrativo: Es la persona encargada de organizar todo el acervo documental de la empresa (documentos contables, tributarios, legajos del personal, contratos y otros encargos).
- Encargado de Producción: Persona encargada de dirigir el equipo de productores(tejedoras), en estricta coordinación con la Encargada de Diseños.
- Encargada de Diseños: Es la persona encargada de diseñar los modelos del producto y la supervisión durante el proceso de producción.
- Encargado de comercialización: Persona que coordina los pedidos y la entrega del producto a las tiendas artesanales.

- Encargado de Publicidad y Marketing: Persona que realiza la promoción de los productos en los diferentes conglomerados artesanales de Lima Metropolitana.



**Figura 3:Organigrama**

**Fuente: Elaboración Propia**

### 1.7. Cuadro de asignación de personal

- La empresa Manos Peruanas SAC. Cuenta con un equipo de 6 personas a tiempo completo selecto y calificado en los siguientes cargos: Gerente, Asistente administrativo, Encargado de Producción, Encargado de diseños, Encargado de Comercialización y Encargado de Publicidad y Marketing considerados personal de Oficina.

La empresa Manos Peruanas tiene un grupo de un promedio de 30 personas tejedoras a mano de las cuales se rota el personal en un promedio de 15 trabajo a tiempo parcial y pago a destajo. Estas personas son de las zonas urbano marginales que contribuyen para su sustento familiar.

**Tabla 2: Cuadro de Asignación de Personal**

CUADRO DE ASIGNACION DE PERSONAL						DESCUENTO DE TRABAJADOR						
ITEM	CARGOS/PLAZAS	CANTIDAD	REMUNERACION BASICA	TOTAL DE REMUNERACIONES	VACACIONES /MEDIO SUELDO	ONP	10%+%	IR 5TA CATEGORIA SI PASA A 7 UIT.	TOTAL DE DESCUENTO	SIS	REMUNERACION NETA A PAGAR MENSUAL	TOTAL ANUAL
						13%	COMISION Y SEG. SEGUN AFP			50%(15SOLES)		
1	GERENTE	1	1300	12	650	169			260	15	1131	13572
2	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	930	12	465	120.9			156	15	774	9288
3	ENCARGADO DE PRODUCCION	1	930	12	465	120.9			156	15	774	9288
4	ENCARGADO DE DISEÑO	1	930	12	465	120.9			156	15	774	9288
5	ENCARGADO DE COMERCIALIZACION	1	930	12	465	120.9			156	15	774	9288
6	ENCARGADO DE PUBLICIDAD Y MARKETING	1	930	12	465	120.9			156	15	774	9288
			5950		2975					90	5001	60012

**Fuente: Elaboración Propia**

**Tabla 3:Registro de pago por producción a destajo**

CUADRO DE PAGO POR DESTAJO-TEJEDORAS DE PRODUCCIÓN								
TEJEDORA	PRODUCCION POR DIA	PRODUCCION SEMANAL	PRODUCCION MENSUAL	PAGO A DESTAJO				PAGO TOTAL
				PAGO DISEÑO/GRUPO 1	PAGO DISEÑO/GR UPO 2	PAGO DISEÑO/GR UPO 3	PAGO DISEÑO/GR UPO 4	
				PRECIO S/6	PRECIO S/8	PRECIO S/10	PRECIO S/12	
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								

**Fuente: Elaboración propia**

### 1.8. Forma Jurídica Empresarial

La Empresa “Manos Peruanas “se constituye bajo la forma jurídica de Empresa Sociedad Anónima Cerrada (SAC).

#### Características:

- Es una figura para una empresa familiar, pequeña o mediana.
- Puede funcionar sin directorio.
- A pesar de que cuenta con un número reducido de accionistas, no es limitada la posibilidad de manejar grandes capitales.
- Se constituye por los fundadores al momento de concederse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones.
- No tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores.

- No es relevante el volumen económico de la empresa, puede ser grande o pequeño, pero sí es importante el número reducido de accionistas que la conforma.

Esta actividad Económica opto por esta forma jurídica por las siguientes razones:

La empresa inicia sus actividades con los aportes en efectivo de los socios que constituyen el capital de trabajo y un porcentaje de la inversión es crédito bancario.

Cuenta con una infraestructura alquilada y un equipo básico de personal administrativo; el proceso de producción es cien por ciento artesanal mas no industrial, lo cual implica que se utilizará equipos manuales propias para la actividad.

### **Pasos para Formar una Sociedad Anónima Cerrada (SAC):**

- **Establecer el nombre de la sociedad:**

Reservar el nombre que le pondrás a tu empresa. La recomendación es hacer una búsqueda previa en Registros Públicos, para asegurarte que el nombre que elegiste no lo tiene otra empresa.

- **Capital social:**

Está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes, ya sea en bienes y/o en efectivo de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.

- **Socios:**

Se debe tener como mínimo 2 socios y no más de 20. Esta se podría nombrar como una ventaja de esta sociedad.

- **Elegir un gerente general**

Establecer sus facultades, decidir si la sociedad va a tener o no directorio, fijar un domicilio y la duración.

### **Pasos para la inscripción en Registros Públicos:**

#### **1. Buscar y reservar el nombre de una empresa.**

La reserva de nombre es un paso previo a la constitución de una empresa. No es un trámite obligatorio, pero sí recomendable para facilitar la inscripción de la empresa en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp.

#### **2. Elaborar el Acto Constitutivo (Minuta)**

El Acto Constitutivo es un documento en el cual los miembros de una sociedad manifiestan su voluntad de constituir una empresa y en donde señalan todos los acuerdos respectivos.

El Acto Constitutivo consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar a este.

#### **Requisitos**

- 02 copias del DNI de cada uno de los socios y cónyuges.
- Original y 02 copias de Búsqueda y reserva de nombre.

- Archivo (PDF, Word, Excel) en un USB con el giro del negocio y la lista de bienes para el capital.
- Formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas

Existen las siguientes opciones para realizar este trámite:

- **En una notaría:** Lleva los requisitos a una notaría y solicita el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva. El costo y el tiempo de espera dependerán de la notaría que elijas.
- **En un Centro de Desarrollo Empresarial (CDE):** Lleva los requisitos a un CDE y solicita el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva. El tiempo aproximado es de 2 días hábiles.
- **En un Centro de Mejor Atención al Ciudadano (MAC):** Lleva los requisitos al Centro MAC Lima Norte, MAC Lima Este o MAC Callao y solicita el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva. El tiempo de espera dependerá del Centro MAC.

### **3. Abono de capital y bienes**

#### **Requisitos**

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigente.
- Formato de Acto Constitutivo.

#### **Existen dos opciones:**

**Opción 1:** Abrir una cuenta en un banco para depositar el dinero que los socios quieren aportar a la empresa.

**Opción 2:** Realiza un inventario de bienes con la cantidad y costos de los bienes que está poniendo cada socio para la empresa.

#### **4. Elaboración de Escritura Pública.**

Una vez redactado el Acto Constitutivo, es necesario llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y eleve a Escritura Pública.

Se generará la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, que es el documento que da fe de que el Acto Constitutivo es legal. Este documento debe estar firmado y sellado por el notario y tener la firma de todos los participantes de la sociedad, incluidos los cónyuges de ser el caso.

#### **Requisitos:**

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigentes.
- Formato de Acto Constitutivo.
- Depósito o voucher de abono en dinero.

Estos requisitos deben ser entregados a la notaría para solicitar los servicios de elaboración de Escritura Pública para la Constitución de Empresa.

El costo y el tiempo del trámite dependerán de la notaría que elijas.

#### **5. Inscripción en Registros Públicos**

- El Notario se encargará de este trámite.
- Una vez obtenida la Escritura Pública, es necesario llevarla a SUNARP para realizar la inscripción de la empresa en los Registros Públicos.
- Este procedimiento normalmente es realizado por el notario.
- La Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

## **6. Inscripción al RUC para Persona Jurídica**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica como contribuyente a una Persona Jurídica o Persona Natural. El RUC contiene los datos de identificación de las actividades económicas.

El número de RUC es único y consta de once dígitos. Su uso es obligatorio en toda declaración o trámite que se realice ante la SUNAT.

### **Requisitos:**

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigentes.
- Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social Inscrita.
- Recibo de servicio (Luz o agua), no mayor a dos meses de antigüedad.
- Formulario N° 2119: Solicitud de Inscripción o comunicación de afectación de tributos.
- Formulario 2054: Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo.

## **1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI:**

### **Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios:**

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):

1. Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  3. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
  - Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
    1. Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
    2. De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: [logos-dsd@indecopi.gob.pe](mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe) (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
  - Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.

- En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
- De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuya prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.



**Figura 4:Logo Manos Peruanas SAC.**

**Fuente: Elaboración Propia**

#### **1.10. Requisitos y Trámites Municipales**

De acuerdo a los parámetros de zonificación de la Municipalidad de Pueblo Libre, la zona donde se ubica la empresa Manos Peruanas SAC tiene factibilidad para su funcionamiento.

El formato de solicitud de Licencia de Funcionamiento de la Municipalidad de Pueblo Libre considera los siguientes aspectos:

- Identificación del administrado
- Domicilio Fiscal
- Identificación del Representante Legal
- Información del establecimiento
- Declaración jurada sobre aspectos relacionado con el desarrollo del giro solicitado

- Declaración de Niveles Operacionales
- Aspectos de seguridad

#### **1.10.1 Procedimiento del Trámite de Licencia de Funcionamiento (área hasta 100m<sup>2</sup>):**

##### **Requisitos:**

- Registro único del Contribuyente(RUC)
- Documento de Identidad Nacional(DNI) del representante Legal
- Declaración Jurada de Observancia de seguridad para establecimiento con un área hasta 100m<sup>2</sup>
- Recibo de pago por concepto de solicitud de licencia
- Procedimiento:

##### **Procedimiento:**

Aprobada los requisitos y con resultado positivo en caso contrario en 15 días se resuelve las observaciones.

El expediente pasa a la Subgerencia de trámite Documentario y archivo.

Este documento pasa a la Subgerencia de Comercialización para su evaluación

Si no hay Observaciones en un Límite de un plazo de treinta días se expide la Licencia de Funcionamiento.

### 1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

De los cuatro Regímenes que existen; Régimen General, Régimen Simplificado, Régimen Especial y Régimen Mype Tributario.

La empresa Manos Peruanas SAC se acoge al Régimen Mype Tributario. por las características de sus movimientos:

**Tabla 4: Régimenes Tributarios**

Nuevo RUS	Régimen Especial	Régimen MYPE Tributario	Régimen General
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas mensuales no deben superar S/. 8000</li> <li>• Emite sólo algunos comprobantes de pago (Boleta de ventas y tickets).</li> <li>• Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen.</li> <li>• Un único pago mensual según categoría.</li> <li>• No se llevan libros Contables.</li> <li>• No obligado a presentar declaraciones mensuales y anuales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas anuales no deben superar los S/. 525,000.</li> <li>• Emite todo tipo de Comprobantes de pago.</li> <li>• Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen.</li> <li>• Presenta Declaración Mensual por IGV y Renta.</li> <li>• Sólo lleva dos registros contables (Registro de Compras y Registro de Ventas).</li> <li>• No obligados a presentar declaraciones anuales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresos Anuales no deben superar las 1700 UIT.</li> <li>• Emite todo tipo de Comprobantes de pago.</li> <li>• No tiene actividades restringidas.</li> <li>• Presenta Declaración y pago a cuenta mensual del Impuesto a la Renta con tasas diferenciadas de acuerdo a sus ingresos netos anuales.</li> <li>• Presenta Declaración Anual con tasas diferenciadas de acuerdo con sus ganancia o utilidad.</li> <li>• Obligado a llevar Libros Contables de acuerdo a sus ingresos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene límites de ventas.</li> <li>• Emite todo tipo de Comprobantes de pago.</li> <li>• No tiene actividades restringidas.</li> <li>• Presenta declaración mensual por IGV y Renta y Declaración Anual.</li> <li>• De acuerdo a sus ingresos puede llevar contabilidad completa</li> </ul>

Fuente: Sunat

## 1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

### Planilla Electrónica

Es el documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

A partir del 1.08.2011 la Planilla electrónica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME).

**Tabla 5:Planilla Electrónica**

<b>PLANILLA ELECTRÓNICA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MEDIO DE ACCESO</b>
<b>T – REGISTRO</b>	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS
<b>PLAME</b>	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en <a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

**Fuente: Sunat**

### 1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

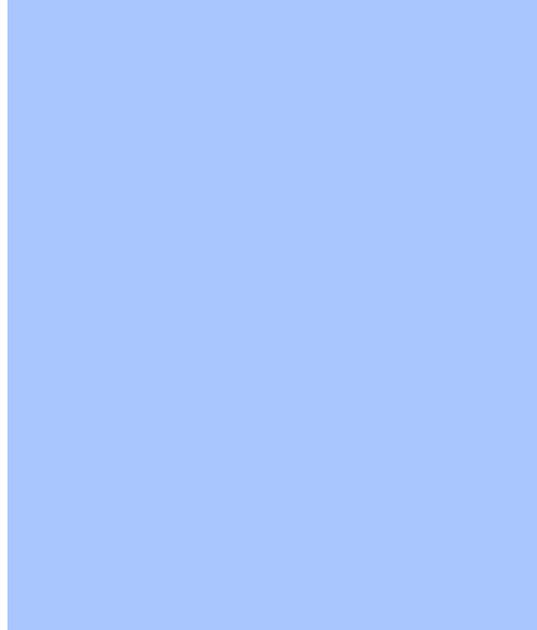
De acuerdo a las Normas vigentes en nuestro país se establecen dos Regímenes Laborales; Régimen Laboral General y Régimen Laboral Especial

El Régimen Laboral Especial está dirigido a fomentar la formalización y desarrollo de las Micro y Pequeña Empresa, y mejorar las condiciones de disfrute efectivo de los derechos de los trabajadores.

Manos Peruanas SAC. se acoge a este Régimen Laboral Especial por sus características en su proceso de funcionamiento como Microempresa.

**Tabla 6: Características de la Micro empresa-Pequeña empresa**

<b>MICRO EMPRESA</b>	<b>PEQUEÑA EMPRESA</b>
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional

<p>Indemnización por despido de <b>10 días de remuneración por año de servicios</b> (con un tope de <b>90 días de remuneración</b>)</p>	<p>Indemnización por despido de <b>20 días de remuneración por año de servicios</b> (con un tope de <b>120 días de remuneración</b>)</p>
	<p>Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)</p> <p>Derecho a percibir <b>2 gratificaciones</b> al año (Fiestas Patrias y Navidad)</p> <p>Derecho a participar en las utilidades de la empresa</p> <p>Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.</p>

**Fuente: Sunat**

#### **1.14. Modalidades de Contratos Laborales.**

Un **contrato de trabajo** es un acuerdo entre empleado y empleador que da inicio al vínculo laboral. Está determinado por obligaciones y derechos entre ambas partes. Existen **tres tipos de contrato**, que se detallan a continuación.

##### **1.14.1 Contrato indefinido:**

Este tipo de contrato **no tiene una fecha determinada de expiración**. La causal de despido puede ser una falta grave que amerite que un trabajador deba ser apartado de la empresa. El empleado bajo este tipo de contrato goza de todos los beneficios laborales que brinda la ley peruana; es decir, CTS, asignación familiar, gratificaciones, vacaciones, seguro social, entre otros.

### 1.14.2 Contrato a plazo fijo o determinado

En este caso, empleado y empleador acordaron que el vínculo laboral solo sea por un tiempo determinado, para ejercer una actividad o necesidad específica.

Hay tres subdivisiones para este tipo de contrato.

- **Temporal:** Se puede dar por lanzamiento o inicio de actividad; por la necesidad de mercado, por ejemplo, en campañas del Día de la Madre o Día del Padre donde se exige una mayor cantidad de producción; y la reconversión empresarial que se produce cuando se afrontan cambios importantes dentro de ella.
- **Ocasional:** Puede darse por suplencia, como reemplazo por vacaciones o descanso, pero o post natal; y emergencia, cuyo fin es cubrir necesidades imprevistas y graves.
- **Accidental:** Puede ser específico, que permite actividades cuyo inicio y fin estén claramente predeterminados; intermitente, que es para necesidades permanentes pero discontinuas; y el contrato de temporada, que solo es para servicios puntuales que no son frecuentes.

El plazo para este tipo de contrato no puede superar los cinco años; si fuera el caso, la condición del empleado cambia y pasa a tener un contrato indefinido.

Morales puntualiza que este contrato debe ser registrado ante el **Ministerio Trabajo y Promoción del Empleo** dentro de 15 días, especificando la fecha de inicio y culminación.

### 1.14.3 Contrato a tiempo parcial

El contrato a tiempo parcial o “part-time” demanda un **horario de trabajo que no supera una jornada de 4 horas diarias**. A diferencia del contrato indefinido o de plazo fijo, los trabajadores que tienen esta modalidad, no tiene derecho a los beneficios laborales como CTS, vacaciones, indemnización por falta del descanso vacacional ni la indemnización por despido arbitrario. Sin embargo, tienen derecho a gratificaciones legales y derecho al descanso semanal obligatorio, al descanso en feriados, horas extras, seguro social, seguro de vida, pensiones, asignación familiar, utilidades y sindicalización.

Existen dos **modalidades que los empresarios deben seguir** para no tener inconvenientes con la ley, ni con los trabajadores.

Manos Peruanas SAC. se establece en las tres modalidades de contrato de trabajo.

El Gerente es contratado para tiempo completo y plazo indefinido

El asistente administrativo es contratado a tiempo completo y plazo indefinido (cargo de confianza)

Los encargados responsables de Producción, encargado de Diseño, Comercialización y Publicidad y Marketing son contratados a tiempo completo y plazo determinado.

Las tejedoras artesanales son contratadas para trabajo específicos de pago a destajo que trabajan fuera de la empresa, no tienen vínculo laboral con la empresa.

### **1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas**

La empresa Manos Peruanas SAC. No tiene contratos comerciales entre accionistas por ser una empresa familiar cerrada.

La empresa responde con su patrimonio mas no recaerá las responsabilidades personales de sus asociados.

Referente a los Contratos Comerciales todavía no se ha suscrito a ningún tipo de contrato comercial por ser una empresa nueva en formación en el futuro suscribirá contratos bajo las normas establecidas para estos casos, si el caso amerita.

## **CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1 Descripción del Entorno del Mercado**

#### **2.1.1 Macro entorno:**

Para el presente Plan de Negocios se considera utilizar la técnica PESTEL, el cual considera varias dimensiones entre ellas los siguientes:

##### **2.1.1.1 Dimensión Económica:**

Los indicadores económicos son factores que influyen directa o indirectamente en el desarrollo de la Micro y Pequeña empresa:

- El PBI: La Mype del sector producción aportan en menor o mayor porcentaje en el crecimiento del PBI en el país

En el Perú, nueve de cada diez empresas son micro y pequeñas (Mypes) y aportan el 21,6% del PBI local (Según la Sociedad de Comercio Exterior del Perú Comex).

- Sobre costos laborales: Es una carga que asume las Mypes disminuyendo la rentabilidad de la empresa.
- Tasa de inflación: Determina en la capacidad adquisitiva del consumidor. La inflación anual registrada en enero de 2018 fue de 1,25%, ubicándose en el tramo inferior del rango meta del Banco Central de Reserva, siendo la más baja desde junio de 2010.(Según BCR)

**Tabla 7: Contribución Ponderada a la Inflación enero 2018**

Contribución Ponderada a la Inflación: Enero 2018							
Positiva	Peso	Var.%	Contribución	Negativa	Peso	Var.%	Contribución
Papaya	0,2	43,5	0,09	Pasaje Urbano	8,5	-1,1	-0,09
Gastos Judiciales	0,4	14,1	0,04	Huevos	0,6	-7,8	-0,04
Electricidad	2,9	1,1	0,04	Transporte nacional	0,3	-10,6	-0,04
Comidas fuera del hogar	11,7	0,3	0,04	Palta	0,1	-12,6	-0,02
Carne de pollo	3,0	1,2	0,04	Cebolla	0,4	-7,5	-0,02
Papa	0,9	3,7	0,03	Tomate	0,2	-9,5	-0,02
Legumbres frescas	0,2	12,1	0,03	Limón	0,2	-12,2	-0,02
Mandarina	0,2	15,3	0,03	Otras frutas frescas	0,4	-3,3	-0,01
Gasolina y lubricantes	1,3	1,2	0,01	Compra de vehículos	1,6	-0,8	-0,01
Pescado fresco y congelado	0,7	1,7	0,01	Manzana	0,2	-2,9	-0,01
<b>Total</b>			<b>0,36</b>	<b>Total</b>			<b>-0,28</b>

**Fuente: BCR**

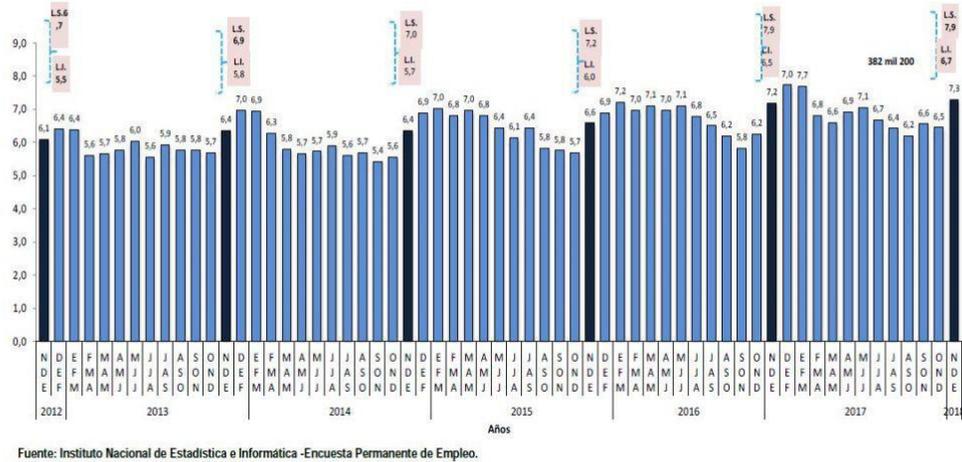
- La tasa de desempleo: Es un factor que influye positivamente para las Mypes por la Oferta de la Mano de Obra

El Instituto Nacional de Estadística e Informática ( INEI) dio a conocer que en el trimestre móvil noviembre - diciembre 2017 y enero 2018, la tasa de desempleo en Lima metropolitana fue de 7.3%. ¿Qué significa esto? Esto quiere decir que 382,200 personas buscaron trabajo de manera activa, sin encontrar puesto alguno. Por género, la tasa de desempleo femenina se ubicó en 7,9% y el masculino en 6,8%. (Según INEI).

**Tabla 8: Lima Metropolitana evolución de la tasa de desempleo**

**GRÁFICO Nº 14**

Lima Metropolitana: Evolución de la tasa de desempleo, según trimestres móviles , 2012 - 2018  
(Porcentaje)



**Fuente: INEI- trimestres móviles 2012-2018**

### 2.1.1.2 Dimensión Política:

Los actores políticos de los diferentes niveles y poderes del gobierno influyen directa o indirectamente en el desarrollo de las empresas, porque dictan dispositivos legales que pueden ser favorables o no a las Mype entre ellos tenemos los siguientes:

- Ley Tributaria: Régimen Tributarios (Régimen General, Régimen Único Simplificado, Régimen Especial y Régimen Mype Tributario)
- Ley Mype: Ley General de Mype N°28015 y su modificatoria mediante la Ley N°30056.
- Ordenanzas Municipales: Son dispositivos establecidos por los Gobiernos Locales referente a los parámetros de zonificación, requisitos para Licencia de funcionamiento, etc.

- Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal ley n° 29073
  - 1.-Objeto de la Ley** La presente Ley establece el régimen jurídico que reconoce al artesano como constructor de identidad y tradiciones culturales, que regula el desarrollo sostenible, la protección y la promoción de la actividad artesanal en todas sus modalidades, preservando para ello la tradición artesanal en todas sus expresiones, propias de cada lugar, difundiendo y promoviendo sus técnicas y procedimientos de elaboración, teniendo en cuenta la calidad, representatividad, tradición, valor cultural y utilidad, y creando conciencia en la población sobre su importancia económica, social y cultural.
  - 2.- Finalidad** Son fines de la presente Ley promover el desarrollo del artesano y de la artesanía en sus diversas modalidades, integrándolos al desarrollo económico del país; facilitar el acceso del artesano al financiamiento privado; mejorar sus condiciones de productividad, competitividad, rentabilidad y gestión en el mercado; fomentar la formación de artesanos y la divulgación de sus técnicas, desarrollando sus aptitudes o habilidades; y recuperar y promover las manifestaciones y valores culturales, históricos y la identidad nacional, con el fin de hacer de la actividad artesanal un sector descentralizado, económicamente viable y generador de empleo sostenible.
  - 3.-Ámbito de aplicación** La presente Ley es de aplicación para los artesanos, empresas de la actividad artesanal y organismos e instituciones vinculados al desarrollo y promoción artesanal. Estos pueden gozar de los beneficios establecidos en la presente Ley al

obtener la Certificación Artesanal y/o encontrándose registrados en el Registro Nacional del Artesano, de acuerdo a lo establecido en los artículos 29 y 30, respectivamente Decreto supremo N° 008-2010-Mincetur reglamento de la ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal Publicado en Normas Legales de EL PERUANO del día miércoles 17 de marzo de 2010

### **2.1.1.3 Dimensión Social:**

- Crecimiento de la población es un factor que influye en el desarrollo de las Mype del sector productivo, a mayor crecimiento de la población también crece el nivel de consumo.

En el año 2016 la población en el Perú creció en 1.3%(Según Banco Mundial),

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) la población peruana al 30 de junio del 2017 sería de 31 millones 826 mil habitantes.

- El ingreso per cápita está relacionado directamente con la capacidad adquisitiva de la población que influye en el desarrollo de las Mype.

El ingreso per cápita de USD 6506 al cierre de 2017. Este incremento es muestra de las expectativas de crecimiento económico peruano. (Según el Fondo Monetario Internacional).

- Disponibilidad de mano de obra:

El crecimiento de la Población Económicamente Activa(PEA) está relacionado con la oferta de mano de obra que favorece al desarrollo de la Mype.

La PEA comprende a la población de 14 a más años de edad que participa en el mercado laboral. Esta creció 1.6% durante 2017.

PEA femenina creció más que la masculina, Alrededor de 60,300 mujeres ingresaron al mercado laboral durante 2017; con ello, la Población Económicamente Activa (PEA) femenina de Lima metropolitana se incrementó en 2.6% frente al resultado del año anterior, (según la Encuesta Permanente de Empleo (EPE) del Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI ).

**Tabla 9: Población Económicamente Activa.**

<b>Lima Metropolitana:</b>			
 <b>Población Económicamente Activa</b> (miles de personas)			
	2016	2017	Variación (%)
<b>Sexo</b>			
Mujeres	2,796.0	2,819.4	0.8
Hombres	2,347.7	2,385.0	2.6
<b>Grupos de edad</b>			
De 14 a 24 años	1,149.2	1,145.1	-0.4
De 25 a 44 años	2,720.7	2,739.5	0.7
De 45 y más años	1,250.8	1,319.7	5.5
<b>Nivel de educación</b>			
Primaria	390.8	385.4	-1.4
Secundaria	2,418.6	2,494.8	3.2
Superior no universitaria	969.0	990.4	2.2
Superior universitaria	1,342.3	1,333.7	-0.6
<b>TOTAL</b>	<b>5,120.7</b>	<b>5,204.3</b>	<b>1.6</b>

FUENTE: INEI - Encuesta Permanente de Empleo

**Fuente: INEI**

Tenencia y Moda: Es uno de los principales factores que influirá en la sostenibilidad de la empresa Manos Peruanas SAC, por eso la importancia de

contar con un personal calificado con conocimiento de las tendencias de moda de vanguardia que el mercado exige en cuanto a los diseños y modelos.

Por la conservación del medio ambiente es una tendencia global el uso o consumo de productos naturales. La Empresa Manos Peruanas SAC. utiliza los insumos naturales fundamentalmente la fibra de Alpaca.

#### **2.1.1.4 Dimensión Tecnológica:**

La empresa Manos Peruanas SAC. durante el proceso de producción de sus productos es cien por ciento artesanal; en la administración y el proceso de comercialización y marketing se emplearán tecnologías digitales de vanguardia:

- En el Sistema de información se empleará un Software para sistematizar todas las operaciones de la empresa.
- Innovación: Es el cambio permanente de los diseños y modelos del producto
- Publicidad y Marketing: El uso de las redes sociales para la publicidad de los productos
- ISO 9000: Es uno de los objetivos que tiene la empresa de alcanzar esta certificación de calidad.



### **Análisis del PEST:**

La calificación es de 2.74= 3.00 Se presenta favorable para la proyección de inversión con un riesgo tolerable en el mercado.

Teniendo la estimación de inversión moderada se recomienda no exceder su capacidad de pago de endeudamiento.

La estabilidad política es un factor favorable por el cambio de gobierno creando una expectativa en el sector económico y social para los próximos tres años.

El crecimiento del PBI se torna favorable y el Ingreso Per cápita promedio es aceptable porque favorece la capacidad adquisitiva y consumo en la población, además el crecimiento de la tasa de empleo en el Perú es favorable para la oferta y demanda de la mano de obra.

La innovación permanente de los diseños del producto es factor clave porque el mercado es cada vez exigente y cambiante.

## Análisis FODA

Es un instrumento de diagnóstico de los factores internos (Fortaleza y Debilidades) y externos de la empresa (Oportunidades y Amenazas) que se aplica en la Empresa Manos Peruanas SAC., para diseñar estrategias orientados a lograr la competitividad.

**Tabla 11:Matriz FODA**

MATRIZ FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1.Equipo Gerencial capacitado	1. El 40% del capital prestado
	2.Equipo de tejedoras de larga experiencia de tejido a mano	2.Local y movilidad alquilada
	3.Materia prima de calidad(Alpaca)	3.Capacidad Limitada de producción
	4.Ubicación estratégica del establecimiento	4.Canales de distribución informal
	5.Personal identificado y comprometido con la visión y misión de la empresa	5.Diseños sin patente
OPORTUNIDADES		
1.Existencia de Mercados Artesanales	F101: Elaboración de una Base datos del cien por ciento de los mercados artesanales para la interrelación del personal calificado	D301:Captación y capacitación a las nuevas tejedoras para incrementar la capacidad de producción y abastecer a los mercados.
2.Oferta de la Mano de Obra	F202:Capacitación permanente a nuevas tejedoras para incorporar a la empresa	D504:Tramitar el registro de marcas y patentes
3.Estabilidad Política Favorable	F303:Utilización de un precio estandar para elaboración de costos	
4.Normas favorables para las Mypes	F404:Promoción de la materia prima(Alpaca ) en el Local de ubicación estrategica mediante Banners y otros.	
5.Existencia de Materia Prima de calidad	F505:Diseñar productos de alta calidad para un mercado exclusivo	
AMENAZAS		
1.Productos del interior del país.	F1A3:Elaboración de planes de contingencia para disminuir los efectos negativos de cambios de normas tributarias(reducción de gastos operativos).	D4A3:Trámites de los documentos en la SUNAT para transporte de la mercadería,Guía de remisión,Facturas etc.
2.Copias del diseño del producto	F2A1:Elaboración permanente de nuevos diseños para competir con los productores del interior del país.	D3A1:Creación permanente de nuevos diseños para persuadir a los potenciales competidores.
3.Cambio de Políticas Tributarias	F3A4:Diseñar productos según la estación del año.	
4. Cambios Climáticos por el calentamiento Global		
5. Cambio de Políticas Laborales		

**Fuente: Elaboración Propia**

### 2.1.2.2 Panorama Interno-Matriz EFI

Es un instrumento para formular estrategias de evaluación de las fuerzas y debilidades más importantes de una empresa Manos Peruanas SAC.

**Tabla 12:Factores Internos**

FACTORES INTERNOS				
	FACTORES CRITICOS PARA EL EXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>				
1	EQUIPO GERENCIAL CAPACITADO	0.12	4	0.48
2	EQUIPOS DE TEJEDORAS DE LARGA EXPERIENCIA EN TEJIDO A MANO	0.14	4	0.56
3	MATERIA PRIMA DE CALIDAD(ALPACA)	0.10	4	0.4
4	UBICACION ESTRATEGICA DEL ESTABLECIMIENTO	0.07	3	0.21
5	PERSONAL IDENTIFICADO Y COMPROMETIDO CON LA VISION Y MISION DE LA EMPRESA	0.07	3	0.21
<b>DEBILIDADES:</b>				
1	EL 50% DEL CAPITAL ES PRESTADO	0.07	2	0.14
2	LOCAL Y MOVILIDAD ALQUILADA	0.09	2	0.18
3	CAPACIDAD LIMITADA DE PRODUCCIÓN	0.14	2	0.28
4	CANALES DE DISTRIBUCIÓN INFORMAL	0.08	2	0.16
5	DISEÑOS SIN PATENTE	0.12	1	0.12
6		1.00		2.74

**Fuente:Elaboración Propia**

#### **Análisis:**

La ponderación más alta de mi fortaleza está relacionado al equipo gerencial capacitado con 0.56 seguido con la ubicación estratégica del establecimiento y el personal identificado con la visión y misión de la empresa con 0.21 de ponderado y la debilidad de mayor incidencia está relacionado con el mayor porcentaje de capital

prestado de peso ponderado de 0.24 seguidos con la falta de diseños sin patente y capacidad de producción limitada de 0.14.

El total ponderado de 2.72 indica que la posición estratégica interna general de la empresa está arriba de la media lo que indica una posición interna fuerte.

La fortaleza resaltante en la empresa es que se cuenta con un equipo gerencial capacitado, personal especializado en los diseños exclusivos, así como también el uso de la materia prima de calidad para la elaboración del producto y personal identificado con la empresa(fidelidad)

### 2.1.2.3 Panorama Externo- Matriz EFE

La matriz de evaluación de Factores externos que se formula (EFE) nos permite evaluar la información económica, Social, Política, Gubernamental y Tecnológica

**Tabla 13:Factores Externos**

<b>OPORTUNIDADES</b>				
	EXISTENCIA DE MERCADOS			
1	ARTESANALES	0.15	3	0.45
	NORMAS FAVORABLES PARA LAS			
2	MYPES	0.12	2	0.24
3	OFERTA DE MANO DE OBRA	0.09	3	0.27
	ESTABILIDAD POLITICA FAVORABLE			
4		0.06	2	0.12
	EXISTENCIA DE MATERIA PRIMA DE			
5	CALIDAD	0.08	2	0.16
<b>AMENAZAS</b>				
	PRODUCTOS DEL INTERIOR DEL PAIS			
1		0.14	4	0.56
2	COPIAS DEL DISEÑO DEL PRODUCTO	0.08	2	0.16
3	CAMBIO DE POLITICAS TRIBUTARIAS	0.13	3	0.39
4	CAMBIO DE POLITICAS LABORALES	0.05	2	0.1
	CAMBIO CLIMATICOS POR EL			
6	CALENTAMIENTO GLOBAL	0.10	3	0.3
<b>TOTAL</b>		<b>1.00</b>		<b>2.75</b>

**Fuente: Elaboración propia**

## **Análisis:**

La ponderación más alta de mi oportunidad está relacionado a la existencia de mercados artesanales de los conglomerados con un ponderado mayor de 0.45 seguido de la estabilidad política favorable de 0.12 seguido por la amenaza de mayor incidencia relacionado a los productos importados con un ponderado de 0.56.

El total ponderado de 2.78 indica que la empresa está justo por encima de la media en su esfuerzo por seguir estrategias que capitalicen las oportunidades externas y eviten las amenazas.

La existencia de conglomerados artesanales en los distritos de Miraflores, Pueblo Libre y Lima Cercado constituyen una gran oportunidad para la distribución de los productos que produce la empresa Manos Peruanas SAC.

## **2.2 Ámbito de Acción del Negocio:**

### **2.2.1 Características del Mercado**

Los primero Mercados artesanales que se instalaron en la década de los 60 y 70 en la Avenida la Marina cuadra 8 y 9 del distrito de Pueblo Libre por la afluencia de los turistas que visitaban la ciudad de Lima y por la conexión de las vías principales que dan acceso al Aeropuerto Internacional Jorge Chávez entre ellos la Avenida La Marina que une con la avenida Elmer Faucett.

Con el transcurrir de los años estos conglomerados de los mercados artesanales se ha ido expandiendo en el distrito de Miraflores en la avenida Petit Thours y Lima Cercado en la Casona de Santo Domingo.

En la actualidad, suman un total de 1,470 tiendas artesanales ubicados en los diferentes conglomerados de los mercados artesanales; que constituye un gran

potencial de demanda de los productos que produce la Empresa Manos peruanas SAC, hasta la fecha no existe una empresa con productos similares que constituya una gran oportunidad para el desarrollo de esta actividad.

El único factor negativo es la existencia de productos sustitutos, que traen los productores del interior del país (Puno, Cusco y Huancayo) de material de baja calidad, así como también los productos importados de fibra sintética industriales.

Los productos que ofrece la empresa Manos Peruanas SAC. a través de los mercados artesanales está orientado a la Población del segmento A y B, por su mayor capacidad adquisitiva.

#### **Artesanías de Pueblo Libre:**



#### **Artesanías de Miraflores:**



## Artesanías de Lima Cercado:



### 2.2.2 Micro Entorno.

Para desarrollar el análisis del Micro entorno se utilizará la Técnica las 5 fuerzas de Porter:

#### 2.2.2.1. Amenaza de entrada de los competidores potenciales:

- Diferenciación del Producto: La entrada de productos importados de consumo masivo y productos de del interior del país provenientes de Cusco, Huancayo etc. en estos últimos años ha generado la competencia a los productores nacionales(Lima), para enfrentar esta desventaja es necesario la creación de nuevos modelos y diseños exclusivos de acuerdo a la tendencia del mercado para que sean atractivos a la vista del público consumidor empleando insumos naturales como la fibra de Alpaca en su 50%,mostrando diseños con detalles minuciosos en su elaboración ya que el producto es hecho a mano.(Forma Artesanal).

### 2.2.2.2 Competidores existentes:

- **Diversidad de los competidores:** Actualmente en el mercado existen productores del interior del país (Puno, Huancayo, Cuzco, etc.) de productos parecidos que ofertan sus productos de forma masiva y de baja calidad provenientes del interior del país.

Así como también los productos importados(chinos) elaborados con Fibra sintética (Insumo a base de petróleo) de baja calidad y de consumo masivo que atentan la salud de los consumidores.

### 2.2.2.3 Productos sustitutos como amenaza:

- **Rendimiento y calidad comparada entre el producto ofrecido y su sustituto:** El valor agregado de nuestro producto es hecho a mano cien por ciento a comparación de los productos existentes que son hechos a máquina; además, el material utilizado en nuestro producto en su mayor porcentaje es de fibra natural (Alpaca 50%) a comparación de los productos sustitutos que son elaborados de material sintético (Acrílico) y baja calidad.

Los diseños del producto ofrecido son exclusivos y originales a comparación de los productos sustitutos que son diseños clásicos y de reproducción masiva.

### 2.2.2.4 Poder de Negociación de los clientes:

- **Concentración de Clientes:** Concentración de los conglomerados de los mercados artesanales en los distritos de Lima Metropolitana (Pueblo

Libre, Lima Cercado y Miraflores), que son los principales comercializadores de productos artesanales entre ellos los gorros para niños que produce la empresa Manos Peruanas SAC.

#### **2.2.2.5. Poder de Negociación con los Proveedores:**

- **Concentración de proveedores:** En la actualidad, la Fibra de Alpaca que es el principal insumo del producto de la empresa Manos Peruana SAC siendo nuestro principal proveedor la Empresa Textil Sud américa SAC (ITESSA) que constituye nuestro principal proveedor de la materia prima(Alpaca).

La empresa proveedora de materia prima cuenta con una gama de Hilados de Fibras de Alpaca y variedad de colores y tonalidades de acuerdo a las tendencias de la moda, entre ellas; Alpaca Súper Fino (100% Alpaca), Alpaca Pima 50% Algodón Pima peruano 50% Alpaca Súper Fino, etc.

La Empresa Manos peruanas SAC. Utiliza en su producción la Fibra de Alpaca (50%)mezclado con Lana de Oveja (20%)y acrílico 30%.



**Figura 5:Ubicación del proveedor**

**Fuente: GoogleMap**

**Cadena de Valor:**

En la cadena de valor la empresa Manos Peruanas SAC. Desarrolla actividades desde la recepción de la materia prima, producción y comercialización del producto.

**Tabla 14:Cadena de Valor 2018**

<b>CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA "Manos Peruanas S.A.C" 2018</b>				
<b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b>				
Área de Gerencia Administrativa, Área de Producción, Área de Comercialización y Área de Publicidad y Marketing				
<b>RECURSOS HUMANOS</b>				
Personal administrativo altamente calificado), una diseñadora especialista con años de experiencia en el rubro y un equipo de personas en el labor de tejido artesanal(15 personas)				
<b>DESARROLLO Y TECNOLOGIA</b>				
Implementación de programas basicos para sistematizar las operaciones				
<b>COMPRA,PUBLICIDAD Y SERVICIOS</b>				
Proveedor seleccionado por la calidad de la materia prima que se adapta a la elaboración del producto.Las órdenes de pedido son entregados en el domicilio de la empresa.Participación de las Ferias para promocionar el producto y captar clientes.(dos feria)				
<b>Logística Interna</b>	<b>Operaciones</b>	<b>Logística Externa</b>	<b>Marketing y Ventas</b>	<b>Servicios</b>
Recepción de materia prima	Elaboración de diseños(Dos nuevos diseños)	Procesamiento de pedidos	Elaboración de la lista de precios.	Atender portafolio de pedidos
Almacenamiento de la materia prima	Distribución de la materia prima	Embalaje del producto	Promoción del producto a través de catálogos y muestras	Atender sugerencias del cliente
	Recepción del producto	Distribución del producto a las tiendas de los mercados artesanales	Ventas directas	Facturación
	Control de calidad			
	Etiquetado y embolsado			

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 15:Cadena de Valor 2019**

CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA "Manos Peruanas S.A.C" 2019				
<b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b>				
Área de Gerencia Administrativa,Área de Producción,Área de Comercialización y Área de Publicidad y Marketing				
<b>RECURSOS HUMANOS</b>				
Personal administrativo altamente calificado),una diseñadora especialista con años de experiencia en el rubro y un equipo de personas en el labor de tejido artesanal(19 personas)				
<b>DESARROLLO Y TECNOLOGIA</b>				
Implementación de la página Web de la empresa para incrementar las ventas				
<b>COMPRA,PUBLICIDAD Y SERVICIOS</b>				
Proveedor seleccionado por la calidad de la materia prima que se adapta a la elaboración del producto.Las órdenes de pedido son entregados en el domicilio de la empresa,los productos estará, visualizados en la página Web en sus distintos diseños y se participará en una feria.				
Logística Interna	Operaciones	Logística Externa	Marketing y Ventas	Servicios
Recepción de materia prima	diseños(3 nuevos diseños)	Procesamineto de pedidos	Elaboración de la lista de precios	Atender portafolio de pedidos
Almacenamiento de la materia prima	Distribución de la materia prima	Embalaje del producto	producto a traves de catálogos y muestras	Atender sugerencias del cliente
	Recepción del producto	Distribución del producto a las tiendas de los mercados artesanales	Ventas directas	Facturación
	Control de calidad			
	Etiquetado y embolsado			

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 16: Cadena de Valor 2020**

CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA "Manos Peruanas S.A.C" 2020				
<b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b>				
Área de Gerencia Administrativa, Área de Producción, Área de Comercialización y Área de Publicidad y Marketing.				
<b>RECURSOS HUMANOS</b>				
Personal administrativo altamente calificado), una diseñadora especialista con años de experiencia en el rubro y un equipo de personas en el labor de tejido artesanal (22 personas)				
<b>DESARROLLO Y TECNOLOGIA</b>				
Implementación de la página Web de la empresa para incrementar las ventas				
<b>COMPRA, PUBLICIDAD Y SERVICIOS</b>				
Proveedor seleccionado por la calidad de la materia prima que se adapta a la elaboración del producto. Las órdenes de pedido son entregados en el domicilio de la empresa, los productos estarán visualizados en la página Web en sus distintos diseños y se participará en una feria, y elaboración de Brochure para distribuirlos en los mercados artesanales.				
Logística Interna	Operaciones	Logística Externa	Marketing y Ventas	Servicios
Recepción de materia prima	Elaboración de diseños (3 nuevos diseños)	Procesamiento de pedidos	Elaboración de la lista de precios	Atender portafolio de pedidos
Almacenamiento de la materia prima	Distribución de la materia prima	Embalaje del producto	Promoción del producto a través de catálogos y muestras	Atender sugerencias del cliente
	Recepción del producto	Distribución del producto a las tiendas de los mercados artesanales	Ventas directas	Facturación
	Control de calidad			
	Etiquetado y			

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 17:Cadena de Valor 2021**

<b>CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA "Manos Peruanas S.A.C" 2021</b>				
<b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b>				
Área de Gerencia Administrativa,Área de Producción,Área de Comercialización y Área de Publicidad y Marketing.				
<b>RECURSOS HUMANOS</b>				
Personal administrativo altamente calificado),una diseñadora especialista con años de experiencia en el rubro y un equipo de personas en el labor de tejido artesanal(24 personas)				
<b>DESARROLLO Y TECNOLOGIA</b>				
Implementación de la página Web de la empresa para incrementar las ventas				
<b>COMPRA,PUBLICIDAD Y SERVICIOS</b>				
Proveedor seleccionado por la calidad de la materia prima que se adapta a la elaboración del producto.Las órdenes de pedido son entregados en el domicilio de la empresa,los productos estará, visualizados en la página Web en sus distintos diseños y se participará en una feria,y elaboración de Brochure para distribuirlos en los mercados artesanales.				
<b>Logística Interna</b>	<b>Operaciones</b>	<b>Logística Externa</b>	<b>Marketing y Ventas</b>	<b>Servicios</b>
Recepción de materia prima	Elaboración de diseños(5 nuevos diseños)	Procesamineto de pedidos	Elaboración de la lista de precios	Atender portafolio de pedidos
Almacenamiento de la materia prima	Distribución de la materia prima	Embalaje del producto	producto a traves de catálogos y muestras	Atender sugerencias del cliente
	Recepción del producto	Distribución del prodcuto a las tiendas de los mercados artesanales con la movilidad de	Ventas directas	Facturación
	Control de calidad Etiquetado y embolsado			

**Fuente: Elaboración propia**

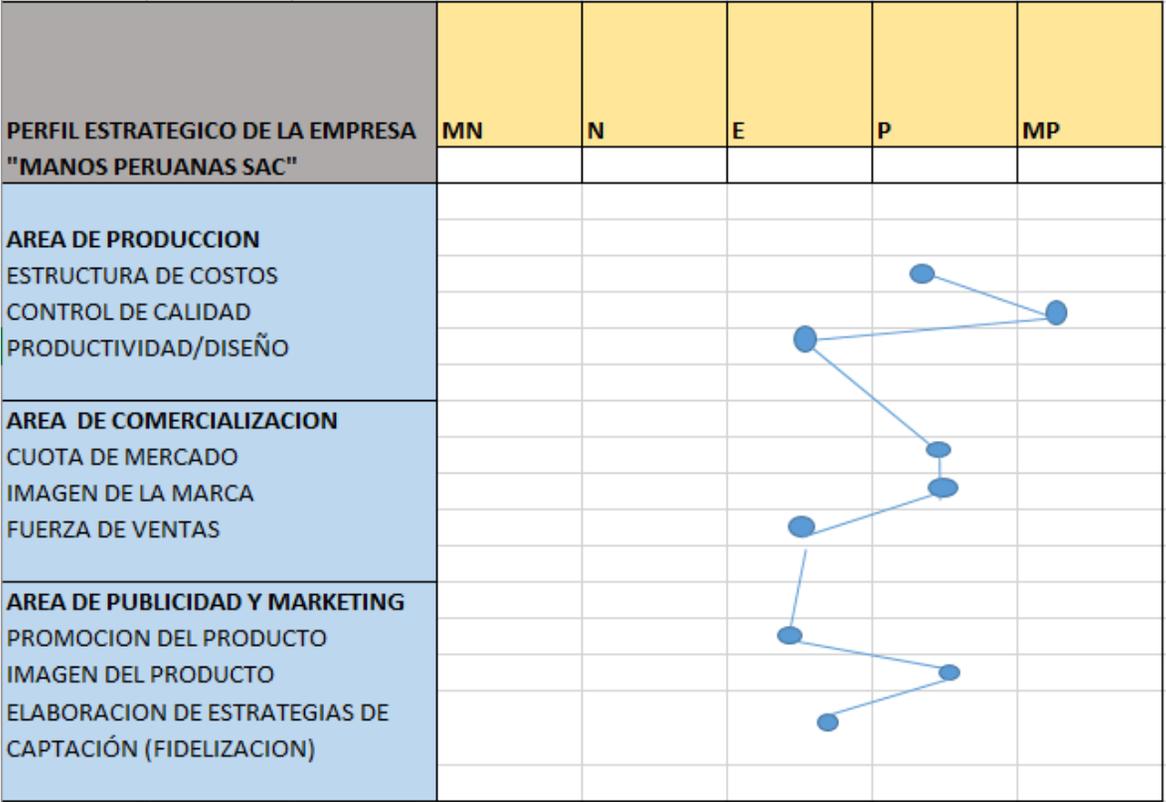
**Tabla 18:Cadena de Valor 2022**

CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA "Manos Peruanas S.A.C" 2022				
<b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b>				
Área de Gerencia Administrativa,Área de Producción,Área de Comercialización y Área de Publicidad y Marketing.				
<b>RECURSOS HUMANOS</b>				
Personal administrativo altamente calificado),una diseñadora especialista con años de experiencia en el rubro y un equipo de personas en el labor de tejido artesanal(26 personas)				
<b>DESARROLLO Y TECNOLOGIA</b>				
Implementación de la página Web de la empresa para incrementar las ventas				
<b>COMPRA,PUBLICIDAD Y SERVICIOS</b>				
Proveedor seleccionado por la calidad de la materia prima que se adapta a la elaboración del producto.Las órdenes de pedido son entregados en el domicilio de la empresa,los productos estará, visualizados en la página Web en sus distintos diseños y se participará en una feria,y elaboración de Brochure para distribuirlos en los mercados artesanales.Elaboración de volantes y adquisición de bolsas con el logo de la empresa para el empaque del producto.				
Logística Interna	Operaciones	Logística Externa	Marketing y Ventas	Servicios
Recepción de materia prima	diseños(5 nuevos diseños)	Procesamiento de pedidos	Elaboración de la lista de precios	Atender portafolio de pedidos
Almacenamiento de la materia prima	Distribución de la materia prima	Embalaje del producto	Promoción del producto a través	Atender sugerencias del cliente
	Recepción del producto	Distribución del producto a las tiendas de los mercados artesanales con la movilidad de la empresa	Ventas directas	Facturación
	Control de calidad Etiquetado y			

**Fuente Elaboración propia**

**2.2.4. Perfil estratégico de la Empresa:**

**Tabla 19: Perfil Estratégico de la empresa Manos Peruanas S.A.C.**



**Fuente: Elaboración propia.**

La Empresa Manos peruanas SAC. tiene 3 áreas en su estructura organizacional teniendo la siguiente valoración; Muy negativo, Negativo, Equilibrado, positivo y muy positivo.

El área de Producción presenta en su estructura de costos un aspecto positivo, control de calidad muy positivo y la productividad equilibrada.

En el área de Comercialización: Presenta en la cuota de mercado un aspecto positivo al igual que en la imagen de marca y en la fuerza de ventas equilibrada.

## 2.3 Descripción del Producto:

Tabla 20:Ficha del producto.

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO:GORROS ARTESANALES DE ALPACA		
Nombre de la Empresa: Manos Peruanas SAC.		
Dirección: Avenida La Marina 998 Interior 15		
Ciudad: Lima-Pueblo Libre		
Teléfono: 975537648		
Nombre Comercial del producto	Gorros artesanales de Alpaca para niños	
Fotografía	Descripción del Producto	
	Gorros de Alpaca hecho a mano tejido a crochet con diseños de alto relieve 3D (Diseños exclusivos)	
	Materia Prima:	Hilado de Alpaca de la fábrica ITESSA
	Insumos:	Hilo de título 2/10.5 al 60% de Alpaca ,etiqueta ,hilo ,fibra de silicona.
	Color:	Colores diversos fuertes y pasteles
	Talla:	0,2,4,6,8,10 y 12
Peso:	100 gramos aprox.	

	Uso y aplicaciones:	Prenda de vestir para niños
Cantidad de producción Mensual:	1800 gorros al mes aprox.	
Distribución Geográfica:	A nivel Lima metropolitana(Pueblo Libre, Miraflores y Cercado de Lima)	
Procedencia:	Perú	
Principal Mercado:	Lima Metropolitana-Perú(Mercados artesanales)	

**Fuente: Elaboración propia**

Los gorros que produce la Empresa Manos Peruanas SAC. tiene una característica especial que consiste en; Hecho a mano, con aplicaciones punto crochet en alto relieve con diseños de animales que atraen y encantan a la vista de los niños y niñas. El material que se usa en la producción es la Alpaca natural que contribuye al cuidado del medio ambiente.

**2.4 Estudio de la Demanda**

La industria de textiles juega un rol estratégico para el desarrollo de la economía nacional, es así que por sus características y potencial constituye una industria altamente integrada, generadora de empleos y que utiliza recursos naturales del país. En el caso peruano, desde los tiempos pre incas el algodón y el pelo fino de camélidos han sustentado el desarrollo de la actividad económica en el Perú. Así pues, a inicios del siglo XX los comerciantes y latifundistas fueron los

propulsores de la inversión industrial a través de las fábricas de tejidos de lana y las hilanderías.

Por el crecimiento económico en estos últimos años en el país, ha aumentado la capacidad adquisitiva de la Población, en su mayor parte en los segmentos A/B que se concentran en la ciudad de Lima Metropolitana. Adicionalmente, el aumento del turismo Nacional e Internacional ha crecido en estos últimos años por la estabilidad económica y política.

La empresa proveedoras de la materia prima han incrementado sus precios de venta en un menor porcentaje, el cual también afecta el aumento en el costo de la producción y finalmente al público consumidor, por otro lado, el aumento de la remuneración del mínimo vital a 750 soles en el año aumento a 850 en el año 2016 y en el 2018 a 930 soles.

El crecimiento de la producción de Manos Peruanas SAC. se ha venido incrementado fundamentalmente por tres factores:

- El crecimiento del monto de las ventas
- La oferta de mano de obra
- Creación constante de modelos y diseños

Para mantenerse y crecer en el mercado la empresa Manos Peruanas SAC. como una estrategia, se manejó el precio intermedio 14 con márgenes de utilidad mínima, no obstante, que estos productos se pueden vender a más por estar elaborado a mano.

Según el estudio realizado mediante encuestas existe un margen de los precios que los artesanos están dispuestos a pagar por el producto es de 12 a 15 soles que consta el 49% de la persona que pagaría por un gorro de alpaca hecho a mano.

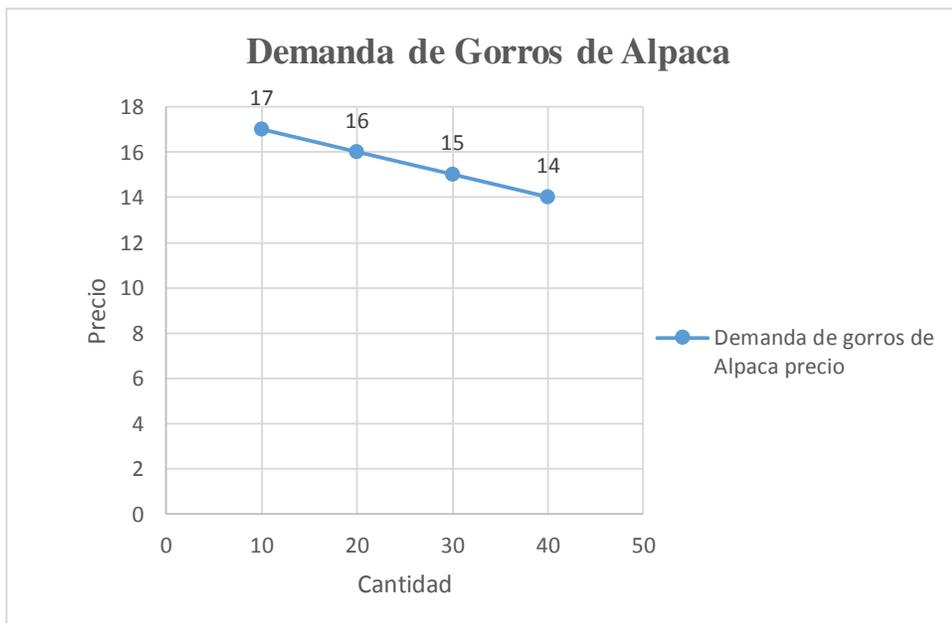
Se tomó como precio promedio 14 soles por producto para la determinar la demanda.

Según el cuadro se observa que a un precio de 14 soles por gorro el cliente compra de 40 gorros, si el precio sube a 17 soles el cliente adquiere 10 unidades (un paquete).

**Tabla 21:Demanda**

<b>Demanda de gorros de Alpaca</b>	
<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
10	170
20	160
30	150
40	140

**Fuente: Elaboración Propia**



**Figura 6:Demanda de Gorros de Alpaca**

**Fuente: Elaboración Propia**

## **2.5 Estudio de la Oferta:**

El principal competidor potencial de la Empresa MANOS PERUANAS SAC. Lo constituyen los artesanos del interior del país provenientes de Puno, Huancayo, Cuzco etc.

Por otro lado, los productos industriales(Importados) de consumo masivo y de material de fibra sintética también constituyen como competidores en menor grado por el uso de material sintético.

La potencialidad que tiene la empresa Manos Peruanas SAC. para competir en el Mercado es por la producción de productos exclusivos e innovación continua de sus diseños y uso de su insumo de alta calidad que es la Fibra de Alpaca en su 50%.

Además, estos productos solo se distribuirán en los Mercados artesanales mas no en los mercados de consumo masivo.

Los productos de Manos Peruanas SAC. son distribuidos a los mercados artesanales que son reconocidos y posicionados por tradición, que están ubicadas en zonas estratégicas de fácil acceso donde llegan los consumidores finales de los segmentos A y B de la ciudad de Lima Metropolitana.

Unos de los factores para que la empresa se mantenga en el mercado con un crecimiento gradual es debido a la existencia de la disponibilidad de recursos humanos para capacitar y seleccionar y luego incorporar al equipo de trabajo que constituye la principal oferta.

Los productos ofrecidos por la empresa en comparación con los competidores en el mercado es el siguiente: De Manos Peruano SAC sus productos son

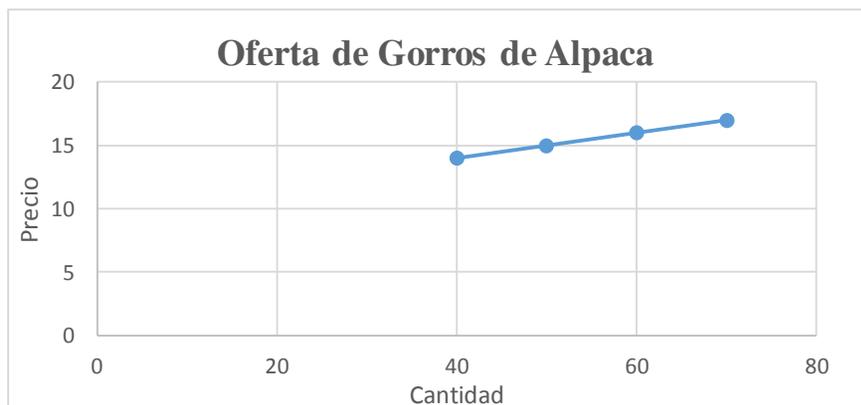
hechos a mano mientras los competidores producen en maquina en consecuencia los productos de Manos peruanas SAC. en volumen de producción de venta sus precios tienen una variación mínima. En comparación de otros competidores.

Los precios estándares de los gorros es de 12 a 15 soles por pieza para vender de 120 a 150 soles por paquete (10 unidades), en la actualidad, teniendo como precio promedio de 14 soles por pieza.

**Tabla 22:Oferta**

<b>Oferta de Gorros de alpaca</b>	
<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
70	17
60	16
50	15
40	14

**Fuente: Elaboración Propia**



**Figure 7:Oferta**

**Fuente: Elaboración Propia**

Se observa en el cuadro que a un precio de 14 soles se adquiere 40 piezas (4 paquetes), aun precio de 15 soles se adquiere 50 unidades (5 paquetes), lo cual indica a mas precio más cantidad de productos vendidos.

Los precios que manejan los principales competidores del interior del país tiene precios por muy debajo de nuestros productos, pero son productos de baja calidad y consumo masivo (tejidos a máquina de acabado rústico y de material de baja calidad). El paquete cuesta de 60 a100 soles el paquete (10 unidades) que están dirigidos en su mayor porcentaje al segmento C y D de Lima Metropolitana.

## **2.6 Determinación de la demanda Insatisfecha:**

De acuerdo a las encuestas realizadas en los conglomerados artesanales de un muestreo de 305 personas, el 56 % prefieren comprar gorros de alpaca hechos a Mano y el 44% no compran el producto en cual constituye la demanda insatisfecha.

Adicionalmente, de la demanda total solamente se está cubriendo en un 5% del mercado aproximadamente que equivale a 72 tiendas las cual se distribuye el producto.

El 44% de los encuestados no consumen nuestro producto por el factor precio y otros gustos por ello se denomina demanda insatisfecha. Para lo cual se requiere nuevas estrategias de Marketing a fin de lograr el convencimiento a este grupo importante, que gradualmente se puede ir captando como público consumidor para incrementar nuestra cartera de clientes a futuro para

incrementar nuestro volumen de ventas que constituye uno de nuestros grandes desafíos de la empresa.

Haciendo un estudio se ha determinado que el 44% están consumiendo productos de los artesanos que traen del interior del país con material y acabado de baja calidad, que constituye una competencia para la empresa.

## **2.7 Proyecciones y provisiones para comercializar:**

### **2.7.1. Mapeo de Tiendas Artesanales, Muestra, Sondeo.**

- **Mapeo de Tiendas Artesanales:**

En un Mapeo de Campo se ha encontrado un total de 1,470 tiendas artesanales distribuidos en los distritos de Pueblo Libre, Cercado de Lima y Miraflores de los cuales se desarrolló un trabajo de campo en las tiendas artesanales mediante un sondeo de 15 preguntas básicas.

#### **El público objetivo:**

Son los artesanos de las tiendas de los conglomerados artesanales de los distritos de Pueblo Libre, Miraflores y Lima Cercado, que son los que venden al cliente final.

**Los consumidores finales:** Son los padres de familia de los segmentos A y B que adquieren los productos para los niños.

**Tabla 23: Conglomerados artesanales de Lima Metropolitana**

<b>Sondeo de los Mercados artesanales en Lima Metropolitana de</b>		
<b>N°</b>	<b>Pueblo Libre(Avenida La Marina</b>	<b>Cantidad de tiendas</b>
1	Mercado Indio	25
2	Macchu Picchu	25
3	Gran Inka	30
4	Inka Wasi	30
5	Tesoros del Inka	30
6	Inty Raymi	35
	<b>Total</b>	<b>175</b>
	<b>Lima Cercado(Jr. Conde Superunda y jr. Lampa)</b>	<b>Cantidad de tiendas</b>
7	Santo Domingo	300
8	San francisco	200
9	Centro Comercial Guizado	32
	<b>Total</b>	<b>532</b>
	<b>Miraflores(Avenida Petit Thours)</b>	<b>Cantidad de tiendas</b>
10	Inka Plaza	150
11	Indian Market	200
12	Señor de Sipan	50
13	Centro Artesanal ADAPREP	100
14	Inka Market	80
15	La Portada del Sol	80
16	Gran Chimú	25
17	Artesanía Miraflores Hadrcrafts	45
18	Kaypi Artesanías	33
	<b>Total</b>	<b>763</b>
	<b>Total de Mercados</b>	<b>1470</b>

**Fuente: Elaboración Propia Rojas, Ruth (2018).**

- **La Muestra:**

Para determinar la cantidad de la muestra de nuestra población se usa la siguiente formula cuando se conoce la población.

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

n= Tamaño de la muestra

Z=Nivel de confianza deseado

p=Proporción de la población con la característica deseada

q=Proporción de la población sin la característica deseada

N=Tamaño de la Población

E=Nivel de error dispuesto a cometer

n=x

Z=1.96

p=0.5

$$n = \frac{1.96^2 * 1470(0.5 * 0.5)}{0.05^2(1470 - 1) + (1.96^2)(0.5 * 0.5)}$$

q=0.5

$$0.05^2(1470 - 1) + (1.96^2)(0.5 * 0.5)$$

N=1470

e=0.05

$$n = 305$$

Dando como resultado 305 persona (artesanos) para realizar la encuesta.

## 2.7.2 SONDEO:

### PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GORROS DE ALPACA EN LIMA

#### METROPOLITANA

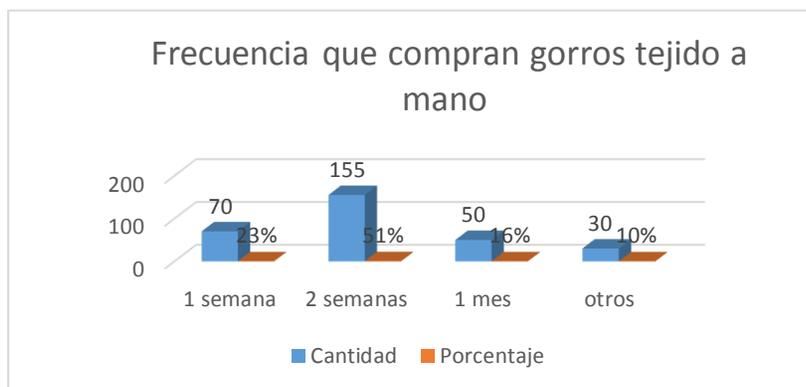
#### 1. ¿Con qué frecuencia compra los gorros tejido a mano?

- 1 semana
- 2 semanas
- 1 mes
- Otros

**Tabla 24:Frecuencia que compran gorros tejido a mano**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1 semana</b>	70	23%
<b>2 semanas</b>	155	51%
<b>1 mes</b>	50	16%
<b>otros</b>	30	10%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figure 8:Frecuencia que compran gorros tejido a mano**

**Fuente Elaboración propia**

En el presente cuadro se observa que 51% de encuestados compran cada dos semanas y el 23% cada semana de acuerdo a la demanda del consumidor final.

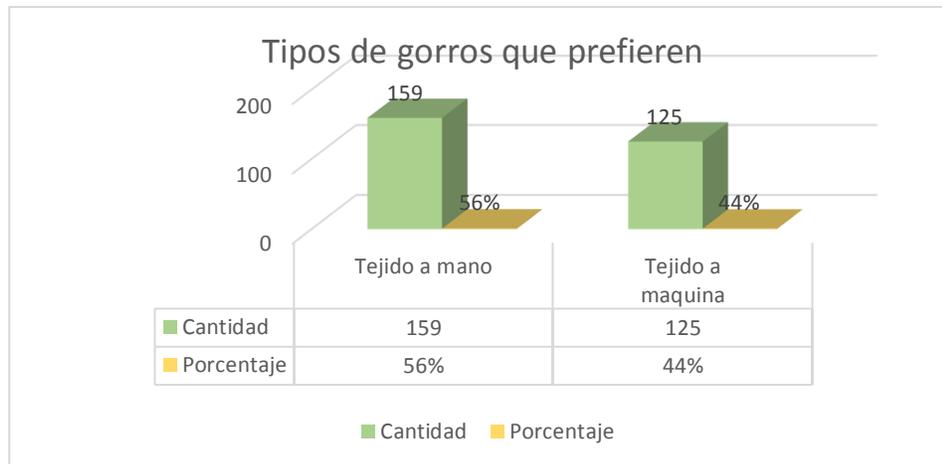
## 2. ¿Qué tipos de gorros de Alpaca prefieren?

- Tejido a mano
- Tejido a maquina

**Tabla 25:Tipos de gorros que prefieren**

	Cantidad	Porcentaje
<b>Tejido a mano</b>	159	56%
<b>Tejido a máquina</b>	125	44%
	<b>284</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 9:Tipos de gorros que prefieren**

**Fuente Elaboración propia**

En el siguiente muestreo se observa que el 56% de encuestados prefieren comprar los gorros hechos a mano y el 44% gorros tejido a máquina.

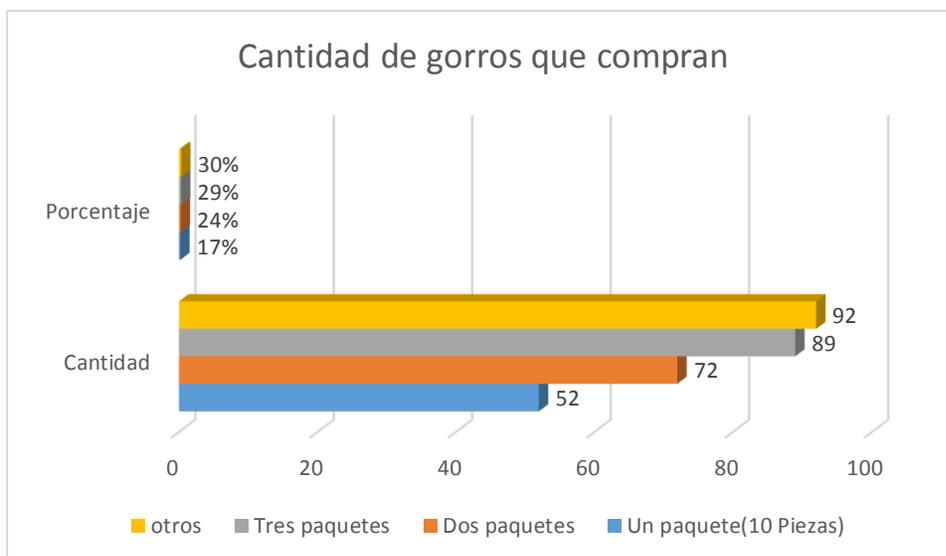
**3. ¿Qué cantidad de gorros compras?**

- Una docena
- Dos docenas
- Tres docenas
- Más

**Tabla 26: Cantidad de gorros que compran**

	Cantidad	Porcentaje
<b>Un paquete (10 Piezas)</b>	52	17%
<b>Dos paquetes</b>	72	24%
<b>Tres paquetes</b>	89	29%
<b>otros</b>	92	30%
	305	100%

**Fuente: Elaboración Propia**



**Figura 10: Cantidad de gorros que compran**

**Fuente: Elaboración propia**

En el presente cuadro se observa que el 30% de encuestados compra más de cuatro paquetes y el 29% compran tres paquetes en función a las estaciones climáticas.

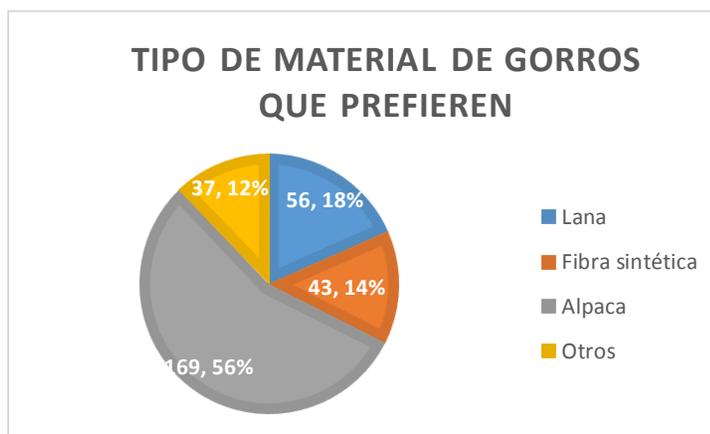
#### 4. ¿De qué material prefieren los gorros hechos a mano?

- Lana
- Fibra sintética
- Alpaca

**Tabla 27: Tipo de material de gorros que prefieren**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Lana</b>	56	18%
<b>Fibra sintética</b>	43	14%
<b>Alpaca</b>	169	55%
<b>Otros</b>	37	12%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 11: Tipo de material de gorros que prefieren**

**Fuente: Elaboración propia**

Se observa que el 55% compra gorros de Alpaca y el 18% compra lana de otras fibras.

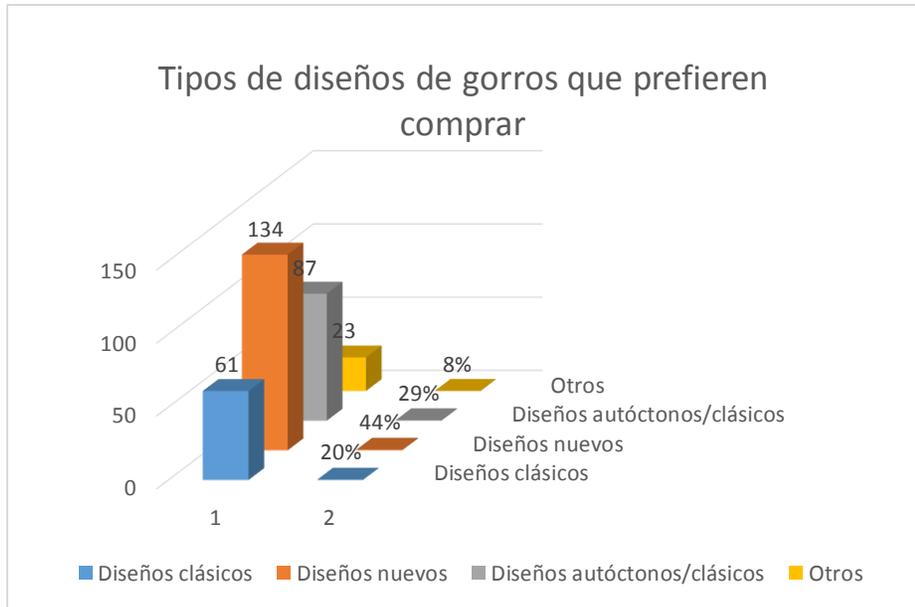
**5. ¿Qué tipos de diseños de gorros se venden en el mercado?**

- Diseños clásicos
- Diseños nuevos
- Diseños autóctonos/Típicos
- Otros

**Tabla 28: Tipos de diseños de gorros que prefieren comprar**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Dimeson clásicos</b>	61	20%
<b>Diseños nuevos</b>	<b>134</b>	<b>44%</b>
<b>Diseños autóctonos/clásicos</b>	87	29%
<b>Otros</b>	23	8%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 12:Tipos de diseños de gorros que prefieren comprar**

**Fuente: Elaboración propia**

Se observa que el 44% de encuestados prefieren comprar diseños nuevos y el 29% diseños autóctonos para vender al público consumidor.

**6. ¿Cuánto pagaría por un gorro hecho a mano?**

- 10 a 12
- 12 a 15
- 15 a 17
- Otros

**Tabla 29: Dinero que pagaría por un gorro a mano**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>10 a 12</b>	96	31%
<b>12 a 15</b>	149	49%
<b>15 a 17</b>	54	18%
<b>Otros</b>	6	2%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 13: Dinero que pagaría por un gorro a mano**

**Fuente: Elaboración propia**

En el presente cuadro que el 49% de encuestados pagaría entre 12 a 15 soles por producto y el 31% pagaría entre 10 a 12 soles.

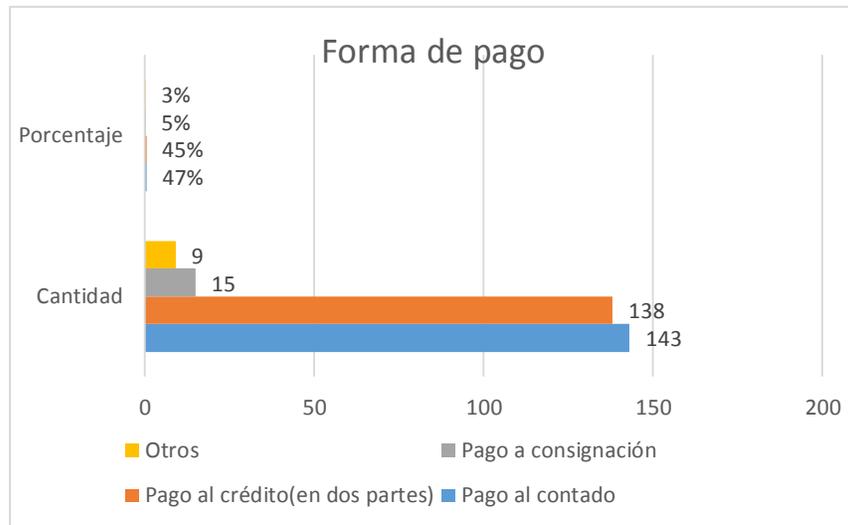
## 7. ¿Qué forma de pago utiliza usted?

- Pago al contado
- Pago al crédito
- Pago a consignación
- **Otros**

**Tabla 30: Forma de pago**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Pago al contado</b>	<b>143</b>	<b>47%</b>
<b>Pago al crédito(en dos partes)</b>	<b>138</b>	<b>45%</b>
<b>Pago a consignación</b>	<b>15</b>	<b>5%</b>
<b>Otros</b>	<b>9</b>	<b>3%</b>
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración Propia**



**Figura 14:Forma de pago**

**Fuente Elaboración propia**

Se observa en el cuadro que el 47 % de encuestados compra el producto al contado y el 45% al crédito (dos partes).

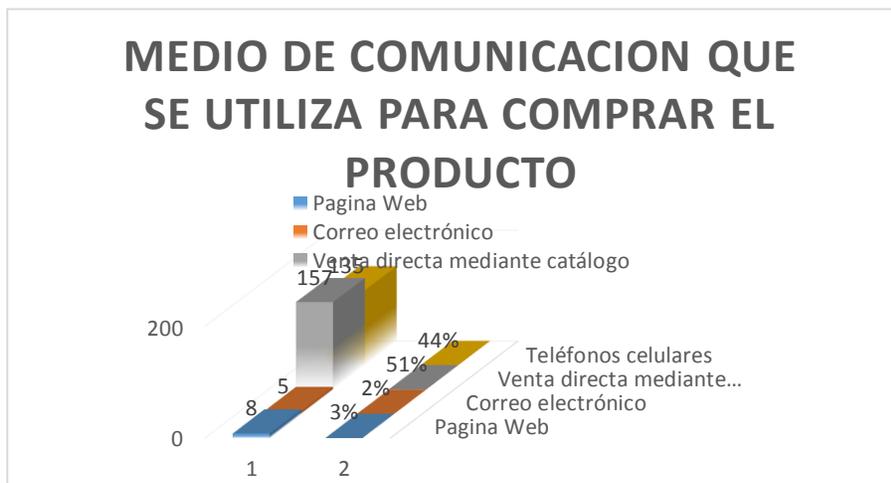
**8. ¿Qué medio de comunicación utiliza para comprar sus productos?**

- Página Web
- Correo Electrónico
- Venta directa mediante catálogo
- Teléfonos celulares

**Tabla 31: Medio de comunicación que se utiliza para comprar el producto**

	Cantidad	Porcentaje
<b>Página Web</b>	8	3%
<b>Correo electrónico</b>	5	2%
<b>Venta directa mediante catálogo</b>	157	51%
<b>Telephonies celulares</b>	135	44%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 15: Medio de comunicación que se utiliza para comprar el producto**

**Fuente: Elaboración propia**

Se observa que el 51% de encuestados compra mediante venta directa y el 44% utiliza el teléfono celular para realizar sus pedidos y compras.

**9. ¿Por qué medio se informa de la existencia de esos productos?**

- Volantes
- Página Web
- Vendedores que visitan el establecimiento
- Otros

**Tabla 32: Medios que informa la existencia del producto**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Volantes</b>	71	23%
<b>Página Web</b>	25	8%
<b>Vendedores que visitan el establecimiento</b>	186	61%
<b>Otros</b>	23	8%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 16:Medios que informa la existencia del producto**

**Fuente: Elaboración propia**

Se observa que el 61% de encuestados conocieron el producto mediante la visita de los proveedores a sus tiendas y el 23% conoce a otros proveedores mediante volantes.

#### 10. ¿Cómo te gustaría recibir tus productos?

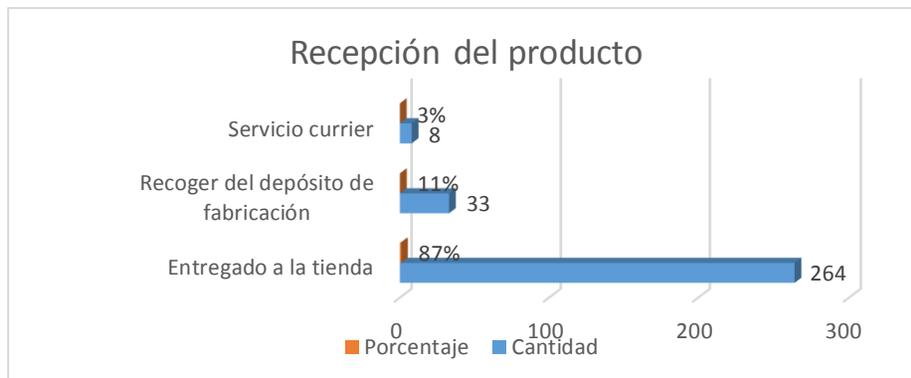
- Entregado en la tienda
- Recoger del depósito de fabricación
- Servicio Currier
- Otros

**Tabla 33:Recepción del producto**

	Cantidad	Porcentaje
<b>Entregado a la tienda</b>	264	87%
<b>Recoger del depósito de fabricación</b>	33	11%
<b>Servicio currier</b>	8	3%
	305	100%

**Fuente: Elaboración propia**

**Figura 17:Recepción del producto**



**Fuente Elaboración propia**

Se observa que el 87% de los encuestados prefiere que le entreguen el producto a su tienda y el 11% están dispuestos a recoger el producto al centro de producción.

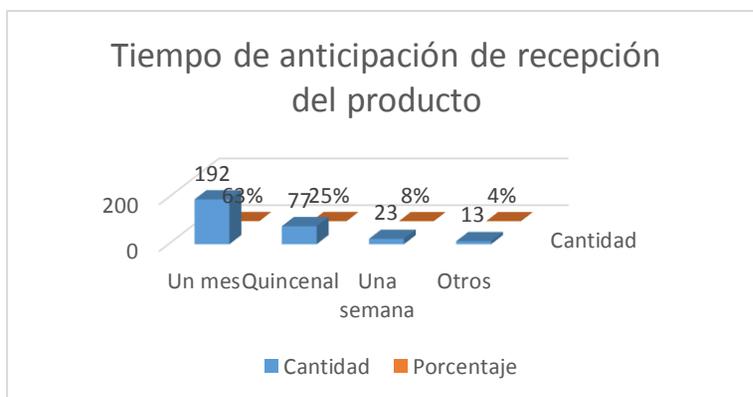
**11. ¿Con qué tiempo de anticipación le gustaría recibir sus pedidos?**

- Un mes
- Quincenal
- Una semana
- Otros

**Tabla 34: Tiempo de anticipación de recepción del producto**

	Cantidad	Porcentaje
Un mes	192	63%
Quincenal	77	25%
Una semana	23	8%
Otros	13	4%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 18:Tiempo de anticipación de recepción del producto**

**Fuente: Elaboración propia**

Se observa que el 63% de encuestados prefieren recibir su producto con una anticipación de un mes y el 25% quincenal, para una mejor distribución a sus clientes finales.

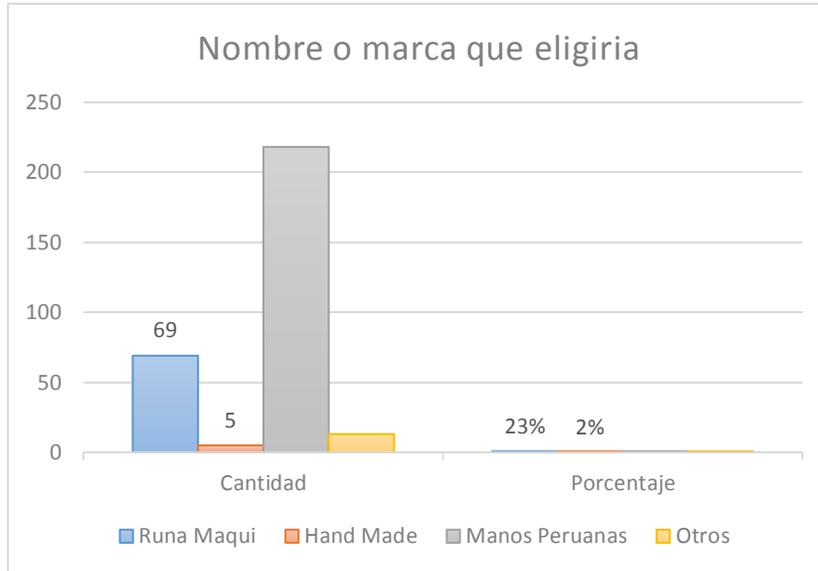
**12. ¿Qué nombre o marca le facilitaría en la venta de los productos?**

- Runa maqui
- Hand made
- Manos Peruanas
- Otros

**Tabla 35:Nombre o marca que elegiría**

	Cantidad	Porcentaje
<b>Runa Maqui</b>	69	23%
<b>Hand Made</b>	5	2%
<b>Manos Peruanas</b>	218	71%
<b>Otros</b>	13	4%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 19:Nombre o marca que elegiría**

**Fuente: Elaboración propia**

Se observa que el 71% de encuestados están de acuerdo con el nombre Manos Peruanas SAC. y el 23% el nombre de Runa Maqui como consecuencia de que los compradores finales son de habla española.

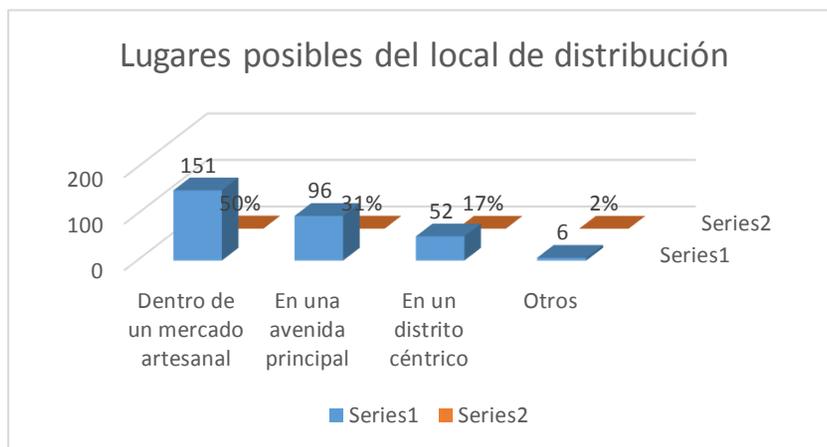
### **13. ¿Qué lugar le convendría la ubicación de local de distribución?**

- Dentro de un mercado artesanal
- En una avenida principal
- En un distrito céntrico

**Tabla 36: Lugares posibles del local de distribución**

	Cantidad	Porcentaje
<b>Dentro de un mercado artesanal</b>	151	50%
<b>En una avenida principal</b>	96	31%
<b>En un distrito céntrico</b>	52	17%
<b>Otros</b>	6	2%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 20: Lugares posibles del local de distribución**

**Fuente: Elaboración propia**

Se observa que el 50% de encuestados están de acuerdo con la ubicación de la empresa Manos Peruanas SAC. y el 31% en otra ubicación.

**14. ¿En qué horario le convendría visitar al local de distribución?**

- Horario de oficina
- Solo en las mañanas
- Solo en las tardes
- Otros

**Tabla 37:Horario que convendría visitar el local de distribución**

	Cantidad	Porcentaje
<b>Hardware de oficina</b>	68	22%
<b>Solo en las mañanas</b>	183	60%
<b>Solo en las tardes</b>	48	16%
<b>Otros</b>	6	2%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 21:Horario que convendría visitar el local de distribución**

**Fuente: Elaboración propio**

Se observa que el 60% de encuestados prefiere comprar los productos en las mañanas por la disponibilidad de tiempo y el 22% en Horario de Oficina.

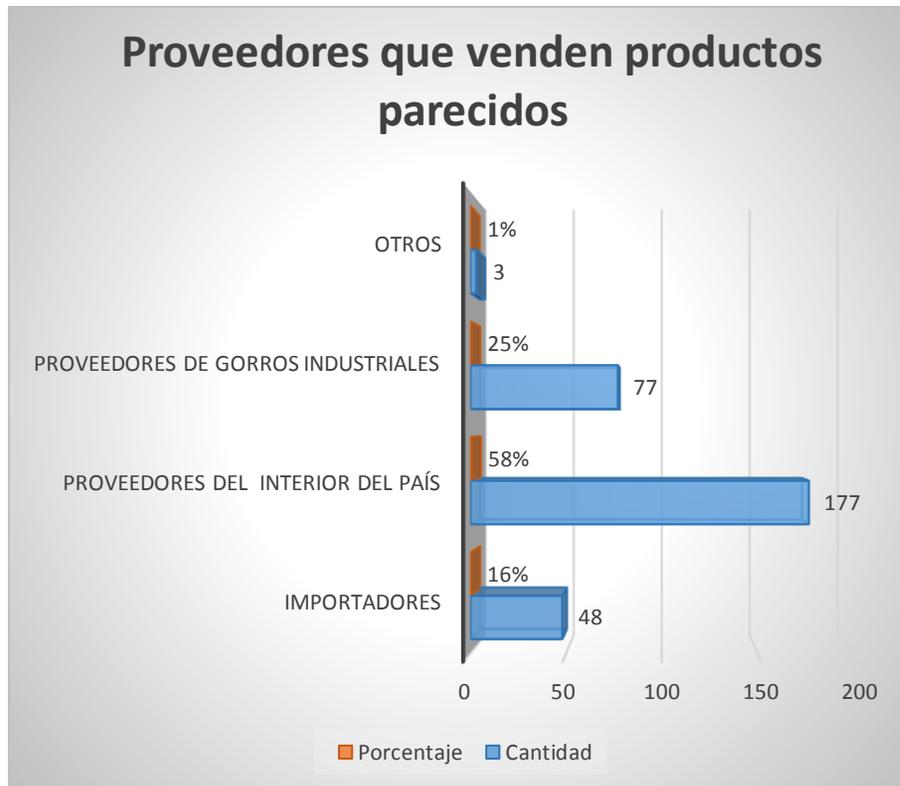
**15. ¿Conoces otros proveedores que vende un producto parecido?**

- Importadores
- Proveedores del interior del país (Puno, Cusco y Huancayo)
- Proveedores de gorros industriales
- Otros

**Tabla 38: Proveedores que venden productos parecidos**

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Importadores</b>	48	16%
<b>Proveedores del interior del país (Puno, Cusco y Huancayo)</b>	177	58%
<b>Proveedores de gorros industriales.</b>	77	25%
<b>Otros</b>	3	1%
	<b>305</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración propia**



**Figura 22: Proveedores que venden productos parecidos**

**Fuente: Elaboración propia**

Se observa que el 58% de encuestados conocen la existencia de proveedores del interior del país que constituyen nuestros potenciales competidores y el 25% conoce la existencia de proveedores de productos industriales de consumo masivo.

## 2.7.2. Proyección del 2018 al 2022 aplicando las 4Ps:

**Tabla 39:Proyección 2018**

<b>Proyección año 2018 (Participación en el mercado 5%)</b>		
<b>Producto:</b> Se aplicarán la creación de nuevos modelos y diseños (dos diseños) con la intervención de la diseñadora y Creación de la Marca 535 soles es el 13.90% de la UIT.	S/	<b>535.00</b>
<b>Precio:</b> La empresa aplicará la estrategia de penetración para mantener sus precios hasta posicionarnos y crecer nuestra participación para luego incrementar gradualmente los precios( Su precio se mantendrá en 14 soles la unidad).(Paquete 140 soles)		
<b>Plaza:</b> Durante el 2018 el centro de distribución de la empresa Manos Peruanas mantendrá su local ubicado en avenida La marina 998 interior 15- Mercado Artesanal El Indio por ser un lugar estratégico. Así también se continuará en la modalidad de entrega de la mecadería en los puestos de venta de los mercados artesanales a través de un personal contratado para esta labor específica.(Movilidad 15 soles por semana)(se realizará una entrega por semana).	S/	<b>720.00</b>
<b>Promoción:</b> Para alcanzar las metas en la participación del mercado se aplicarán las siguientes Estrategias: Participación en ferias artesanales; éstas ferias están organizan por asociaciones de artesanos, las Instituciones Públicas y empresas afines a donde concurren la Población en general y también los dueños de la tienda artesanales a fin de buscar novedades, a los cuales se captará como potencial cliente. Los costos de participación de estas ferias artesanales sera de 1200 soles cada feria,este año se participará en dos ferias en Jesús María por el Día del Campesino y en Miraflores organizado por MINCETUR.	S/	<b>2,400.00</b>
<b>Total</b>	S/	<b>3,655.00</b>

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 40:Proyección 2019**

<b>Proyección año 2019 (Participación en el Mercado del 6%)</b>	
<b>Producto:</b> Se creará tres nuevos diseños con la participación de la diseñadora	<b>Incluidos en el sueldo</b>
<b>Precio:</b> Se incrementará el precio del producto a 14.5 soles la unidad (145 soles el paquete)	
<b>Plaza:</b> Se incrementara la frecuencia de entrega de la mercadería dos veces por semana.	S/ <b>1,440.00</b>
<b>Promoción:</b> Implementación de una página Web (800 soles) y participación de una Feria en Jesus María por el Dia del campesino (1200 soles)	S/ <b>2,000.00</b>
<b>Total</b>	S/ <b>3,440.00</b>

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 41:Proyección 2020**

<b>Proyección año 2020 (Participación de Mercado 7%)</b>	
<b>Producto:</b> Se crearán 4 nuevos diseños	<b>Incluido en el sueldo</b>
<b>Precio:</b> Se mantendrá el precio del producto a 14.50 soles.	
<b>Plaza:</b> Distribución de los productos con movilidad contratada.	
<b>Promoción:</b> Elaboración de Brochure de la Empresa para distribuir a los mercados artesanales a fin de conseguir nuevos compradores y participación de la Feria Tradicional de Jesús María	S/ 1,800.00
<b>Total</b>	S/ 1,800.00

**Fuente: Elaboración Propia**

**Tabla 42:Proyección 2021**

<b>Proyección año 2021 (Participación en el Mercado de 8%)</b>	
<b>Producto:</b> Se crearán 5 diseños nuevos.	<b>Incluido en el sueldo</b>
<b>Precio:</b> Se incrementará el precio a 15 soles(paquete a 150 soles)	
<b>Plaza:</b> Se mantendrá los mismos niveles de distribución y por cuato no incrementa los gastos operativos excepto el combustible de la movilidad)	S/ <b>320.00</b>
<b>Promoción:</b> Distribución de volantes y Brochure	S/ <b>160.00</b>
<b>Total</b>	S/ <b>480.00</b>

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 43:Proyección 2022**

<b>Proyección año 2022 (Participación en el Mercado 8%)</b>	
<b>Producto:Se creará 5 nuevos diseños</b>	<b>Incluido en el sueldo</b>
<b>Precio:Se mantendra el precio a 15 soles (paquete a 150 soles)</b>	
<b>Plaza:ampliación de cartera de clientes</b>	
<b>Promoción:Elaboración de volantes para distribución a la zonas cercanas ,elaboración de bolsas con la marca para su empaque del producto.(80 soles el millar)</b>	<b>S/ 330.00</b>
<b>Total</b>	<b>S/ 330.00</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

## **2.8 Descripción de la Política comercial**

### **Proyección año 2018:**

Con la creación de nuevos diseños (dos diseños) se proyecta incrementar el volumen de ventas.

Con la participación en la Feria artesanal captar nuevos clientes de venta por mayor y la venta de los saldos de producción al público.

El cambio de estas y otras mejoras de la empresa genera un gasto adicional de 3655 soles, a fin de lograr incrementar en un 13% de participación en el Mercado, llegando a un total de 25,290 unidades vendidas.

**Proyección año 2019:**

Se desarrollará tres diseños nuevos para aumentar el volumen de venta.

Se incrementará el precio de 14 a 14.5 con la finalidad de incrementar el margen de utilidad.

Se implementará una Página Web a fin de que llegar a un 90% de los mercados artesanales a través de esta herramienta.

Este cambio requiere de una inversión de 3440 Soles con la proyección de incrementar el 14% de Participación en el mercado, llegando a un total de 32,832 unidades vendidas.

**Proyección 2020:**

Se desarrollará cuatro diseños nuevos.

Se desarrollará un Brochure para la publicidad de los productos que serán distribuidos a las tiendas de los mercados artesanales.

El gasto adicional que ocasionará es de 1800 Soles, que generará un incremento de 12% de participación en el mercado, incrementando la producción en un volumen total de 38016 unidades vendidas.

**Proyección año 2021:**

Se desarrollarán cinco nuevos diseños para introducir al mercado.

El precio se incrementará de 14 a 15 soles.

Durante este año el incremento de gastos adicionales de la empresa será mínimo en 480 Nuevos soles, proyectándose a un crecimiento de 11% de participación en el mercado que significa el incremento total de 41472 unidades vendidas.

### Proyección 2022:

Elaboración de otros cinco nuevos diseños para introducir al mercado.

Se elaborarán volantes para la publicidad, Bolsa con el logo de la empresa, Etc.

Esta inversión generará un gasto adicional de 330 soles, que generará un incremento de 10% en la participación del mercado llegando a un total de 44,928 prendas vendidas.

**Tabla 44:Proyección de Incremento de Unidades por año**

AÑOS	Unidades	Incremento %	Precio
2018	25,920	13	14
2019	32,832	14	14.5
2020	38,016	12	14.5
2021	41,472	11	15
2022	44,928	10	15

Fuente Elaboración propia

## 2.9 Cuadro de la Demanda Proyectada para el negocio

**Tabla 45:Cuadro de la Demanda proyectada**

Años	t	YT	t*y*t	t*t
2013	1	100,800	100800	1
2014	2	161,280	322560	4
2015	3	193,536	580608	9
2016	4	290,304	1161216	16
2017	5	362,880	1814400	25
TOTAL	15	1,108,800	3979584	55

Fuente Elaboración Propia

**Tabla 46:Proyección del movimiento del mercado.**

Años	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Demanda</b>	362,880	476,064	551,232	622,080	673,920
<b>Movimiento en el Mercado</b>	113,184	75,168	70,848	51,840	

**Fuente: Elaboración propia**

La empresa Manos Peruanas SAC. Se proyecta del año 2018 al 2022 de un crecimiento de 362,880 Nuevos Soles a 673,920 soles de volumen de venta.

Para determinar la participación del mercado se consideró la producción de la Demanda Proyectada.

**Tabla 47:Participación de Mercado.**

<b>PARTICIPACIÓN DE MERCADO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>PRODUCCION ANUAL(UNID.)</b>	<b>PARTICIPACION DE MERCADO</b>	<b>NUMERO DE TIENDAS ATENDIDAS</b>
2018	25,920	5%	72
2019	32,832	6%	91
2020	38,016	7%	105
2021	41,472	8%	115
2022	44,928	8%	124

**Fuente: Elaboración propia**

## **CAPÍTULO III.-ESTUDIO TÉCNICO**

### **3.1 Tamaño del negocio, Factores determinantes**

La empresa Manos Peruanas S.A.C. alcanzó la capacidad de producción de 25,920 Unidades en el año 2017 de gorros artesanales de Alpaca por año, que representa el 90% de capacidad instalada.

El principal factor determinante es el personal capacitado para el tejido de los gorros artesanales, actualmente la empresa cuenta con 15 personas capacitadas con el cual se logra solamente cubrir la demanda de 72 tiendas que representa el 5% de total existente de Lima metropolitana (1470 tiendas).

**Tabla 48:Proyección de crecimiento de la producción del 2018 al 2022**

<b>AÑOS</b>	<b>Unidades</b>
2018	25,920
2019	32832
2020	38,016
2021	41,472
2022	44,928

**Fuente: Elaboración Propia**

**Datos:**

Cantidad proyectada 2018: 25,920

Meses:12

Semanas:4

Días de producción:6

**Formula:**

$25,960/12=2160$  prendas mensuales

$2160/4=540$  prendas semanales

$540/6=90$  prendas diarias

Uno de los factores que se considera también es el suministro de la materia prima que es el hilado de Alpaca (50%), que se adquiere de una de las fábricas de producción de alta calidad “Industria textiles Sudamérica” (ITESSA) que, por lo general, tiene el stop suficiente en todas las temporadas del año.

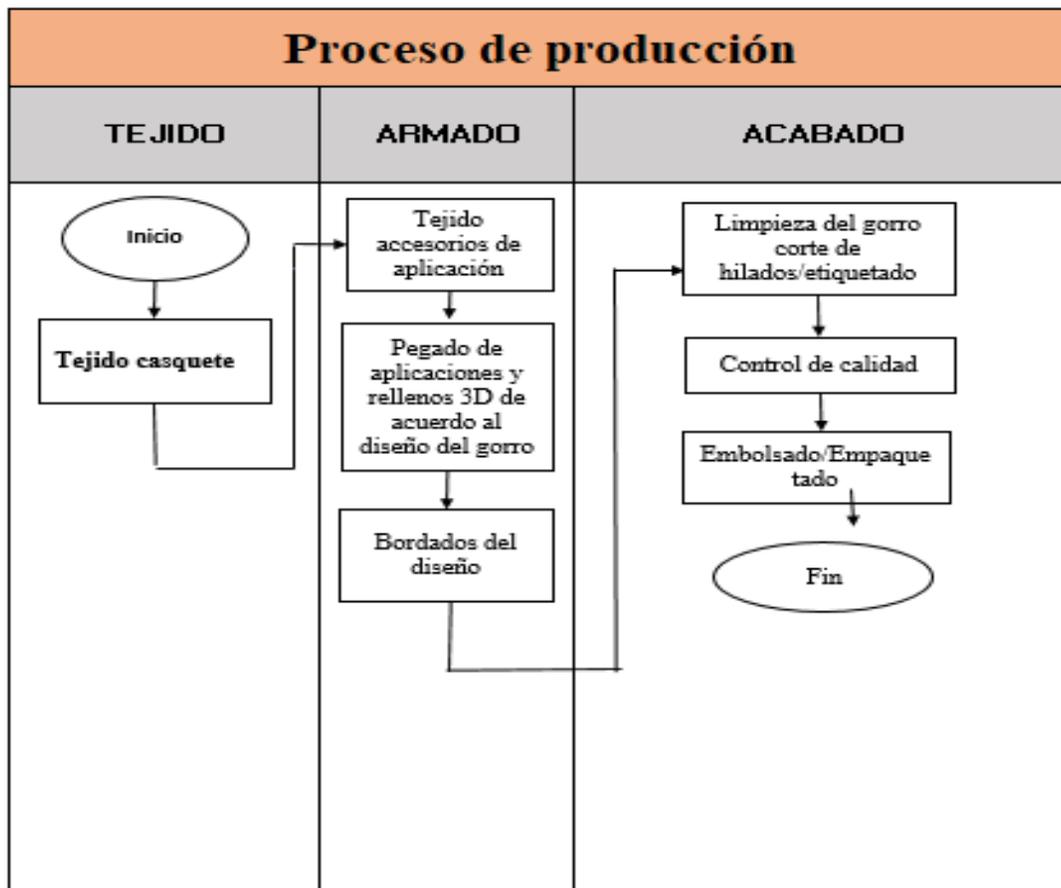
La empresa Manos Peruanas SAC. Contará con el apoyo financiero del Banco Interbank a través de un préstamo a la empresa que cubrirá el 40 % del total de la inversión y el resto es cubierto por los accionistas de la empresa.

**3.2 Proceso y Tecnología****3.2.1. Descripción y Diagrama de los procesos**

La empresa Manos Peruanas SAC. Tiene dos procesos; producción y comercialización.

Para la elaboración de gorras se emplea tres etapas de producción:

- Tejido: Casquete
- Armado: Tejido accesorio, pegado de aplicaciones y rellenos 3D según el diseño del gorro
- Acabado: Limpieza del gorro, corte de hilado, Etiquetado, control de calidad, de un embolsado y empaquetado



**Figura 23:Proceso de producción**

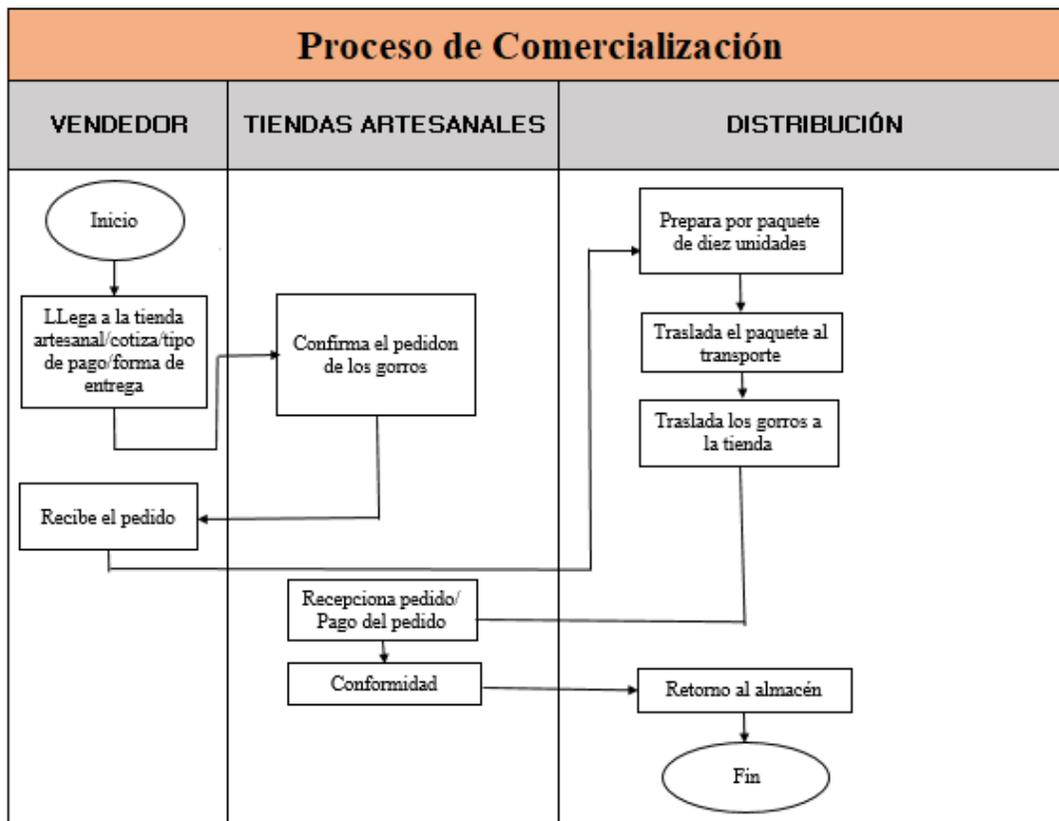
**Fuente: Elaboración propia**



Para el proceso de comercialización de los gorros artesanales se emplea las siguientes rutas:

- Vendedor: Lega a la tienda artesanal, cotiza, tipo de pago y forma de entrega.
- Tiendas artesanales: Confirma el pedido, recepcionar el pedido/pago, conformidad
- Distribución: Prepara por paquete, traslada el paquete al transporte, traslada gorras a la tienda y retorna al almacén

**Figura 25:Proceso de comercialización**



Fuente Elaboración propia

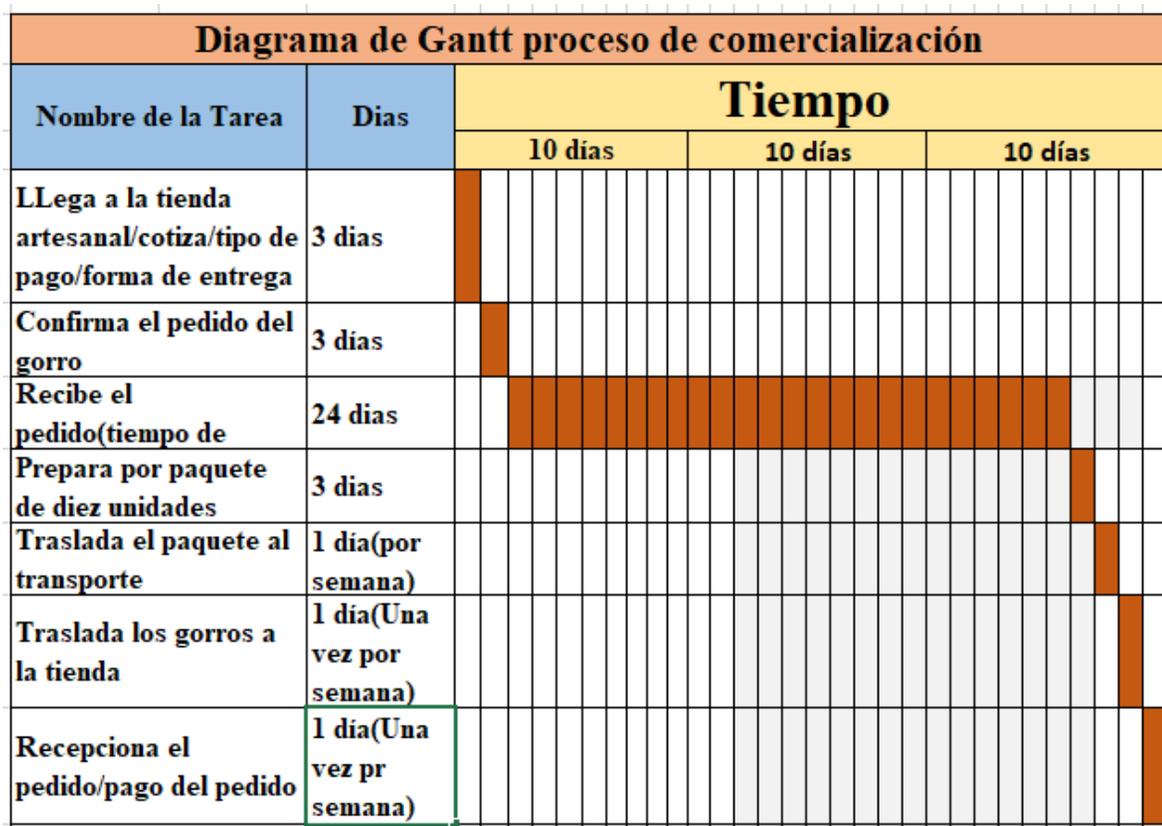


Figura 26:Diagrama de Gantt proceso de Comercialización

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.2 Capacidad instalada operativa:

La capacidad instalada Operativa de la Empresa Manos Peruanas SAC, actualmente es al 90% de su producción.

Teniendo como factor principal el personal capacitado en tejido de gorros artesanales que son 15 personas que gradualmente se incorpora en función al rendimiento después de las capacitaciones que son un promedio de dos tejedoras por año.

**Tabla 49: Producción anual en función a la incorporación de tejedoras**

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Cantidad de producción	25920	32832	38016	41472	44928
Tejedoras	15	19	22	24	26

**Fuente: Elaboración propia**

### **3.2.3 Cuadro de requerimiento de bienes de capital, personas e insumos**

El principal requerimiento de la empresa Manos Peruanas SAC, es el hilado de

Alpaca (2304 Kg. Al año) y otros insumos en menor cuantía (Hilos)

**Tabla 50: Insumo principal-Proyección 2018-20122**

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Cantidad de producción	25920	32832	38016	41472	44928
Hilado	2,304 kg.	2,889 Kg	3,345 kg.	3,649kg.	3,955kg

**Fuente Elaboración propia**

La producción proyectada mensual de gorros para el año 2018 es de 2,160 gorros mensuales para lo cual se requiere 192 kilos de Alpaca y otros insumos de menor cuantía.

**Tabla 51:Otros Insumos**

<b>Otros Insumos</b>			
<b>Insumos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Precio</b>
Fibra de Poliéster	1	Fardo	S/ 35.00
Hilo de Coser	2	conos	S/ 10.00
Etiquetas	2	millares	S/ 400.00
Bolsa de Polietileno	2	millares	S/ 100.00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 52:Implementos de Almacén**

<b>Implementos de Almacén</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
Sillas	6	S/ 150.00
Estantes Metálicos(1.20x1.80 m)	4	S/ 360.00
Balanza electrónica	1	S/ 250.00
Cintas Métricas	2	S/ 6.00
Mesa de trabajo	1	S/ 250.00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 53:Equipos e Implementos**

<b>Equipos e implementos de Oficina</b>			
<b>Implementos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	
Computadora lenovo	1	S/	1,500.00
Impresora/Escaner Canon	1	S/	300.00
Escritorio	1	S/	250.00
silla de escritorio	1	S/	150.00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 54:Personal requerido**

<b>Personal requerido</b>	
	<b>Cantidad</b>
Gerente General	1
Asistente Administrativo	1
Encargado de Producción( diseñadora)	2
Encargado de Comercialización	1
Encargado Marketing y Publicidad	1
Tejedoras artesanales	15

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 55:útiles de Oficina**

<b>Útiles de Oficina</b>			
<b>Útiles</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Precio</b>
Hojas Bond	1	paquete(100 hoja)	S/ 12.00
Clip	1		S/ 3.00
Engranadora	1		S/ 10.00
Archivadores	5		S/ 25.00
Lapiceros	1	caja	S/ 8.00
Corrector	2		S/ 3.00
Lápiz	1	caja	S/ 6.00
Borrador	2		S/ 2.00
Resaltador	2		S/ 4.00
Tacho de basura	2		S/ 12.00
Sellos	3		S/ 18.00
Tampones	1		S/ 10.00

**Fuente: Elaboración propia**

**Costos Fijos:**

- Luz Eléctrica
- Agua Potable
- Alquiler del almacén oficina
- Teléfono-Internet

**Requerimientos Legales:**

- Licencia de funcionamiento (zonificación, certificado de defensa civil, etc.)
- Permiso de Defensa Civil
- Cargos sociales de los trabajadores

### 3.2.3. Infraestructuras y características físicas

Las instalaciones de la Empresa Manos Peruanas SAC. Cuenta con dos ambientes debidamente implementado con equipos y mobiliarios básicos, uno para oficina y otro para almacén y un servicio higiénico (medio baño) en un área total de 24 metros cuadrados (8x3 metros).



**Figura 27:Layout Manos Peruanas SAC.**

**Fuente: Elaboración propia**

### 3.3 Localización del negocio, Factores determinantes:

Para la ubicación del local de la Empresa Manos Peruanas SAC. Se ha realizado la Matriz de factores para poder determinar la localización del local teniendo como alternativas los distritos de Pueblo Libre, Lima Cercado y Miraflores.

Considerando los siguientes factores:

- Factores Comerciales
- Factor Estratégico
- Factor Legal

Para determina la localización del local se tomó en cuenta los puntajes del 1 al 5:

Siendo 5 el puntaje muy alto,4 es alto,3 medio,2 bajo y 1 muy bajo.

**Tabla 56:Matriz de Factores**

<b>MATRIZ DE FACTORES</b>			
<b>FACTORES</b>	<b>PUEBLO LIBRE</b>	<b>LIMA CERCADO</b>	<b>MIRAFLORES</b>
<b>FACTORES COMERCIALES</b>			
Posición Estratégica	5	4	3
Ubicación Comercial	5	3	4
Cultura y Horario de servicio	4	4	4
Disponibilidad de espacio físico	5	2	2
Costo de arriendo	5	2	3
<b>Total ponderado</b>	<b>24</b>	<b>15</b>	<b>16</b>
<b>FACTOR ESTRATÉGICO</b>			
Factibilidad de Transporte	5	3	2
Cantidad de mercados artesanales	4	4	5
Servicios básicos	5	5	5
Seguridad	4	4	5
<b>Toral de ponderado</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>17</b>
<b>FACTOR LEGAL</b>			
Ordenanzas Municipales	4	4	4
Impuestos Fiscales	2	2	2
Multas de tránsito	3	3	3
<b>Toral de ponderado</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
<b>TOTAL FINAL PONDERADO</b>	<b>51</b>	<b>40</b>	<b>42</b>

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 57: Matriz de ponderación de factores**

<b>MATRIZ DE PONDERACIÓN DE FACTORES</b>				
<b>FACTORES</b>	<b>%</b>	<b>PUEBLO LIBRE</b>	<b>LIMA CERCADO</b>	<b>MIRAFLORES</b>
<b>FACTORES COMERCIALES</b>				
Posición Estratégica	15%	0.75	0.60	0.45
Ubicación Comercial	13%	0.65	0.39	0.52
Cultura y Horario de servicio	6%	0.24	0.24	0.24
Disponibilidad de espacio físico	14%	0.70	0.28	0.28
Costo de arriendo	15%	0.75	0.30	0.45
<b>Total ponderado</b>	<b>63%</b>	<b>3.09</b>	<b>1.81</b>	<b>1.94</b>
<b>FACTOR ESTRATÉGICO</b>				
Factibilidad de Traslado	11%	0.55	0.33	0.22
Cantidad de artesanías	12%	0.48	0.48	0.60
Servicios básicos	2%	0.10	0.10	0.10
Seguridad	2%	0.08	0.08	0.10
<b>Toral de ponderado</b>	<b>27%</b>	<b>1.21</b>	<b>0.99</b>	<b>1.02</b>
<b>FACTOR LEGAL</b>				
Ordenanzas Municipales	3%	0.12	0.12	0.12
Impuestos Fiscales	3%	0.06	0.06	0.06
Multas de tránsito	4%	0.12	0.12	0.12
<b>Toral de ponderado</b>	<b>10%</b>	<b>0.30</b>	<b>0.30</b>	<b>0.30</b>
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>100%</b>	<b>4.60</b>	<b>3.10</b>	<b>3.26</b>

**Fuente: Elaboración propia**

En conclusión, el local de la empresa en materia de estudio se determina su ubicación en el distrito de Pueblo Libre por alcanzar un puntaje de 4.60 mayor que las demás alternativas y teniendo mayor importancia en los factores comerciales y estratégicos.

## CAPÍTULO IV. DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

### 4.1 Inversión Fija:

En la Inversión Fija de la Empresa Manos Peruanas SAC. Se consideran los gastos de inversión tangible e intangible para la el funcionamiento y la operatividad de la misma.

#### 4.1.1 Inversión Tangible

En la inversión tangible son adquisiciones de bienes físicos para el funcionamiento de la empresa; dentro de ellos se consideran equipos, herramientas, etc.

**Tabla 58:Inversión Tangible**

<b>INVERSIÓN TANGIBLE</b>	
Equips	S/ 2,469.00
Herramientas	S/ 86.00
Útiles de Oficina	S/ 483.00
Mobiliario	S/ 1,172.00
<b>Total</b>	S/ 4,210.00
Inmueble/alquilado	S/ 7,200.00
Inversión de seguridad	S/ 110.00

**Fuente: Elaboración Propia**

Referente al alquiler del local es de 600 Soles al mes y 7,200 soles al año; relativamente el precio es por debajo del mercado debido a que el inmueble es de propiedad de familiar.

#### 4.1.2 Inversión Intangible

En la Inversión Intangible son adquisiciones de bienes no físicos para el funcionamiento de la empresa; dentro de ellos se consideran la licencia de funcionamiento, registro de la marca, constitución de la empresa y capacitaciones, etc.

**Tabla 59: Inversión Intangible**

<b>INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	
Licencia de Funcionamiento	S/ 622.00
Registro de Marca(INDECOPI)	S/ 535.00
Constitución de la Empresa	S/ 1,000.00
Página Web	S/ 600.00
Software	S/ 600.00
Gastos de Capacitación de Personal	S/ 400.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 3,757.00</b>
Garantía de alquiler	S/ 600.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 4,357.00</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

#### 4.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo de la Empresa Manos Peruanas SAC. está constituido por; compra de materia prima, insumos, mano de obra y gastos administrativos

**Tabla 60:Capital de Trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO		ANUAL
Insumos (1 mes)	S/ 6,714.00	S/ 80,568.00
Mano de Obra(M.D)	S/ 12,960.00	S/ 155,520.00
Gastos Administrativos (M.I)	S/ 6,080.00	S/ 72,960.00
Pagos de servicios(Luz, agua, teléfono e Internet)	S/ 185.00	S/ 2,220.00
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>S/ 25,939.00</b>	<b>S/ 311,268.00</b>

**Fuente: Elaboración propia**

#### 4.3 Inversión Total

Para calcular la inversión total se considera la inversión tangible, inversión intangible y el capital de trabajo que se usara para el funcionamiento de la empresa Manos Peruanas SAC.

**Tabla 61:Inversión Total**

INVERSIÓN TOTAL	
INVERSIÓN TANGIBLE	S/ 11,520.00
INVERSIÓN INTANGIBLE	S/ 4,357.00
CAPITAL DE TRABAJO	S/ 311,268.00
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>S/ 327,145.00</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

Referente a la Inversión del capital de trabajo(anual), está constituido por la Inversión en insumos de 80,568 soles, Mano de obra directa (tejedoras a mano-personal externo) 155,520 soles, Personal Administrativo 72,960 soles, Pago de servicios 2,220 soles que suman el total de 311,268 soles al año.

En esta estructura de costos se observa el mayor porcentaje de gastos de mano de obra directa, por el pago por concepto de tejido a mano.

#### 4.4 Estructura de la inversión y financiamiento

La estructura de inversión está conformada por la Inversión tangible, inversión intangible y capital de trabajo. Para iniciar con el funcionamiento de la empresa Manos Peruanas SAC. Se tendrá un aporte de los socios accionistas.

**Tabla 62: Estructura de la inversión.**

<b>CUADRO DE INVERSIONISTAS</b>		
<b>Socios</b>	<b>DNI</b>	<b>Capital</b>
Ruth Jackeline Rojas Coanqui	42866272	S/ 47,145.00
Olga Coanqui Zapana	7718347	S/ 120,000.00
Andres Pacori Quispe	10031096	S/ 160,000.00
	<b>TOTAL</b>	<b>S/327,145.00</b>

**Fuente: Elaboración Propio**

## CAPÍTULO V. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

### 5.1 Presupuesto de los costos

#### 5.1.1 Presupuestos de insumos

Para presupuestar el costo del producto, se basa en una producción 90 prendas diarias en un promedio de 6 prendas por cada tejedora artesanal.

**Tabla 63:Tabla de Presupuestos de Insumos**

INSUMOS	CANTIDAD	PRECIO(SOLES)	MENSUAL	ANUAL	DIARIO	COSTO UNIT.POR PRODUCTO
Lana de Alpaca al 60%	192kilos	32	S/ 6,144.00	S/ 73,728.00	S/ 256.00	s/ 2.84
Fibra Poliester	1 saco	35	S/ 35.00	S/ 420.00	S/ 1.46	s/ 0.02
Hilo de coser	2 conos	10	S/ 20.00	S/ 240.00	S/ 0.83	s/ 0.01
Etiqueta	2 1/2millares	150	S/ 375.00	S/ 4,500.00	S/ 15.63	s/ 0.17
Bolsa Politétileno	2millar	70	S/ 140.00	S/ 1,680.00	S/ 5.83	s/ 0.06
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 6,714.00</b>	<b>S/ 80,568.00</b>	<b>S/ 279.75</b>	<b>S/ 3.11</b>

**Fuente: Elaboración propia**

#### 5.1.2 Presupuesto de maquinarias y equipos

La empresa Manos Peruanas SAC. Considera dentro de los gastos de inversión en equipos básicos para su funcionamiento y operatividad que se detalla en el siguiente *cuadro*.

**Tabla 64:Equipos**

<b>EQUIPOS/TANGIBLE</b>			
<b>BIENES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>BIENES</b>	
Computadora Lenovo Notebook 14'	1	S/	1,500.00
Impresora Multifuncional CANON negro	1	S/	300.00
Balanza Electrónica	1	S/	250.00
Cámara fotográfica	1	S/	349.00
Ventiladora Practika	1	S/	70.00
<b>Total</b>		<b>S/</b>	<b>2,469.00</b>

**Fuente: Elaboración propia**

### **5.1.3 Presupuesto den herramientas:**

La herramienta a utilizar en el proceso de fabricación se detalla en el siguiente cuadro.

**Tabla 65:Herramientas**

<b>HERRAMIENTAS/TANGIBLE</b>			
<b>BIENES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	
Cinta Métrica	1/2 docena	S/	15.00
Tijeras	1/2 docena	S/	50.00
Aguja punta roma	1/2 docena	S/	6.00
Crochet	1 docena	S/	6.00
Alfileres	2 cajitas	S/	6.00
Aguja para hilo	2 docenas	S/	3.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/</b>	<b>86.00</b>

**Fuente: Elaboración propia**

### 5.1.4 Presupuesto de mobiliario

En el siguiente cuadro se detalla el presupuesto de inversión en inmobiliario

**Tabla 66:Mobiliaria**

<b>MOBILIARIA/TANGIBLE</b>		
<b>BIENES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
Sillas Marca Rey	6	S/ 150.00
Estantes Metálicos	4	S/ 360.00
Mesa de Trabajo	1	S/ 250.00
Escritorio de oficina de madera	1	S/ 250.00
Silla de escritorio	1	S/ 150.00
Tacho de basura	2	S/ 12.00
<b>TOTAL</b>		S/ 1,172.00
<b>SEGURIDAD</b>		
Extintor PQS 4KG	1	S/ 60.00
Botiquin de primeros auxilios	1	S/ 50.00
<b>TOTAL</b>		S/ 1,282.00

**Fuente: Elaboración propia**

## 5.2 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el resultado del volumen de venta y el volumen de producción para la recuperación del gasto de inversión, que debe dar resultado de un margen positivo para que la empresa tenga ganancias y no pérdidas.

**Tabla 67:Punto de equilibrio anual**

AÑOS	0	2018	2019	2020	2021	2022
PUNTO DE EQUILIBRIO POR CANTIDADES	22,221	22,221	25,800	29,988	30,187	32,286

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 68:Precio de venta**

AÑOS	0	2018	2019	2020	2021	2022
PRECIO DE VENTA	14	14	14.5	14.5	15	15

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 69:Cálculo de precio de venta**

Fuente: Elaboración propia

PRODUCTO	CÁLCULO DE PRECIO DE VENTA 2018				
	COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO	OTROS COSTOS VARIABLES	COSTO FIJO UNITARIO	COSTO UNITARIO	VALOR DE VENTA
GORRO	S/ 3.11	S/ 6.00	S/ 2.90	S/ 12.01	14

**Tabla 70:Punto de Equilibrio por unidades anual-mensual**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO POR CANTIDADES</b>	22,221	22,221	25,800	29,988	30,187	32,286
<b>PE. MENSUAL</b>		1,852	2,150	2,499	2,516	2,691

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 71:Punto de equilibrio mensual del año 2018.**

	PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2018												
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SET.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
<b>CANTIDAD DE PRODUCCIÓN</b>	1,760	1,860	1,960	2,060	2,160	2,260	2,460	2,560	2,360	2,260	2,160	2,060	25,920

**Fuente: Elaboración propia**

### **5.3 Estado de Ganancias y Pérdidas**

El Estado de Pérdidas y Ganancias es una herramienta importante y es también Conocido como Estado de Resultados, es un informe financiero que muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener.

**Tabla 72: Estado de Ganancias y Pérdidas.**

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS						
AÑOS	0	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS		362,880	476,064	551,232	622,080	673,920
COSTO DE PRODUCCIÓN		238,308	301,320	348,546	380,030	411,514
DEPRECIACIÓN		349	427	494	539	584
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>124,223</b>	<b>174,317</b>	<b>202,192</b>	<b>241,511</b>	<b>261,822</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS		72,960	72,960	72,960	72,960	72,960
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		<b>51,263</b>	<b>101,357</b>	<b>129,232</b>	<b>168,551</b>	<b>188,862</b>
UTILIDAD ANTES DE INTERES DE		51,263	101,357	129,232	168,551	188,862
GASTOS FINANCIEROS		-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		51,263	101,357	129,232	168,551	188,862
IMPUESTO A LA RENTA		3,628.80	4,761	5,512	6,221	6,739
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>47,634</b>	<b>96,596</b>	<b>123,720</b>	<b>162,330</b>	<b>182,123</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 5.4 Presupuesto de Ingresos

Corresponde a los ingresos de la Empresa Manos Peruanas SAC

**Tabla 73: Cálculo de precio de venta proyectado**

CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA PROYECTADO						
AÑOS	0	2018	2019	2020	2021	2022
PRECIO DE VENTA	14	14	14.5	14.5	15	15
VOLUMEN	25920	25920	32832	38016	41472	44928
CANTIDAD DE TEJEDORAS	15	15	19	22	24	26
DEMANDA PROYECTAD A DE VENTAS	S/ 362,880.00	S/ 362,880.00	S/476,064.00	S/ 551,232.00	S/622,080.00	S/673,920.00

Fuente: Elaboración propia

## 5.5 Presupuesto de Egresos

Corresponde a los gastos que la Empresa realiza en su proceso de producción.

**Tabla 74:Egresos**

	PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL INSUMOS	MANO DE OBRA DIRECTA	GASTOS ADMINISTRATIVOS	SERVICIOS	TOTAL
2019	32,832	3.11	S/ 102,108	S/ 196,992	72960	2220	S/ 374,280
2020	38,016	3.11	S/ 118,230	S/ 228,096	72960	2220	S/ 421,506
2021	41,472	3.11	S/ 128,978	S/ 248,832	72960	2220	S/ 452,990
2022	44,928	3.11	S/ 139,726	S/ 269,568	72960	2220	S/ 484,474

### 5.5.1. Gasto de Ventas

Corresponde a los gastos que la empresa realiza en su proceso de comercialización

**Tabla 75:Gastos de Ventas**

	0	2018	2019	2020	2021	2022
GASTOS DE VENTAS		2400	2000	1800	480	330

**Fuente: Elaboración propia**

## 5.6 Flujo de Caja Proyectada

El flujo de caja es un instrumento para proyectar los ingresos y egresos de dinero durante el tiempo de vida de la empresa. Donde se ha considerado realizar el flujo de caja económico y financiero.

### 5.6.1. Flujo de Caja Económico

El flujo de caja económico permite conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

**Tabla 76: Flujo de caja económico**

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO						
	0	2018	2019	2020	2021	2022
<b>INGRESO</b>						
INGRESOS POR VENTAS	-	362,880	476,064	551,232	622,080	673,920
<b>TOTAL DE INGRESO</b>	-	<b>362,880</b>	<b>476,064</b>	<b>551,232</b>	<b>622,080</b>	<b>673,920</b>
<b>EGRESO</b>	-					
INSUMOS	-	80,568	102,108	118,230	128,978	139,726
MANO DE OBRA	-	155,520	196,992	228,096	248,832	269,568
COSTO INDIRECTO DE PRODUCCIÓN	-	2,220	2,220	2,220	2,220	2,220
GASTOS DE VENTAS	-	2,400	2,000	1,800	480	330
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	72,960	72,960	72,960	72,960	72,960
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	-	<b>313,668</b>	<b>376,280</b>	<b>423,306</b>	<b>453,470</b>	<b>484,804</b>
<b>CAPITAL</b>						
INVERSIÓN FIJO INTANGIBLE	15,877	-	-	-	-	-
CAPITAL DE TRABAJO	311,268	-	-	-	-	-
RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO						311,268
<b>FLUJO DE CAPITAL</b>	<b>327,145</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>311,268</b>
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>- 327,145</b>	<b>49,212</b>	<b>99,784</b>	<b>127,926</b>	<b>168,610</b>	<b>500,384</b>

**Fuente: Elaboración propia**

### 5.7 Balance General

Es el estado financiero que permite revisar la situación financiera de una empresa.

Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto)

**Tabla 77:Balance General**

<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
BANCOS(EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO)	230,700.00		-
INVENTARIOS	80,568.00	TOTAL PASIVO	-
		PATRIMONIO	
MAQUINARIA Y EQUIPO TANGIBLE	11,520.00	CAPITAL	327,145.00
ACTIVOS INTANGIBLES	4,357.00	TOTAL PATRIMONIO	327,145.00
TOTAL ACTIVO	327145	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	327,145.00

**Fuente: Elaboración propia**

## **CAPÍTULO VI. Evaluación Económica, Parámetros de Medición**

La evaluación económica es un método de análisis útil para adoptar decisiones racionales ante diferentes alternativas, es integra en su análisis tanto los costes monetarios como los beneficios expresados en otras unidades relacionadas con las mejoras en las condiciones de vida de un grupo. Podemos hablar entonces de rentabilidad o beneficios de tipo social.

Para determinar si el Proyecto es viable se utilizarán los siguientes indicadores de evaluación VAN, TIR Costo Beneficio y Periodo de recuperación:

### **6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición**

#### **6.1.1. Tasa de descuento o de actualización o costo promedio de capital**

El Costo de Oportunidad del Capital o tasa (porcentaje) de descuento es el rendimiento esperado de la mejor alternativa de inversión con igual riesgo. No es un indicador de rentabilidad y sirve para evaluar el aporte propio. El COK nos ayuda a saber si existe alguna mejor alternativa, con igual riesgo, en la que podríamos invertir. Nos indica, entonces, cuál es la alternativa equivalente.

#### **Cálculo de la Tasa de descuento o costo promedio de capital**

Para calcular la tasa de descuento se calculó el costo de oportunidad en base al índice de inflación y la rentabilidad esperada por el inversionista y el banco.

Según la tasa de inflación del BCR 2018:

**Tabla 78:Inflación**

<b>INFLACIÓN</b>	<b>BCR(2018)</b>
2018	2.0
2019	2.0
2020	2.0
<b>PROMEDIO DE INFLACION</b>	<b>2.0</b>

**Fuente: BCR**

La prima al riesgo esperada por el inversionista será de 10%, el cual aún no incluye la inflación.

Para establecer el COK se considera la Prima de riesgo, el Promedio de Inflación Ponderada.

Para hallar el costo de oportunidad de cada fuente se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Cok} = i+f+i*f$$

I: Inflación esperada

f: Premio al riesgo

**Aporte propio del inversionista:**

**En donde:**

i: inflación ponderada

f: premio al riesgo

$$\text{COK: } 0.020 + 10\% + 0.020 * 10\%$$

$$\text{COK} = 0.1220$$

$$\text{COK} = 12.20\%$$

**Tabla 79:tasas**

INVERSIONISTA-COK	BANCO-COK		
0.1220	0.0016	0.1236	COK

**Fuente: Elaboración propia**

La TEA del Banco Interbank es 16%(Préstamo personal de uno de los socios)

**Es decir, se realiza el siguiente cálculo:**

Monto del aporte propio: S/. 280,000

Monto del préstamo: S/47,145

Monto Total: S/. 327,145.00

COK:12.36

TEA:16%

### **TASA DE DESCUENTO**

$$\text{TASA DE DESCUENTO} = ((196,287.00/327,145.00)$$

$$*12.36\%)+((130,858.00/327,145.00) *16\%)$$

$$\text{TASA DE DESCUENTO} = 14\%$$

Se calcula que el rendimiento mínimo esperado es de 14%

### 6.1.2. Valor actual neto económico (VANE)

**Tabla 80: Flujo de Caja Económico:**

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
	0	2018	2019	2020	2021	2022
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	-327,145.00	49,212.00	99,784.00	127,926.00	168,610.00	500,384.00

**Fuente: Elaboración propia**

Nos va a permitir conocer el valor actual del dinero, el cual recibirá el proyecto en el futuro, ello servirá para comparar dicho resultado con la inversión inicial. El resultado obtenido como VAN es en valor monetario. Para ejecutar el proyecto el VAN deberá ser mayor a 0.

Cálculo del VAN económico proyectado Para realizar la evaluación económica se obtiene el VAN proyectado, el cual se desprende del flujo de caja económico.

**Tabla 81:Calculo del VANE**

NRO.	FNE	(1+i)^	FNE(1+i)^
0	- 327,145.00		- 327,145.00
1	49,212.00	1.13	43,594.98
2	99,784.00	1.27	78,305.42
3	127,926.00	1.44	88,931.41
4	168,610.00	1.62	103,835.32
5	500,384.00	1.83	272,979.89
		VAN	260,502.02
		VAN	S/260,502.02

**Fuente: Elaboración propia**

El VAN proyectado será la base para obtener los resultados del VANE y TIRE, el cual nos mostrará si el proyecto es económicamente viable para la puesta en marcha del negocio.

Según los resultados obtenidos de la tabla anterior, de los indicadores de evaluación económica, se obtiene un VAN económico de S/ 260,502.02, el cual es mayor a cero y demuestra que los flujos de efectivo cubren todos los costos totales y la inversión, quedando aún un dinero excedente; es decir el proyecto se llevará a cabo por ser rentable

Si el VAN del proyecto de inversión analizado es positivo (mayor que cero) nos indica que el proyecto generará riqueza para la empresa más allá del retorno del capital invertido en el proyecto y financiado totalmente con fondos ajenos.

Para hallar la Tasa de descuento según fórmula:

<b>MONTO DEL APOORTE PROPIO</b>	S/280,000.00
<b>MONTO DEL PRESTAMO</b>	S/ 47,145.00
<b>MONTO TOTAL</b>	S/327,145.00
<b>COK</b>	12.36%
<b>TEA</b>	16%

$$\text{Tasa de descuento} = ((280,000/327,145) * 12.36\%) + ((47,145/327,145) * 16\%)$$

$$\text{Tasa de descuento} = 13\%$$

### 6.1.3. Tasa interna de retorno económico.

Nos va a permitir conocer la tasa máxima para que el proyecto sea exitoso. La TIR económica obtenida es de 32% la cual es mayor a la tasa de descuento, con este resultado se concluye que el proyecto tiene mayores posibilidades de éxito.

**Tabla 82:TIRE**

<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>VAN</b>
0%	618,771.00
5%	451,517.71
10%	322,033.99
13%	258,210.14
19%	154,353.02
25%	74,612.96
30%	21,784.76
35%	- 21,590.49
40%	- 57,533.92
45%	- 87,575.18
50%	- 112,884.69
55%	- 134,367.30
60%	- 152,729.26
TIR	32%

**Fuente: Elaboración propia**

#### 6.1.4. Coeficiente beneficio/costo

**Tabla 83:Costo/ Beneficio**

AÑO	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS	FCE
0	327,145	-	0	327,145
1		362,880	313668	49,212
2		476,064	376280	99,784
3		551,232	423206	127,926
4		622,080	453470	168,610
5		673,920	484804	500,384

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 84:Cálculo del Beneficio-Costo**

SUMA DE INGRES	2,686,176
SUMA DE EGRESO	2,051,428
COSTO- INVERSION	2,368,053
B/C	1.134339476

**Fuente: Elaboración Propia**

Es el resultado de dividir todos los beneficios del proyecto versus los costos en los que se incurrirán. Si el beneficio es mayor al costo entonces el proyecto se pondrá en marcha ( $B/C > 1$ ), si es igual a 1 los beneficios y costos son iguales, y si  $B/C < 1$  los

costos son mayores a los beneficios por lo que no es recomendable seguir con el proyecto.

#### **6.1.5. Período de recuperación de la inversión**

Se refiere al tiempo en que se demore recuperar la inversión. Si el tiempo de recuperación es corta entonces no habrá mucho riesgo para poner en marcha el proyecto, y si el periodo de recuperación es largo se corre mayor riesgo.

Para el presente plan de negocios, el indicador beneficio/costo es 1.13 mayor a 1 con lo que se puede aceptar el plan, y el periodo de recuperación de la inversión realizada será en 3.5 años (42 meses).

Los resultados de la evaluación económica, se presenta en la siguiente tabla, concluyendo que el proyecto puede ser viable.

**Tabla 85: Evaluación Económica**

<b>EVALUCIACIÓN ECONÓMICA</b>	
<b>VAN ECONÓMICO</b>	S/260,502.02
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	13%
<b>TIR ECONÓMICO</b>	32%
<b>B/C BENEFICIO COSTO</b>	1.13433948
<b>PRI PERIODO DE INVERSIÓN DE RECUPERACIÓN</b>	3.5

**Fuente: Elaboración propia**

## **6.2. Evaluación Social**

La Empresa Manos Peruanas SAC. dentro de sus objetivos considera contribuir en aportar al empleo de los sectores urbano marginales para mejorar su nivel socioeconómico por otro lado también a incrementar sus ventas y utilidades a los artesanos que trabajan en los mercados artesanales de Lima metropolitana

## **6.3. Impacto Ambiental**

La Empresa se acoge a los estándares de las normas que regulan el uso de las materias primas que no atentan a la salud de las personas y al deterioro del medio ambiente.

En el uso de los insumos en su mayor porcentaje son productos naturales que no atentan al daño del medio ambiente, por estas consideraciones se caracteriza una empresa sostenible y sustentable en el tiempo y el espacio.

La Empresa está comprometido en el uso adecuado de los servicios básicos tales como la electricidad y agua lo que implicara minimizar costos.

## **CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. Conclusiones**

#### **7.1.1 Organización y Aspectos Legales**

- La Empresa Manos Peruanas SAC. en su organización cuenta con un equipo básico para minimizar los gastos administrativos y se acoge al Régimen Mype Tributario para aprovechar las ventajas tributarias.
- El local se ubica en una zona estratégica que facilita la distribución de los productos a los clientes distribuidores minimizando los costos de distribución.

#### **7.1.2 Estudio de Mercado**

- Mediante el Sondeo realizado a los artesanos de los conglomerados artesanales se ha determinado que el mayor porcentaje prefieren adquirir gorros hechos a mano, además en el mercado no existen empresas que producen el producto que fabrica la empresa Manos Peruanas SAC. (Gorros artesanales hechos a mano).
- La principal fortaleza de la empresa es que cuenta con una diseñadora de productos innovadores y un equipo de personas con amplia experiencia en la labor de tejido artesanal lo que constituye la base y el sustento de la empresa.
- La empresa en la actualidad, solo llega a un 5% (72 tiendas artesanales) de participación en el mercado lo cual expresa una gran potencialidad de crecimiento en el futuro teniendo una estadística realizada mediante un Mapeo

de 1470 tiendas artesanales en los tres conglomerados de Lima metropolitana (Pueblo Libre, Miraflores y Cercado de Lima).

- El Producto es de consumo exclusivo por sus diseños únicos y es para un segmento de clase A y B por su capacidad adquisitiva, el cual garantiza en el margen de las utilidades del producto vendido.
- Los productos están dirigidos a los intermediarios de los conglomerados artesanales para su venta al cliente final ofreciendo productos de calidad por el uso de sus fibras naturales como insumo principal.

#### **7.1.3 Estudio Técnico**

- La ubicación de local es un factor para reducir los costos en la distribución de los productos
- Las ventajas que representa en cuanto a la utilización de recursos humanos es la existencia de la oferta de mano de obra que contribuye a la reducción de los costos del producto.
- El crecimiento de la capacidad instalada está sujeta a la demanda del producto que se coloca en el mercado en una forma progresiva.

#### **7.1.4 Estudio de la Inversión y Financiamiento**

La Empresa Manos Peruanas SAC. cuenta con aporte propio por parte de los dos socios de la empresa siendo la mayor parte del capital a invertir (Sr. Andrés con 49%, Sra. Olga con 37%) y el tercer socio aporte de préstamo personal mediante la entidad Bancaria Interbank (Srta. Ruth con 14%).

### **7.1.5 Estudio de los costos, ingresos y egresos**

El aspecto principal a considerarse es el punto de equilibrio que se expresa de manera positiva en la empresa, ya que su producción supera la cantidad mensual requerida para cumplir las obligaciones de la empresa.

### **7.1.5 Evaluación Económica**

Se determina que el negocio es rentable porque está por encima de 0 obteniendo un VANE de S/. 260,502.02 y un TIRE de 32%.

### **7.1.6. Evaluación Social/Ambiental**

El principal aporte de la empresa es de contribuir en el incentivo de la mano de obra en los sectores populares urbano marginales para elevar su nivel de vida.

El uso de la materia prima natural (Fibra de Alpaca) que contribuye a cuidar el impacto ambiental, y el uso responsable de los servicios básicos.

## **7.2. Recomendaciones**

### **7.2.1 Organización y aspectos legales**

Uno de los aspectos que hay que tener en cuenta en la elección del régimen tributario para aprovechar las ventajas y desventajas que pueden tener cada una de ellas.

### **7.2.2 Estudio de Mercado**

En el estudio de mercado es importante tomar en consideración la segmentación del público al cual va dirigido el producto, teniendo en consideración si el producto va dirigido a un público de consumo masivo o al público de consumo selectivo.

### **7.2.3 Estudio Técnico**

Sería recomendable que la adquisición del stock de la materia prima se compre en forma gradual y en función a los pedidos en un promedio de cada dos o tres meses mas no para todo el año

### **7.2.4 Estudio de la Inversión y Financiamiento**

Se sugiere que el financiamiento de las inversiones se efectúe trimestralmente para a fin de maximizar el uso adecuado del capital.

### **7.2.5 Estudio de los costos**

Los aspectos más importantes a analizar son el costo de la materia prima y la mano de obra directa en comparación de los otros costos.

### **7.2.6 Evaluación Económica**

La base del proyecto debería estar condicionada a la determinación de los parámetros de medición económica y financiera como el TIR, VAN y B/C. del proyecto.

### **7.2.7 Evaluación Social/Ambiental**

Una de las responsabilidades sociales de las empresas es tener un enfoque en el cuidado del medio ambiente, el uso adecuado de los productos e insumos que afectan al medio ambiente.

## BIBLIOGRAFÍA:

- Banco Central de Reserva, <https://elcomercio.pe/peru/inflacion-anual-enero-2018-baja-2010-noticia-496916>.
- INEI, 15 feb. 2018. Desempleo en Lima: Tasa sube a 7.3% en enero de 2018. Recuperado en <https://peru21.pe/economia/desempleo-lima-tasa-sube-7-3-enero-2018-395983>
- FMI, (24 jul. 2017), El ingreso per cápita del Perú. Recuperado en <https://exitosanoticias.pe/javier-zuniga-ingreso-per-capita-del-peru/>.
- INEI, (2018) PEA | Peru21  
[peru21.pe/noticias/pea](http://peru21.pe/noticias/pea). Todas las noticias, fotos y videos de PEA, la población económicamente activa de varones sigue siendo mayor. Recuperado en [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe).
- MINCETUR. (2018), Ley del artesano-Recuperado en [https://www.mincetur.gob.pe/.../24\\_Ley\\_del\\_artesano\\_y\\_desarrollo\\_actividad\\_artesan. s](https://www.mincetur.gob.pe/.../24_Ley_del_artesano_y_desarrollo_actividad_artesan_s), según estadísticas de la consultora Mercer.
- El Comercio. (2018). Sector Textil. Recuperado en [www.elcomercio.pe/noticias/sector-textil](http://www.elcomercio.pe/noticias/sector-textil)
- SIN. (2018). Productos textiles. Recuperado en [www.sni.org.pe/wp.../2017/01/Noviembre-2016-Industria-de-productos-textiles.pdf](http://www.sni.org.pe/wp.../2017/01/Noviembre-2016-Industria-de-productos-textiles.pdf)

- Ministerio de Producción.(2018).Características de una Sociedad Anónima Cerrada. Recuperado en Emprendedor.pe  
<https://emprendedor.pe> › Primera Empresa
- SUNARP, (2018). Registrar o constituir una empresa - Inscripción en Registros Públicos. Recuperado en ...<https://www.gob.pe/275-registrar-o-constituir-una-empresa-inscripcion-en-registros-p...>26 mar. 2018 - <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>
- INDECOPI. (2018). Inscripción de RUC. Recuperado en [www.indecopi.gob.pe.orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc.../inscripcion-al-ruc](http://www.indecopi.gob.pe.orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc.../inscripcion-al-ruc)  
[empresas.orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica](http://empresas.orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica)
- SUNAT. (2018), Régimen Laboral, Recuperado en [www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html](http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html)
- El Comercio, (2018), Mypes Aportan, Recuperado en <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresas-razoón-social-o-denominación>  
Mypes aportan el 21.6% de la producción del país, pero el 83,1%
- El Comercio, (2018). Recuperado en. <https://elcomercio.pe/.../peru/inflación-anual-enero-2018-baja-2010-noticia-496916>
- García. Emilio. Planeamiento estratégico para micro y pequeñas empresas. Pag.103-Lima 2008.
- Gido y Clements.Administración exitosa de Proyectos.PAG.55-Mexico.

